

INDICE

CAPITULO I INTRODUCCION

INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 PROCESO CREATIVO	2
1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	5
1.3 ANTECEDENTES DEL PROYECTO.....	9
1.4 IDENTIFICACION Y FORMULACION DEL PROBLEMA.....	12
1.4.1 Formulación del Problema.....	16
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	16
1.6 OBJETIVOS.....	19
1.7 ALCANCES.....	20

CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO

INTRODUCCIÓN.....	21
2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	23
2.1. PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO.....	25
2.1.1 DEFINICION DEL SERVICIO.....	25
2.1.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	27
2.1.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	32
2.1.3.1 Demanda esperada.....	34
2.1.4. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
2.1.4.1 Recolección de Datos	37
2.1.5. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE ENCUESTAS A PADRES DE FAMILIA.....	41
2.1.6 ANÁLISIS DEL PRECIO.....	66

2.1.7	ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN.....	67
2.1.8	ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	68
2.1.8.1	El Proceso de Decisión de Compra del Consumidor y los Factores que influyen sobre el mismo.....	70
2.1.8.2	Modelo de Comportamiento, características que afectan el comportamiento de los consumidores.....	77
2.1.9.	ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE.....	84
2.1.9.1	El mercado y su entorno.....	84
2.1.9.2	Análisis Competitivo.....	85
2.1.9.3	Modalidad de Trabajo de la Competencia.....	86
2.1.9.4	Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE).....	87
2.1.9.5	Matriz FODA.....	94
2.1.10	CONCLUSIONES EN LA INVESTIGACIÓN DE LA VIABILIDAD EN EL LANZAMIENTO DEL NUEVO SERVICIO.....	100

CAPITULO III

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

3.	INTRODUCCIÓN.....	101
3.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	101
3.1.1.	Factores que determinan el Tamaño.....	101
3.1.2.	Tamaño del proyecto.....	102
3.2.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	104
3.2.1.	OBJETIVO.....	104
3.2.2.	MACRO LOCALIZACIÓN.....	105
3.2.3.	MICRO LOCALIZACIÓN	106
3.2.3.1.	Plano de Ubicación de la Infraestructura.....	110

CAPITULO IV

ESTRATEGIA Y MARKETING

4. INTRODUCCIÓN.....	112
4.1. OBJETIVOS DEL AREA.....	113
4.2. MARCO TEÓRICO DE LA ESTRATEGIA.....	114
4.3. ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.....	115
4.3.1. MISIÓN.....	116
4.3.2. VISIÓN.....	118
4.3.3. OBJETIVO GENERAL	118
4.3.3.1 Objetivos Específicos.....	119
4.3.4. VALORES.....	120
4.4. ANÁLISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO.....	121
4.4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.....	121
4.4.1.1 Análisis del Macro ambiente de la Empresa.....	122
4.4.2 ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE DIAMANTE PORTER.....	124
4.4.2.1 Rivalidad entre competidores	125
4.4.2.2 Barreras de entrada a Posibles Competidores.....	127
4.4.2.3 Amenaza de Servicios Sustitutos.....	128
4.4.2.4 El poder de negociación de los proveedores,.....	129
4.4.2.5 El poder de negociación de los clientes.....	130
4.4.3 . ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI).....	131
4.5 FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS.....	136
4.5.1 VENTAJA COMPETITIVA.....	138

5.3.5 REQUERIMIENTO DE MATERIALES.....	217
5.3.6 REQUERIMIENTO DE INSUMOS.....	220
5.3.7 REQUERIMIENTO DE OTROS INSUMOS.....	220
5.3.8 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA.....	222
5.3.9 REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BASICOS.....	223
5.3.10 REQUERIMIENTO DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA.....	224
5.3.11 REQUERIMIENTO DE SEGURIDAD Y PRIMEROS AUXILIOS.....	226
5.4. PLAN DE ACCION.....	227
5.5. LAYOUT DEL PROYECTO.....	233

CAPITULO VI
ORGANIZACIÓN

6. INTRODUCCION.....	234
6.1 ORGANIZACIÓN JURIDICA.....	234
6.1.1. TIPO DE SOCIEDAD JURIDICA.....	234
6.1.2. TRÁMITE.....	236
6.1.2.1. Características de la Sociedad de Responsabilidad Limitada.....	239
6.2 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	249
6.2.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	249
6.2.1.1 Estructura Funcional.....	250
6.2.1.2 Organigrama.....	250
6.2.1.2.1 Organización Lineal.....	253
6.3. PROCESO DE RECUSOS HUMANOS.....	256
6.3.1 PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DEL PERSONAL.....	257
6.3.1.1 Fuentes de Reclutamiento.....	258
6.3.2 PROCESO SELECCIÓN DEL PERSONAL.....	262
6.3.2.1 Técnicas de Selección	264
6.3.3 PROCESO DE CONTRATACIÓN.....	267
6.3.4 DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE CARGOS.....	269
6.3.4.1 Manual de Funciones.....	271
6.3.5 ADMINISTRACION DE SALARIOS.....	271

