

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	1
2. DESCRIPCIÓN DEL TEMA	2
3. PREGUNTAS CLAVES	3
4. ALCANCE DEL TEMA	4
5. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS	5
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos.....	5
Resultados Esperados.....	5
6. MARCO CONCEPTUAL	5
7. PROPUESTA METODOLÓGICA	7
Etapa 1: Planificación.....	7
Etapa 2: Análisis del Entorno.....	7
Etapa 3: Plan Estratégico.....	9
Etapa 4: Plan de Marketing y Ventas.....	10
Etapa 5: Plan de Operaciones.....	12
Etapa 6: Plan de Recursos Humanos.....	12
Etapa 7: Plan Financiero.....	12
Etapa 8: Plan de Implementación.....	12
8. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO	12
9. ANÁLISIS DEL ENTORNO	15
9.1 Análisis del Macroentorno.....	15
9.1.1 Análisis PEST.....	15
9.1.2 Análisis FODA.....	22
9.2 Análisis del Microentorno.....	25
9.2.1 Cinco Fuerzas de Porter.....	25
9.2.1.1 Poder de Negociación de los Clientes/Compradores.....	25
9.2.1.2 Poder de Negociación de los Proveedores.....	25
9.2.1.3 Amenaza de Nuevos Competidores.....	26
9.2.1.4 Amenaza de Productos/Servicios Sustitutos.....	26
9.2.1.5 Rivalidad y Competencia del Mercado.....	26
9.2.2 Factores Críticos de Éxito.....	27
10. PLAN ESTRATÉGICO	27
10.1 Misión.....	27
10.2 Visión.....	27
10.3 Objetivos Estratégicos.....	27

10.4 Estrategia Competitiva.....	28
11. PLAN DE MARKETING.....	28
11.1 Análisis de la Demanda.....	28
11.2 Análisis de la Oferta.....	33
11.3 Marketing Estratégico.....	38
11.3.1 Segmentación.....	38
11.3.2 Segmento Objetivo.....	38
11.3.3 Posicionamiento.....	38
11.3.4 Objetivos de Negocios y Marketing.....	39
11.4 Marketing Mix.....	40
11.4.1 Producto.....	40
11.4.2 Precio.....	41
11.4.3 Plaza.....	44
11.4.4 Publicidad.....	45
11.5 Benchmarking.....	45
11.6 Investigación de Mercado.....	46
11.6.1 Métodos de Investigación.....	46
11.6.1.1 Investigación cualitativa.....	46
11.6.1.2 Análisis y Conclusiones.....	47
11.7 Proyección de la Demanda.....	48
12. PLAN DE OPERACIONES.....	53
12.1 Tamaño del Proyecto.....	53
12.2 Localización del Proyecto.....	54
12.3 Diseño y Distribución de las Instalaciones.....	58
13. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	60
13.1 Estructura Organizacional.....	60
13.2 Estrategias de Reclutamiento, Selección y Contratación de Personal.....	63
13.3 Estrategias de Inducción, Capacitación y Evaluación del Personal.....	64
13.4 Estrategias de Motivación y Desarrollo del Personal.....	66
13.5 Políticas de Remuneraciones y Compensaciones.....	68
14. PLAN FINANCIERO.....	69
14.1 Inversiones del Proyecto.....	69
14.2 Ingresos por Ventas del Proyecto.....	70
14.3 Costos Operacionales del Proyecto.....	70
14.4 Otros Costos del Proyecto.....	71
14.5 Financiamiento del Proyecto.....	71
14.6 Flujos de Caja del Proyecto.....	72
14.7 Medición de la Rentabilidad del Proyecto.....	73
14.7.1 Criterio del Valor Actual Neto (VAN).....	73

14.7.2 Criterio de la Tasa Interna de Retorno (TIR)	73
14.8 Tasa de Descuento.....	73
14.9 Análisis de Sensibilidad.....	74
15. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.....	76
15.1 Carta Gantt.....	76
16. CONCLUSIONES.....	77
17. BIBLIOGRAFÍA	78
18. ANEXOS.....	79
Anexo 1 : Principales indicadores económicos, desde el 2015 en adelante ...	79
Anexo 2 : Evolución de la Población y Tasa de Crecimiento intercensal Censos 1952 al 2017.....	80
Anexo 3 : Porcentaje de hombres y mujeres, según región. Censo 2017.....	80
Anexo 4 : Porcentaje de inmigrantes internacionales, según región de Residencia habitual.....	81
Anexo 5 : Encuesta Modelo SERVQUAL.....	81
Anexo 6 : Detalle Remuneraciones Brutas por Tipo de Cargo, Año 1 al 10....	82
Anexo 7 : Detalle de Costos No Operacionales Anualizados, Año 1 al 10.....	82
Anexo 8 : Detalle de Costos No Operacionales Mensualizados, Año 1 y 2.....	82
Anexo 9 : Flujos de Caja del Proyecto, Año 1 al 10.....	83
Anexo 10: Análisis de Sensibilidad. Flujos de Caja. Horizonte de Evaluación, Año 1 al 20.....	83