

INDICE

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 1.1 Antecedentes..... | 1 |
| 1.2 Justificación del Problema..... | 5 |
| 1.2.1 Justificación Práctica..... | 5 |
| 1.2.2 Justificación Teórica..... | 5 |
| 1.2.3 Justificación Social..... | 5 |
| 1.3 Objetivos..... | 6 |
| 1.3.1 Objetivo general..... | 6 |
| 1.3.2 Objetivos específicos..... | 6 |
| 1.4 Alcances..... | 6 |
| 1.4.1 Alcance Temporal:..... | 6 |
| 1.4.2 Alcance Espacial..... | 6 |
| 1.4.3 Alcance Temático:..... | 7 |
| 1.4.4 Alcance Substantivo..... | 7 |
| 1.4.5 Alcance Contextual:..... | 7 |
| 1.5 FUNDAMENTACIÓN..... | 7 |
| 1.5.1 Fundamentación Social..... | 7 |
| 1.5.2 Fundamentación Técnica..... | 7 |
| 1.6 METODOLOGÍA..... | 7 |
| 1.6.1 Diseño Metodológico de la Investigación..... | 7 |
| 1.7 Análisis de las limitaciones para el investigador..... | 8 |
| 2. MARCO TEÓRICO..... | 9 |
| 2.1 Marco Conceptual..... | 9 |
| 3. ESTUDIO DE MERCADO..... | 12 |
| 3.1 Objetivos..... | 12 |
| 3.1.1 Objetivo General..... | 12 |
| 3.1.2 Objetivos Específicos..... | 12 |
| 3.2 Determinación de fuentes primarias y secundarias..... | 13 |
| 3.2.1 Fuentes primarias..... | 13 |
| 3.2.2 Fuentes secundarias..... | 13 |
| 3.3 Bases de segmentación..... | 13 |
| 3.4 Mercado Meta..... | 14 |
| 3.5 Manejo e interpretación de la información..... | 14 |

| | |
|---|----|
| 3.6 Estudio exploratorio..... | 14 |
| 3.8 Determinación de la muestra..... | 15 |
| 3.9 Resultados de la investigación..... | 17 |
| 3.9.1 Oferta proyectada..... | 41 |
| 3.9.2 Demanda estimada..... | 41 |
| 3.8.3 Demanda proyectada..... | 42 |
| 3.8.4 Determinación de la demanda insatisfecha..... | 43 |
| 3.8.5 Demanda cíclica..... | 43 |
| 3.9 Conclusiones..... | 44 |
| 4. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN..... | 45 |
| 4.1 Tamaño del Proyecto..... | 45 |
| 4.1.1 Factores que determinan el tamaño..... | 45 |
| 4.1.1.1 Factor mercado..... | 45 |
| 4.1.1.2 Factor materia prima o insumos..... | 46 |
| 4.1.1.3 Factor tecnología..... | 46 |
| 4.1.1.4 Factor mano de obra..... | 46 |
| 4.2 Tamaño proyectado..... | 46 |
| 4.3 Localización..... | 47 |
| 5. ESTRATEGIA Y MARKETING..... | 49 |
| 5.1 Introducción..... | 49 |
| 5.2 Objetivos del área..... | 49 |
| 5.3 Establecimiento del direccionamiento estratégico..... | 50 |
| 5.3.1 Misión..... | 50 |
| 5.3.2 Visión..... | 50 |
| 5.3.3 Objetivos Organizacionales..... | 50 |
| 5.4 Ventaja Competitiva..... | 51 |
| 5.5 Análisis competitivo..... | 52 |
| 5.5.1 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter..... | 52 |
| 5.6 Estrategia..... | 54 |
| 5.7 Plan de marketing..... | 54 |
| 5.7.1 Análisis de la situación (FODA)..... | 55 |
| 5.7.2 Análisis del entorno..... | 55 |
| 5.7.2.1 Macro Entorno..... | 55 |
| 5.7.2.2 Micro Entorno..... | 56 |
| 5.8 Mezcla de marketing..... | 56 |