4.7.2 PRECIO.....	184
4.7.2.1 Precio Promedio Meta.....	185
4.7.2.2 Estrategias de Fijación de Precios.....	186
4.7.2.3 Estrategias de Ajuste de Precios.....	187
4.7.3 LOCALIZACION.....	188
4.7.4 PROMOCIÓN.....	189
4.7.5 RELACIONES PUBLICAS.....	194
4.7.6.PRESUPUESTO PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	194

CAPITULO V

INGENIERÍA DEL PROYECTO

5. INTRODUCCIÓN.....	197
5.1. DESCRIPCIÓN TECNICA DEL SERVICIO.....	198
5.1.1 GUARDERIA.....	199
5.1.2 NIDITO – PREKINDER – KINDER.....	200
5.1.3 AREA EDUCATIVA Y RECREACIONAL.....	200
5.1.4 SALA DE MUSICA Y VIDEO.....	201
5.1.5 AREA DE DESCANSO.....	201
5.1.6 TALLER DE MANUALIDADES.....	202
5.1.7 SALA DE PSICOMOTRICIDAD GRUESA Y FINA.....	202
5.1.8 COMEDOR Y COCINA.....	203
5.1.9 SALA DE JUEGOS.....	203
5.1.10 SALA MULTIUSOS.....	204
5.2. PROCESO DE DESARROLLO DEL SERVICIO.....	204
5.3. REQUERIMIENTOS.....	208
5.3.1 REQUERIMIENTOS DE TERRENOS.....	208
5.3.2 OBRAS CIVILES.....	209
5.3.3 REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS.....	211
5.3.4 REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES.....	213

6.3.7 PROCESO DE SOCIALIZACION ORGANIZACIONAL.....	283
6.3.8 PROCESO DE EVALUACION Y DESEMPEÑO.....	288
6.3.8.1. Método Sistema de Quejas.....	289
6.3.8.2. Método de Autoevaluación.....	289
6.3.8.3 Método de Incidentes Crítico.....	290

CAPITULO VII

INVERSION Y FINANCIAMIENTO

INTRODUCCIÓN.....	294
7. INVERSIONES.....	294
7.1. INVERSION TOTAL.....	295
7.1.1. INVERSIÓN FIJA.....	296
7.1.1.1. Muebles y Enseres.....	297
7.1.1.2 Equipos.....	297
7.1.1.3 Inversión en Obras Civiles.....	297
7.1.2. INVERSIÓN DIFERIDA.....	298
7.1.3. CAPITAL DE OPERACIONES.....	301
7.2. CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....	303
7.3. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	306
7.3.1. FINANCIAMIENTO INTERNO.....	306

CAPITULO VIII

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

8. INTRODUCCIÓN.....	307
8.1.1. COSTOS FIJOS.....	308
8.1.1.1 Sueldos y Salarios de la Mano de Obra Indirecta.....	308
8.1.1.2. Costos de Electricidad Área Administrativa.....	309
8.1.1.3. Gastos Generales.....	309
8.1.1.4 Costos de Comercialización.....	310
8.1.1.5 Depreciación.....	311
8.1.1.6. Costo de Uniformes.....	311
8.1.1.8 Costo de Seguros contra Incendios y todo Riesgo.....	314

8.2.	COSTOS VARIABLES.....	315
8.2.1.	Costo de Mano de Obra Directa.....	315
8.2.2.	Costo de Energía Eléctrica.....	-318
8.2.3.	Costo de Gas Domiciliario.....	318
8.2.4.	IMPUESTOS.....	318
8.3.	COSTOS TOTALES.....	319
8.4.	INGRESOS DEL PROYECTO.....	321
8.5.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	325
8.6.	ESTADO DE RESULTADOS.....	326
8.7.	BALANCE GENERAL.....	327

CAPITULO IX

EVALUACION ECONOMICA

9.	INTRODUCCION.....	330
9.1.	FUENTES DE USO Y FONDOS.....	330
9.2.	FLUJO DE CAJA.....	332
9.3.	CRITERIOS DE EVALUACION ECONOMICA.....	333
9.3.1.	Tasa mínima atractiva de retorno (TMAR).....	334
9.3.2.	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	334
9.3.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	336
9.3.4.	Beneficio/Costo.....	337
9.4.	TIEMPO DE RECUPERACION DEL CAPITAL (TRC).....	338
9.5.	ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	338
9.5.1.	Escenario Optimista.....	339
9.5.2.	Escenario Pesimista.....	340
9.6.	CONCLUSIONES.....	341

CAPITULO X

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.CONCLUSIONES GENERALES.....	342
10.1.1.ÁREA DE ESTUDIO DE MERCADO.....	343
10.1.2.AREA DE TAMAÑO Y LOCALIZACION.....	344
10.1.3.ÁREA ESTRATÉGICA.....	345
10.1.4.AREA DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	345
10.1.5.AREA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS.....	346
10.2. APORTES.....	346
10.2.1. APORTE SOCIAL.....	346
10.2.2. APORTE A LA ECONOMIA.....	347
10.2.3. APORTE A LA EDUCACION.....	347
10.2.4. APORTE A LA UNIVERSIDAD.....	347