

# Índice de contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. PROCESO CREATIVO .....	3
1.1.1 Lluvia de ideas.....	3
1.1.2 Evaluación y filtración de las ideas.....	4
1.1.3 Elección y evaluación del nombre de la empresa.....	4
1.2 ANTECEDENTES DEL PROYECTO .....	5
1.2.1 Formulación del problema.....	9
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	10
1.3.1 Justificación técnica.....	10
1.3.2 Justificación económica.....	10
1.3.3 Justificación social.....	11
1.4 OBJETIVOS.....	11
1.4.1. Objetivo General.....	11
1.4.2 Objetivos Específicos .....	11
1.5. ALCANCES .....	12
1.5.1 Límite sustantivo .....	12
1.5.2 Límite espacial.....	12
1.5.3 Límite temporal .....	12
1.5.4. Límite de contexto .....	12
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	13
2.1 DEFINICIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO .....	13
2.1.1 Objetivo general .....	13
2.1.2 Objetivos específicos.....	13
2.2 PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DEL MERCADO .....	14
2.2.1 Descripción del producto principal.....	14
2.2.2 Características del producto.....	15

2.2.3 Análisis de la oferta .....	16
2.2.4 Análisis de la demanda .....	19
2.2.5 Análisis de la oferta y demanda .....	26
2.2.6 Análisis del precio .....	30
2.2.7 Análisis de comercialización .....	31
2.3 CONCLUSIONES .....	32
3. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN .....	33
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO .....	33
3.1.1 Factores que determinan el tamaño .....	33
3.1.2. Tamaño proyectado .....	34
3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	35
3.2.1 Macro-localización .....	35
3.2.2 Micro – localización .....	36
3.3. CONCLUSIONES .....	37
4. ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA .....	38
4.1 INTRODUCCIÓN .....	38
4.2 OBJETIVOS DEL ÁREA .....	38
4.3 ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA .....	39
4.3.1 Misión .....	39
4.3.2 Visión .....	39
4.3.3. Objetivos .....	40
4.3.4 Valores de la empresa .....	40
4.4 ANÁLISIS AMBIENTAL COMPETITIVO .....	41
4.5 Formulación estratégica .....	48
4.5.1 Matriz atractivo competitividad .....	48
4.5.2. Estrategia de liderazgo en costos .....	49
4.6 PLAN DE MERCADOTECNIA .....	49
4.6.1 Estrategias de marketing .....	49

4.7. MEZCLA MERCADOTECNIA .....	50
4.7.1 Producto.....	50
4.7.2 Precio.....	51
4.7.3. Promoción y publicidad.....	52
4.8 CONCLUSIONES.....	54
5.1. Análisis del proceso de producción.....	55
5.1.1. Cadena de valor.....	55
5.1.2. Descripción del proceso productivo.....	55
5.1.3 Layout externo e interno de la planta.....	62
5.2. Requerimientos técnicos y monetarios.....	63
5.2.2. Inversión diferida toda la inversión diferida pre-operativa (valor monetario).....	66
5.3. Costos de producción desde insumos productos en proceso y terminados.....	72
5.4. Programa de producción u operaciones.....	73
5.5. CONCLUSIONES.....	74
6. ORGANIZACIÓN.....	75
6.1. ORGANIZACIÓN GENERAL – NATURALEZA, TIPO Y PROPIEDADES.....	75
6.1.1. Dirección administrativa.....	75
6.1.2. Trámite.....	76
6.2. ORGANIGRAMA - DE LA ORGANIZACIÓN DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS.....	81
6.3. DEPARTAMENTALIZACIÓN - TIPOS Y PROPIEDADES.....	82
6.3.1. Manual de funciones.....	83
6.3.2. Reglamento interno administrativo.....	83
6.3.3. Reclutamiento del personal.....	83
6.4. CONCLUSIONES.....	84
7. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....	85
7.1. INVERSIONES.....	85
7.1.1. Componentes de la inversión fija – por periodo de activación.....	85
7.1.2. Componentes de la inversión diferida.....	86

7.1.3. Capital de trabajo operaciones – para el arranque de operaciones y anual .....	86
7.1.4. Inversión de reemplazo – reposición – según sistema de depreciación.....	87
7.1.5. Cronograma y estructura de inversiones.....	87
7.2. FINANCIAMIENTO.....	88
7.2.1. Financiamiento con Aporte Propio.....	88
7.2.2. Financiamiento mediante Préstamo.....	88
7.3. CONCLUSIONES.....	89
8. INGRESOS Y COSTOS .....	90
8.1 INGRESOS DEL PROYECTO.....	90
8.1.1. Precios de venta – considerando promoción y o descuento .....	90
8.1.2. Ingresos proyectados .....	91
8.2. Costos del proyecto .....	91
8.2.1. Clasificación de costos por objeto del gasto.....	92
8.2.2. Clasificación de costos según su variabilidad .....	93
8.3. CONCLUSIONES.....	95
9. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	96
9.1. BALANCE GENERAL.....	96
9.2. ESTADO DE RESULTADOS .....	97
9.2.1. Estado de resultados por su variabilidad .....	97
9.3. FUENTES Y USOS DE FONDOS PROYECTADOS (HORIZONTE DE AL MENOS 5 AÑOS).....	98
9.4 CONCLUSIONES.....	98
10.1 TIPOS DE EVALUACIÓN.....	99
10.1.1. Evaluación económica.....	99
10.1.2. Evaluación financiera .....	100
10.2. INDICADORES .....	100
10.2.1. Valor actual neto (VAN) .....	101
10.2.2. Tasa interna de retorno (TIR).....	101
10.2.3. Apalancamiento financiero.....	101

10.2.4. Periodo de recuperación del capital.....	102
10.2.5. Relación beneficio costo.....	102
10.2.6. Punto de equilibrio.....	102
10.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	103
10.3.1. Sensibilidad a la disminución de los ingresos .....	103
10.3.2. Sensibilidad al incremento de los costos .....	103
10.4. CONCLUSIONES.....	103
11. CONCLUSIONES.....	104
BIBLIOGRAFÍA.....	106
ANEXO.....	108