

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1

	INTRODUCCIÓN
	PÁG
1.1 PROCESO CREATIVO	2
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.....	3
1.2 ANTECEDENTES	4
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	10
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	11
1.4.1 Objetivo general	11
1.4.2 Objetivos específicos.....	11
1.5 ALCANCE	11
1.5.1 Límite substantivo	11
1.5.2 Límite espacial.....	11
1.5.3 Límite temporal	11
1.5.4 Límite espacial.....	12
1.6 CONCLUSIÓN	12

CAPÍTULO 2

	ESTUDIO DE MERCADO
2.1 DEFINICIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	13
2.1.1 Definición del estudio de mercado	13
2.1.2 Objetivos del estudio de mercado.....	13
2.2 PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO.....	13
2.2.1 Descripción del servicio	13
2.2.2 Características del servicio	14
2.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	14
2.3.1 Demanda histórica	17
2.3.2 Demanda proyectada	18
2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	18
2.4.1 Oferta histórica	19
2.4.2 Oferta proyectada	19
2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA	20
2.6 ANÁLISIS DEL PRECIO	21
2.7 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN	21
2.7.1 Estrategias comerciales.....	21
2.7.2 Publicidad	22
2.7.3 Promociones	22
2.7.4 Análisis del macro – ambiente.....	22
2.8 CONCLUSIÓN	25

CAPÍTULO 3

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	26
3.1.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto	26
3.1.2 Tamaño proyectado	27
3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	28
3.2.1 Macro localización	29
3.2.2 Micro localización	31
3.3 CONCLUSIÓN	33

CAPÍTULO 4

ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA

4.1 INTRODUCCIÓN.....	34
4.2 OBJETIVOS DEL ÁREA	34
4.3 ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	35
4.3.1 Misión.....	35
4.3.2 Visión.....	35
4.3.3. Objetivos organizacionales.....	36
4.3.3.1 Objetivo general	36
4.3.3.2 Objetivos específicos.....	36
4.3.4 Valores organizacionales.....	37
4.3.4.1 Valores de la organización	37
4.4 ANÁLISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO	38
4.4.1 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter.....	38
4.4.1.1 Rivalidad entre competidores actuales	39
4.4.1.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	40
4.4.1.3 Amenaza de servicios sustitutos.....	41
4.4.1.4 Poder de negociación de los proveedores.....	41
4.4.1.5 Poder de negociación de los clientes	42
4.5 CADENA DE VALOR	44
4.6 FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA.....	46
4.7 PLAN DE MERCADOTECNIA.....	48
4.7.1 Objetivos.....	48
4.7.2 Estrategias de marketing.....	49
4.7.2.1 Estrategia de lanzamiento del servicio	49
4.7.2.2 Estrategia de posicionamiento	49
4.8 MEZCLA DE MERCADOTECNIA.....	49
4.8.1 Servicio (producto).....	49
4.8.1.1 Logo.....	50
4.8.1.2 Slogan	50
4.8.2 Precio	50
4.8.3 Promoción y publicidad.....	51

4.8.3.1 Promoción.....	51
4.8.3.2 Publicidad	52
4.8.4 Ubicación (plaza).....	52
4.8.5 Personas	52
4.8.6 Procesos	52
4.8.7 Evidencia física.....	53
4.9 CONCLUSIÓN	53

