

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	CONTEXTO	2
2.1.	Problemática identificada	2
2.2.	Oportunidad de negocio	5
3.	OBJETIVOS Y FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	5
3.1.	Objetivo general.....	5
3.2.	Objetivos específicos.....	6
3.3.	Variables críticas a considerar	6
4.	MARCO CONCEPTUAL.....	7
5.	METODOLOGÍA.....	10
6.	RESULTADOS ESPERADOS	12
7.	ALCANCES	13
8.	FORMULACIÓN ESTRATÉGICA.....	13
8.1.	Visión	14
8.2.	Misión	14
8.3.	Objetivos estratégicos.....	14
8.4.	Indicadores estratégicos.....	15
8.5.	Propuesta de valor	16
9.	ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	17
9.1.	Stakeholders	17
9.2.	Competidores	18
9.3.	Análisis de las 5 fuerzas de Porter	18
9.4.	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de ingresar al mercado	19
9.5.	Benchmarking nacional e internacional	21
9.6.	Encaje servicio – mercado	22
9.7.	Investigación de mercado.....	24
9.7.1.	Investigación de mercado - Análisis Cualitativo.....	24
9.7.2.	Investigación de mercado – Análisis Cuantitativo	29

9.8.	Propuesta de solución.....	44
10.	MODELOS DE NEGOCIOS Y PROPUESTAS DE VALOR	45
10.1.	Modelo de negocio orientado al cliente.....	46
10.1.1.	Propuesta de valor	47
10.1.2.	Diferenciación	47
10.1.3.	Segmento de clientes.....	47
10.1.4.	Canales de marketing.....	48
10.1.5.	Actividades claves	48
10.1.6.	Recursos claves	49
10.1.7.	Estructura de costos	49
10.1.8.	Estructura de ingresos	50
10.2.	Modelo de negocio orientado al usuario.....	50
10.2.1.	Propuesta de valor	51
10.2.2.	Diferenciación	51
10.2.3.	Segmento de clientes.....	51
10.2.4.	Canales de marketing.....	51
10.2.5.	Actividades clave	52
10.2.6.	Recursos clave.....	52
10.2.7.	Estructura de costos	52
10.2.8.	Estructura de ingresos	53
10.3.	Indicadores del Lean Canvas	53
11.	PLANES FUNCIONALES	54
11.1.	Plan de marketing.....	54
11.2.	Plan comercial.....	56
11.2.1.	Modelo STP	56
11.2.2.	Campaña de Marketing Propuesta.....	57
11.2.3.	Marketing Mix	59
11.3.	Plan de recursos humanos	61
11.4.	Plan operacional	63
11.4.1.	Recursos materiales necesarios	64
11.4.2.	Activos fijos	64
11.4.3.	Procesos de producción	64
11.4.4.	Interacción entre actores y flujograma	65
11.5.	Prefactibilidad legal, societaria, tributaria y ambiental	67
11.5.1.	Prefactibilidad legal.....	67
11.5.2.	Prefactibilidad societaria	69
11.5.3.	Prefactibilidad tributaria.....	71
11.5.4.	Prefactibilidad ambiental	72
12.	DEFINICIÓN DEL FLUJO DE CAJA Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO	72
12.1.	Definición flujo de caja	72
12.1.1.	Inversión Total.....	72
12.1.2.	Proyección de Venta	72
12.1.3.	Costo Directo.....	73

12.1.4. Costos generales.....	74
12.1.5. Costo de personal.....	74
12.1.6. Impuestos.....	75
12.1.7. Resumen	75
12.2. Evaluación financiera.....	76
12.3. Etapa actual del proyecto.....	80
12.4. Riesgos	82
13. PROTOTIPO FUNCIONAL (MVP)	83
13.1. Imagen Corporativa	83
13.2. Plataforma digital.....	86
14. CONCLUSIONES	92
15. BIBLIOGRAFÍA	94
16. ANEXOS	98