

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.	Introducción	1
1.1.	Proceso Creativo	2
1.1.1.	Lluvia de Ideas	3
1.1.2.	Evaluación de Ideas	4
1.1.3.	Evaluación del Nombre	4
1.2.	Antecedentes	6
1.2.1.	Antecedentes del Departamento	6
1.2.2.	Antecedentes del Proyecto	7
1.3.	Fundamentación	8
1.4.	Justificación	10
1.4.1.	Justificación Económica	10
1.4.2.	Justificación Técnica	10
1.4.3.	Justificación Social	10
1.5.	Objetivos	10
1.5.1.	Objetivo General	10
1.5.2.	Objetivos Específicos	10
1.6.	Alcance	11
1.6.1.	Espacial	11
1.6.2.	Temporal	11
1.6.3.	Temático	11

CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO

2.	Introducción	12
2.1.	Definición y Objetivos del Estudio de Mercado	12

ÍNDICE GENERAL

2.2.	Principales Aspectos Relacionados al Estudio de Mercado	13
2.2.1.	Descripción del Servicio	13
2.2.2.	Tipos de Servicio	13
2.3.	Análisis de la Oferta	15
2.3.1.	Análisis de la Oferta Actual	15
2.4.	Análisis de la Demanda	16
2.4.1.	Demanda Aparente	16
2.4.2.	Proyección de la Demanda	17
2.5.	Análisis Oferta – Demanda	18
2.6.	Análisis de Precios	19
2.6.1.	Precios Actuales	19
2.6.2.	Aceptación de Precios	20
2.7.	Análisis de Comercialización	20
2.8.	Metodología de la Investigación	21
2.8.1.	Determinación del Universo de Estudio	21
2.8.2.	Tamaño de la Muestra	21
2.8.3.	Recolección de Información	23
2.8.3.1.	Ficha Técnica	23
2.8.3.2.	Resultados Obtenidos	23
2.8.3.3.	Conclusión	36

CAPÍTULO III

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

3.	Introducción	38
3.1.	Tamaño del Proyecto	38
3.1.1.	Determinación de la Capacidad del Proyecto	39
3.2.	Localización del Proyecto	40
3.2.1.	Pet Shop	40

ÍNDICE GENERAL

3.2.2.	Hotel para Mascotas	41
3.2.3.	Macro Localización	41
3.2.3.1.	Selección de la Zona	43
3.2.4.	Micro Localización	43
3.2.4.1.	Método Cuantitativo por Puntos	43
3.2.4.1.1.	Factores de Localización (Pet Shop)	44
3.2.4.1.2.	Factores de Localización (Hotel)	45
3.2.4.1.3.	Ubicación del Proyecto	46

CAPÍTULO IV ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA

4.	Introducción	47
4.1.	Objetivos	48
4.1.1.	Objetivo General	48
4.1.2.	Objetivos Específicos	48
4.2.	Dirección Estratégica	48
4.2.1.	Misión	49
4.2.2.	Visión	50
4.2.3.	Objetivos	51
4.2.3.1.	Objetivos a Corto Plazo	51
4.2.3.2.	Objetivos Estratégicos a Largo Plazo	51
4.2.4.	Valores y Principios	52
4.2.4.1.	Valores de la Empresa	52
4.2.4.2.	Principios de la Empresa	52
4.3.	Análisis Ambiental y Competitivo	53
4.3.1.	Análisis del Macro Ambiente Externo	53
4.3.1.1.	Entorno Demográfico	53
4.3.1.2.	Entorno Económico	54

ÍNDICE GENERAL

4.3.1.3.	Entorno Tecnológico	54
4.3.1.4.	Entorno Político	54
4.3.1.5.	Entorno Sociocultural	55
4.3.2.	Matriz de Evaluación de los Factores Externos (EFE)	55
4.3.2.1.	Análisis de la Matriz EFE	56
4.3.2.1.1.	Oportunidades	56
4.3.2.1.2.	Amenazas	57
4.3.2.2.	Conclusión de la Matriz EFE	58
4.3.3.	Análisis del Micro Ambiente Externo	58
4.3.3.1.	Diamante de Porter	59
4.3.3.1.1.	Análisis de la Matriz Diamante de Porter	59
4.3.3.1.1.1.	Barreras de Entrada	59
4.3.3.1.1.2.	Competencia Directa	59
4.3.3.1.1.3.	Proveedores	60
4.3.3.1.1.4.	Clientes	60
4.3.3.1.1.5.	Sustitutos	61
4.3.4.	Ambiente Interno	63
4.3.4.1.	Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI)	63
4.3.4.1.1.	Análisis de la Matriz EFI	64
4.3.4.1.1.1.	Fortalezas	64
4.3.4.1.1.2.	Debilidades	66
4.3.4.1.2.	Conclusión de la Matriz EFI	67
4.4.	Estrategia de Mercadotecnia	67
4.4.1.	Estrategia de Diferenciación	67
4.4.1.1.	Logotipo del Servicio	67
4.4.1.2.	Slogan	68
4.4.2.	Mezcla de Mercadotecnia	68
4.4.2.1.	Producto – Servicio	68
4.4.2.1.1.	Atributos del Servicio	69

