

## Tabla de Contenidos

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Antecedentes del proyecto .....	1
1.2. Ámbito de actividad del emprendimiento .....	2
1.3. Planteamiento del problema .....	3
1.4. Objetivos del proyecto .....	4
1.4.1. Objetivo general.....	4
1.4.2. Objetivos específicos .....	4
1.5. Justificación del estudio .....	5
1.5.1. Conveniencia.....	5
1.5.2. Relevancia social .....	5
1.5.3. Implicaciones prácticas.....	5
1.5.4. Valor teórico .....	5
1.5.5. Viabilidad de la investigación.....	5
1.6. Diseño metodológico.....	6
1.6.1. Tipo de investigación.....	6
1.6.2. Fuente de información .....	6
CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Empresa.....	7
2.2. Estructura organizacional.....	8
2.3. Organigrama.....	8
2.4. Administración.....	8
2.5. Funciones de la administración .....	9
2.5.1. Planeación.....	9
2.5.2. Organización .....	10

2.5.3.	Dirección.....	10
2.5.4.	Control .....	10
2.6.	Servicio.....	11
2.7.	Bases estratégicas de la empresa .....	11
2.7.1.	Misión .....	11
2.7.2.	Visión.....	12
2.7.3.	Objetivos.....	12
2.7.4.	Valores .....	12
2.8.	Marketing .....	13
2.9.	Mercado.....	13
2.9.1.	Demanda .....	14
2.9.2.	Oferta .....	14
2.10.	Comportamiento del consumidor .....	15
2.11.	Ventaja competitiva.....	15
2.12.	Investigación de mercado .....	15
2.13.	Tamaño del proyecto .....	16
2.13.1.	Factores condicionantes del tamaño del proyecto.....	16
2.14.	Localización del proyecto.....	17
2.14.1.	Macrolocalización .....	18
2.14.2.	Microlocalización.....	18
2.15.	Segmentación.....	18
2.16.	Tipos de segmentación .....	18
2.16.1.	Segmentación geográfica .....	19
2.16.2.	Segmentación demográfica .....	19
2.16.3.	Segmentación psicográfica.....	20

2.16.4.	Segmentación conductual.....	20
2.17.	Diseño de la investigación.....	20
2.18.	Alcance .....	20
2.19.	Análisis estratégico.....	21
2.19.1.	Análisis del macroentorno.....	21
2.19.2.	Análisis del microentorno .....	22
2.20.	Estrategias genéricas.....	22
2.21.	Estrategia competitiva .....	23
2.22.	Cinco fuerzas de Porter.....	23
2.23.	Mezcla comercial.....	24
2.23.1.	Producto .....	24
2.23.2.	Precio.....	24
2.23.3.	Plaza o distribución .....	25
2.23.4.	Promoción o comunicación.....	25
2.24.	Inversión .....	25
2.24.1.	Inversión fija .....	26
2.24.2.	Inversión diferida .....	26
2.24.3.	Capital de trabajo .....	26
2.25.	Presupuesto .....	26
2.26.	Financiamiento .....	27
2.27.	Evaluación Financiera .....	27
2.28.	Balance de situación .....	27
2.29.	Estados financieros .....	28
2.29.1.	Balance general .....	28
2.29.2.	Estado de resultados .....	28



2.29.3.	Flujo de caja .....	29
2.30.	Análisis de estados financieros.....	29
2.31.	Tasa interna de retorno .....	30
2.32.	Valor actual neto.....	30
2.33.	Punto de equilibrio.....	30
2.34.	Periodo de recuperación de la inversión.....	31
CAPÍTULO 3 ESTUDIO DE MERCADO PARA EL EMPRENDIMIENTO ESPECÍFICO .....		32
3.1.	Definición y objetivos del estudio de mercado .....	32
3.1.1.	Objetivos del estudio de mercado .....	32
3.2.	Principales aspectos relacionados al estudio de mercado .....	33
3.2.1.	Análisis de la oferta .....	33
3.2.2.	Análisis de la demanda .....	36
CAPÍTULO 4 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....		64
4.1.	Tamaño del proyecto.....	64
4.1.1.	Factores que determinan el tamaño.....	64
4.1.2.	Tamaño proyectado.....	65
4.2.	Localización del proyecto .....	65
4.2.1.	Macro-localización .....	65
4.2.2.	Micro-localización .....	67
CAPÍTULO 5 ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA.....		69
5.1.	Introducción .....	69
5.2.	Objetivos del área.....	69
5.3.	Nombre de la empresa.....	69
5.3.1.	Segmentación de mercado .....	69

