

ÍNDICE

Pág.

CAPÍTULO I	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. PROCESO CREATIVO	3
1.1.1. Lluvia de ideas.....	4
1.1.2. Evaluación y filtración de las ideas	5
1.2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	7
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	8
1.3.1. Justificación económica.....	8
1.3.2. Justificación técnica.....	9
1.3.3. Justificación social.....	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	11
2. ESTUDIO DE MERCADO	11
2.1 DEFINICIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	11
2.1.1 Definición de Estudio de Mercado	11
2.1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	11
2.1.2.1 Objetivos específicos del Estudio de Mercado.....	12
2.2 PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO.	12

2.2.1. Descripción del producto principal y subproducto.....	12
2.2.2 Características de los áridos	14
2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	16
2.3.1 Demanda histórica	17
2.3.2. Demanda proyectada.....	18
2.3.3 Investigación de mercados	19
2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA	20
2.5 EQUILIBRIO ENTRE OFERTA Y DEMANDA	21
2.6. ANÁLISIS DE PRECIOS.....	23
2.7. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN	24
2.8. ANÁLISIS DEL MACRO-AMBIENTE.....	24
2.9 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	26
CAPÍTULO III.....	27
3. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	27
3.1. TAMAÑO	27
3.1.1 Objetivos	27
3.1.2 Objetivos Complementarios	27
3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO	27
3.2.1 Factores que determinan el tamaño	28
3.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	28
3.3.1. Macro-localización	29
3.3.2. Micro-localización.....	30
3.4 TAMAÑO PROYECTADO	34

CAPÍTULO IV.....	35
4. ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA	35
4.1. INTRODUCCIÓN.....	35
4.2. OBJETIVOS DEL ÁREA.....	35
4.3. ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.....	36
4.3.1. Visión.....	36
4.3.2. Misión	37
4.3.3. Objetivos de la empresa	38
4.3.4. Valores y principios	38
4.4. ANÁLISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO	39
4.4.1. Análisis externo mediante las cinco fuerzas de Porter	39
4.4.2. Análisis de las cinco fuerzas competitivas.....	41
4.4.2.1. Amenaza de nuevos competidores entrantes.....	41
4.4.2.2. Rivalidad entre competidores	42
4.4.2.3. Amenaza de servicios sustitutivos	42
4.4.2.4. Poder de negociación de los proveedores	43
4.4.2.5. Poder de negociación de los clientes	43
4.4.3. Análisis interno.....	44
4.5. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA.....	45
4.6. PLAN DE MERCADOTECNIA.....	47
4.6.1. Objetivos	47
4.6.2. Estrategia de marketing.....	47
4.6.2.1. Estrategia de lanzamiento de los productos	48

4.6.2.2. Estrategia de diferenciación	48
4.6.2.3. Estrategia de promoción.....	48
4.6.2.4. Estrategia de precios	49
4.6.2.5. Estrategia de distribución.....	49
4.7. MEZCLA DE MERCADOTECNIA.....	50
4.7.1. Producto	50
4.7.2. Precio	52
4.7.3. Plaza.....	53
4.7.4. Promoción y publicidad	53
4.7.5. Plaza.....	54
CAPÍTULO V.....	55
5. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	55
5.1. OBJETIVOS	55
5.1.1. Origen	56
5.1.1.1 Análisis del proceso de producción	56
5.1.1.1.1 Descripción del proceso	56
5.1.1.1.2 Se almacena en estación de materia prima.....	57
5.1.1.1.3 Secado del material.....	57
5.1.1.1.4. Inspección de impurezas	57
5.1.1.1.5 Secado antes de pasar a la tolva de la maquina embolsadora	57
5.1.1.1.6 Inspección de calidad del secado, operación de carguío de la tolva.....	58
5.1.1.1.7 Proceso de embolsado	58
5.1.1.1.8 Operación de paletizado.....	58

