

INDICE

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. PROCESO CREATIVO.	1
1.1.1. Lluvia de ideas.	1
1.1.2. Evaluación y filtración de la idea.	2
1.1.3. Descripción de la idea seleccionada.	4
1.1.4. Elección y evaluación del nombre.	4
1.2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO.	6
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.	7
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. Espacial.	8
1.5.2. Temporal.	8
1.5.3. Sustantivo.....	9
1.5.4. Contexto.....	9

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. DEFINICIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	10
2.2. PRINCIPALES TERMINOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO.....	10
2.2.1. Descripción del producto.....	10
2.2.2. Usos del producto.....	11
2.2.3. Análisis de la oferta.....	13
2.2.4. Análisis de la demanda (Plan de investigación).....	14
2.2.4.1. Metodología de la investigación.....	14
2.2.4.2. Fuentes de información.....	14
2.2.4.3. Determinación del universo de estudio.....	15
2.2.4.4. Determinación del tamaño de la muestra.....	16
2.2.4.5. Resultados del estudio de mercado dirigido a empresas demandantes de hielo.....	17
2.3. BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA.....	19
2.4. ANÁLISIS DE PRECIOS.....	20
2.4.1. Precios históricos.....	20
2.4.2. Variación y proyección de precios.....	21
2.5. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN.....	21
2.5.1. Canales de distribución.....	21
2.5.2. Márgenes de comercialización.....	22
2.5.3. Formas y costos de transporte.....	23
2.5.4. Empaque y embalaje.....	23
2.5.5. Publicidad.....	23

CAPÍTULO III: LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO

3.1. DETERMINACIÓN DE LOCALIZACIÓN.....	24
3.1.1. Macrolocalización.	24
3.1.2. Microlocalización.....	26
3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	29
3.2.1. Tamaño y mercado.	30
3.2.2. Tamaño y materias primas.....	30
3.2.3. Tamaño y tecnología.	30
3.2.4. Tamaño y financiamiento.	31
3.2.5. Tamaño propuesto.	31

CAPÍTULO IV: ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA.

4.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING.....	32
4.1.1. Objetivo general.	32
4.1.2. Objetivos específicos.....	32
4.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA INDUSTRIA DE HIELO IMPERIAL.....	33
4.2.1. Visión.....	33
4.2.2. Misión.	33
4.2.3. Valores.	34
4.2.4. Estrategia genérica de diferenciación.	34
4.2.5. Factores claves de éxito.....	35
4.3. ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE.....	36
4.3.1. Factor Económico.	36
4.3.2. Factor Tecnológico.....	38
4.3.3. Factor Demográfico.....	38
4.3.4. Factor Socio – Cultural.....	39
4.3.5. Factor Politico – Legal.	39

4.4. ANÁLISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL DEL HIELO.....	40
4.4.1. Amenaza de ingreso.....	40
4.4.2. Intensidad de la rivalidad de entre competidores existente.....	41
4.4.3. Poder negociador de los compradores.....	42
4.4.4. Poder negociador de los proveedores.....	42
4.4.5. Productos sustitutos.....	42
4.5. MARKETING.....	42
4.5.1. Producto.....	43
4.5.2. Precio.....	44
4.5.3. Distribución.....	44
4.5.4. Promoción.....	45

CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.1. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	48
5.1.1. Proceso de producción de hielo en cubito.....	48
5.1.2. Proceso de producción de hielo en barra.....	50
5.2. BALANCE DE MATERIA PRIMA.....	52
5.3. REQUERIMIENTO.....	52
5.3.1. Requerimiento de inversión fija.....	52
5.3.1.1. Requerimiento de terreno.....	53
5.3.1.2. Requerimiento en obras civiles.....	53
5.3.1.3. Requerimientos de maquinarias y equipos.....	57
5.3.1.4. Requerimiento de equipos e instalaciones para la industria de Hielo Imperial.....	59
5.3.1.5. Requerimientos de equipos de computación.....	60
5.3.1.6. Requerimientos de muebles y enseres.....	61
5.3.1.7. Requerimientos de vehículos.....	61
5.3.2. Requerimiento de inversión diferida.....	62
5.3.3. Requerimiento de capital de operaciones.....	63
5.3.3.1. Requerimiento de material de escritorio.....	63
5.3.3.2. Requerimiento de material de limpieza.....	63

