

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