

INDICE

CAPÍTULO I **NATURALEZA DEL PROYECTO**

1.1. INTRODUCCIÓN _____	1
1.1.1. PROCESO CREATIVO PARA DETERMINAR EL PRODUCTO O SERVICIO _____	2
1.2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO _____	5
1.3. JUSTIFICACION DEL PROYECTO _____	6
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO _____	7
1.4.1. OBJETIVO GENERAL _____	7
1.4.2. OBJETIVO ESPECÍFICO _____	7
1.4.2.1. OBJETIVO ESPECIFICO A CORTO PLAZO _____	7
1.4.2.2. OBJETIVO ESPECIFICO A LARGO PLAZO _____	7

CAPÍTULO II **ESTUDIO DE MERCADO**

2.1. INTRODUCCIÓN _____	8
2.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN _____	8
2.2.1. OBJETIVO GENERAL _____	8
2.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS _____	9
2.3. UNIVERSO DE ESTUDIO _____	9
2.3.1. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA _____	10
2.3.1.1. DETERMINACIÓN DEL NÚMERO DE ENCUESTAS A AMAS DE CASA _____	10
2.3.1.2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA PARA COMERCIANTES	11
2.4. PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE	

MERCADO	11
2.4.1. DESCRIPCION DEL PRODUCTO	11
2.4.2. USOS DEL PRODUCTO	11
2.4.3. ANALISIS DE LA OFERTA	12
2.4.4. ANALISIS DE LA DEMANDA	13
2.4.5. ANALISIS DE PRECIO	13
2.5. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	15

CAPÍTULO III

ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA

3.1. INTRODUCCIÓN	16
3.2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	16
3.2.1. MISIÓN DE LA EMPRESA	16
3.2.2. VISIÓN DE LA EMPRESA	17
3.3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA	18
3.4. DIAGNÓSTICO EXTERNO	19
3.4.1. ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE	19
3.4.1.1. ÁMBITO DEMOGRÁFICO	19
3.4.1.2. ÁMBITO ECONÓMICO	20
3.4.1.3. ÁMBITO NATURAL	20
3.4.1.4. ÁMBITO TECNOLÓGICO	20
3.4.1.5. ÁMBITO POLÍTICO	21
3.4.2. ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER	21
3.4.3. LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS	22
3.4.3.1. BARRERAS DE ENTRADA	24
3.4.3.2. BARRERAS DE SALIDA	25
3.4.3.3. PRESENCIA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	26
3.4.3.4. PODER NEGOCIADOR DE LOS PROVEEDORES	27
3.4.3.5. PODER NEGOCIADOR DE LOS CLIENTES	28
3.4.3.6. ANÁLISIS DE LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES	29

3.5. DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA GENÉRICA_____	29
3.5.1. ANÁLISIS ESTRUCTURAL Y ESTRATEGIA COMPETITIVA__	29
3.5.2. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GENÉRICAS_____	30
3.5.3. ASPECTOS IMPORTANTES PARA UNA ESTRATEGIA_____	31
3.5.4. VENTAJAS DE LA ESTRATEGIA GENÉRICA_____	31
3.6. PLAN DE MERCADOTECNIA_____	31
3.7. SEGMENTACIÓN Y POSICIONAMINTO DEL MERCADO	
OBJETIVO_____	32
3.8. ANÁLISIS FODA_____	33
3.9. RIVALIDAD COMPETITIVA_____	36
3.10. ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA_____	37
3.10.1. MARKETING OPERATIVO_____	38
3.10.1.1. PRODUCTO_____	38
3.10.1.2. PLAZA (DISTRIBUCIÓN)_____	39
3.10.1.3. PRECIO_____	41
3.10.1.4. PROMOCIÓN_____	41
3.11. CONCLUSIONES_____	47

