

ÍNDICE

CAPÍTULO 1.....	1
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.2. ANTECEDENTES.....	2
1.3. PROBLEMÁTICA.....	6
1.3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.3.2. ARBOL DE EFECTOS DE PROBLEMAS.....	7
1.4. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	7
1.5. OBJETIVO GENERAL.....	8
1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
1.7. JUSTIFICACIÓN.....	9
1.7.1. Justificación Económica.....	9
1.7.2. Justificación Social.....	9
1.8. ALCANCE.....	9
1.8.1. Alcance Espacial.....	9
1.8.2. Alcance Temporal.....	9
1.8.3. Alcance Temático.....	9
CAPÍTULO 2.....	11
2. MARCO TEÓRICO.....	11
2.1. FACTIBILIDAD.....	11
2.2. PROYECTO.....	11
2.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	11
2.4. ADMINISTRACIÓN.....	12
2.5. ADMINISTRACIÓN EN FUNCIONES.....	12
2.5.1. Planear.....	12
2.5.2. Integrar.....	13
2.5.3. Organizar.....	13
2.5.4. Dirigir.....	13
2.5.5. Controlar.....	13
2.6. BASES PARA LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL.....	14
2.6.1. Misión.....	14
2.6.2. Visión.....	14
2.6.3. Objetivos empresariales.....	15

2.6.4.	Valores empresariales	15
2.7.	MARKETING.....	15
2.8.	PORTER Y LAS 5 FUERZAS DE COMPETITIVIDAD.....	15
2.9.	MARKETING DE SERVICIOS.....	16
2.10.	MARKETING DIGITAL	16
2.11.	VENTAJA COMPETITIVA.....	17
2.12.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	17
2.13.	CONCEPTOS FINANCIEROS	17
2.13.1.	Inversión	18
2.13.2.	Entradas y costos.....	18
2.13.3.	Financiamiento.....	18
2.13.4.	Balance general.....	19
2.13.5.	Estado de resultados.....	19
2.13.6.	Flujo de caja.....	19
2.13.7.	Tasa interna de retorno (TIR).....	19
2.13.8.	Valor actual neto (VAN).....	20
2.14.	EMPRESA	20
2.15.	SERVICIOS	20
2.16.	SOFTWARE COMO SERVICIO.....	21
2.17.	SOFTWARE.....	21
2.18.	HARDWARE	22
2.19.	RESTAURANTE.....	22
2.20.	RESTOBAR.....	22
2.21.	APLICACIÓN WEB	22
CAPÍTULO 3.....		24
3.	ESTUDIO DE MERCADO	24
3.1.	DEFINICIÓN DEL SERVICIO.....	24
3.1.1.	Descripción del Servicio	24
3.1.2.	Competencia directa e indirecta	24
3.1.3.	Servicios o Productos Sustitutos	25
3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ANÁLISIS DEL MERCADO	25
3.3.	DEMANDA	25
3.3.1.	Tipos de mercado	25

3.3.2.	Información primaria	26
3.3.3.	Cálculo de la muestra.....	26
3.3.4.	Informe de resultados.....	27
3.3.5.	Análisis de datos	35
3.3.6.	Proyección de la demanda.....	36
3.4.	OFERTA.....	37
3.4.1.	Análisis de la competencia.....	37
3.4.2.	Proyección de la oferta.....	39
3.4.3.	Balance de la oferta y la demanda.....	39
3.4.4.	Mercado meta.....	40
3.4.5.	Análisis de precios	41
3.4.6.	Análisis de comercialización	41
3.4.6.1.	Canales de mercado	41
3.4.6.2.	Organización de las ventas.....	42
3.4.6.3.	Costo de comercialización	42
	CAPÍTULO 4.....	43
4.	TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	43
4.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO	43
4.1.1.	Tamaño del proyecto.....	43
4.1.2.	Capacidad instalada.....	43
4.2.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	44
4.2.1.	Macro localización.....	44
4.2.2.	Micro localización.....	44
	CAPÍTULO 5.....	46
5.	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	46
5.1.	DETERMINACIÓN DEL PROCESO DEL SERVICIO	46
5.1.1.	Insumos	46
5.1.2.	Proceso del servicio	46
5.1.3.	Muestra del software.....	47
5.1.4.	Flujo de procesos para mantenimiento y actualizaciones	51
5.2.	REQUERIMIENTOS DE PERSONAL.....	53
5.2.1.	Datos técnicos	53
5.3.	REQUERIMIENTO DE EQUIPAMIENTOS	54

