

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	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 Y EVALUACIÓN DEL NOMBRE DE LA EMPRESA .....	4
1.2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO.....	4
1.2.1. ARTESANÍA .....	4
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	5
1.3.1. JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA.....	5
1.3.2. JUSTIFICACIÓN TÉCNICA .....	5
1.3.3. JUSTIFICACIÓN SOCIAL .....	6
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	6
1.4.1. OBJETIVO GENERAL .....	6
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	6
1.5. ALCANCES.....	7
1.5.1. ALCANCE SUSTANTIVO .....	7
1.5.2. ALCANCE ESPACIAL .....	8
1.5.3. ALCANCE TEMPORAL.....	8
1.5.4. ALCANCE TEMÁTICO.....	8
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO PARA EL EMPRENDIMIENTO ESPECÍFICO</b> ....	9
2.1. DEFINICIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	9
2.1.1. DEFINICIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	9

2.1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	9
2.1.2.1. OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	9
2.1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	9
2.2. PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO .....	11
2.2.1. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS PRINCIPALES.....	11
2.2.1.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS PRINCIPALES.....	11
2.2.2. USOS DE LOS PRODUCTOS .....	12
2.2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	13
2.2.3.1 PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	13
2.2.3.2 PRODUCCIÓN ARTESANAL.....	13
2.2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	14
2.2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA .....	15
2.2.5.1. OFERTA Y DEMANDA HISTÓRICA .....	15
2.2.5.1.1. OFERTA HISTÓRICA.....	15
2.2.5.1.2. DEMANDA HISTÓRICA .....	16
2.2.5.2. OFERTA Y DEMANDA PROYECTADA.....	18
2.2.5.2.1. OFERTA PROYECTADA .....	18
2.2.5.2.2. DEMANDA PROYECTADA .....	20
2.2.5.2.3. BALANCE OFERTA DEMANDA.....	21
2.2.6. ANÁLISIS DEL PRECIO.....	22
2.2.7. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN .....	26
2.2.7.1. ESTRATEGIAS COMERCIALES .....	26
2.2.8. ANÁLISIS DEL MACRO – AMBIENTE.....	27

<b>3. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>33</b>
3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO .....	33
3.1.1. FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO.....	33
3.1.2. TAMAÑO PROYECTADO.....	35
3.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	36
3.2.1. MÉTODO DE LOS PUNTOS.....	36
3.2.1. 1. MACRO – LOCALIZACIÓN .....	36
3.2.1.2. MICRO – LOCALIZACIÓN.....	39
<b>4. ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA.....</b>	<b>41</b>
4.1. INTRODUCCIÓN .....	41
4.2. OBJETIVOS DEL ÁREA.....	42
4.3. ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA .....	42
4.3.1. MISIÓN.....	42
4.3.2. VISIÓN.....	43
4.3.3. VALORES ORGANIZACIONALES .....	44
4.3.3.1. VALORES DE LA ORGANIZACIÓN.....	44
4.4. ANÁLISIS COMPETITIVO Y DEL ENTORNO.....	45
4.4.1. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO.....	45
4.4.2. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER..	46
4.4.3. CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA. ....	49
4.5. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA .....	53
4.6. PLAN DE MERCADOTECNIA .....	53
4.6.1. OBJETIVOS.....	53
4.6.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL MERCADO.....	54

4.6.3. ESTRATEGIAS .....	54
4.6.4. ACCIONES 4 P's .....	55
<b>4.7. MEZCLA DE MERCADOTECNIA .....</b>	<b>55</b>
4.7.1. PRODUCTO.....	55
4.7.1.1. NOMBRE .....	60
4.7.1.2. SLOGAN .....	60
4.7.1.3. LOGO .....	60
4.7.2. PRECIO.....	60
4.7.3. DISTRIBUCIÓN.....	61
4.7.4. MEZCLA DE COMUNICACIÓN.....	62
4.7.4.1. PUBLICIDAD .....	62
4.7.4.2. INTERNET.....	63
4.7.4.3. MEDIOS SELECCIONADOS PARA LA PUBLICIDAD .....	63
4.7.4.3.1. TELEVISIÓN.....	63
<b>5. INGENIERÍA DEL PROYECTO .....</b>	<b>65</b>
5.1. ANÁLISIS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN .....	65
5.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	65
5.1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE .....	68
5.2. REQUERIMIENTOS.....	70
5.2.1. INVERSIÓN FIJA.....	70
5.2.2. INVERSIÓN DIFERIDA .....	73
5.2.3. INVERSIÓN INICIAL EN CAPITAL DE TRABAJO / OPERACIONES ..	77
5.3. COSTOS DE PRODUCCIÓN .....	83
5.4. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	83