CAPÍTULO 5

INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.1 ANÁLISIS DEL PROYECTO DE PRODUCCIÓN/SERVUCCIÓN	54
5.1.1 Descripción del proceso productivo	54
5.2 REQUERIMIENTOS	56
5.2.1 Inversión fija.....	56
5.2.1.1 Requerimiento del terreno	56
5.2.1.2 Requerimientos de obras civiles e instalaciones.....	57
5.2.1.3 Requerimientos de muebles y enseres	57
5.2.1.4 Requerimientos de equipos de oficina.....	58
5.2.1.5 Requerimiento de maquinarias y equipos.....	59
5.2.1.6 Requerimientos de equipos de seguridad y primeros auxilios	59
5.2.2 Inversión diferida.....	59
5.2.2.1 Requerimiento del estudio e investigaciones.....	59
5.2.2.2 Requerimiento de gastos en organización, montaje y obras civiles	60
5.2.2.3 Requerimiento de gastos legales.....	60
5.2.2.4 Requerimiento de gastos de contratación del personal.....	60
5.2.2.5 Requerimiento de gastos de publicidad de lanzamiento.....	60
5.2.2.6 Requerimiento de gastos de recepción de apertura	60
5.2.3 Inversión Inicial en capital de trabajo / operaciones	61
5.2.3.1 Requerimiento de uniformes para el personal	61
5.2.3.2 Requerimiento de mano de obra.....	61
5.2.3.3 Requerimiento de material de escritorio.....	62
5.2.3.4 Requerimiento de material de limpieza	62
5.2.3.5 Requerimiento de servicios básicos.....	63
5.2.3.6 Requerimiento de publicidad.....	63
5.3 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	63
5.4 LAYOUT DEL PROYECTO.....	64
5.5 CONCLUSIÓN	64

CAPÍTULO 6

ORGANIZACIÓN

6.1 ORGANIZACIÓN GENERAL.....	65
6.1.1 Tipo de organización	65
6.1.2 Dirección administrativa.....	65

6.1.3 Trámite.....	65
6.2 ORGANIGRAMA.....	70
6.3 DEPARTAMENTALIZACIÓN.....	71
6.3.1 Manual de funciones.....	71
6.4 CONCLUSIÓN	71

CAPÍTULO 7

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

7.1 INVERSIONES	72
7.1.1 Componentes de la inversión fija	72
7.1.1.1 Terreno.....	72
7.1.1.2 Obras civiles e instalaciones.....	72
7.1.1.3 Muebles y enseres.....	72
7.1.1.4 Equipos de oficina	73
7.1.1.5 Maquinarias y equipos.....	73
7.1.1.6 Equipos de seguridad y primeros auxilios.....	73
7.1.1.7 Imprevisto inversion fija.....	73
7.1.2 Componentes de la inversión diferida	73
7.1.2.1 Estudio e investigaciones.....	74
7.1.2.2 Gastos de supervisión, montaje y obras civiles	74
7.1.2.3 Gastos legales	74
7.1.2.4 Gastos de contratación del personal	74
7.1.2.5 Gastos de publicidad de lanzamiento	74
7.1.2.6 Gastos de recepción de apertura	74
7.1.2.7 Imprevistos de la inversion diferida	75
7.1.2.8 Intereses pre operativos	75
7.1.3 Capital de trabajo/operaciones.....	75
7.1.3.1 Capital de operaciones para los 3 primeros meses de funcionamiento	76
7.1.4 Inversiones de reemplazo / reposición.....	76
7.1.5 Cronograma de inversiones	77
7.2 FINANCIAMIENTO.....	78
7.2.1 Financiamiento con aporte propio.	78
7.2.2 Financiamiento mediante préstamo/otro.	78
7.2.3 Condiciones del préstamo.....	78
7.2.4 Amortización.	79
7.3 CONCLUSIÓN	79

CAPÍTULO 8

INGRESOS Y COSTOS

8.1 INGRESOS DEL PROYECTO.....	80
8.1.1 Precio de venta.....	80
8.1.2 Ingresos proyectados	80
8.1.3 Resumen de ingresos proyectados.....	81
8.2 COSTOS PROYECTADOS.....	81

8.2.1 Clasificación de los costos según su variabilidad.....	81
8.2.1.1 Costos variables.....	81
8.2.1.2 Costos fijos.....	82
8.2.1.3 Cálculo de la depreciación.....	83
8.2.1.3.1 Depreciación de la inversión fija.....	83
8.2.1.3.2 Amortización de la depreciación diferida.....	83
8.2.1.4 Costos totales proyectados.....	83
8.3 CONCLUSIÓN.....	85

CAPÍTULO 9

ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

9.1 BALANCE GENERAL.....	86
9.2 ESTADO DE RESULTADOS.....	86
9.2.1 Estado de resultados por su variabilidad.....	86
9.3 FUENTE Y USO DE FONDOS PROYECTADOS.....	87
9.4 CONCLUSIÓN.....	88

