

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	1
2. Descripción del Proyecto	3
2.1 Objetivos	3
2.2 Alcance.....	3
2.3 Metodología y Marco Conceptual	4
3. Análisis de Mercado	5
3.1 Análisis de Resultados de Encuesta.....	5
3.1.1 Caracterización.....	5
3.1.2 Grado de Interés de Acceder a Servicios.....	8
3.1.3 Canal de Acceso a Los Servicios.....	10
3.1.4 Disposición a Pagar por los Servicios	11
3.1.5 Grado de Conocimiento de Otras Marcas	15
3.2 Fuentes de Datos Secundarias.....	16
3.2.1 Volumen de Ventas	16
3.2.2 Características de la Tenencia	17
3.2.3 Caracterización de la Competencia	21
3.3 Atractivo de la Industria por las 5 Fuerzas de Porter.....	27
3.3.1 Amenaza del Ingreso de Nuevos Competidores	28
3.3.2 Poder de Negociación de los Proveedores	30
3.3.3 Poder de Negociación de los Clientes	31
3.3.4 Amenaza de Productos/ Servicios Sustitutos.....	32
3.3.5 Rivalidad entre los Competidores Existentes.....	34
4. Modelo de Negocios	38
4.1 Propuesta de valor.....	38
4.2 Socios Clave.....	38
4.3 Actividades Clave	38
4.4 Relación con el Cliente	39
4.5 Segmentos de Cliente	39
4.6 Recursos Claves	39
4.7 Canales	40
4.8 Estructura de Costos	40
4.9 Fuentes de Ingresos	40
5. Estrategia de Marketing.....	42

5.1	Mix de Marketing	42
5.1.1	Producto (Servicio)	42
5.1.2	Precio	43
5.1.3	Promoción	45
5.1.4	Plaza	45
5.1.5	Personas	45
5.1.6	Post Venta.....	46
6.	Estrategia de Operaciones	47
6.1	Inscripción de Datos	47
7.	Estructura de RRHH	48
8.	Análisis Financiero.....	50
8.1	Proyección de la Demanda.....	50
8.2	Estructura de Costos	53
8.2.1	Desarrollo de Aplicación y Página Web	53
8.2.2	Costos de Publicidad	54
8.2.3	Inversión Inicial.....	54
8.2.4	Costos Fijos.....	55
8.2.5	Costos Variables	59
8.3	Consideraciones Generales.....	61
8.4	Flujo de Caja, VAN y TIR.....	61
8.5	Análisis de Sensibilidad	64
9.	Conclusión.....	67
10.	Recomendaciones	68
11.	Bibliografía	69
12.	Anexos	71
12.1	Tablas de Interés.....	71
12.2	Criterios de Selección de Variables	72
12.3	Cotizaciones	74
12.4	Formulario de Encuesta.....	78