



## CREACIÓN DE EMPRESAS



**SAN JOSÉ**  
FUNDACION DE EDUCACION SUPERIOR  
INSTITUCIÓN TECNOLÓGICA

CREACIÓN DE EMPRESAS 1					
ASPECTO	E	B	R	M	I
EL PROYECTO.	50	40	30	20	10
1.1 Descripción del problema	50	40	30	20	10
1.2 Justificación	50	40	30	20	10
1.3 Objetivos	50	40	30	20	10
1.3.1 General	50	40	30	20	10
1.3.2 Específicos	50	40	30	20	10
1.4 Misión, visión	50	40	30	20	10
2. ANÁLISIS DE ESTUDIO DEL MERCADO	50	40	30	20	10
1. Objetivo del estudio	50	40	30	20	10
2. Análisis estructural del sector	50	40	30	20	10
2.1. Intensidad competitiva	50	40	30	20	10
2.2. Posibles entrantes	50	40	30	20	10
2.3. Productos sustitutos	50	40	30	20	10
2.4. Relación con clientes	50	40	30	20	10
2.5. Relación con proveedores	50	40	30	20	10
2.6. Relaciones gubernamentales	50	40	30	20	10
3. Estudio de demanda	50	40	30	20	10
3.1. Objetivo	50	40	30	20	10
3.2. Análisis de datos secundarios	50	40	30	20	10
3.2.1. Comportamiento histórico	50	40	30	20	10
3.2.2. Proyección de la demanda	50	40	30	20	10
3.2.3. Conclusiones	50	40	30	20	10
3.3. Análisis de datos primarios	50	40	30	20	10
3.3.1. Objetivo	50	40	30	20	10
3.3.2. Metodología	50	40	30	20	10
3.3.3. Presentación de resultados	50	40	30	20	10
3.3.3.1. Descripción de datos	50	40	30	20	10
3.3.3.2. Análisis e interpretación de datos	50	40	30	20	10
2.3.4 Factores de macro localización	50	40	30	20	10
2.3.4.1 Ubicación de la competencia	50	40	30	20	10
2.3.4.2 Ubicación de los clientes	50	40	30	20	10
2.3.4.3 Ubicación de los proveedores	50	40	30	20	10
2.3.5 Factores de micro localización	50	40	30	20	10
2.3.6 Competencia directa	50	40	30	20	10
4. Estudio de oferta	50	40	30	20	10
4.1. Objetivo	50	40	30	20	10
4.2. Análisis de datos secundarios	50	40	30	20	10
4.2.1. Comportamiento histórico	50	40	30	20	10
4.2.2.2 Proyección de la oferta	50	40	30	20	10
4.2.2.3 Conclusiones	50	40	30	20	10
4.2.3 Factores de macro y micro localización.	50	40	30	20	10
4.2.3.1 Ubicación de clientes	50	40	30	20	10
4.2.3.2 Ubicación de proveedores	50	40	30	20	10
5. Conclusiones de la relación ofertademanda	50	40	30	20	10
5.1. Análisis demográfico	50	40	30	20	10
5.2. Determinación del mercado potencial	50	40	30	20	10
6. Estrategia marketing mix	50	40	30	20	10
6.1. Descripción del producto o servicio	50	40	30	20	10
6.2. Análisis de precios de competencia	50	40	30	20	10
6.3. Canales de comercialización y distribución del producto o servicio.	50	40	30	20	10
6.4. Características ventajas y desventajas de los canales de comercialización	50	40	30	20	10
6.5. Promoción y ventas	50	40	30	20	10
2.7 Análisis DOFA de mercado	50	40	30	20	10