5.3.1.	Inversión Fija	54
5.3.2.	Capital de operaciones	56
5.3.2.1.	Insumos	56
5.3.2.2.	Material de oficina	56
5.3.2.3.	Personal.....	56
5.3.2.4.	Gastos administrativos	57
5.3.2.5.	Gasto de transporte mensual	57
CAPÍTULO 6.....		58
6.	ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA.....	58
6.1.	OBJETIVOS	58
6.2.	DEFINIR LA DIRECCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	58
6.2.1.	Misión	58
6.2.2.	Visión.....	58
6.2.3.	Objetivos estratégicos	59
6.2.4.	Valores	59
6.3.	NOMBRE DE LA EMPRESA	59
6.4.	PROPUESTA DE VALOR.....	59
6.5.	ANÁLISIS DE LOS ENTORNOS	60
6.5.1.	Entorno General	60
6.5.1.1.	Segmento Demográfico.....	60
6.5.1.2.	Segmento Económico	60
6.5.1.3.	Segmento político/legal.....	61
6.5.2.	Entorno industrial	61
6.5.3.	Modelo de las 5 fuerzas de Porter.....	62
6.6.	VENTAJA COMPETITIVA.....	63
6.7.	MEZCLA DE MERCADOTECNIA DEL SERVICIO	63
6.7.1.	Elementos del servicio	63
6.7.2.	Lugar y tiempo del servicio	63
6.7.3.	Otros costos para el cliente	63
6.7.4.	Promoción y educación.....	64
6.7.5.	Proceso y distribución.....	64
6.7.6.	Entorno Físico.....	65
6.7.7.	Personal.....	65

6.7.8.	Productividad y Calidad.....	65
CAPÍTULO 7.....		66
7.	ORGANIZACIÓN.....	66
7.1.	ORGANIZACIÓN JURIDICA.....	66
7.2.	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	67
7.2.1.	Estructura Organizacional.....	67
7.2.2.	Manual de funciones.....	68
7.3.	SUELDOS Y SALARIOS.....	71
CAPÍTULO 8.....		73
8.	INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....	73
8.1.	INVERSIONES.....	73
8.1.1.	Componentes de inversión fija.....	73
8.1.2.	Componentes de la inversión diferida.....	74
8.1.3.	Capital de trabajo.....	75
8.1.4.	Cronograma de inversiones.....	76
8.2.	FINANCIAMIENTO.....	76
8.2.1.	Financiamiento de propio aporte.....	76
8.2.2.	Financiamiento mediante préstamo.....	77
8.2.3.	Condiciones del préstamo.....	77
8.2.4.	Estructura de financiamiento.....	77
8.2.5.	Amortización del préstamo bancario.....	77
CAPÍTULO 9.....		79
9.	COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO.....	79
9.1.	COSTOS DEL PROYECTO.....	79
9.1.1.	Costos variables.....	79
9.1.2.	Depreciación.....	79
9.1.3.	Costos fijos.....	80
9.1.4.	Costos netos.....	81
9.2.	INGRESOS DEL PROYECTO.....	81
9.2.1.	Precio por el servicio.....	82
9.2.2.	Ingresos proyectados.....	83
CAPÍTULO 10.....		84
10.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	84

10.1.	BALANCE GENERAL	84
10.2.	ESTADO DE RESULTADOS.....	85
10.3.	ESTADO DE FUENTES Y USOS.....	86
CAPÍTULO 11.....		87
11.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	87
11.1.	TIPO DE EVALUACIÓN	87
11.1.1.	Flujo de caja proyectado	87
11.2.	INDICADORES	88
11.2.1.	VAN.....	88
11.2.2.	TIR.....	89
11.2.3.	Punto de equilibrio.....	89
11.3.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	90
CAPÍTULO 12.....		92
12.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	92
12.1.	CONCLUSIONES	92
12.2.	RECOMENDACIONES.....	94
BIBLIOGRAFÍA		96
ANEXO 1		100
ANEXO 2		109