

# ÍNDICE DE CONTENIDO

## **CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN**

1. Introducción	1
1.1. Proceso creativo	2
1.1.1. Lluvia de Ideas	2
1.1.2. Evaluación de Ideas	3
1.1.3. Descripción de la Idea seleccionada	5
1.1.4. Introducción al nombre de la empresa	6
1.2. Antecedentes del proyecto	8
1.3. Justificación del proyecto	8
1.3.1. Justificación Teórica	9
1.3.2. Justificación Metodológica	9
1.3.3. Justificación Económica	9
1.3.4. Justificación Social	10
1.4. Objetivos del proyecto	10
1.5. Alcances	11
1.5.1. Alcance Espacial	11
1.5.2. Alcance Temporal	12
1.5.3. Alcance Temático	12

## **CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO**

2. Estudio de Mercado	13
2.1. Definición y objetivos del estudio de mercado	13
2.1.1. Definición	13
2.1.2. Objetivos del Estudio de Mercado	13
2.2. Principales aspectos relacionados al estudio de mercado	14
2.2.1. Descripción del servicio principal y servicio secundario	15
2.2.2. Usos del producto y/o servicio	17
2.2.3. Análisis de la oferta	18
2.2.4. Análisis de la demanda	21
2.2.4.1. Demanda en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra	21

2.2.4.2.	Plan de Muestreo para Investigación de Mercado	22
2.2.4.3.	Resultados del Estudio de Mercado	22
2.2.5.	Análisis de la oferta y demanda	26
2.2.5.1.	Oferta y demanda histórica	26
2.2.5.2.	Oferta y demanda proyecto	27
2.2.6.	Análisis del precio	29
2.2.6.1.	Definición	29
2.2.7.	Análisis de la comercialización	29
2.2.8.	Análisis del macro-ambiente	30
<b>CAPÍTULO 3: TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO</b>		
3.	Tamaño y Localización del proyecto	31
3.1.	Objetivos	31
3.2.	Tamaño del proyecto	31
3.2.1.	Definición	31
3.2.2.	Factores que determinan el tamaño	32
3.2.2.1.	Dimensión y características del Mercado	32
3.2.2.2.	Tecnología del proceso productivo	33
3.2.2.3.	Disponibilidad de Insumos y materia prima	33
3.2.2.4.	Costos de Inversión y de operación	33
3.2.2.5.	Financiamiento del proyecto	34
3.2.3.	Tamaño proyectado	34
3.3.	Localización del proyecto	36
3.3.1.	Definición	36
3.3.2.	Macro-localización	36
3.3.3.	Micro-localización	36
<b>CAPÍTULO 4: ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA</b>		
4.	Estrategia y Mercadotecnia	37
4.1.	Introducción	37
4.2.	Objetivos del área	39
4.3.	Establecimiento de la Dirección Estratégica	39
4.4.	análisis ambiental y competitivo	39

4.5.	Formulación de la Estrategia	39
4.6.	Plan de mercadotecnia	39
4.7.	Plan de mercadotecnia	39
4.8.	Mezcla mercadotecnia	39

## **CAPÍTULO 5: INGENIERÍA DEL PROYECTO**

5.	Ingeniería del proyecto	40
5.1.	Objetivos	40
5.2.	Definición	41
5.3.	Diferencia entre producto y servicio	41
5.4.	Análisis del proceso de producción/servucción	42
5.5.	Requerimientos	42
5.5.1.	Inversión fija	43
5.5.1.1.	Definición	43
5.5.2.	Inversión diferida	47
5.5.2.1.	Definición	47
5.5.3.	Inversión inicial en capital de trabajo/operaciones	50
5.6.	Costos de producción	50
5.7.	Cronograma de Implementación	53

## **CAPÍTULO 6: ORGANIZACIÓN**

6.	Organización	54
6.1.	Organización general	54
6.2.	Organigrama	54
6.3.	Departamentalización	54

## **CAPÍTULO 7: INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

7.	Inversiones y Financiamiento	56
7.1.	Objetivos	56
7.2.	Inversiones	57
7.2.1.	Componentes de la Inversión Fija	57
7.2.2.	Componentes de la inversión Diferida	61
7.2.3.	Capital de Trabajo/Operaciones	63
7.2.4.	Inversiones de reemplazo/reposición	66

7.2.5. Cronograma de inversiones	67
7.3. Financiamiento	69
7.3.1. Financiamiento con Aporte Propio	71
7.3.2. Financiamiento mediante Préstamo/otros	72
7.3.2.1. Condiciones del préstamo	74
7.3.2.2. Amortización	76

## **CAPÍTULO 8: INGRESOS Y COSTOS / GASTOS DEL PROYECTO**

8. Ingresos y Costos / Gastos del Proyecto	77
8.1. Objetivos	77
8.2. Ingresos del proyecto	78
8.2.1. Precio de venta	78
8.2.2. Ingresos proyectados	80
8.3. Costos del proyecto	83
8.3.1. Clasificación de costos por objeto del gasto	84
8.3.1.1. Costos Directos	84
8.3.1.2. Costos Indirectos	85

## **CAPÍTULO 9: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS**

9. Estados Financieros proyectados	87
9.1. Balance General	87
9.2. Estado de Resultados	89
9.2.1. Estado de Resultados por objeto del gasto	89
9.3. Fuentes y Usos de Fondos proyectados	91

## **CAPÍTULO 10: EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA, TÉCNICO-ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO**

10. Evaluación económica, financiera, técnico-administrativa del proyecto	93
10.1. Tipos de Evaluación	94
10.1.1. Evaluación económica	94
10.1.2. Evaluación financiera	95
10.1.3. Flujo de Caja	95
10.1.3.1. Flujo de caja Económico	96
10.1.3.2. Flujo de caja Financiero	96

<b>10.1.3.3.</b>	<b>Evaluación técnico-administrativa</b>	<b>97</b>
<b>10.2.</b>	<b>Indicadores</b>	<b>97</b>
<b>10.2.1.</b>	<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	<b>98</b>
<b>10.2.2.</b>	<b>Tasa Interna de Retorno (TIR)</b>	<b>102</b>
<b>10.2.3.</b>	<b>Apalancamiento Financiero</b>	<b>105</b>
<b>10.2.4.</b>	<b>Periodo de Recuperación del Capital</b>	<b>106</b>
<b>10.2.5.</b>	<b>Relación Beneficio-Costo</b>	<b>107</b>
<b>10.2.6.</b>	<b>Punto de equilibrio</b>	<b>109</b>
<b>10.3.</b>	<b>Análisis de sensibilidad</b>	<b>110</b>