

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN:	1
1.1 IDEA DE NEGOCIOS	2
2. PREGUNTAS CLAVE	5
3. FACTORES CRITICOS	5
4. ALCANCE	5
5. OBJETIVOS	6
5.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS	6
6. RESULTADOS ESPERADOS	6
7. METODOLOGÍA	9
8. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO	11
8.1 TAMAÑO DEL MERCADO	11
8.2 CLIENTES.....	12
8.3 COMPETIDORES	14
8.4 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL JABÓN	17
9. ANÁLISIS DEL ENTORNO	18
9.1 CONDICIONES POLITICAS	18
9.2 CONDICIONES ECONOMICAS	19
9.3 CONDICIONES SOCIALES	20
9.4 CONDICIONES TECNOLOGICAS	21
9.5 CONDICIONES ECOLÓGICAS	22
9.6 CONDICIONES LEGALES	22
10. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y MERCADO	25
10.1 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	25
10.1.1 RIVALIDAD DE LOS COMPETIDORES	25
10.1.2 AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES	26
10.1.3 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	26
10.1.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.....	27
10.1.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES.....	29
10.2 ANÁLISIS DE COMPETIDORES	30
10.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	34

10.3.1	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	34
10.3.2	POBLACIÓN OBJETIVO	34
10.3.3	DISEÑO Y TAMAÑO MUESTRAL	35
10.3.4	CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA:	36
10.4	ANÁLISIS FODA	42
10.5	ANÁLISIS VRIO.....	44
11.	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	47
11.1	MISIÓN	47
11.2	VISIÓN.....	48
11.3	VALORES.....	48
11.4	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	48
12.	PLAN DE MARKETING	50
12.1	MARKETING ESTRATÉGICO.....	50
12.1.1	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	50
12.1.2	SELECCIÓN DE CLIENTES POTENCIALES.....	52
12.1.3	PROPUESTA DE VALOR	53
12.2	DECLARACIÓN DE POSICIONAMIENTO.....	53
12.3	HISTORIA DE LA MARCA	55
12.4	OBJETIVOS DE MERCADEO.....	56
12.5	MARKETING MIX.....	57
12.5.1	PRODUCTO	57
12.5.2	PRECIO.....	59
12.5.3	PUNTO DE VENTA	60
12.5.4	PROMOCIÓN	62
13.	PLAN OPERATIVO.....	68
13.1	INSTALACIONES.....	68
13.2	CAPACIDAD.....	70
13.3	TECNOLOGÍA DEL PROCESO	71
13.4	GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS	72
13.5	GESTIÓN DE CALIDAD	73
13.6	SOURCING Y RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES.....	74

13.7	CERTIFICACIÓN DE EXPORTACIÓN A ESTADOS UNIDOS	75
13.8	PROCESO DE EXPORTACIÓN A ESTADOS UNIDOS	76
14.	PLAN FINANCIERO	77
14.1	INVERSIONES.....	77
14.2	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	78
14.2.1	INGRESOS POR VENTAS.....	78
14.2.2	COSTOS Y GASTOS	78
14.3	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	79
14.4	VALORIZACIÓN DEL PROYECTO.....	79
14.4.1	VAN, TIR, PERIODO DE RECUPERACIÓN y VALOR RESIDUAL	79
14.4.2	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	80
15.	MODELO DE NEGOCIOS CANVAS	81
15.1	CLIENTES	81
15.2	PROPUESTA DE VALOR	81
15.3	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	81
15.4	RELACIONES CON LOS CLIENTES.....	82
15.5	RECURSOS CLAVE.....	82
15.6	ACTIVIDADES CLAVE.....	83
15.7	ALIANZAS CLAVE.....	83
15.8	ESTRUCTURA DE COSTOS	84
15.9	FUENTE DE INGRESOS.....	84
16.	CONCLUSIONES	85
17.	BIBLIOGRAFÍA	86
18.	ANEXOS	88
	ANEXO NO.1: VARIABLES DE LA ENCUESTA	88
	ANEXO NO.2: DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	91
	ANEXO NO. 3: RESULTADOS DE LA ENCUESTA:.....	97
	ANEXO NO.4 MAPA DE POSICIONAMIENTO.....	108
	ANEXO NO.5 REQUISITOS PARA CERTIFICACIONES:	110
	ANEXO NO.6 DETALLE DE INVERSIÓN FIJA	112
	ANEXO NO.7 COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA.....	112

ANEXO NO.8 GASTOS DE ADMIN Y VENTAS	113
ANEXO NO.9 MANO DE OBRA DIRECTA.....	113
ANEXO NO.10 MANO DE OBRA INDIRECTA	113
ANEXO NO.11 INSUMOS	113
ANEXO NO.12 OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	114
ANEXO NO.13 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN TOTAL	114
ANEXO NO.14 DEPRECIACIÓN.....	114
ANEXO NO.15 COSTOS FIJOS.....	114
ANEXO NO.16 COSTOS VARIABLES	115
ANEXO NO.18 FLUJO DE CAJA NETO.....	117
ANEXO NO.19 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	118
ANEXO NO.20 BALANCE GENERAL PROYECTADO	119