5.5. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA .....	84
<b>6. ORGANIZACIÓN .....</b>	<b>86</b>
6.1. ORGANIZACIÓN GENERAL .....	86
6.1.1. TIPO DE ORGANIZACIÓN .....	86
6.1.2. DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA.....	86
6.1.3. RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA.....	87
6.2. ORGANIGRAMA .....	87
<b>7. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO .....</b>	<b>89</b>
7.1. INVERSIONES.....	89
7.1.1. COMPONENTES DE LA INVERSIÓN FIJA .....	89
7.1.1.1. MUEBLES Y ENSERES.....	89
7.1.1.2. MAQUINARIA Y EQUIPOS .....	89
7.1.2. COMPONENTES DE LA INVERSIÓN DIFERIDA.....	90
7.1.2.1. ESTUDIO DE MERCADO .....	90
7.1.2.2. ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL.....	90
7.1.2.3. GASTOS LEGALES .....	91
7.1.2.4. GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	91
7.1.2.5. PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO .....	91
7.1.2.6. IMPREVISTOS .....	91
7.1.3.1. CAPITAL DE OPERACIONES PARA LOS CUATRO PRIMEROS MESES DE FUNCIONAMIENTO .....	92
7.1.4. INVERSIONES DE REEMPLAZO / REPOSICIÓN.....	93
7.1.5. CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....	94
7.2. FINANCIAMIENTO .....	95

7.2.1. FINANCIAMIENTO CON APORTE PROPIO .....	95
7.2.2. FINANCIAMIENTO MEDIANTE PRÉSTAMO / OTROS .....	95
7.2.2.1. CONDICIONES DEL PRÉSTAMO .....	96
7.2.2.2. AMORTIZACIÓN.....	96
<b>8. INGRESOS Y COSTOS / GASTOS DEL PROYECTO .....</b>	<b>98</b>
8.1. INGRESOS DEL PROYECTO .....	98
8.1.1. PRECIO DE VENTA .....	98
8.1.2. INGRESOS PROYECTADOS .....	98
8.2. COSTOS PROYECTADOS .....	100
8.2.1. CLASIFICACIÓN DE COSTOS SEGÚN SU VARIABILIDAD .....	100
8.2.1.1. COSTOS VARIABLES.....	100
8.2.1.3. CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN.....	101
8.2.1.3.1. DEPRECIACIÓN DE LA INVERSIÓN FIJA .....	101
8.2.1.3.2. AMORTIZACIÓN INVERSIÓN DIFERIDA.....	102
8.2.1.4. COSTOS ANUALES PROYECTADOS .....	103
<b>9. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS .....</b>	<b>105</b>
9.1. BALANCE GENERAL .....	105
9.2. ESTADO DE RESULTADOS.....	106
9.2.1. ESTADO DE RESULTADOS POR SU VARIABILIDAD .....	106
9.3. FUENTES Y USOS DE FONDOS PROYECTADOS.....	107
<b>10. EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA, TÉCNICO – ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO .....</b>	<b>108</b>
10.1. TIPOS DE EVALUACIÓN .....	108
10.1.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	108

10.1.2. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	108
10.1.3. FLUJO DE CAJA.....	109
10.1.3.1. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO.....	109
10.1.3.2. FLUJO DE CAJA FINANCIERO.....	109
10.2. INDICADORES.....	110
10.2.1. COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL.....	110
10.2.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	110
10.2.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	111
10.2.4. APALANCAMIENTO FINANCIERO.....	111
10.2.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.....	111
10.2.6. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	112
10.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	112
<b>CONCLUSIONES</b> .....	117
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	118
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	119
<b>ANEXOS</b> .....	111