

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I

1.	Introducción.....	1
1.1.	Proceso creativo.....	1
1.1.1	Lluvia de ideas.....	2
1.1.2	Evaluación y filtración de las ideas.....	3
1.1.3	Elección del nombre de la empresa.....	4
1.2.	Antecedentes del proyecto.....	5
1.3.	Justificación del proyecto.....	6
1.3.1.	Justificación Metodológica.....	6
1.3.2.	Justificación Técnica.....	6
1.3.3.	Justificación Económica.....	6
1.3.4.	Justificación Personal.....	6
1.4.	Objetivos del proyecto.....	7
1.4.1.	Objetivo General.....	7
1.4.2.	Objetivos Específicos.....	7
1.5.	Alcances.....	8
1.5.1.	Alcance Temporal.....	8
1.5.2.	Alcance Geográfico.....	8
1.5.3.	Alcance Sustantivo.....	8

CAPÍTULO II

2.	Estudio de Mercado.....	9
2.1.	Definición y Objetivos del estudio de mercado.....	9
2.2.	Principales aspectos relacionados al estudio de mercado.....	9
2.2.1	Descripción del servicio principal y sub servicios.....	9
2.2.2.	Usos del servicio.....	13
2.2.3	Análisis de la oferta.....	13
2.2.4	Análisis de la demanda.....	14

2.2.5	Análisis de la oferta y demanda.....	18
2.2.5.1.	Oferta y demanda histórica.....	18
2.2.5.2.	Balance Oferta y demanda proyectada.....	18
2.2.6	Análisis de precios.....	21
2.2.7	Análisis de la comercialización.....	22
2.2.8	Análisis del macro ambiente.....	22

CAPÍTULO III

3.	Tamaño y Localización del Proyecto.....	24
3.1	Tamaño del Proyecto.....	24
3.1.1	Factores que determinan el tamaño.....	24
3.1.2	Tamaño Proyectado.....	25
3.2.1	Macro-Localización.....	27
3.2.2	Micro-Localización.....	28

CAPÍTULO IV

4.	Estrategia y Mercadotecnia.....	35
4.1	Introducción.....	35
4.2	Objetivos del área.....	35
4.3	Establecimiento de la dirección estratégica.....	35
4.3.1	Misión.....	36
4.3.2	Visión.....	37
4.3.4	Valores y principios institucionales.....	38
4.4	Análisis ambiental y competitivo.....	40
4.4.1	Análisis del macro ambiente externo.....	40
4.4.2	Análisis del micro ambiente externo.....	45
4.5	Formulación de la estrategia.....	53
4.5.1	Estrategia genérica de la organización.....	53
4.6	Plan de Mercadotecnia.....	54
4.6.1	Objetivos del área de marketing.....	54
4.6.2	Selección del mercado objetivo.....	55

7.1.3.	Capital de Operaciones.....	86
7.1.5.	Cronograma de Inversiones:	90
7.2.	Financiamiento	93
7.2.1.	Financiamiento con Aporte Propio	93
7.2.2.	Financiamiento mediante Préstamo/ otros	94
7.2.2.1.	Calculo del Interés Pre-Operativo	94
7.2.2.2.	Condiciones del Préstamo.....	95
7.2.2.3.	Amortización.....	95

CAPÍTULO VIII

8.	Ingresos y Costos del Proyecto	97
8.1.	Ingresos del Proyecto	97
8.1.1.	Precio de venta.....	97
8.1.2.	Ingresos Proyectados	98
8.2.	Costos del Proyecto.....	99
8.2.1.	Clasificación de costos por objeto del gasto	99
8.2.1.1.	Costo Variable.....	99
8.2.1.2.	Costos fijos	100
8.2.2.	Cálculo de la Depreciación.....	100
8.2.2.3.	Costos Anuales Proyectados	102

CAPÍTULO IX

9.	Estados Financieros Proyectados	103
9.1.	Balance General.....	103
9.2.	Estado de Resultado.....	104
9.3.	Cuadro de Fuentes y Usos de Fondos	105

CAPÍTULO X

10.	Evaluación, económica, financiera, técnico-administrativa del proyecto	107
	Introducción.....	107
10.1.	Tipos de Evaluación.....	107

7.1.3.	Capital de Operaciones.....	86
7.1.5.	Cronograma de Inversiones:	90
7.2.	Financiamiento	93
7.2.1.	Financiamiento con Aporte Propio	93
7.2.2.	Financiamiento mediante Préstamo/ otros	94
7.2.2.1.	Calculo del Interés Pre-Operativo	94
7.2.2.2.	Condiciones del Préstamo.....	95
7.2.2.3.	Amortización.....	95

CAPÍTULO VIII

8.	Ingresos y Costos del Proyecto	97
8.1.	Ingresos del Proyecto	97
8.1.1.	Precio de venta	97
8.1.2.	Ingresos Proyectados	98
8.2.	Costos del Proyecto.....	99
8.2.1.	Clasificación de costos por objeto del gasto	99
8.2.1.1.	Costo Variable.....	99
8.2.1.2.	Costos fijos	100
8.2.2.	Cálculo de la Depreciación.....	100
8.2.2.3.	Costos Anuales Proyectados	102

CAPÍTULO IX

9.	Estados Financieros Proyectados	103
9.1.	Balance General	103
9.2.	Estado de Resultado.....	104
9.3.	Cuadro de Fuentes y Usos de Fondos	105

CAPÍTULO X

10.	Evaluación, económica, financiera, técnico-administrativa del proyecto	107
	Introducción.....	107
10.1.	Tipos de Evaluación.....	107

10.1.1.	Evaluación económica.....	107
10.1.2.	Evaluación Financiera	107
10.1.3.	Flujo de caja.....	108
10.1.3.1.	Flujo de caja Económico	108
10.1.3.2.	Flujo de caja Financiero.....	108
10.2.	Indicadores	109
10.2.1.	Valor Actual Neto (VAN)	109
10.2.2.	Tasa Interna de Retorno.....	111
10.2.3.	Rentabilidad.....	112
10.2.4.	Tiempo de Recuperación de Capital.....	112
10.2.5.	Punto de Equilibrio.....	113
10.3.	Análisis de Sensibilidad	114

CAPÍTULO XI

11.1	Conclusiones	116
11.2.	Recomendaciones	118
	Bibliografía.....	119

ANEXOS