

Índice de temas

1.	Introducción.....	7
2.	Alcances.....	11
3.	Objetivos.....	12
3.1	Objetivo general.....	12
3.2	Objetivos particulares	12
4.	Marco teórico.....	13
5.	Metodología.....	23
6.	Análisis de contexto	26
6.1	Contexto político, económico y social.....	26
	Análisis sectorial	28
6.2	Contexto tecnológico	28
7.	Análisis de la industria	30
7.1	Clientes: alto poder de negociación	31
7.2	Proveedores con bajo nivel de negociación	32
7.3	Barreras de entrada son medianamente bajas	33
7.4	Sustitutos: una baja amenaza en el horizonte	35
7.5	Análisis de competidores: no existe competencia	36
8.	Modelo de negocios.....	38
8.1	Propuesta de valor.....	41
8.1.1	Para la aerolínea	41
8.1.2	Para los pasajeros	42
8.1.3	Para los auspiciadores	42

8.2	Segmento de clientes	47
8.2.1	Pasajeros.....	47
8.2.2	Aerolíneas	51
8.2.3	Auspiciadores	52
8.3	Canales de distribución.....	54
8.4	Relaciones con los clientes	56
8.5	Flujos de los ingresos.....	57
8.6	Actividades claves	59
8.6.1	Implementación del proyecto.....	61
8.6.2	Preproducción.....	63
8.6.3	Producción.....	63
8.6.4	Post-producción.....	64
8.6.5	Revisión y carga en los sistemas de entretenimiento a bordo	64
8.6.6	Marketing y promoción.....	65
8.7	Recursos claves.....	65
8.8	Alianzas claves	67
8.9	Costos.....	68
8.9.1	Inversión.....	68
8.9.2	Costos mensuales	69
9.	Evaluación económica.....	71
10.	Conclusiones.....	76
11.	Bibliografía.....	79
12.	Entrevistas	83

13.	Anexos	84
13.1	Anexo 1: Imágenes Sistemas de entretenimiento a bordo	84
13.2	Anexo 2: Auspiciadores revistas Plus de Iberia e IN de LAN.....	86
13.3	Anexo 3: Agencias de medios	87
13.4	Anexo 4: Tarifas revista IN 2011	87
13.5	Anexo 5: Organigrama de la productora.....	88

Índice cuadros, gráficos y tablas

Cuadro 1: Porcentaje de la capacidad por aerolínea en América Latina	8
Cuadro 2: Portada con el conjunto de reportajes	16
Cuadro 3: Despliegue de uno de los reportajes	17
Cuadro 4: Origen de los sitios web en español más vistos	21
Cuadro 5: Temas abordados por los sitios en español producidos en Hispanoamérica .	22
Cuadro 6: Esquema resumen del análisis competitivo	31
Cuadro 7: Lienzo del modelo de negocios	40
Cuadro 8: Imagen de la portada del conjunto de reportajes con el brandeado	43
Cuadro 9: Imagen de uno de los reportajes con el brandeado destacado	44
Cuadro 10: Video con pre-roll.....	45
Cuadro 11: Video con post-roll	45
Cuadro 12: Overlay	46
Cuadro 13: Asimilación de los precios de la publicidad en revista IN y en el proyecto	58
Cuadro 14: Ingresos mensuales proyectados.....	59
Cuadro 15: Inversión inicial	69
Cuadro 16: Costos una vez que se han estabilizado las ventas	70
Cuadro 17: Evolución de los ingresos y costos por avisaje durante los primeros 12 meses del proyecto.....	72
Cuadro 18: Flujo de caja proyectado en cinco años	74
Cuadro 19: Cálculo del Beta desapalancado para obtener la tasa de descuento.....	75