ÍNDICE GENERAL

4.4.2.1.2.	Característica del Servicio	70
4.4.2.1.3.	La Marca	70
4.4.2.2.	Precio	70
4.4.2.2.1.	Fijación de Precios	71
4.4.2.3.	Promoción o Comunicación	72
4.4.2.3.1.	Variable de Promoción	72
4.4.2.3.2.	Promociones de Venta	72
4.4.2.4.	Plaza o Distribución	76

CAPÍTULO V INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.	Introducción	78
5.1.	Análisis del Proceso de Servucción	78
5.1.1.	Descripción de la Operación del Servicio	79
5.2.	Terreno e Infraestructura	81
5.2.1.	Pet Shop	81
5.2.2.	Hotel para Mascotas	82
5.2.3.	Obras Civiles (Pet Shop)	83
5.2.4.	Obras Civiles (Hotel)	84
5.3.	Requerimientos del Proyecto	85
5.3.1.	Requerimiento de Equipos	85
5.3.2.	Requerimiento de Muebles, Enseres y Equipos de Oficina	85
5.3.3.	Requerimiento de Insumos	86
5.3.4.	Requerimiento de Vehículo	87
5.3.5.	Requerimiento de Material de Limpieza	88
5.3.6.	Requerimiento de Personal	89
5.3.7.	Requerimiento de Uniformes	89
5.3.8.	Requerimiento de Instalaciones	90

ÍNDICE GENERAL

5.3.9.	Requerimiento de Software	90
5.3.10.	Requerimiento de Servicios Básicos	91
5.3.10.1.	Requerimiento de Agua Potable (SAGUAPAC)	91
5.3.10.2.	Requerimiento de Energía Eléctrica (CRE)	91
5.3.10.3.	Requerimiento de Línea Telefónica (COTAS)	91
5.3.11.	Requerimiento de Alquiler (Pet Shop)	92
5.3.12.	Requerimiento de Internet	92
5.4.	Mantenimiento y Limpieza	92

CAPÍTULO VI ORGANIZACIÓN

6.	Introducción	93
6.1.	Aspecto Legal	93
6.1.1.	Elección del Tipo de Sociedad	93
6.1.1.1.	Características de la Sociedad	94
6.1.1.2.	Razón Social	94
6.1.1.3.	Capital Social	95
6.1.1.4.	Número de Socios	95
6.1.2.	Constitución Legal de la Empresa	95
6.1.2.1.	FUNDEMPRESA	95
6.1.2.2.	Servicios de Impuestos Nacionales (SIN)	96
6.1.2.3.	Gobierno Municipal	97
6.1.2.4.	Caja de Salud	97
6.1.2.5.	Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP's)	98
6.1.2.6.	Ministerio de Trabajo	99
6.2.	Administración de Recursos Humanos	99
6.2.1.	Reclutamiento	99
6.2.1.1.	Reclutamiento Interno	100

ÍNDICE GENERAL

6.2.1.2.	Reclutamiento Externo	100
6.2.1.3.	Objetivos del Reclutamiento	101
6.2.1.4.	Formularios de Reclutamiento	101
6.2.2.	Selección de Personas	105
6.2.2.1.	Técnicas de Selección	105
6.2.2.2.	Formularios de Selección	105
6.2.2.3.	Evaluación de la Selección	107
6.2.3.	Colocación de Personas	107
6.2.3.1.	Estructura Organizacional	107
6.2.3.2.	Manual de Funciones	109
6.2.3.2.1.	Diseños de Puestos	109
6.2.3.2.1.1.	Descripción del Puesto	110
6.2.3.2.1.2.	Análisis del Puesto	110
6.2.3.2.1.3.	Evaluación de Puesto	111
6.2.3.2.1.3.1.	Método de Evaluación por Puntos	111
6.2.4.	Sistema de Retribución	134
6.2.4.1.	Remuneración Fija	134
6.2.4.2.	Prestaciones Sociales	135

