

# ÍNDICE

	Pág.
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Antecedentes generales del proyecto.....	1
1.2. Objetivo del proyecto.....	4
1.2.1. Objetivo general.....	4
1.2.2. Objetivos específicos.....	4
1.3. Justificación del proyecto.....	4
1.3.1. Justificación económica.....	4
1.3.2. Justificación teórica.....	5
1.3.3. Justificación técnica.....	5
1.3.4. Justificación social.....	5
1.4. Alcances del proyecto.....	6
1.4.1. Alcance espacial.....	6
1.4.2. Alcance temporal.....	6
1.4.3. Alcance temático.....	6
1.5. Metodología.....	6
1.5.1. Tipo de investigación.....	7
1.5.2. Instrumentos de recolección de datos.....	7
1.5.3. Fuente de información.....	8
II. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	9
2.1. Planteamiento del problema.....	9
III. MARCO TEÓRICO.....	17
3.1. Proyecto.....	17
3.1.1. Evaluación de proyectos.....	17
3.2. Estudio de mercado.....	19
3.2.1. Análisis de mercado.....	19
3.2.2. Investigación de mercados.....	22
3.2.3. Etapas de la investigación de mercados.....	22
3.3. Estudio técnico.....	22
3.3.1. Localización óptima del proyecto.....	23

3.3.2.	Tamaño óptimo del proyecto.....	25
3.3.3.	Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos.....	25
3.3.4.	Identificación y descripción del proceso.....	25
3.3.5.	Determinación de la organización humana y jurídica.....	28
3.4.	Estudio económico.....	31
3.4.1.	Costo.....	32
3.5.	El mercado alimenticio.....	37
3.5.1.	Los alimentos.....	37
3.5.2.	El arco de la alimentación.....	37
3.5.3.	Grupos de alimentos.....	38
3.5.4.	Alimentación vegana.....	38
3.6.	Análisis del macroentorno.....	39
3.7.	Análisis del microentorno.....	40
3.7.1.	Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	41
3.8.	Marketing mix.....	41
3.8.1.	Producto.....	42
3.8.2.	Precio.....	46
3.8.3.	Distribución.....	48
3.8.4.	Promoción o comunicación.....	51
3.9.	Cadena del valor.....	53
IV.	DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
4.1.	Estudio de mercado.....	55
4.1.1.	Descripción del producto.....	55
4.1.2.	Análisis externo.....	62
4.1.3.	Comportamiento de la oferta.....	76
4.1.4.	Comportamiento de la demanda.....	76
4.1.5.	Análisis de la oferta y la demanda.....	76
4.2.	Oferta proyectada.....	103
4.3.	Demanda proyectada.....	104
4.4.	Balance demanda – oferta.....	107
4.4.1.	Análisis del precio.....	110

4.5.	Análisis interno para empresas de nueva creación.....	112
V.	PROPUESTA – ELABORACIÓN DEL PROYECTO.....	113
5.1.	Tamaño del proyecto.....	113
5.1.1.	Factores que determinan el tamaño.....	113
5.2.	Localización del proyecto.....	114
5.2.1.	Macro localización.....	114
5.2.2.	Micro localización.....	116
5.3.	Ingeniería del Proyecto.....	118
5.3.1.	Proceso de producción.....	118
5.3.2.	Requerimiento de recursos.....	123
5.3.3.	Programa de Producción/Servucción.....	129
5.4.	Estrategia y Mercadotecnia.....	131
5.4.1.	Misión.....	131
5.4.2.	Visión.....	132
5.4.3.	Objetivos .....	132
5.4.4.	Formulación de la estrategia.....	132
5.4.5.	Segmentación de mercado.....	132
5.4.6.	Plan de mercadotecnia.....	134
5.5.	Organización .....	138
5.5.1.	Organización General .....	138
5.5.2.	Manual de Funciones.....	140
5.5.3.	Manual de procedimientos para la producción y comercialización de carnes veganas	147
5.6.	Costos y Gastos.....	147
5.6.1.	Costos del proyecto.....	147
5.6.2.	Gastos del proyecto.....	148
5.7.	Ingresos del proyecto.....	151
5.7.1.	Proyección de demanda.....	152
5.7.2.	Determinación del precio de venta.....	152
5.8.	Inversiones y Financiamiento.....	153
5.8.1.	Inversiones del proyecto.....	153
5.8.2.	Financiamiento del proyecto.....	155

5.9.	Estados Financieros Proyectados.....	156
5.9.1.	Estado de Resultado Proyectado.....	156
5.9.2.	Balance General Proyectado.....	156
5.9.3.	Flujo de Caja Proyectado para la inversión .....	158
5.10.	Evaluación económica, financiera y administrativa del proyecto.....	158
5.10.1	Indicadores financieros.....	158
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	161
6.1.	Conclusiones.....	161
6.2.	Toma de decisión final.....	162
VI	BIBLIOGRAFÍA.....	163
Anexos.....		168