

ÍNDICE

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. PROCESO CREATIVO	1
1.1.1. Lluvia de ideas	2
1.1.2. Evaluación y Filtración de ideas	2
1.1.3. Elección y evaluación del nombre de la empresa	3
1.2 ANTECEDENTES DEL PROYECTO.....	4
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	9
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO	9
1.4.1. Objetivo General.....	9
1.4.2. Objetivos Específicos.....	9
1.5. ALCANCES.....	10
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	11
2.1. DEFINICIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	11
2.1.1. Objetivo General del Estudio de Mercado	11
2.1.2. Objetivos Específicos.....	11
2.2. PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO .12	
2.2.1 Descripción del producto/ servicio	12
2.2.2. Usos del Servicio	12
2.2.3. Análisis de la Oferta.....	13
2.2.4. Análisis de la Demanda.....	14
2.2.4.1. Análisis del consumidor.....	15
2.2.4.2. Análisis del consumidor virtual	17
2.2.5 Determinación de la Demanda Insatisfecha.....	21
2.2.5.1 Mercado Disponible.....	21
2.2.5.2 Mercado Atendido.....	21
2.2.5.3 Mercado Potencial.....	22
2.2.5.4 Demanda Insatisfecha	23
2.2.5.5 Proyección de la Demanda Insatisfecha.....	23
2.2.6 Análisis del precio.....	25
2.2.7. Análisis de Comercialización.....	27
2.2.7.1. Estrategias Comerciales	27
2.2.7.2. Publicidad.....	27
2.2.7.3. Canales de Distribución	28
2.2.8. Análisis del Macro-Ambiente	28
2.3. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	31

CAPÍTULO III: TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	32
3.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	32
3.1.1. Objetivos del tamaño y localización del proyecto	32
3.1.2. Factores que determinan el tamaño.....	32
3.1.3. Tamaño proyectado.....	33
3.2. DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	34
3.2.1. Macro localización.....	34
3.2.2. Micro localización.....	36
3.2.3. Micro localización virtual	38
3.3. CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	41
CAPÍTULO IV: ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA	42
4.1. INTRODUCCIÓN	42
4.2. OBJETIVOS DEL ÁREA.....	42
4.3. ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.....	42
4.3.1 Misión de la Empresa.....	43
4.3.2 Visión de la Empresa	43
4.3.3 Objetivos Organizacionales	44
4.3.3.1 Objetivo General	44
4.3.3.2 Objetivos Específicos.....	44
4.3.4. Valores de la Empresa.....	44
4.4. ANÁLISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO.....	45
4.4.1. Modelo de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter	45
4.4.2 Factores Claves del Éxito.....	47
4.4.3 Análisis F.O.D.A.....	48
4.5 FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA	49
4.5.1 Estrategia de Diferenciación	49
4.5.2. Sostenimiento de la estrategia.....	51
4.5.3. Cadena de Valor.....	52
4.6 PLAN DE MERCADOTECNIA	53
4.6.1 Determinación de Objetivos.....	53
4.6.1.1 Objetivos de Mercadotecnia.....	53
4.6.2 Mercado Objetivo	53
4.6.3 Competencia.....	54
4.6.4 Logotipo	54
4.7 MEZCLA DE MERCADOTECNIA	55
4.7.1. Servicio	55
4.7.2 Plaza.....	56
4.7.3 Precio	57
4.7.4 Mezcla Promocional	58
4.7.4.1 Promoción de Ventas	58

4.7.4.2 Publicidad.....	59
4.7.5 Personas	61
4.7.6 Procesos	61
4.7.7 Evidencia Física	62
4.8. CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO DE ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA.....	62
CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	63
5.1. INTRODUCCIÓN	63
5.2. ANÁLISIS DEL PROCESO DE SERVICIO.....	63
5.2.1 Diagrama del proceso del servicio	63
5.2.1.1. Proceso abastecimiento	65
5.2.1.2. Proceso del servidor.....	65
5.2.1.3. Proceso del servicio	66
5.4. LAY OUT O DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	67
5.5. REQUERIMIENTOS.....	68
5.5.1. Inversión Fija	68
5.5.1.1. Requerimiento de Transporte.....	68
5.5.1.2. Requerimientos en Equipos de Computación	68
5.5.1.3. Requerimientos de Muebles y Enseres	69
5.5.1.4. Requerimientos maquinaria de almacén	70
5.5.2. Inversión Diferida	70
5.5.2.1. Gastos en estudio de factibilidad	70
5.5.2.2. Gastos de organización	70
5.5.2.3 Software de la página web, sistema de control de inventarios, ventas y hosting..	71
5.5.2.4 Acondicionamiento del local	71
5.5.2.5 Gastos de publicidad de lanzamiento.....	71
5.5.2.6 Interés pre-operativo	71
5.5.2.7 Imprevistos.....	71
5.5.3 Inversión Inicial en Capital de Operaciones	72
5.5.3.1 Caja y Bancos.....	72
5.5.3.2. Sueldos y Salarios	74
5.5.3.3 Requerimiento de uniforme	74
5.5.3.4. Requerimiento de trabajo	75
5.5.3.5 Requerimiento de alquiler.....	75
5.5.3.6 Requerimiento de Servicios Básicos.....	75
5.5.3.7 Gasto por servicio de transacciones	76
5.5.3.8 Requerimiento de material de escritorio	76
5.6 COSTO DE PRODUCCIÓN	77
5.6.1 Requerimiento de Inventario.....	77
5.6.2 Mantenimiento	77
5.6.3 Requerimiento de Combustible.....	78

