

Capítulo I: INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Proceso Creativo.....	2
1.1.1 Lluvia de ideas.....	2
1.2 Evaluación y filtración de ideas.....	3
1.2.1 Elección y evaluación del nombre de la empresa.....	4
1.3 Antecedentes del Proyecto.....	5
1.4 Justificación del proyecto.....	8
1.5 Objetivos del Proyecto.....	9
1.6 Alcance del proyecto.	9

Capítulo II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Definición y objetivos del estudio de mercado.....	11
2.2 Principales aspectos relacionados al estudio de mercado.....	12
2.2.1 Descripción del producto.....	13
2.2.2 Usos del producto.....	14
2.2.3 Análisis de la oferta	14
2.2.3.1 Oferta histórica.....	15
2.2.3.2 Oferta proyectada.....	16
2.2.4 Análisis de la demanda.....	17
2.2.4.1 Demanda histórica.....	20
2.2.4.2 Demanda del proyecto.....	21
2.2.5 Balance oferta- demanda.....	22
2.2.5.1 Análisis del macro ambiente.....	22
2.2.6 Análisis del precio.....	24

2.2.7 Análisis de la comercialización.....	25
Capítulo III: TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	
3.1 Objetivos del tamaño y localización del proyecto.....	26
3.1 Tamaño del Proyecto.....	26
3.1.1 Factores que determinan el Tamaño.....	27
3.2 Localización del proyecto.....	29
3.2.2 Micro Localización.....	33
Capítulo IV: MERCADOTECNIA	
4.1 Introducción.....	35
4.2 Objetivos del área.....	35
4.3 Establecimiento de la dirección estratégica.....	35
4.3.1 Misión de la empresa.....	36
4.3.2 Visión de la empresa.....	36
4.3.3 Valores de la empresa.....	37
4.3.4 Objetivos estratégicos.....	37
4.3.5 Objetivos Financieros.....	37
4.4 Análisis ambiental competitivo.....	37
4.5 Plan de mercadotecnia.....	38
4.6 Formulación de la estrategia.....	38
4.7 Mezcla de mercadotecnia.....	41
4.7.1 Producto.....	41
4.7.2. Marca.....	42
4.7.2.1 Nombre.....	43
4.7.2.2 Logotipo.....	43
4.7.2.3 Slogan.....	44

4.7.2.4 Paquetes.....	44
4.7.3 Precio.....	45
4.7.4 Distribución.....	45
4.7.5 Promoción y publicidad.....	46

Capítulo V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.1 Introducción a la ingeniería del proyecto.....	49
5.1 Análisis del proceso de producción.....	51
5.1.1 Proceso de producción.....	52
5.1.2 Infraestructura.....	52
5.2 Requerimiento técnicos y monetarios.....	53
5.2.1 Inversión fija.....	53
5.2.1.1 Requerimiento de terreno.....	53
5.2.1.2 Requerimiento de edificación.....	53
5.2.1.3 Requerimiento de muebles y enseres.....	54
5.2.1.4 Requerimiento de maquinaria.....	56
5.2.1.5 Requerimiento de equipo de apoyo.....	57
5.2.1.6 Requerimiento de seguridad e higiene.....	58
5.2.1.7 Requerimiento de instalaciones.....	59
5.2.1.8 Requerimiento de vehículo.....	59
5.2.2 Inversión diferida.....	59
5.2.2.1 Estudio de mercado.....	59
5.2.2.2 Gastos legales.....	60
5.2.2.3 Capacitación.....	60
5.2.2.4 Gastos de lanzamiento y apertura.....	60
5.2.2.5 Intereses.....	60

5.2.2.6 Imprevistos.....	60
5.2.3 Inversión inicial en capital de trabajo.....	61
5.3 Programa de Producción.....	62
Capítulo VI: ORGANIZACIÓN	
6.1 Introducción.....	64
6.1 Organización general.....	64
6.1.1 Organización jurídica.....	64
6.1.2 Organización interna.....	65
6.1.2.1 Objetivos del área de recursos humanos.....	65
6.2 Organigrama.....	66
6.2.1 Reclutamiento del personal.....	66
6.2.2 Selección del personal.....	67
6.2.3 Contratación del personal.....	67
6.2.4 Capacitación del personal.....	68
6.2.5 Motivación del personal.....	68
6.3 Departamentalización.....	68
Capítulo VII: INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	
7.1 Inversiones.....	70
7.1.1 Componentes de la inversión fija.....	70
7.1.2 Componentes de la inversión diferida.....	70
7.1.3 Capital de trabajo/operaciones.....	71
7.1.4 Cronograma y estructura de inversiones.....	73
7.2 Financiamiento.....	73
7.2.1 Servicio a la deuda.....	74

Capítulo VIII: INGRESOS Y COSTOS

8.1: Ingresos de proyecto.....	76
8.1.1 Cronograma de ventas.....	76
8.1.2 Precios de venta.....	76
8.1.3 Ingresos proyectados.....	77
8.2 Costo de proyecto.....	78
8.2.1 Clasificación de costo según su variabilidad.....	78
8.2.1.1 Costos variables.....	78
8.2.1.2 Costos fijos.....	78
8.2.1.3 Cálculo de la depreciación.....	79
8.2.1.4 Cálculo del costo unitario de producción.....	79
8.2.1.5 Costos anuales proyectados.....	81

Capítulo IX: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

9.1: Balance general.....	82
9.2 Estado de resultados.....	83
9.3 Flujo de fuentes y usos de fondos.....	83

Capítulo X: EVALUACIÓN, ECONÓMICA, FINANCIERA, TÉCNICO-ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

10.1 Tipos de evaluación.....	85
10.1.1 Evaluación económica.....	85
10.1.2 Evaluación financiera.....	85
10.1.3 Flujo de caja proyectado.....	85
10.1.3.1 Flujo de caja económico.....	86
10.1.3.2 Flujo de caja financiero.....	86
10.2 Indicadores.....	87

10.2.1 Valor actual neto VAN.....	87
10.2.2 Tasa interna de retorno TIR.....	89
10.2.3 Apalancamiento financiero.....	89
10.2.4 Periodo de recuperación del capital.....	90
10.2.5 Punto de equilibrio.....	91
10.3 Análisis de sensibilidad.....	92
10.4 Conclusiones y decisiones finales.....	93
BIBLIOGRAFÍA.....	96
ANEXOS.....	98
ÍNDICE DE CUADROS.	
Cuadro 1.1: Lluvia de ideas.....	3
Cuadro 1.2: Evaluación y filtración de las ideas.....	4
Cuadro 1.3: Evaluación y elección del nombre de la empresa.....	5
Cuadro 2.1: Estimación de la oferta.....	16
Cuadro 2.2: Estimación de la oferta proyectada.....	17
Cuadro 2.3: Variable de estimación de la demanda.....	20
Cuadro 2.4: Estimación de la demanda histórica.....	21
Cuadro 2.5: Estimación de la demanda proyectada.....	21
Cuadro 2.6: Estimación de la demanda insatisfecha.....	22
Cuadro 2.7: Análisis del precio de la competencia.....	24
Cuadro 3.1: Determinación de la capacidad.....	26
Cuadro 3.2: Proyección de la producción.....	27
Cuadro 3.3: Participación de la producción del proyecto a cubrir la demanda.....	28
Cuadro 3.4: Estructura del financiamiento.....	28
Cuadro 3.5 Ponderación de factores de macro-localización sucursal.....	32