

Tabla de Contenido

Sección	Nombre	Página
1.	Introducción	1
2.	Oportunidad de negocio	2
2. 1.	Referral Marketing	2
2. 2.	Tendencias de la industria	3
2. 2. 1.	Digitalización	4
2. 2. 2.	Importancia de las referencias en la decisión de compra	5
2. 2. 3.	Plataformas de Referral Marketing para E-Commerce	6
2. 3.	Capacidad del emprendedor	7
3.	Metodología de trabajo	8
3. 1.	Objetivo general	8
3. 2.	Objetivos específicos	8
3. 3.	Alcance	8
4.	Análisis de la industria, competidores y clientes	9
4. 1.	Definición del mercado	9
4. 2.	Definición de la industria	9
4. 2. 1.	Variedad de la oferta de restaurants	9
4. 2. 2.	Servicio gastronómico	9
4. 2. 3.	Acceso a la industria	10
4. 3.	Análisis ambiental	10
4. 3. 1.	Aspectos económicos	10
4. 3. 2.	Aspectos políticos y legales	11
4. 3. 3.	Aspectos socioculturales	11
4. 4.	Análisis Porter de la industria	12
4. 4. 1.	Amenaza de los nuevos competidores	12
4. 4. 2.	Amenaza de productos sustitutos	15
4. 4. 3.	Poder de negociación de clientes	18
4. 4. 4.	Poder de negociación de proveedores	20
4. 4. 5.	Rivalidad de la industria	21
4. 4. 6.	Conclusiones del análisis Porter	21
4. 5.	Clientes	22
4. 5. 1.	Descripción de los clientes	24
4. 6.	Tamaño del mercado	25
5.	Propuesta de valor	27
5. 1.	Misión, Visión y Objetivos de la compañía	27
5. 1. 1.	Misión	27
5. 1. 2.	Visión	27
5. 1. 3.	Objetivos estratégicos	27
5. 2.	Producto: Plataforma MIRA	28
5. 3.	Competencias centrales (VRIO)	30

6.	Plan de marketing	31
6. 1.	Objetivos de la estrategia comercial	32
6. 2.	Segmentación	32
6. 2. 1.	Foco en crear vinculo	33
6. 2. 2.	Foco en plataforma	34
6. 2. 3.	Foco en negocios	34
6. 2. 4.	Foco en satisfacción	34
6. 3.	Estrategia de escalamiento	35
6. 4.	Diseño del logo	36
6. 4. 1.	Simple	36
6. 4. 2.	Practico	36
6. 4. 3.	Único	36
6. 4. 4.	Recordación	37
6. 5.	Estrategia de producto	38
6. 6.	Estrategia de precios	39
6. 6. 1.	Distribución gratuita (con publicidad)	39
6. 6. 2.	Freemium	40
6. 6. 3.	Totalmente pagada	40
6. 6. 4.	Compras internas	41
6. 6. 5.	Suscripciones	41
6. 6. 6.	Patrocinio	42
6. 7.	Modelo de negocio	43
6. 8.	Estimación de ventas	46
7.	Plan de operaciones	48
7. 1.	Funcionamiento	48
7. 2.	Interacción con clientes (restaurants)	49
7. 2. 1.	Usuario ingresa a la plataforma para crear registro de su perfil	49
7. 2. 2.	Usuario ingresa a funcionalidad para crear campaña de referidos	49
7. 2. 3.	Usuario ingresa a funcionalidad para crear código	49
7. 2. 4.	Usuario ingresa a funcionalidad para ingresar código de campaña	50
7. 2. 5.	Usuario ingresa a funcionalidad para enviar mail de campaña	50
7. 2. 6.	Usuario ingresa a funcionalidad de campañas históricas	50
7. 2. 7.	Usuario ingresa a la funcionalidad de clientes	50
7. 3.	Interacción con clientes de restaurants que realizaran referencia	51
7. 3. 1.	Usuario ingresa una referencia en redes sociales	51
7. 3. 2.	Usuario obtiene recompensa	51
7. 4.	Factores críticos de éxito operacional	52
7. 4. 1.	Baja efectividad de referencias realizadas	52
7. 4. 2.	Realización de pilotos	52
7. 4. 3.	Agilidad en la modificación de la plataforma	53
7. 5.	Desarrollo de la plataforma	53
8.	Plan de personas y responsabilidades	53

8.	1.	Estructura organizacional	54
8.	1.	1. Gerente general	54
8.	1.	2. Gerente de ventas	54
8.	1.	3. Gerente de operaciones y tecnología	54
8.	1.	4. Community manager	54
8.	1.	5. Restaurant partner	54
8.	1.	6. Asesor de finanzas	55
8.	1.	7. Asesor de comunicaciones	55
8.	2.	Incentivos y compensaciones	55
9.		Plan financiero	57
9.	1.	Supuestos del plan	57
9.	2.	Estado de resultados	59
9.	3.	Balance	60
9.	4.	Capital de trabajo inicial	61
9.	5.	Flujo de caja	62
9.	6.	Calculo de tasas de descuento	63
9.	7.	VAN, TIR, Payback y ROI	64
9.	8.	Análisis de sensibilidad	64
9.	8.	1. Variación de la demanda	64
9.	8.	2. Sensibilidad de los parámetros de ingresos	65
9.	8.	3. Sensibilidad de parámetros adicionales	65
10.		Conclusiones	66
11.		Bibliografía	69
12.		Anexos	72
12.		Indice de tablar y figuras	79