

## ÍNDICE GENERAL

	PAG.
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 PROCESO CREATIVO	1
1.1.1 Lluvia de ideas	2
1.1.2 Evaluación de ideas	3
1.1.3 Descripción de la idea seleccionada	3
1.1.4 Elección y evaluación del nombre de la empresa.	4
1.2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	5
1.2.1 Algunas definiciones previas	5
1.2.2 Infraestructura deportiva y práctica del deporte en Bolivia	6
1.3. Justificación del proyecto	7
1.3.1 Justificación Económica	7
1.3.2 Justificación Técnica	7
1.3.3 Justificación Social	8
1.4. Objetivos del proyecto	8
1.4.1 Objetivo General	8
1.4.2 Objetivos Específicos	8
1.5. Alcances	9
1.5.1 Límite Substantivo	9
1.5.2 Límite Espacial	9
1.5.3 Límite Temporal	9
CAPÍTULO II	10
ESTUDIO DE MERCADO	10
2.1. Definición y Objetivos del Estudio de Mercado	10
2.2 Resultados de la investigación de Mercados	10
2.2.1. Objetivos de la Investigación de Mercados	10
2.2.1.1. Objetivos Específicos	10
2.2.2. Determinación del tamaño de la muestra	11
2.2.3. Plan de Muestreo	12

2.2.4. Presupuesto de la investigación de mercados	12
2.2.5. Análisis de los Resultados de la investigación de Mercados	13
2.3 Definición del servicio	21
2.3.1 Descripción del servicio	21
2.3.2 Mercado Meta	24
2.4. Determinación de la Oferta	24
2.4.1. Proyección de la Oferta	25
2.5. Determinación de la demanda	26
2.5.1 Proyección de la Demanda	28
2.6 Balance de oferta y demanda	28
2.7 Análisis del macro ambiente	29
2.7.1 Factores Económicos	29
2.7.2 Factores Sociocultural	30
2.7.3 Factores tecnológicos	30
2.7.4 Factores Legales	31
2.8. Análisis de la Comercialización	31
2.9. Análisis de precios	31
CAPÍTULO III	33
TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	33
3.1 Determinación del tamaño	33
3.1.1. Determinación del tamaño	34
3.1.1.1. Proyección del Tamaño	35
3.1.2. Determinación de la Ubicación	35
3.1.2.1. Macro localización	36
3.1.2.2. Micro localización	37
CAPÍTULO IV	40
ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA	40
4.1. Introducción	40
4.2. Objetivos del área	40
4.3. Establecimiento de la Dirección Estratégica	41

4.3.1. Misión	41
4.3.2 Visión	42
4.3.4. Objetivos Corporativos	42
4.3.3. Valores y Principios de Sport Center	43
4.3.5. Objetivos	44
4.3.5.1. Objetivos a largo plazo:	44
4.3.5.2. Objetivos corto plazo:	45
4.4. Análisis ambiental y competitivo	45
4.4.1. Definición	45
4.4.2. Ventaja competitiva	45
4.4.3. Análisis del sector industrial	46
4.4.3.1. Rivalidad entre las empresas existentes	47
4.4.3.2. Amenaza de ingreso de nuevos competidores	48
4.4.3.2.1. Barreras de entrada	48
4.4.3.2.2. Barreras de salida	48
4.4.3.3. Amenaza de productos y/o servicios sustitutos	49
4.4.3.4. Poder de negociación proveedores	49
4.4.3.5. Poder de negociación de los consumidores o compradores	50
4.5. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA	50
4.5.1. Estrategia genérica	50
4.6 Cadena de valor	53
4.7 PLAN DE MERCADOTECNIA	56
4.8. MEZCLA DE SERVICIOS	56
4.8.1. Servicio	56
4.8.2. Plaza	57
4.8.3. Comunicación	57
4.8.4. Procesos	59
4.8.5. Personas	60
4.9. Conclusiones	61
CAPÍTULO V	67

INGENIERÍA DEL PROYECTO	67
5.1 Introducción	67
5.2 ANÁLISIS DEL PROCESO DE SERVUCCIÓN	67
5.2.1 Descripción del proceso de servucción	67
5.2.2 Distribución física o Lay Out del complejo	73
5.3. REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN	79
5.3.1. Requerimiento en Inversión Fija	79
5.3.1.1. Requerimiento de Terreno y Construcción	79
5.3.1.3 Requerimiento de Muebles y Enseres	80
5.3.3. Requerimiento de Inversión En Capital de Trabajo	83
5.4. Cronograma de implementación	84
CAPÍTULO VI	85
ORGANIZACIÓN	85
6.1. Introducción	85
6.2. Organización General	85
6.2.1. Organización Jurídica	85
6.2.2. Organización Administrativa	85
6.2.3. Sueldos y Salarios	89
CAPÍTULO VII	90
INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	90
7.1. Introducción	90
7.1.1. Inversión Fija	90
7.1.1.1. Infraestructura y Terreno	90
7.1.1.2. Maquinaria y Equipos	91
7.1.1.3. Muebles y Enseres	92
7.1.2. Inversión Diferida	94
7.1.3. Resumen de las Inversiones	96
7.1.4. Cronograma de inversiones	96
7.1.5. Financiamiento	97
7.1.6. Amortización	98

CAPÍTULO VIII	100
INGRESOS Y COSTOS DEL PROYECTO	100
8.1. Ingresos Del Proyecto	100
8.2. Costos del Proyecto	102
8.2.1. Cuadro de Depreciación	102
8.2.2. Costos Fijos y Variables del Proyecto	102
CAPÍTULO IX	104
ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	104
9.1. Estado de Resultados proyectado	104
9.2. Estado de Fuentes y Usos del Proyecto	104
CAPÍTULO X	106
EVALUACIÓN ECONOMÍA FINANCIERA	106
10.1. Evaluación del Proyecto considerando la Deuda	106
10.1.1. Flujo de Efectivo con Financiamiento del Proyecto	106
10.2. Análisis de Sensibilidad	108
CAPÍTULO XI	109
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109
11.1 Conclusiones	109
11.2 Recomendaciones	110
BIBLIOGRAFÍA	102
ANEXOS	106
ANEXO 1	106
ANEXO 2	109
ANEXO 3	114