5.3.3.3. Requerimiento de internet	64
5.3.3.4. Requerimiento de seguros.	64
5.3.3.5. Mantenimiento de maquinaria y equipos.....	65
5.3.3.6. Mantenimiento de equipos de computación.....	65
5.3.3.7. Mantenimiento de vehículos.....	66
5.3.3.8. Vestimenta de trabajo.....	66
5.3.3.9. Requerimientos de servicios de comunicación.....	67
5.3.3.10. Requerimientos de servicios de contables.....	67
5.3.3.11. Requerimiento de mano de obra.....	68
5.3.3.12. Requerimiento de publicidad.....	68
5.3.3.13. Requerimiento de agua y energía eléctrica.....	69
5.3.3.14. Requerimientos de filtros de agua.....	70
5.3.3.15. Requerimientos de bolsas de empaque.....	70
5.3.3.16. Requerimiento de combustible.....	71
5.4. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	71
5.5. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN.....	72

CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

6.1. INTRODUCCIÓN.....	73
6.2. ORGANIZACIÓN JURÍDICA DE LA FÁBRICA DE HIELO IMPERIAL.....	73
6.2.1. Razón Social.....	74
6.2.2. Actividades para la conformación societaria elegida.....	74
6.3. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.....	79
6.3.1. Organización administrativa.....	79
6.3.2. Organigrama estructural.....	79
6.4. MANUALES ADMINISTRATIVOS.....	81
6.4.1. Manual de funciones.....	81

CAPÍTULO VII: INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

7.1. INVERSIONES	82
7.1.1. Inversión fija	82
7.1.2. Inversión diferida	87
7.1.3. Capital de operación	88
7.2. CRONOGRAMA DE INVERSIONES Y REPOSICIÓN DE INVERSIONES	89
7.3. FINANCIAMIENTO	90

CAPÍTULO VIII: INGRESOS Y COSTOS

8.1. INTRODUCCIÓN	94
8.2. INGRESOS DEL PROYECTO	94
8.3. CLASIFICACIÓN DE COSTOS SEGÚN SU VARIABILIDAD	96
8.3.1. Costos fijos.....	96
8.3.2. Costos Variables.....	97

CAPÍTULO IX: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

9.1. ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS	98
9.2. PUNTO DE EQUILIBRIO	100

CAPÍTULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

10.1. EVALUACIÓN FINANCIERA	101
10.1.1. Fuentes y usos de fondos.....	102
10.2. FLUJO DE EFECTIVO.	103
10.2.1. Flujo de efectivo con financiamiento.....	103
10.2.2. Flujo de efectivo sin financiamiento.....	104
10.3. TASA DE ACTUALIZACION	105
10.4. INDICADORES DE EVALUACIÓN:	106
10.4.1. Valor actual neto con financiamiento (VAN).....	106
10.4.2. Valor actual neto sin financiamiento.	106
10.4.3. Tasa interna de retorno con financiamiento (TIR).....	106
10.4.4. Tasa interna de retorno sin financiamiento (TIR).....	106
10.4.5. Relación beneficio costo con financiamiento (B/C).	106
10.4.6. Relación beneficio costo sin financiamiento.	107
10.4.7. Periodo de recuperación de la inversión con financiamiento (PRI).....	107
10.4.8. Periodo de recuperación de la inversión sin financiamiento (PRI).....	107
10.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.	107

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1. CONCLUSIONES.	108
11.2. RECOMENDACIONES.	110
11.3. APORTES.	111
11.3.1. Aporte Social.....	111
11.3.2. Aporte al Estado.	111
11.3.3. Aporte a la Universidad.....	111

BIBLIOGRAFÍA	112
---------------------------	-----

ANEXOS