

## FORMATO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN O GRADUACIÓN

**PORTADA**

**AGRADECIMIENTO**

**ÍNDICE**

**RESUMEN**

**INTRODUCCIÓN**

- Tema
- Antecedentes
- Definición del Problema
- Marco Teórico
- Justificación
- Objetivos.
  - Objetivo general
  - Objetivos específicos
- Alcance o Tipo de Investigación
- Aspecto innovador del proyecto

**CAPÍTULO I: ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO**

**1.1. Información General de la empresa**

- Razón Social
- Nombre Comercial
- R.U.C.
- Dirección, teléfonos, correo electrónico.
- Constitución Jurídica (Sociedad Anónima, Compañía Limitada)
- Fecha de Constitución e inicio de operaciones
- Representantes Legales (Presidente y Gerente General)
- Capital Social (Suscrito y pagado)
- Listado de Accionistas (Nombre, nacionalidad, % de participación)

**1.2. La administración**

- Organigrama
- Manual de Funciones
- Cronograma de ejecución

**1.3. Plan estratégico**

- Misión
- Visión
- Objetivos estratégicos.

## **CAPÍTULO II- MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN**

### 2.0 Segmentación

#### 2.0.1 Posicionamiento

#### 2.0.2 Grupo objetivo

### **2.1. Análisis Macroeconómico**

- Sector Económico
- Clasificación del producto o servicio
- Análisis de Concentración de la Industria
- Análisis de Madurez de la Industria
- Análisis de Atractividad de la Industria

### **2.2. Mercado Histórico**

- Tipo de Mercado
- Demanda histórica
- Oferta histórica

### **2.3. Mercado del Proyecto**

#### **2.3.1. Submercados**

- Proveedores
- Competidores
- Canales de Distribución
- Consumidores (Mercado meta)

#### **2.3.2. Estrategia Comercial**

- Características del producto
  - Descripción del producto o servicio
  - Ciclo de vida
  - Marca (Logotipo, eslogan)
  - Envase, presentaciones
- Precio de venta
- Promoción
- Plaza (lugar y estrategias de distribución y canales)

### **2.4. Proyección de mercado**

#### **2.4.1. Objetivos de la Investigación de mercado**

#### **2.4.2. Metodología a utilizarse**

#### **2.4.3. Métodos de Investigación:**

- Entrevistas
- Grupos Focales
- Encuestas

#### **2.4.4. Conclusiones de la investigación de mercado**

## **2.5. Análisis Sectorial**

### **2.5.1. Análisis FODA**

- Factores internos claves
- Matriz interna y externa
- Estrategias FODA

### **2.5.2. Calificación de Riesgo**

- Tabla de Riesgo
- Calificación de Riesgo del Mercado

## **CAPÍTULO III - ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO**

### **3.1. Proceso productivo**

### **3.2. Capacidad de producción**

- Capacidad instalada
- Capacidad utilizada

### **3.3. Estimación de ventas**

### **3.4. Costos operativos**

- Costos directos
- Costos indirectos

### **3.5. Inversiones del proyecto**

- Activos fijos
- Capital de trabajo

### **3.6. Depreciaciones**

### **3.7. Financiamiento**

- Tabla de Amortización del Crédito

## **CAPÍTULO IV- EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO**

### **4.1. Estado de Resultados Proyectado**

### **4.2. Flujo de Caja Proyectado**

### **4.3. Balance General Proyectado**

## **CAPÍTULO V- EVALUACIÓN DEL PROYECTO**

### **5.1. Análisis de Costo Unitario**

### **5.2. Análisis Financiero**

- a. Índices Financieros
- b. Ratios Financieros
- c. Índices de Riesgo Financiero
- d. Razones Financieras

### **5.3. Análisis de Sensibilidad**

- a. Escenario Proyectado
- b. Escenarios Propuestos

### **5.4. Conclusiones**

- **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**
- **ANEXOS**