

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I	PÁG
1. INTRODUCCION	1
1.1. PROCESO CREATIVO	2
1.1.1. LLUVIA DE IDEAS	2
1.1.2. EVALUACIÓN Y FILTRACIÓN DE IDEAS	2
1.1.3. ELECCIÓN DEL NOMBRE DE LA EMPRESA	4
1.2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	5
1.3. JUSTIFICACION DEL PROYECTO	7
1.4. OBJETIVOS DE LA EMPRESA	8
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	8
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
1.5. ALCANCE	10
CAPÍTULO II	
2. ESTUDIO DE MERCADO	12
2.1. DEFINICION Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	12
2.1.1. DEFINICION	12
2.1.2. OBJETIVO	12
2.2. PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO	13
2.2.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO PRINCIPAL Y SUB-SERVICIOS	13
2.2.2. CARACTERISTICAS DEL SERVICIO	18
2.2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL SERVICIO	15
2.2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL SERVICIO	18

2.2.5.	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL SERVICIO	22
2.2.6.	ANÁLISIS DEL PRECIO	24
2.2.7.	ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN:	25
2.2.8.	ANÁLISIS DEL MACRO-AMBIENTE.	26

CAPÍTULO III

3.	TAMAÑO Y LOCALIZACION DEL PROYECTO	33
3.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO.	33
3.1.1.	FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO.	33
3.1.2.	TAMAÑO PROYECTADO.	37
3.2.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	38
3.2.1.	MACRO-LOCALIZACIÓN	38
3.2.2.	DETERMINACIÓN DE LA MICRO LOCALIZACIÓN.	40

CAPÍTULO IV

4.	ESTRATEGIA Y MARKETING	43
4.1.	INTRODUCCION	43
4.2.	OBJETIVOS DEL CAPITULO	43
4.3.	ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCION ESTRATEGICA	44
4.3.1.	MISIÓN	44
4.3.2.	VISIÓN	45
4.3.3.	VALORES	46
4.4.	ANALISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO	46
4.4.1.	LAS CINCO FUERZAS DEL DIAMANTE DE PORTER	49
4.4.2.	CADENA DE VALOR	50

4.5. FORMULACION DE LA ESTRATEGIA	53
4.6. PLAN DE MERCADOTECNIA	53
4.6.1. OBJETIVOS DEL PLAN.	54
4.6.2. ESTRATEGIAS	54
4.7. MEZCLA DE MARKETING DE SERVICIOS	54
CAPÍTULO V	
5. INGENIERÍA DEL PROYECTO	64
5.1. ANALISIS DEL PROCESO DE SERVUCCION	64
5.1.1. DIAGRAMA DE FLUJO	64
5.2. REQUERIMIENTOS	64
5.2.1. REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN FIJA	64
5.2.2. REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN DIFERIDA	69
5.2.3. INVERSIÓN EN CAPITAL DE OPERACIONES	71
CAPÍTULO VI	
6. ORGANIZACION	73
6.1. ORGANIZACIÓN GENERAL	73
6.1.1. RAZÓN SOCIAL	74
6.1.1.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	75
6.2. ORGANIGRAMA	77
CAPÍTULO VII	
7. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	79

7.1. INVERSIONES	79
7.1.1. COMPONENTES DE LA INVERSIÓN FIJA.	79
7.1.2. COMPONENTES DE LA INVERSIÓN DIFERIDA.	82
7.1.3. CAPITAL DE TRABAJO	84
7.1.4. INVERSIONES DE REPLAZO / REPOSICIÓN	85
7.1.5. CRONOGRAMA DE INVERSIONES	86
7.2. FINANCIAMIENTO	87
7.2.1. FINANCIAMIENTO CON APORTE PROPIO	88
7.2.2. FINANCIAMIENTO CON APORTE EXTERNO	88
7.2.2.1. CONDICIONES DEL PRÉSTAMO.	89
7.2.2.2. AMORTIZACIÓN	89
CAPÍTULO VIII	
8. INGRESOS Y COSTOS DEL PROYECTO	91
8.1. INGRESOS DEL PROYECTO	91
8.1.1. PRECIO DE VENTA.	91
8.1.2. INGRESOS PROYECTADOS	92
8.2. COSTOS DEL PROYECTO	93
8.2.1. CLASIFICACIÓN DE COSTOS SEGÚN SU VARIABILIDAD	93
8.2.1.1. COSTOS VARIABLES	94
8.2.1.2. COSTOS FIJOS	94
8.2.1.3. CALCULO DE LA DEPRECIACIÓN	95
CAPÍTULO IX	
9. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	99

9.1. BALANCE GENERAL	99
9.2. ESTADO DE RESULTADOS	101
9.3. FUENTES Y USOS DE FONDOS PROYECTADOS	103

CAPÍTULO X

10. EVALUACION ECONÓMICA, FINANCIERA, TÉCNICO-ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA	104
10.1. TIPOS DE EVALUACION	104
10.1.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA.	104
10.1.2. EVALUACIÓN FINANCIERA	104
10.1.3. FLUJO DE CAJA	105
10.1.3.1. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	105
10.1.3.2. FLUJO DE CAJA FINANCIERO	106
10.2. INDICADORES	106
10.2.1. VALOR ACTUAL NETO	107
10.2.2. TASA INTERNA DE RETORNO	108
10.2.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	108
10.2.4. RELACIÓN BENEFICIO – COSTO	109
10.2.5. PUNTO DE EQUILIBRIO	110
10.3. ANALISIS DE SENSIBILIDAD	110

CAPÍTULO XI

11. CONCLUSIONES GENERALES	112
----------------------------	-----