

Tabla de Contenido

Capítulo I. Introducción.....	1
1. Antecedentes	1
1.2 Objetivos	1
1.2.1 Objetivo General	1
1.2.2 Objetivos Específicos	2
1.3 Marco Conceptual	2
1.4 Metodología	2
Capítulo II. Análisis Estratégico	4
2.1 Macroentorno	4
2.1.1 Entorno Político	4
2.1.2 Entorno Económico	4
2.1.3 Entorno Socio-Cultural	5
2.1.4 Entorno Tecnológico	5
2.1.5 Entorno Legal	6
2.2 Microentorno	6
2.2.1 Descripción de la industria	6
2.2.2 Entrada de nuevos competidores.....	6
2.2.3 Amenaza de productos sustitutos	7
2.2.4 Poder de negociación de los proveedores	9
2.2.5. Poder de negociación de los clientes	10
2.2.6 Rivalidad entre competidores existentes.....	11
2.2.7 Evaluación General	12
Capítulo III. Análisis de Mercado	14
3.1 Investigación de mercado	14
3.1.1 Investigación primaria cuantitativa	14
3.1.2 Investigación secundaria.....	15
3.1.3 Competidores	17
Capítulo IV. Modelo de Negocio	19
4.1 Lean Canvas Versión 1	19
4.2 FODA.....	20
4.2.1 Fortalezas y Debilidades	20
4.2.2 Cruce de variables	21

4.3 Visión y Misión	21
4.3.1 Misión.....	21
4.3.2 Visión	21
4.4 Propuesta de valor	22
4.5 Lean Canvas Versión 2	23
Capitulo V. Plan de Marketing	24
5.1 Mercado Objetivo	24
5.1.1 Descripción	24
5.1.2 Segmentación	24
5.1.3 Objetivo de Ventas	25
5.1.4 Posicionamiento.....	25
5.2 Estrategia de Marketing Lateral	27
5.2.1 Desarrollo.....	27
5.2.2 Resultados	29
5.3 Marketing Mix.....	30
5.3.1 Producto.....	30
5.3.2 Plaza	33
5.3.3 Precio.....	34
5.3.4 Promoción.....	36
5.4 Lean Canvas Versión 3.....	39
Capítulo VI. Estructura Funcional.....	40
6.1 Plan operacional	40
6.1.2 Flujo de proceso mínimo	41
6.2 Proveedores Externos.....	42
6.2.1 Producto.....	42
6.2.2 IT	43
6.2.3 Logística y distribución	44
Capitulo VII. Estructura organizacional	45
7.1 Estrategia Organizacional	45
7.2 Base legal	45
7.3 Organigrama	45
Capítulo VIII. Evaluación Económica	46
8.1 Ventas.....	46
8.1.1 Ingresos	46

8.1.2 Costo de ventas	46
8.2 Gastos.....	47
8.3 Inversión	48
8.4 Evaluación económica	48
8.4.1 Tasa de descuento.....	48
8.4.2 Proyecto Sin Financiamiento.....	49
8.4.3 Proyecto con financiamiento	49
8.4.4 Indicadores de Rentabilidad.....	50
8.5 Análisis de sensibilidad	50
8.5.1 Sensibilidad.....	50
8.5.2 Punto de equilibrio.....	51
8.6 Lean Canvas Versión Final	53
Capítulo VIII. Conclusiones	54
Bibliografía	55
Anexos	56
ANEXO 1. Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos (LCE).....	56
ANEXO 2. Resultados Investigación Primaria Cuantitativa.....	58
ANEXO 3. Evaluación Económica	67