5.1.1.1.9 Traslado al almacén de productos terminados.....	58
5.1.1.1.10 Almacenamiento de producto terminado	58
5.1.1.1.11 Operación de carguío a vehículos de distribución	58
5.1.1.1.12 Transporte en camiones s alquilados a clientes finales	58
5.2. REQUERIMIENTOS	60
5.2.1. Requerimiento de Inversión fija	60
5.2.1.3 Requerimiento de Muebles y enseres	62
5.2.1.4 Requerimiento de Equipos de computación.....	62
5.2.1.5 Requerimiento de Equipos	63
5.2.1.6 Requerimiento Maquinaria.....	63
5.2.2. Requerimiento de Inversión Diferida	69
5.2.2.1. Requerimiento de Estudio de mercado	70
5.2.2.3. Requerimiento de Gastos legales.....	71
5.2.3. Requerimiento de Inversión en Capital de Trabajo/Operaciones.....	71
5.2.3.1. Requerimiento de Sueldos y Salarios	72
5.2.3.2. Requerimiento de Materia prima	73
5.2.3.3. Requerimiento de Material de escritorio.....	74
5.2.3.4. Requerimiento de Material de limpieza	75
5.2.3.5. Requerimiento de Servicios básicos	75
5.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN	76
CAPÍTULO VI.....	78
6. ORGANIZACIÓN	78
6.1 OBJETIVOS	78

6.2 ORGANIZACIÓN GENERAL	78
6.2.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN	78
6.2.1.1 Razón social de la empresa	78
6.3 ORGANIGRAMA	79
CAPÍTULO VII	81
7. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	81
7.1. INVERSIÓN	81
7.1.1. Componentes de la Inversión Fija	81
7.1.1.3 Muebles y enseres	82
7.1.1.4 Equipos de computación	82
7.1.1.5 Equipos	83
7.1.2. Componentes de la Inversión Diferida	84
7.1.2.1. Estudios e Investigaciones	84
7.1.2.2. Gastos de organización y montaje	84
7.1.2.3. Gastos legales	85
7.1.3. Inversión de Operaciones	86
7.1.4. Inversiones de reemplazo	87
7.1.5. Cronograma y estructura de inversiones	87
7.2. FINANCIAMIENTO	89
7.2.1. Financiamiento con Aporte Propio	89
7.2.2. Financiamiento mediante Préstamo	89
7.2.2.1. Condiciones del préstamo y elección de la alternativa	90
7.2.2.2. Amortización	90

CAPÍTULO VIII	91
8. INGRESOS Y COSTOS/GASTOS DEL PROYECTO	91
8.1. INGRESOS DEL PROYECTO	91
8.1.2. Ingresos proyectados	91
8.2. COSTOS DEL PROYECTO	91
8.2.1. Clasificación de costos según su variabilidad	91
8.2.1.1. Costos variables	91
8.2.1.2. Costos fijos	92
8.2.1.3. Cálculo de la Depreciación	92
8.2.1.3.1. Depreciación de la Inversión Diferida	93
8.2.1.4. Costos Anuales proyectados	93
CAPÍTULO IX	95
9. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	95
9.1. BALANCE GENERAL	95
9.2. ESTADO DE RESULTADOS	97
9.2.1. Estado de Resultados por su Variabilidad	97
9.3. FUENTES Y USOS DE FONDOS PROYECTADO	98
CAPÍTULO X	99
10. EVALUACIÓN, ECONÓMICA, FINANCIERA, TÉCNICO-ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	99
10.1. TIPOS DE EVALUACIÓN	99
10.1.1. Evaluación económica	99
10.1.2. Evaluación financiera	100
10.1.3. Flujos de Caja proyectados	100

10.1.3.1. Flujo de caja económico.....	100
10.1.3.2. Flujo de caja Financiero	100
10.2 INDICADORES	101
10.2.1. Costo ponderado del capital	101
10.2.2. Valor Actual Neto (VAN).....	102
10.2.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)	103
CAPÍTULO XI.....	104
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	104
11.1 Conclusiones	104
11.2 RECOMENDACIONES.....	105
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	