CAPÍTULO 10

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

10.1 TIPOS DE EVALUACIÓN.....	89
10.1.1 Evaluación económica.....	89
10.1.2 Evaluación financiera.....	89
10.1.3 Flujo de caja.....	89
10.1.3.1 Flujo de caja económico.....	89
10.1.3.2 Flujo de caja financiero.....	90
10.2 INDICADORES.....	91
10.2.1. Costo ponderado del capital.....	91
10.2.2 Valor actual neto (VAN).....	92
10.2.3 Tasa interna de retorno (TIR).....	92
10.2.4 Apalancamiento financiero.....	93
10.2.5 Periodo de recuperación del capital.....	93
10.2.6 Relación beneficio - costo.....	94
10.2.7 Punto de equilibrio.....	94
10.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	95
10.3.1 Sensibilidad a la disminución de los precios del faenado.....	95
10.3.2 Sensibilidad a la disminución de la producción/día.....	95
10.3.3 Sensibilidad al incremento de los costos fijos.....	96
10.3.4 Sensibilidad al incremento de los costos variables.....	97
10.3.5 Sensibilidad al incremento de los costos totales.....	97
10.3.6 Análisis de sensibilidad bajo la herramienta denominada Crystal Ball.....	98
10.3.7 Análisis del riesgo financiero.....	100
10.3.7.1 Disolución de la empresa.....	100
10.3.7.2 Elevación de la tasa de interés.....	100
10.3.7.3 Mortandad de las aves.....	100

10.4 CONCLUSIÓN.....	101
CONCLUSIONES.....	102
RECOMENDACIONES	104
BIBLIOGRAFÍA	105

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.1: Lluvia de ideas para definir el negocio a implementar.....	2
Cuadro 1.2: Evaluación y filtración de las ideas.....	3
Cuadro 1.3: Elección del nombre para la empresa.....	3
Cuadro 1.4: Producción histórica mundial, carne de pollo años 2.000-2.011.....	4
Cuadro 1.5: Comparación de los resultados de los censos Avícolas comerciales realizados en los años 2.004, 2.006 y 2.011 en el Departamento de Santa Cruz.....	5
Cuadro 1.6: Provincias de Santa Cruz, rubro pollos parrilleros, 2.012.....	10
Cuadro 2.1: Análisis de la demanda, año 2.013	14
Cuadro 2.2: Análisis de la demanda histórica	18
Cuadro 2.3: Análisis de la demanda proyectada.....	18
Cuadro 2.4: Análisis de la oferta histórica	19
Cuadro 2.5: Análisis de la oferta proyectada.....	20
Cuadro 2.6: Análisis de la oferta y demanda.....	20
Cuadro 3.1 Tamaño proyectado.....	28
Cuadro 3.2 Macro localización.....	31
Cuadro 3.3: Micro localización	33
Cuadro 4.1: Matriz de evaluación y ponderación.....	47
Cuadro 4.2: Matriz atractivo - competitividad	47
Cuadro 5.1: Requerimiento de obras civiles e instalaciones	57
Cuadro 5.2: Muebles y Enseres	58
Cuadro 5.3: Equipos de oficina	58
Cuadro 5.4 Maquinarias y equipos	59
Cuadro 5.5: Equipos de seguridad y primeros auxilios	59
Cuadro 5.6 Publicidad de lanzamiento	60
Cuadro 5.7 Uniformes para el personal	61
Cuadro 5.8 Requerimiento de mano de obra	61
Cuadro 5.9 Material de escritorio	62
Cuadro 5.10 Material de Limpieza.....	62
Cuadro 5.11 Gastos en servicios básicos.....	63
Cuadro 5.12: Publicidad continua	63
Cuadro 5.13: Programa de producción de faenado industrial de pollo parrillero.....	64
Cuadro 7.1: Resumen de inversión fija	73
Cuadro 7.2: Resumen de inversión diferida	75
Cuadro 7.3: Resumen del capital de trabajo/operaciones.....	76
Cuadro 7.4: Cronograma de inversiones	77
Cuadro 7.5: Estructura del financiamiento	78