

## INDICE GENERAL

<b>CAPÍTULO I</b>	<b>PÁG</b>
1. INTRODUCCION	1
1.1. PROCESO CREATIVO	1
1.1.1. LLUVIA DE IDEAS	2
1.1.2. EVALUACIÓN Y FILTRACIÓN DE IDEAS	3
1.1.3. ELECCIÓN DEL NOMBRE DE LA EMPRESA	4
1.2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	6
1.3. JUSTIFICACION DEL PROYECTO	7
1.3.1. JUSTIFICACIÓN TEORICA	7
1.3.2. JUSTIFICACIÓN METODOLOGICA	7
1.3.3. JUSTIFICACIÓN TECNICA	7
1.4. OBJETIVOS DE LA EMPRESA	7
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	7
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
1.5. ALCANCE	8
1.5.1. ALCANCE TEMPORAL	8
1.5.2. ALCANCE GEOGRÁFICO	9
<b>CAPÍTULO II</b>	
2. ESTUDIO DE MERCADO	10
2.1. DEFINICION Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	10
2.1.1. DEFINICION	10
2.1.2. OBJETIVO	11

2.2. PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO	11
2.2.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO PRINCIPAL Y SUB-SERVICIOS	11
2.2.2. USOS DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA	18
2.2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA DEL SERVICIO	19
2.2.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL SERVICIO	19
2.2.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL SERVICIO	20
2.2.5.1. OFERTA Y DEMANDA HISTÓRICA	20
2.2.5.2. OFERTA Y DEMANDA ACTUAL Y PROYECTADA	21
2.2.6. ANÁLISIS DEL PRECIO	22
2.2.7. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN:	25
2.2.8. ANÁLISIS DEL MACRO-AMBIENTE.	25
<b>CAPÍTULO III</b>	
3. TAMAÑO Y LOCALIZACION DEL PROYECTO	28
3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.	28
3.1.1. FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO.	28
3.1.2. TAMAÑO PROYECTADO.	30
3.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	31
3.2.1. MACRO-LOCALIZACIÓN	32
3.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN.	34
<b>CAPÍTULO IV</b>	
4. ESTRATEGIA Y MARKETING	41
4.1. INTRODUCCION	41
4.2. OBJETIVOS DEL CAPITULO	41

4.3. ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCION ESTRATEGICA	42
4.3.1. MISIÓN	42
4.3.2. VISIÓN	43
4.3.3. OBJETIVOS DE LA EMPRESA	44
4.3.4. VALORES Y PRINCIPIOS INSTITUCIONALES	47
4.4. ANALISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO	48
4.4.1. LAS CINCO FUERZAS DEL DIAMANTE DE PORTER	48
4.4.2. CADENA DE VALOR	50
4.4.3. FACTORES CLAVES DEL ÉXITO DE SERVICIOS	51
4.5. FORMULACION DE LA ESTRATEGIA	51
4.6. PLAN DE MARKETING DE SERVICIOS	52
4.6.1. OBJETIVOS DEL PLAN.	52
4.6.2. ESTRATEGIAS	52
4.7. MEZCLA DE MARKETING DE SERVICIOS	52
4.7.1. SERVICIO – PRODUCTO: SERVICIO DE CONSULTORÍA	52
4.7.2. PRECIOS DEL SERVICIO	54
4.7.3. PLAZA (UBICACIÓN)	55
4.7.4. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN	56
4.7.4.1. PUBLICIDAD	57
4.7.4.2. PROMOCIÓN	57
4.7.5. PERSONAL	59
4.7.6. EVIDENCIA FÍSICA	59
4.7.7. PROCESO	60

## **CAPÍTULO V**

5. INGENIERÍA DEL PROYECTO	61
5.1. ANALISIS DEL PROCESO DE SERVUCCION	61
5.1.1. DIAGRAMA DE FLUJO	61
5.1.2. DISTRIBUCIÓN DE LA OFICINA	61
5.2. REQUERIMIENTOS	61
5.2.1. REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN FIJA	61
5.2.2. REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN DIFERIDA	62
5.2.3. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	64
5.3. PROGRAMA DE SERVUCCION	66

## **CAPÍTULO VI**

6. ORGANIZACION	66
6.1. ORGANIZACIÓN GENERAL	67
6.1.1. ORGANIZACIÓN JURÍDICA	67
6.1.1.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	68
6.1.1.2. CAPITAL SOCIAL	69
6.1.1.2.1. SOCIOS	69
6.1.2. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	70
6.1.2.1. DEPARTAMENTALIZACIÓN	70

## **CAPÍTULO VII**

7. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	74
7.1. INVERSIONES	74

7.1.1.	COMPONENTES DE LA INVERSIÓN FIJA.	74
7.1.2.	COMPONENTES DE LA INVERSIÓN DIFERIDA.	75
7.1.3.	CAPITAL DE TRABAJO	76
7.1.4.	INVERSIONES DE REPLAZO / REPOSICIÓN	77
7.1.5.	CRONOGRAMA DE INVERSIONES	78
7.2.	FINANCIAMIENTO	78
7.2.1.	FINANCIAMIENTO CON APORTE PROPIO	79
7.2.2.	FINANCIAMIENTO CON APORTE EXTERNO	79
7.2.2.1.	CONDICIONES DEL PRÉSTAMO.	79
7.2.2.2.	AMORTIZACIÓN	81
<b>CAPÍTULO VIII</b>		
8.	INGRESOS Y COSTOS DEL PROYECTO	83
8.1.	INGRESOS DE AL CONSULTORA	83
8.1.1.	PRECIO DE VENTA.	84
8.1.2.	INGRESOS PROYECTADOS	85
8.2.	COSTOS DEL PROYECTO	86
8.2.1.	CLASIFICACIÓN DE COSTOS SEGÚN SU VARIABILIDAD	86
8.2.1.1.	COSTOS VARIABLES	86
8.2.1.2.	COSTOS FIJOS	87
8.2.1.3.	CALCULO DE LA DEPRECIACIÓN	89
8.2.1.4.	IMPUESTOS	90
8.2.1.4.1.	CÁLCULO IMPOSITIVO	91

## **CAPÍTULO IX**

9. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	92
9.1. BALANCE GENERAL	92
9.1.1. CRITERIOS UTILIZADOS	94
9.2. ESTADO DE RESULTADOS	96
9.2.1. ESTADO DE RESULTADOS POR SU VARIABILIDAD	98
9.3. FUENTES Y USOS DE FONDOS PROYECTADOS	99

## **CAPÍTULO X**

10. EVALUACION ECONÓMICA, FINANCIERA, TÉCNICO-ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA	100
10.1. TIPOS DE EVALUACION	100
10.1.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA.	100
10.1.2. EVALUACIÓN FINANCIERA	100
10.1.3. FLUJO DE CAJA	101
10.1.3.1. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	101
10.1.3.2. FLUJO DE CAJA FINANCIERO	101
10.2. INDICADORES	101
10.2.1. VALOR ACTUAL NETO	103
10.2.2. TASA INTERNA DE RETORNO	104
10.2.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	106
10.2.4. RELACIÓN BENEFICIO – COSTO	107
10.2.5. PUNTO DE EQUILIBRIO	108
10.3. ANALISIS DE SENSIBILIDAD	109

## **CAPÍTULO XI**

11. CONCLUSIONES GENERALES	110
----------------------------	-----