5.3.2.	Descripción de los servicios.....	70
5.3.3.	Tipos de servicios .....	71
5.3.4.	Características del servicio .....	71
5.4.	Propuesta de valor .....	72
5.5.	Establecimiento de la dirección estratégica .....	73
5.5.1.	Misión .....	73
5.5.2.	Visión.....	73
5.5.3.	Objetivos.....	73
5.5.4.	Valores .....	74
5.6.	Análisis ambiental y competitivo.....	74
5.6.1.	Análisis ambiental.....	74
5.6.2.	Análisis competitivo .....	78
5.7.	Formulación de la estrategia .....	81
5.7.1.	Estrategias genéricas.....	81
5.7.2.	Estrategia respecto a la competencia .....	82
5.8.	Plan de mercadotecnia.....	83
5.8.1.	Servicio .....	83
5.8.2.	Precios.....	85
5.8.3.	Plaza.....	86
5.8.4.	Promoción - Relaciones públicas.....	87
5.9.	Mezcla mercadotecnia y esfuerzos económicos valorados monetariamente ....	89
CAPÍTULO 6 INGENIERÍA DEL PROYECTO.....		90
6.1.	Análisis del proceso de producción / servucción .....	90
6.2.	Programa de producción u operaciones .....	92
CAPÍTULO 7 ORGANIZACIÓN .....		93

7.1.	Organización general – naturaleza, tipo y propiedades.....	93
7.2.	Organigrama – de la organización .....	94
7.2.1.	Manual de funciones .....	95
7.3.	Requerimiento de personal.....	98
7.3.1.	Sueldos y salarios.....	99
CAPÍTULO 8 INGRESOS Y COSTOS DEL PROYECTO .....		100
8.1.	Ingresos del proyecto .....	100
8.1.1.	Precios de venta .....	100
8.1.2.	Ingresos proyectados.....	101
8.2.	Costos del proyecto .....	101
CAPÍTULO 9 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO .....		104
9.1.	Inversiones .....	104
9.1.1.	Componentes de la inversión fija.....	104
9.1.2.	Componentes de la inversión diferida.....	106
9.1.3.	Capital de trabajo / operaciones .....	107
9.2.	Financiamiento .....	108
9.2.1.	Condiciones del préstamo y elección de la alternativa .....	109
9.2.2.	Amortización del crédito.....	110
CAPÍTULO 10 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS .....		111
10.1.	Balance general.....	111
10.2.	Estado de resultados .....	112
10.2.1.	Estado de resultados sin financiamiento .....	112
10.2.2.	Estado de resultados con financiamiento .....	113
10.2.3.	Análisis vertical y horizontal.....	113



CAPÍTULO 11 EVALUACIÓN, ECONÓMICA, FINANCIERA, TÉCNICO-ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO .....	115
11.1. Evaluación económica .....	115
11.2. Evaluación financiera .....	116
11.3. Flujos de caja proyectados.....	116
11.3.1. Flujo de caja económico.....	117
11.3.2. Flujo de caja financiero .....	118
11.4. Indicadores.....	118
11.4.1. Indicadores financieros .....	118
11.4.2. Punto de equilibrio .....	119
11.5. Análisis de escenarios.....	119
11.5.1. Escenario base .....	119
11.5.2. Escenario moderado .....	119
11.5.3. Escenario optimista .....	120
11.6. Análisis de sensibilidad mediante Crystal Ball .....	120
CONCLUSIONES .....	123
RECOMENDACIONES.....	125
ANEXOS .....	126
REFERENCIAS.....	151