

Tabla de contenido

1. Introducción	1
1.1. Antecedentes Generales	1
1.1.1. Industria Textil	1
1.1.2. Caracterización de la Organización	1
1.2. Justificación del Proyecto	3
1.3. Oportunidad de Negocio	4
1.4. Alcances	5
1.5. Resultados Esperados	5
2. Objetivos y Metodología	5
2.1. Objetivos Generales	5
2.2. Objetivos Específicos	6
2.3. Metodología	6
3. Marco Conceptual	7
3.1. 5 Fuerzas de Porter	7
3.2. Cadena de Valor	8
3.3. Análisis FODA	10
3.4. Modelo Canvas	10
4. Estudio de Mercado	12
4.1. Enfoque y Construcción de la Encuesta	12
4.2. Aplicación de la Encuesta	12
4.3. Análisis de la Encuesta	13
5. Análisis de Mercado	20
5.1. Oferta	20
5.1.1. Ventas Totales	20
5.1.2. Productos	21
5.1.3. Competencia	22
5.1.4. Margen Bruto del Mercado	24
5.1. Demanda	25
5.1.1. Segmento de Clientes	25
5.2. Dimensionamiento del Mercado	26
5.2.1. Mercado Potencial	26

5.2.2. Mercado Objetivo.....	27
6. Análisis Estratégico	27
6.1.1. Análisis Competencia	27
6.2. Análisis Externo	28
6.2.1. Fuerzas de Porter	28
6.3. Análisis Interno.....	31
6.3.1. Cadena de Valor.....	31
6.4. Análisis FODA.....	32
6.5. