

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Contexto General .....	1
1.2. Situación actual.....	1
1.3. Desafíos actuales .....	2
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	<b>3</b>
2.1. Objetivos Generales .....	3
2.2. Objetivos Específicos.....	3
<b>3. METODOLOGÍA</b> .....	<b>4</b>
3.1. Descripción de la metodología.....	4
<b>4. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL</b> .....	<b>5</b>
4.1. Conceptos y fundamentos .....	5
4.2. Metodologías usadas (Lean Startup, Business Model Canvas, etc.) .....	5
4.3. Ventajas, desventajas y limitaciones de Metodologías usadas.....	13
<b>5. ANÁLISIS DE MERCADO</b> .....	<b>14</b>
5.1. Caracterización General de mercado .....	14
5.2. Contexto Sector Industrial.....	14
5.3. Hábitos de los consumidores. ....	16
5.4. Competidores actuales .....	17
5.3. Análisis de los resultados de la encuesta. ....	19
<b>6. DISEÑO MODELO DE NEGOCIOS</b> .....	<b>20</b>
6.1. Descripción de la construcción del modelo de negocios.....	20
6.2. Business Model Generation (Canvas) .....	21
6.3. Relaciones clave de la estructura CANVAS.....	27
6.4. Mapa de la propuesta de valor.....	29
6.5. Definición objetivos estratégicos.....	32
6.6. Definición segmento de mercado.....	33
6.7. Diseño del Minimum Viable Product .....	34
6.8. Menú.....	35
<b>7. PLAN DE MARKETING</b> .....	<b>37</b>
7.1. Estrategia marketing .....	37
7.2. 4P marketing (Marketing mix) .....	37

7.3.	Las 4C del Marketing actual.....	48
7.4.	Planificación de marketing .....	49
7.5.	Claves del marketing para el negocio .....	50
7.6.	Objetivo de la estrategia de marketing.....	51
<b>8.</b>	<b>PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>52</b>
8.1.	Estrategia operacional competitiva .....	52
8.2.	Objetivos operacionales.....	55
8.3.	Diseño de logístico.....	56
8.4.	Horarios de atención .....	57
8.5.	Personal.....	57
8.6.	Estrategia de delivery .....	58
<b>9.</b>	<b>EVALUACIÓN ECONÓMICA .....</b>	<b>60</b>
9.1.	Definición TAM, SAM, SOM.....	60
9.2.	Estimación de la demanda.....	62
9.3.	Inversión Inicial .....	64
9.4.	Estimación de costos .....	66
9.5.	Depreciación .....	68
9.6.	Fuentes de financiamiento .....	68
9.7.	Flujo de caja puro .....	69
9.8.	Tasa de descuento .....	70
9.9.	Evaluación de factibilidad económica .....	70
9.10.	Evaluación de sensibilidad del precio .....	71
9.11.	Evaluación de sensibilidad demanda.....	72
<b>10.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>73</b>
10.1.	Conclusiones de objetivos .....	73
10.2.	Conclusiones del modelo de negocios.....	74
10.3.	Conclusiones de la evaluación económica. ....	74
10.4.	Visión final sobre viabilidad para dueño/inversionista.....	75
<b>11.</b>	<b>Bibliografía .....</b>	<b>77</b>
<b>12.</b>	<b>Anexo N°1 .....</b>	<b>79</b>
12.1.	Encuesta de análisis de mercado .....	79
12.2.	Ingredientes .....	83
12.3.	Imagen Corporativa .....	85

12.4. Análisis de equipos .....	86
12.5. Implementos de oficina, seguridad y otros.....	88
12.6. Propuesta de crecimiento .....	88