

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁG
Justificación e importancia	i
Objetivos	iii
Objetivo general	iii
Objetivos específicos	iii
CAPÍTULO 1	1
ESTUDIO DE MERCADO	1
Objetivos del Estudio de Mercado	1
Identificación del servicio	1
Características del servicio	2
Clasificación por su uso y efecto de los productos	2
Productos o servicios sustitutos	3
Normatividad técnica, sanitaria y comercial	3
Investigación de mercado	4
Segmentación	4
Tamaño del Universo	5
Determinación de aciertos	6
Tamaño de la muestra	7
Metodología de la investigación de campo	8

Definición de variables	9
Elaboración del cuestionario	10
Prueba piloto	12
Entrevista	14
Aplicación de la encuesta	17
Procesamiento de datos:		
codificación y tabulación	17
Cuadros de salida, explicación		
y análisis de resultados	18
Pregunta uno	18
Pregunta dos	20
Pregunta tres	21
Pregunta cuatro	23
Pregunta cinco	24
Pregunta seis	26
Pregunta siete	27
Pregunta ocho	29
Pregunta nueve	30
Pregunta diez	31
Pregunta once	33
Pregunta doce	35
Pregunta trece	36
Análisis de la demanda	38

Clasificación de la demanda	38
Factores que afectan la demanda	39
Demanda histórica	40
Demanda actual del servicio	41
Proyección de la demanda	41
Análisis de la Oferta	43
Clasificación de la Oferta	43
Factores que afectan a la oferta	44
Comportamiento histórico de la oferta	45
Oferta actual	45
Proyección de la oferta	46
Estimación de la demanda insatisfecha	46
Análisis de la demanda insatisfecha captada por el proyecto	47
Análisis de precios	47
Precios históricos y actuales	47
Método de cálculo del precio	48
Costo directo del servicio: Estacionalidad, volumen, forma de pago	51
Comercialización	52

Estrategia de precio	52
Estrategia de promoción	52
Estrategia de producto o servicio	54
Estrategia de plaza	56
Estrategia de distribución	56
CAPÍTULO 2	58
ESTUDIO TÉCNICO	58
Tamaño del proyecto	58
Factores determinantes del tamaño	58
El mercado	58
Disponibilidad de recursos financieros	59
Disponibilidad de mano de obra	59
Disponibilidad de material directo	60
Definición de las capacidades de producción	60
Localización del proyecto	61
Macrolocalización	61
Justificación	61
Microlocalización	62

Cercanía al mercado	63
Plano de microlocalización	64
Ingeniería del proyecto	64
Diagrama de flujo	64
Contrato del servicio	65
Proceso de servicio	66
Programa de producción	67
Distribución de planta	67
Estudio del material directo	69
Cantidad necesaria de material	69
Producción anual y pronóstico	69
Condiciones de abastecimiento	71
Requerimiento de mano de obra	72
Requerimiento de suministros, servicios y otros gastos	73
Maquinaria y equipo	75
Capital de trabajo	79
Estimación de los costos de inversión	80
Calendario de ejecución proyecto	81

CAPÍTULO 3	82
LA EMPRESA Y ORGANIZACIÓN.....	82
Base legal	82
Nombre o razón social	82
Titularidad de propiedad de la empresa	83
Tipo de empresa	84
Base filosófica de la empresa	84
Visión	84
Misión	85
Estrategia empresarial de la empresa	86
Estrategia de competitividad	86
Estrategia de crecimiento	86
Estrategia de competencia	86
Estrategia operativa	87
Objetivos estratégicos	87
Principios y valores	88
La organización	89
Estructura orgánica	89
Descripción de funciones	90
Organigrama estructural	92
Impacto ambiental	92

CAPÍTULO IV	95
ESTUDIO FINANCIERO	95
Presupuesto de inversión	95
Activos fijos	96
Activos intangibles	98
Capital de trabajo	99
Cronograma de inversiones	100
Presupuesto de ingresos	102
Presupuesto de egresos	103
Estado de origen y aplicación de recursos	103
Estructura de financiamiento	105
Estado de resultados	105
Flujos netos de fondos	108
Evaluación financiera	111
Costo promedio ponderado de capital	111
Criterios de evaluación	113
Valor actual neto (VAN)	113
Tasa interna de retorno (TIR)	116
Relación beneficio/costo (B/C)	119
Periodo de recuperación	121
Puntos de equilibrio	122

Análisis de sensibilidad	126
CAPÍTULO V	128
CONCLUSIONES	128
RECOMENDACIONES	129
BIBLIOGRAFÍA	130
LINKOGRAFÍA	130
ANEXOS	131
ANEXO A	132
ANEXO B	138
ANEXO C	141
ANEXO D	142
ANEXO E	145
ANEXO F	146