| | | |
|---------|---|----|
| 5.8.1 | Producto | 56 |
| 5.8.2 | Precio | 63 |
| 5.8.3 | Plaza | 64 |
| 5.8.4 | Promoción | 65 |
| 5.8.4.1 | Publicidad | 65 |
| 5.8.4.2 | Venta personal | 65 |
| 5.8.4.3 | Promoción de ventas | 65 |
| 5.8.5 | Personas | 66 |
| 5.8.6 | Evidencia física | 66 |
| 5.8.7 | Proceso del servicio | 66 |
| 6. | INGENIERÍA DEL PROYECTO | 68 |
| 6.4 | Requerimientos | 71 |
| 6.4.1 | Inversión Fija | 71 |
| 6.4.1.1 | Requerimientos de Equipos de computación | 72 |
| 6.4.1.2 | Requerimientos de Muebles y Enseres | 72 |
| 6.4.2 | Inversión Diferida | 73 |
| 6.4.2.1 | Inversión en tecnología | 74 |
| 6.4.2.2 | Requerimiento de uniformes | 74 |
| 6.4.2.3 | Gastos de organización | 75 |
| 6.4.2.4 | Gastos de lanzamiento de publicidad | 75 |
| 6.4.2.5 | Gastos de remodelación | 76 |
| 6.4.2.6 | Capacitación al personal | 76 |
| 6.4.2.7 | Material de escritorio | 77 |
| 6.4.2.8 | Imprevistos | 77 |
| 6.4.3 | Inversión Inicial en capital de trabajo/operaciones | 78 |
| 6.4.3.1 | Servicios básicos | 78 |
| 6.4.3.2 | Alquiler | 79 |
| 6.4.3.3 | Material de escritorio | 79 |
| 6.4.3.4 | Requerimiento de mano de obra | 80 |
| 6.4.3.5 | Requerimiento lanzamiento de publicidad | 81 |
| 7. | ORGANIZACIÓN | 82 |
| 7.1 | Organización General | 82 |
| 7.1.1 | Tipo de organización | 82 |
| 7.1.1.2 | Razón social de la empresa | 82 |
| 7.2 | Organigrama | 82 |

| | |
|--|-----------|
| 7.4 Descripción de las principales funciones de los empleados..... | 83 |
| 8. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO | 84 |
| 8.1 Inversiones..... | 84 |
| 8.1.1 Componentes de la inversión Fija..... | 84 |
| 8.1.2 Componentes de la inversión Diferida..... | 84 |
| 8.1.3 Capital de Trabajo / operaciones..... | 85 |
| 8.1.4 Cronograma de inversión..... | 86 |
| 8.2. Financiamiento..... | 86 |
| 8.2.2. Financiamiento con Aporte Propio..... | 86 |
| 9. INGRESOS Y COSTOS/GASTOS DEL PROYECTO | 88 |
| 9.1 Ingresos del proyecto..... | 88 |
| 9.2 Costos del proyecto..... | 89 |
| 9.2.1 Costos Variables..... | 89 |
| 9.2.2 Costos Fijos..... | 90 |
| 9.2.3 Cálculo de la depreciación..... | 91 |
| 10.1 Balance General..... | 92 |
| 10.2 Estado de Resultados..... | 93 |
| 11. Evaluación económica, financiera, técnico-administrativa del proyecto..... | 94 |
| 11.1 Tipo de Evaluación..... | 94 |
| 11.1.1 Evaluación económica..... | 94 |
| 11.1.2 Evaluación financiera..... | 94 |
| 11.2 Indicadores..... | 95 |
| 11.3 Costo ponderado de capital (CPPC)..... | 95 |
| 11.2.2 Valor actual Neto y Tasa interna de Retorno (VAN y TIR)..... | 96 |
| 12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 98 |
| 12.1 Conclusiones..... | 99 |
| 12.2 Recomendaciones..... | 100 |
| Bibliografía..... | 101 |