CREACIÓN DE EMPRESAS 2					
ASPECTO	E	B	R	M	I
3. ANÁLISIS DEL ESTUDIO TÉCNICO	50	40	30	20	10
3.1. Objetivo del estudio técnico. (Costo, calidad, confiabilidad, flexibilidad)	50	40	30	20	10
3.2. Análisis del proceso de producción y/o servicio	50	40	30	20	10
3.2.1. Selección de procesos	50	40	30	20	10
3.2.2. Diagrama de flujo	50	40	30	20	10
3.2.3. Hoja de ruta	50	40	30	20	10
3.3. Análisis de requerimientos	50	40	30	20	10
3.4. Selección de proveedores.	50	40	30	20	10
3.5. Evaluación del riesgo en la producción o servicio	50	40	30	20	10
3.6. Determinación de la capacidad productiva óptima	50	40	30	20	10
3.7. Condiciones de micro localización	50	40	30	20	10
3.7.1. Arriendo	50	40	30	20	10
3.7.2. Vías de acceso	50	40	30	20	10
3.7.3. Servicios Públicos	50	40	30	20	10
3.7.4. Legislación local	50	40	30	20	10
3.7.5. Normas Ambientales	50	40	30	20	10
3.7.6. Condiciones de seguridad.	50	40	30	20	10
3.7.7. P.O.T. (Plan de Ordenamiento Territorial)	50	40	30	20	10
3.8. Distribución óptima de la planta, oficinas, punto de venta, etc	50	40	30	20	10
3.9. DOFA Técnico.	50	40	30	20	10
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL DEL PROYECTO	50	40	30	20	10
1. Objetivo	50	40	30	20	10
2. Diseño y presentación del enfoque administrativo	50	40	30	20	10
3. Estructura organizacional.	50	40	30	20	10
3.1. Organigrama	50	40	30	20	10
3.2. Recurso humano	50	40	30	20	10
3.3. Manual de funciones	50	40	30	20	10
3.4. Sistemas y procedimientos administrativos	50	40	30	20	10
4. Requerimientos de tipo legal	50	40	30	20	10
5. Procedimientos y requisitos de constitución.	50	40	30	20	10
6. DOFA administrativo	50	40	30	20	10
CREACIÓN DE EMPRESAS 3					
ASPECTO	E	B	R	M	I
5. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO DEL PROYECTO	50	40	30	20	10
3.1. Objetivo.	50	40	30	20	10
3.2. Análisis de los costos de la puesta en marcha del proyecto	50	40	30	20	10
3.3. Análisis de los costos del proyecto.	50	40	30	20	10
3.3.1. Análisis de los costos fijos	50	40	30	20	10
3.3.2. Análisis de los variables	50	40	30	20	10
3.3.3. Análisis de los ingresos potenciales del proyecto	50	40	30	20	10
3.4. Punto de equilibrio del proyecto (conclusiones)	50	40	30	20	10
3.5. Elaboración del flujo de caja proyectado a tres años.	50	40	30	20	10
3.6. Elaboración del estado de ganancias y pérdidas proyectado 3 años	50	40	30	20	10
3.7. Elaboración del balance general proyectado a tres años	50	40	30	20	10
3.8. Análisis de la inversión	50	40	30	20	10
3.8.1. Con recursos propios.	50	40	30	20	10
3.8.2. Con recursos financiados (Amortización)	50	40	30	20	10
6. EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO	50	40	30	20	10
1. Objetivo	50	40	30	20	10
2. Evaluación económica del proyecto sin considerar el valor del dinero con respecto del tiempo	50	40	30	20	10
2.1. Análisis del capital de trabajo.	50	40	30	20	10
2.2. Indicadores financieros de liquidez	50	40	30	20	10
2.3. Indicadores financieros de endeudamiento	50	40	30	20	10
2.4. Indicadores financieros de rotación	50	40	30	20	10
2.5. Indicadores financieros de rentabilidad	50	40	30	20	10
3. Evaluación económica del proyecto considerando el valor del dinero con respecto del tiempo (VPN, TIR, Relación Beneficio Costo)	50	40	30	20	10
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PROYECTO	50	40	30	20	10

Firma