CAPÍTULO IV
INGENIERIA DE PROYECTO

4.1. DESCRIPCION DEL PRODUCTO_____	48
4.2. PROCESO DE PRODUCCION_____	49
4.2.1. PROCESO ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA_____	51
4.2.2. LOGÍSTICA INTERNA_____	54
4.3. REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA_____	60
4.3.1. ALGODÓN_____	60
4.3.1.1. REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA E INSUMO PARA LA PRODUCCION_____	60
4.4. DESCRIPCION DEL OBRAS CIVILES_____	61

CAPÍTULO V
ORGANIZACIÓN

5.1. OBJETIVOS DEL AREA DE ORGANIZACIÓN _____	63
5.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL _____	63
5.2.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA _____	64
5.2.2. MANUAL DE FUNCIONES _____	67
5.3. AREA DE RECURSOS HUMANOS _____	68
5.3.1. POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS _____	69
5.3.2. POLÍTICA Y CURVA SALARIAL _____	71
5.3.3. NIVELES SALARIALES _____	72
5.4. AREA LEGAL DE LA EMPRESA _____	73
5.4.1. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA _____	74
5.4.2. RAZÓN SOCIAL _____	74
5.5. BALANCE DE APERTURA _____	74

CAPÍTULO VI
INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

6.1. INVERSIONES _____	76
6.1.1. COMPONENTES DE LA INVERSION FIJA _____	76
6.1.1.1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA INVERSIÓN FIJA _	78
6.1.2. COMPONENTES DE LA INVERSION DIFERIDA _____	83
6.1.3. CAPITAL DE TRABAJO _____	83
6.2. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO _____	84

CAPÍTULO VII
INGRESOS Y COSTOS

7.1. INGRESOS DEL PROYECTO _____	85
7.1.1. INGRESOS BRUTOS _____	87
7.1.2. INGRESOS NETOS _____	87
7.2. COSTOS _____	88
7.2.1. CLASIFICACION DE COSTOS POR SU VARIABILIDAD _____	89
7.2.1.1. COSTOS FIJOS _____	89
7.2.1.2. COSTOS VARIABLES _____	90
7.2.1.3. COSTOS TOTALES _____	90
7.2.1.4. CALCULO DE LA DEPRECIACION Y VALOR RESIDUAL _____	91

CAPÍTULO VIII
ESTUDIOS FINANCIEROS PROYECTADOS

8.1. CONTABILIDAD _____	94
8.1.1. PLAN DE CUENTAS _____	94
8.1.2. CODIFICACION DEL PLAN DE CUENTAS _____	95
8.2. PROYECCION DE ESTADOS FINANCIEROS _____	95

CAPÍTULO IX
EVALUACION FINANCIERA

9.1. EVALUACION _____	99
9.1.1. CÁLCULO DEL FLUJO NETO DE FONDOS _____	99
9.2. INDICADORES DE EVALUACIÓN _____	101
9.2.1. DETERMINACIÓN DEL FACTOR DE ACTUALIZACIÓN _____	101
9.2.2. APLICACIÓN DE LOS PARÁMETROS DE EVALUACIÓN _____	102
9.2.2.1. DETERMINACION DE LOS PARÁMETROS DE EVALUACIÓN _____	102
9.2.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) _____	103

9.2.4. VALOR ACTUAL NETO (VAN) _____	103
9.2.5. RELACIÓN BENEFICIO / COSTO (B/C) _____	104
9.2.6. APLICACIÓN DE LOS PARÁMETROS DE EVALUACIÓN EN EL PROYECTO _____	105
9.2.7. CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN _____	106
9.2.8. PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO _____	107
9.2.8.1. CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO POR PERIODOS__	107
9.2.8.2. INTERPRETACIÓN _____	109
9.2.8.3. RAZONES FINANCIERAS _____	109
9.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD _____	114
9.3.1. POSICIÓN OPTIMISTA _____	114
9.3.2. POSICIÓN PESIMISTA _____	116

CAPÍTULO X
CONCLUSIONES

10.1. CONCLUSIONES _____	117
--------------------------	-----