

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes generales	1
2. OBJETIVOS.....	2
2.1. Objetivo General.....	2
2.2. Objetivos Específicos	2
3. METODOLOGÍA	3
4. MARCO CONCEPTUAL.....	4
4.1 Análisis PEST	4
4.2 Análisis 5 fuerzas de Porter	5
4.3 Análisis FODA	6
4.4 Análisis de mercado	7
4.5 Modelo de negocio.....	7
4.6 Análisis Organizacional.....	7
4.7 Plan Operacional.....	7
4.8 Plan de Marketing.....	7
4.9 Plan Financiero	7
5. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	8
5.1 Descripción del proyecto	9
6. ANÁLISIS EXTERNO E INTERNO.....	12
6.1 Análisis del mercado	12
6.1.1 Mercado total y potencial.....	12
6.1.2 Competencia	13
6.1.3 Tendencias de consumo	16
6.2 Fuerzas de Porter	19
6.2.1 Poder de negociación de los proveedores.....	19
6.2.2 Poder de negociación de los compradores	20
6.2.3 Amenaza de nuevos entrantes	20
6.2.4 Amenaza de productos sustitutos	20
6.2.5 Rivalidad entre competidores.....	21
6.2.6 Conclusiones	22
6.3 Estudio PEST.....	23
6.4 Análisis FODA	27

6.4.1	Fortalezas	27
6.4.2	Oportunidades	28
6.4.3	Debilidades.....	28
6.4.4	Amenazas	29
6.4.5	Conclusiones	30
7.	ESTUDIO DE MERCADO	32
7.1	Metodología entrevista	33
7.2	Resultados.....	35
7.2.1	Hoteles.....	36
7.2.2	Restaurantes.....	37
7.2.3	Catering	37
7.2.4	Distribuidores	38
8.	MODELO DE NEGOCIOS	39
9.	PLAN DE MARKETING	44
9.1	Marketing Estratégico.....	44
9.2	Marketing Operativo.....	46
9.2.1	4P del marketing	47
10.	PLAN OPERACIONAL	52
10.1	Proceso.....	52
10.2	Maquinarias	54
10.3	Infraestructura.....	55
10.4	Plan de producción.....	56
11.	PLAN ORGANIZACIONAL	59
12.	PLAN FINANCIERO	61
12.1	Inversión inicial y costos de operación	61
12.2	Estimación de ventas e ingresos	64
12.3	Flujo de caja	66
12.4	Análisis de sensibilidad	68
12.4.1	Variaciones en la demanda	68
12.4.2	Variaciones en el precio de venta	69
13.	CONCLUSIONES.....	71
14.	BIBLIOGRAFÍA.....	73
15.	ANEXOS	74