

## Tabla de contenido

1.	Introducción .....	1
2.	Planteamiento de la tesis .....	1
2.1.	Descripción de la oportunidad de negocio.....	1
2.2.	Preguntas claves y factores críticos .....	3
2.3.	Objetivo general.....	4
2.4.	Objetivos específicos .....	4
2.5.	Alcances.....	4
2.6.	Marco conceptual.....	4
2.7.	Metodología empleada.....	5
3.	Descripción de la organización: identificación de la empresa .....	6
4.	Entorno y competencia.....	6
4.1.	PESTEL, centrándose en las ventas de viveros de Chile.....	8
4.1.1.	Factores políticos .....	8
4.1.2.	Factores legales.....	9
4.1.3.	Factores económicos.....	9
4.1.4.	Factores sociales .....	11
4.1.5.	Factores tecnológicos .....	12
4.1.6.	Factores ecológicos.....	13
4.1.7.	Resumen y conclusiones del análisis PESTEL .....	14
4.2.	Caracterización de competidores en la provincia de Santiago.....	15
4.2.1.	Productos a la venta.....	16
4.2.2.	Superficie y años de servicio .....	17
4.2.3.	Medios publicitarios .....	17
4.2.4.	Canales de venta .....	18
4.2.5.	Rango de precios .....	19
4.2.6.	Ventas y productos estrella.....	20
4.2.7.	Propuesta de valor .....	20
4.2.8.	Servicios complementarios.....	21
4.2.9.	Tipo de cliente .....	21
4.2.10.	Competidores directos .....	22
4.2.11.	Amenazas del rubro .....	22
4.2.12.	Conclusiones finales de la caracterización de competidores.....	23
5.	Estudio de clientes y mercado potencial .....	24

5.1.	Investigación de mercado: encuesta: estructura, cálculo de muestra y resultados .....	24
5.1.1.	Conclusiones más relevantes de la encuesta.....	32
5.2.	Estimación del tamaño del mercado potencial para “Jardines del Alba” en la provincia de Santiago.....	33
5.3.	Análisis de la experiencia del cliente: Customer Journey Map .....	33
6.	Análisis del mercado y de la empresa .....	33
6.1.	Modelo de las cinco fuerzas de Porter .....	33
6.1.1.	Conclusiones del análisis de Porter .....	35
7.	Plan Estratégico.....	38
7.1.	Diseño de estrategia competitiva .....	38
7.2.	Misión .....	38
7.3.	Visión.....	38
7.4.	Valores .....	38
7.5.	Alianzas estratégicas que apoyen al negocio .....	39
8.	Plan de Marketing .....	39
8.1.	Definir segmento objetivo .....	40
8.2.	Propuesta de valor diferenciadora.....	41
8.3.	Posicionamiento de marca .....	41
8.4.	Desarrollo del marketing mix: las 4P para la cadena de servicios.....	42
8.4.1.	Punto de venta .....	42
8.4.2.	Producto.....	47
8.4.3.	Precio .....	48
8.4.4.	Promoción.....	49
9.	Plan Operacional y de Recursos Humanos .....	50
9.1.	Estimación de la demanda .....	50
9.2.	Horarios de atención de “Jardines del Alba”.....	53
9.3.	Determinar proveedores, transporte, capacidades y logística .....	53
9.3.1.	Proveedores .....	53
9.3.2.	Proceso de transporte.....	54
9.3.3.	Capacidades .....	55
9.3.4.	Logística .....	57
9.3.5.	Oficina .....	59
9.3.6.	Resumen del proceso .....	59
9.4.	Organigrama de la estructura organizacional. ....	60
10.	Evaluación financiera .....	62

10.1.	Inversión requerida.....	63
10.2.	Costo de materias primas y costos operacionales .....	63
10.3.	Gastos de funcionamiento .....	63
10.4.	Proyección de Estado de Resultado (EERR) en un horizonte de 8 años.....	63
10.5.	Capital de trabajo .....	65
10.6.	Proyección de Flujo de Caja y viabilidad económica .....	65
10.6.1.	Flujo de caja .....	65
10.6.2.	Tasa de descuento.....	67
10.6.3.	Valor residual .....	67
10.6.4.	Viabilidad económica.....	67
10.7.	Análisis de sensibilidad.....	67
10.7.1.	Resultados análisis sensibilidad .....	68
11.	Conclusiones.....	69
12.	Bibliografía.....	71
13.	Anexos.....	76