

TABLA DE CONTENIDO

I.	Introducción	1
1.1.	Justificación.....	2
1.2.	Objetivos	2
1.2.1.	Objetivo general.....	2
1.2.2.	Objetivos específicos.....	2
1.3.	Alcance.	3
1.4.	Metodología.	3
1.5.	Resultados esperados.....	4
II.	Análisis ambiental	4
2.1.	Análisis del macroentorno	4
2.1.1.	Entorno político - legal.	4
2.1.2.	Entorno Económico.	7
2.1.3.	Entorno Social, cultural y demográfico.	8
2.1.4.	Entorno Tecnológico.....	9
2.1.5.	Entorno Ecológico.....	10
2.1.6.	Conclusiones del análisis del macroentorno.....	11
2.2.	Análisis del microentorno	12
2.2.1.	Antecedentes de la industria	12
2.2.2.	Identificación de los productores y otros agentes.	12
2.2.3.	Identificación de los puntos críticos de la cadena productiva	14
2.2.4.	Análisis de las cinco fuerzas de Porter	15
2.2.5.	Grado de atractivo de la industria	17
2.2.6.	Análisis del ciclo de vida de la industria.....	18
2.2.7.	Conclusiones del análisis del microentorno.....	19
III.	Análisis del mercado	20
3.1.	Fuentes primarias:.....	20
3.1.1.	Principales conclusiones del análisis cualitativo	20
3.1.2.	Principales conclusiones del análisis cualitativo	21
3.2.	Fuentes secundarias:	23
3.2.1.	Definición del producto	23
3.2.2.	Partida arancelaria.....	24
3.2.3.	Propiedades y benéficos	24
3.2.4.	Clasificación.....	25
3.2.5.	Usos principales de los aceites esenciales.....	25

3.2.6.	Diferencia entre aceite vegetal, aceite esencial, extracto e hidrolato.	26
3.3.	Estudio de mercado externo de los aceites esenciales.....	27
3.3.1.	Producción mundial de aceites esenciales	27
3.3.2.	Principales consumidores en el mercado internacional	28
3.3.3.	Factores que determina el consumo de aceites esenciales naturales	28
3.3.4.	Criterios claves de compra	29
3.3.5.	Oportunidades de crecimiento potencial.....	30
3.3.6.	Principales proveedores mundiales.	32
3.3.7.	Canales de distribución y precios.	32
3.4.	Estudio de mercado interno de los aceites esenciales.....	32
3.4.1.	Exportaciones e importaciones.....	33
3.4.2.	Importancia del biocomercio y las exportaciones	33
3.4.3.	El biocomercio en la región del Cusco.....	34
3.5.	Análisis del mercado potencial de aceites esenciales.....	35
3.5.1.	Clientes potenciales.....	35
3.5.2.	Atributos más valorados por los clientes potenciales	36
3.5.3.	Análisis de la competencia	37
3.6.	Oportunidades y amenazas del ambiente.	38
IV.	Análisis Interno.....	39
4.1.	Análisis de la cadena de valor.....	39
4.1.1.	Actividades primarias:.....	40
4.1.2.	Actividades Secundarias.	42
4.2.	Análisis de recursos y capacidades.	42
4.3.	Ventaja competitiva.....	43
4.4.	Fortalezas y debilidades del análisis interno.	43
V.	Planeamiento Estratégico.....	44
5.1.	Descripción de la empresa.....	44
5.1.1.	Misión	44
5.1.2.	Visión.....	45
5.1.3.	Valores estratégicos	45
5.1.4.	Objetivos estratégicos	45
5.2.	Formulación de estrategias	46
5.2.1.	Estrategia genérica.....	46
5.2.2.	Matriz FODA.....	47
5.3.	Modelo de negocio.....	48
5.3.1.	Clientes.....	48

5.3.2.Propuesta de valor.....	48
5.3.3.Canales de distribución	49
5.3.4.Relaciones con los clientes	49
5.3.5.Fuentes de ingresos	49
5.3.6.Recursos claves	49
5.3.7.Actividades clave	49
5.3.8.Alianzas Claves	50
5.3.9.Estructura de costos	50
5.4. Factores claves de éxito.....	50
VI. Plan de marketing.....	52
6.1. Objetivos	52
6.2. Estrategias de Marketing.....	52
6.2.1.Estrategia competitiva	52
6.2.2.Etapas de la estrategia de crecimiento.....	53
6.2.3.Estrategia de Cobertura.....	53
6.2.4.Segmentación.....	54
6.2.5.Segmento objetivo	54
6.2.6.Posicionamiento y definición de valor.....	54
6.3. Marketing Mix.....	54
6.3.1.Producto	55
6.3.2.Precio	56
6.3.3.Plaza.....	56
6.3.4.Promoción	58
6.4. Estimación de la demanda y proyección de ventas.	58
6.5. Presupuesto de Marketing	60
VII. Estudio técnico operacional.....	60
7.1. Localización	60
7.1.1.Macro localización	60
7.1.2.Micro localización	60
7.2. Descripción del proceso productivo	61
7.2.1.En el terreno de cultivo	62
7.2.2.En la planta de procesamiento	62
7.2.3.Control de calidad.....	64
7.3. Tamaño de planta	65
7.3.1.Dimensión del mercado	65
7.3.2.Disponibilidad de materia prima según el área destinada.	65

7.3.3.	Capacidad diseñada y capacidad utilizada	66
7.3.4.	Tecnología de extracción.....	66
7.4.	Programa de producción	67
7.5.	Distribución de planta.....	68
7.6.	Requerimientos generales	69
7.6.1.	Requerimientos físicos	69
7.6.2.	Maquinaria y equipos.....	69
7.6.3.	Requerimientos del proceso	71
VIII.	Estudio legal y organizacional	74
8.1.	Estudio Legal	74
8.1.1.	Tipo de Sociedad.....	74
8.1.2.	Aspectos tributarios	75
8.1.3.	Contribuciones y beneficios	76
8.1.4.	Certificaciones	76
8.2.	Estudio Organizacional	77
8.2.1.	Organigrama.....	77
8.2.2.	Áreas y funciones del personal.....	78
8.2.3.	Requerimientos de personal	79
8.2.4.	Servicio de terceros	80
IX.	Análisis económico financiero	82
9.1.	Inversión del proyecto	82
9.1.1.	Inversión en activos fijos tangibles	82
9.1.2.	Inversión en activos intangibles	82
9.1.3.	Inversión en capital de trabajo.....	82
9.1.4.	Inversión total del proyecto	83
9.2.	Financiamiento del proyecto	83
9.3.	Presupuestos de ingresos y egresos	83
9.3.1.	Ingreso por ventas	83
9.3.2.	Costos y gastos	84
9.4.	Punto de equilibrio.....	84
9.5.	Estados financieros	85
9.5.2.	Flujo de caja económico y financiero.....	85
9.6.	Evaluación financiera	86
9.6.1.	Período de recuperación	87
9.7.	Análisis de sensibilidad	87
9.7.1.	Variación en la materia Prima.....	87

	9.7.2. Variación en el precio del producto.....	88
X.	Conclusiones	89
XI.	Glosario	90
XII.	Bibliografía	91
XIII.	Anexos.....	98