5.6.4 Seguros.....	78
5.7 CALENDARIO DE SERVICIO.....	78
5.8 CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO INGENIERÍA DEL PROYECTO	79
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN.....	80
6.1. ORGANIZACIÓN GENERAL	80
6.1.1. Organización Jurídica	80
6.1.1.1. Elección de la Organización Societaria Conveniente	80
6.1.2. Proceso de Organización Legal de la Empresa	81
6.1.3. Proceso de Organización Administrativa.....	82
6.2. ORGANIGRAMA	82
6.3 DEPARTAMENTALIZACION	83
6.4 CONCLUSIÓN DEL CAPITULO DE ORGANIZACIÓN	84
CAPÍTULO VII: INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	85
7.1 INVERSIONES	85
7.1.1 Componentes de la Inversión Fija.....	85
7.1.2 Componentes de la Inversión Diferida.....	85
7.1.3 Componentes de la Inversión en Capital de Trabajo	86
7.1.4 Inversiones de Reemplazo/Reposición	87
7.1.5 Cronograma de Inversiones	87
7.2 FINANCIAMIENTO	88
7.2.1 Financiamiento con Aporte Propio	88
7.2.2 Financiamiento mediante Préstamo	88
7.2.3 Condiciones del Préstamo	89
7.2.4 Amortización.....	89
7.3 CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....	90
CAPÍTULO VIII: INGRESOS Y COSTOS.....	91
8.1 INGRESOS DEL PROYECTO	91
8.1.1 Ingresos proyectados.....	91
8.2 COSTOS DEL PROYECTO	92
8.2.1 Clasificación de los Costos según su variabilidad	92
8.2.1.1. Costos Variables	92
8.2.1.2. Costos Fijos.....	92
8.2.1.3 Cálculo de la Depreciación	93
8.2.1.3.1 Cálculo de la Depreciación de la Inversión Fija	93
8.2.1.3.2 Cálculo de la Depreciación de la Inversión Diferida	94
8.2.1.4 Costos Anuales Proyectados	94
8.3. CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO INGRESOS Y COSTOS	95

CAPÍTULO IX: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	96
9.1 ESTADO DE RESULTADOS.....	96
9.1.1 Estado de Resultados por su Variabilidad.....	96
9.2 FUENTES Y USO DE FONDOS PROYECTADO	97
9.3 CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	98
CAPÍTULO X: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	99
10.1 Tipos de Evaluación.....	99
10.1.1 Evaluación económica	99
10.1.2 Evaluación Financiera.....	99
10.1.2.1. Cálculo del Flujo Productivo sin financiamiento.....	99
10.1.2.2. Cálculo del Flujo de Caja Económico.....	99
10.1.2.3 Cálculo del Flujo Productivo con financiamiento.....	100
10.1.2.4 Cálculo del Flujo de Caja Financiero.....	100
10.2 Indicadores.....	101
10.2.1 Costo Ponderado del Capital.....	101
10.2.2 Valor Actual Neto (VAN).....	101
10.2.3 Tasa Interna de Retorno	103
10.2.4 Relación Beneficio-Costo sin financiamiento.....	103
10.2.5 Periodo de Recuperación de Capital	104
10.3 PUNTO DE EQUILIBRIO	104
10.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	105
10.4.1. Sensibilidad a la disminución de los ingresos.....	106
10.4.2. Sensibilidad al incremento de los costos.....	106
10.5 CONCLUSIÓN DEL CAPÍTULO EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	107
CONCLUSIONES.....	108
RECOMENDACIONES.....	110