

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Proceso creativo	1
1.1.1. Lluvia de Ideas.....	2
1.1.2. Evaluación y ponderación de ideas	3
1.1.3. Descripción del proyecto mejor ponderado	4
1.1.4. Nombre de la empresa	5
1.2. Antecedentes.....	6
1.3. Justificación.....	10
1.3.1. Justificación económica	10
1.3.2. Justificación social.....	10
1.4. Objetivos.....	11
1.4.1. Objetivo general	11
1.4.2. Objetivos específicos	11
1.5. Alcance.....	12
1.5.1. Temporal.....	12
1.5.2. Geográfico.....	12
1.5.3. Temático	12
2. MARCO CONCEPTUAL	13
3. ESTUDIO DE MERCADO	37
3.1. Principales aspectos relacionados con el estudio de mercado.....	37
3.1.1. Descripción del servicio principal	37
3.1.2. Descripción de servicio complementario	38
3.1.3. Usos del servicio	40
3.1.4. Análisis de la oferta	41
3.1.5. Análisis de la demanda.....	42
3.1.6. Análisis de la oferta y demanda	46
3.1.7. Análisis del precio.....	56
3.1.8. Análisis de la comercialización	57
4. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA CAFETERÍA	59
4.1. Tamaño de la cafetería	59

4.1.1.	Factores que determinan el tamaño.....	59
4.1.2.	Tamaño proyectado.....	62
4.2.	Localización de la cafetería.....	62
4.2.1.	Micro – Localización.....	63
5.	ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA.....	67
5.1.	Introducción.....	67
5.2.	Objetivos del área estratégica y de mercadotecnia.....	67
5.3.	Establecimiento de la dirección estratégica.....	68
5.3.1.	Misión.....	68
5.3.2.	Visión.....	68
5.3.3.	Objetivos.....	69
5.4.	Análisis de ambiente competitivo.....	69
5.4.1.	Cinco fuerzas de Porter.....	70
5.4.2.	Cadena de valor.....	73
5.5.	Formulación de la estrategia.....	76
5.5.1.	Diferenciación.....	76
5.6.	Plan de mercadotecnia.....	77
5.6.1.	Matriz F.O.D.A.....	77
5.6.2.	Fijación de objetivos.....	78
5.6.3.	Estrategias de mercadotecnia.....	79
5.7.	Mezcla de mercadotecnia.....	80
5.7.1.	Producto o Servicio.....	82
5.7.2.	Precio.....	82
5.7.3.	Placemnt o localización.....	82
5.7.4.	Promoción.....	83
5.7.5.	Personas.....	84
5.7.6.	Evidencia física.....	85
5.7.7.	Proceso.....	86
5.8.	Presupuesto de marketing.....	86
6.	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	87
6.1.	Análisis del proceso e servucción.....	87
6.1.1.	Proceso de generación del servicio.....	87

6.1.2.	Distribución de la oficina (Lay out)	90
6.2.	Requerimientos	90
6.2.1.	Inversión fija	90
6.2.2.	Inversión diferida	92
6.2.3.	Inversión inicial en el capital de trabajo	92
6.3.	Programa de servucción	93
7.	ORGANIZACIÓN	94
7.1.	Organización general	94
7.1.1.	Organización jurídica	94
7.1.2.	Constitución de la cafetería	95
7.1.3.	Manual de funciones.....	95
7.2.	Organigrama	95
7.3.	Departamentalización funcional	96
7.3.1.	Administrativo	96
7.3.2.	Operativo.....	97
8.	INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	98
8.1.	Inversiones	98
8.1.1.	Inversión fija	98
8.1.2.	Inversión diferida	100
8.1.3.	Capital de trabajo.....	101
8.1.4.	Inversiones de reemplazo.....	103
8.1.5.	Cronograma de inversiones	103
8.2.	Financiamiento	104
8.2.1.	Financiamiento con aporte propio	105
8.2.2.	Financiamiento mediante crédito.....	105
9.	INGRESO Y COSTOS DEL PROYECTO	107
9.1.	Ingresos del proyecto	107
9.1.1.	Precio de venta	107
9.1.2.	Ingresos proyectados	108
9.2.	Costos del proyecto	109
9.2.1.	Clasificación de costos según su variabilidad	109
10.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	116

10.1.	Balance general.....	116
10.2.	Estado de Resultados	118
10.3.	Fuentes y usos de fondos proyectados	118
11.	EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA TECNICA ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	120
11.1.	Tipos de evaluación	120
11.1.1.	Evaluación económica	120
11.1.2.	Evaluación financiera.....	120
11.1.3.	Flujos de caja	121
11.2.	Indicadores.....	122
11.2.1.	Valor actual neto (VAN)	122
11.2.2.	Tasa interna de retorno (TIR).....	123
11.2.3.	Periodo de recuperación del capital.....	123
11.2.4.	Relación Beneficio-Costo	124
11.2.5.	Punto de equilibrio	124
11.3.	Análisis de sensibilidad	125
12.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	127
12.1.	Conclusiones	127
12.2.	Recomendaciones	128
	BIBLIOGRAFÍA	130
	WEBGRAFÍA	131