CAPÍTULO VII

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

7.	Introducción	136
7.1.	Inversiones	136
7.1.1.	Inversión Fija	136
7.1.1.1.	Inversión en Terreno e Infraestructura	137
7.1.1.2.	Inversión en Equipos	137
7.1.1.3.	Inversión en Muebles, Enseres y Equipos de Oficina	138
7.1.1.4.	Inversión en Instalaciones	139

ÍNDICE GENERAL

7.1.1.5.	Inversión en Letrero	139
7.1.1.6.	Inversión en Vehículo	139
7.1.2.	Inversión Diferida	140
7.1.2.1.	Inversión en Gastos Legales	140
7.1.2.2.	Inversión en Gastos de Investigación	141
7.1.2.3.	Inversión en Gastos de Organización	141
7.1.3.	Capital de Operaciones	143
7.1.3.1.	Gastos en Insumos	143
7.1.3.2.	Gastos en Servicios Básicos	144
7.1.3.3.	Gastos en Combustible	145
7.1.3.4.	Gastos en Internet	145
7.1.3.5.	Sueldos y Salarios	146
7.1.3.6.	Gastos en Alquiler	146
7.1.4.	Cronograma de Inversión	147
7.2.	Financiamiento	148
7.2.1.	Financiamiento Interno	149
7.2.2.	Financiamiento Externo	149
7.2.3.	Estructura de Financiamiento	150
7.2.3.1.	Préstamo	150
7.2.3.2.	Interés Pre – Operativo	151
7.2.3.3.	Estructura Final de Financiamiento	152
7.2.3.4.	Servicio a la Deuda	152

CAPÍTULO VIII

INGRESOS Y COSTOS DEL PROYECTO

8.	Introducción	153
8.1.	Ingresos del Proyecto	153
8.1.1.	Precio de Venta	153

ÍNDICE GENERAL

8.1.2.	Ingresos Proyectados	155
8.2.	Costos del Proyecto	155
8.2.1.	Costos Según su Variabilidad	156
8.2.1.1.	Costos Variables	156
8.2.1.1.1.	Mano de Obra Directa	156
8.2.1.1.2.	Gastos en Insumos	157
8.2.1.1.3.	Gastos en Servicios Básicos	158
8.2.1.2.	Costos Fijos	158
8.2.1.2.1.	Mano de Obra Directa	158
8.2.1.2.2.	Gastos en Material de Oficina	159
8.2.1.2.3.	Gastos en Material de Limpieza	160
8.2.1.2.4.	Gastos en Combustible	160
8.2.1.2.5.	Gastos en Seguro	161
8.2.1.2.6.	Gastos en Publicidad	161
8.2.1.2.7.	Gastos en Alquiler	162
8.2.1.2.8.	Gastos en Internet	162
8.2.1.2.9.	Gastos en Uniformes	162
8.2.1.2.10.	Mantenimiento de Activos Fijos	163
8.2.1.2.11.	Depreciación de Activos	163
8.2.1.2.12.	Amortización de Activos Diferidos	164
8.2.1.2.13.	Intereses	164
8.2.2.	Costos Anuales Proyectados	166
8.2.3.	Impuestos	167

CAPÍTULO IX ESTADOS FINANCIEROS

9.	Introducción	168
9.1.	Estados de Pérdidas y Ganancias	168

ÍNDICE GENERAL

9.2.	Balance General	170
9.2.1.	Estado de Fuentes y Uso de Fondos	171

CAPÍTULO X EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA

10.	Introducción	172
10.1.	Tipos de Evaluación	172
10.1.1.	Evaluación Económica	172
10.1.2.	Evaluación Financiera	173
10.1.3.	Flujo de Caja	173
10.1.3.1.	Flujo de Caja Económico	173
10.1.3.2.	Flujo de Caja Financiera	174
10.2.	Indicadores	175
10.2.1.	Valor Actual Neto (VAN)	175
10.2.2.	Tasa Interno de Retorno (TIR)	176
10.2.3.	Apalancamiento Financiero	177
10.2.4.	Periodo de Recuperación de Capital	178
10.2.5.	Relación Costo – Beneficio	179
10.2.6.	Punto de Equilibrio	179
10.3.	Análisis de Sensibilidad	181

CAPÍTULO XI CONCLUSIONES

11.	Conclusiones	183
11.1.	Conclusiones del Estudio de Mercado	183
11.2.	Conclusiones Estratégicas	183
11.3.	Conclusiones Financieras	184