

Índice

1. Introducción.....	1
1.1. Descripción de la idea de negocio	3
1.2. Visión y Misión	4
1.3. Alcances del tema a abordar	4
1.4. Objetivos.....	5
1.5. Resultados Esperados	5
1.6. Marco Conceptual	5
1.7. Metodología	7
2. Capítulo 1: Análisis del entorno externo	9
2.1. Análisis del entorno general	9
2.1.1. Segmento político/legal	9
2.1.2. Segmento económico.....	11
2.1.3. Segmento sociocultural	13
2.1.4. Segmento tecnológico.....	15
2.2. Análisis de la industria.....	16
2.2.1. Industria gráfica mundial	16
2.2.2. Industria gráfica en latinoamérica	18
2.2.3. Tendencias de la comunicación gráfica impresa.....	20
2.2.4. Industria gráfica en Chile.....	24
2.3. Análisis del entorno de la industria	30
2.3.1. Amenazas de nuevos entrantes	30
2.3.2. Poder de negociación de los proveedores	31
2.3.3. Poder de negociación de los compradores	32
2.3.4. Amenaza de productos sustitutos.....	33
2.3.5. Intensidad de la rivalidad de los competidores.....	33
2.3.6. Conclusiones 5 fuerzas de Porter.....	34
2.4. Análisis del entorno competitivo	35
3. Capítulo 2: Análisis del entorno interno.....	37
3.1. Generación del modelo de negocios.....	37
3.1.1. Segmentos de mercado	37
3.1.2. Propuesta de valor.....	38
3.1.3. Canales de comunicación	39
3.1.4. Relaciones con los clientes	40
3.1.5. Fuentes de ingreso	40
3.1.6. Recursos clave	40
3.1.7. Actividades clave	41
3.1.8. Asociaciones clave.....	41
3.1.9. Estructura de costos	41
4. Capítulo 3: Formulación de estrategia.....	42
4.1. Análisis de la situación: Análisis FODA.....	42
4.2. Estrategia marketing	43
4.2.1. Segmentación de mercado.....	43
4.2.2. Segmento objetivo	44

4.2.3.	Posicionamiento.....	45
4.2.4.	Creación de Marca.....	46
4.2.5.	Modelo de relaciones con los clientes	47
4.2.6.	Mezcla de marketing desde la visión del cliente.....	48
	4.2.6.1. Cliente.....	48
	4.2.6.2. Costo.....	49
	4.2.6.3. Conveniencia.....	49
	4.2.6.4. Comunicación.....	50
4.3.	Estrategia de operaciones	52
4.3.1.	Arquitectura de la plataforma.....	52
4.3.2.	Procesos de operación de la plataforma.....	53
4.3.3.	Procesos de producción gráfica.....	56
4.4.	Estrategia de abastecimiento.....	57
4.5.	Estrategia de gestión de personas.....	57
4.5.1.	Equipo emprendedor.....	59
4.5.2.	Diseño organizacional.....	59
4.6.	Estrategia financiera y de inversión	60
5.	Capítulo 4: Evaluación económica y financiera	60
5.1.	Inversión del proyecto	60
4.2.1.	Inversión de activos fijos tangibles	61
4.2.2.	Inversión de activos fijos intangibles.....	62
5.2.	Capital de trabajo	63
5.3.	Ingresos	63
5.4.	Costos.....	64
5.4.1.	Costos de materias primas e insumos directos	65
5.4.2.	Costos de mano de obra directa.....	65
5.4.3.	Costos de arriendo de equipamiento de producción	65
5.4.4.	Costo total de venta	66
5.5.	Gastos generales	67
5.6.	Depreciación	67
5.7.	Flujo de caja del proyecto.....	69
5.8.	Indicadores de rentabilidad del proyecto VAN y TIR	70
5.9.	Análisis de sensibilidad	70
5.9.1.	Sensibilidad a la demanda proyectada	70
5.9.2.	Sensibilidad al costo de venta	71
5.9.3.	Sensibilidad al precio	72
6.	Conclusiones.....	73
7.	Bibliografía.....	75
8.	Anexos	76

Índice de Tablas

Tabla 1: Indicador de gobernabilidad	10
Tabla 2: Crecimiento anual del PIB	12
Tabla 3: Proyección de la población total de Chile	14
Tabla 4: Porcentaje de variación para actividades vinculadas con la industria gráfica	19
Tabla 5: Proyección de crecimiento porcentual de la industria gráfica para el año 2011	19
Tabla 9: Productos que se ofrecen en el mercado nacional	28
Tabla 10: Fases del proceso productivo	30
Tabla 11: Ventas del sector durante el periodo 2006-2011	28
Tabla 12: Importaciones de papel	30
Tabla 13: Análisis de nuevos entrantes	30
Tabla 14: Ejemplo de paquetes de productos y servicios enfocado a grupos de clientes	39
Tabla 15: Segmentación del mercado	45
Tabla 16: Inversión en activo fijo tangible	62
Tabla 17: Inversión en activo fijo intangible	63
Tabla 18: Ingresos anuales	64
Tabla 19: Mano de obra directa	65
Tabla 20: Equipamiento de producción	66
Tabla 21: Total costo de venta mensual	66
Tabla 22: Total costo de venta por año	67
Tabla 23: Total de gastos generales	67
Tabla 24: Depreciación de activo fijo	68
Tabla 25: Resultados de rentabilidad del proyecto	70
Tabla 26: Sensibilidad del VAN a la variación de la demanda proyectada	71
Tabla 27: Sensibilidad del VAN a la variación del costo de venta	71
Tabla 28: Sensibilidad del VAN al precio	72

Índice de Figuras

Figura 1: Crecimiento mundial del segmento gráfico	17
Figura 2: Crecimiento según segmentos de las principales regiones del mundo	18
Figura 3: Composición de la industriagráfica en Chile según tamaño.....	25
Figura 4: Distribución de la participación de mercado periodo 2011	29
Figura 5: Resumen del modelo de las 5 fuerzas de la competencia.....	34
Figura 6: Esquema estrategia de marketing	45
Figura 7: Esquema CRM.....	48
Figura 8: Esquema de las 4C	53
Figura 9: Esquema del modelo vista controlador	51
Figura 10: Proceso genérico de uso de la plataforma web.....	54
Figura 11: Procesos de la producción gráfica	56
Figura 12: Esquema de estrategia de gestión de personas.....	58
Figura 13: Organigrama de la empresa	59