

Tabla de contenido

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Objetivos generales y específicos	2
1.2.1 Objetivo general.....	2
1.2.2 Objetivos específicos.....	2
1.3 Metodología.....	2
CAPITULO II: ANÁLISIS ESTRATÉGICO	3
2.1 Análisis PESTEL.....	3
2.1.1 Análisis Político.....	3
2.1.2 Análisis Económico.....	6
2.1.3 Análisis Social	8
2.1.4 Análisis Tecnológico	9
2.1.5 Análisis Ambiental	10
2.1.6 Análisis Legal	10
2.1.7 Conclusiones PESTEL.....	11
2.2 Modelo de las cinco fuerzas de Porter	12
2.2.1 Entrada de nuevos competidores	12
2.2.2 Competencia de los Productos Sustitutos	13
2.2.3 Rivalidad entre los competidores del sector.....	14
2.2.4 Poder de negociación de los clientes.....	14
2.2.5 Poder de negociación de los proveedores.....	15
2.2.6 Barreras de Entrada	15
2.2.7 Barreras de Salida	15
2.2.8 Conclusiones Análisis cinco Fuerzas de Portes	15
CAPITULO III: ANÁLISIS DE MERCADO	16

3.1 Características del mercado	16
3.2 Segmento de Mercado	17
3.2.1 Segmentación Geográfica	17
3.2.1 Segmentación Demográfica.....	18
3.3 Análisis de la demanda	18
3.4 Análisis de la Oferta	19
3.5 Competencia	20
3.6 Mapa de posicionamiento de los competidores	22
3.7 Encuesta y resultados	23
3.7.1 Encuesta	23
3.7.2 Resultado	23
CAPÍTULO IV: MODELO DE NEGOCIOS	26
4.1 Modelo CANVAS	26
4.1.1 Segmento de Clientes	26
4.1.2 Propuesta de Valor.....	26
4.1.3 Canales	27
4.1.4 Relación con los Clientes	28
4.1.5 Fuentes de Ingresos.....	28
4.1.6 Recursos Claves	28
4.1.7 Actividades Claves	28
4.1.8 Socios Claves	29
4.1.9 Estructura de Costos	29
4.1.10 Cuadro resumen	30
4.2 Definición del negocio	30
4.3 Visión y Misión	30
4.3.1 Visión.....	30

4.3.2 Misión	31
CAPITULO V: PLAN DE MARKETING.....	31
5.1 Objetivos y Estrategia de marketing	31
5.1.1 Objetivos de Marketing.....	31
5.1.2 Estrategias de Cobertura	31
5.2 Marketing Mix	32
5.2.1 Estrategia de producto	32
5.2.2 Estrategia de Precio	34
5.2.3 Estrategia de punto de Venta	35
5.2.4 Estrategia de Promoción	35
5.3 Presupuesto de Marketing	36
CAPITULO VI: PLAN DE OPERACIONES	37
6.1 Ubicación de la planta	37
6.2 Layout de planta	37
6.3 Proceso productivo	38
6.4 Requerimientos.....	39
CAPITULO VII: PLAN DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	39
7.1 Organigrama	39
7.2 Remuneraciones	40
CAPÍTULO VIII: EVALUACIÓN ECONÓMICA	41
8.1 Proyección de ventas	41
8.2 Inversiones y costos operacionales	41
8.3 Tasa de descuento	42
8.4 Evaluación Económica.....	42
8.5 Análisis de sensibilidad	43
8.6 Punto de equilibrio	44

CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y PROPUESTA A INVERSIONISTAS	44
BIBLIOGRAFÍA	46
ANEXOS	48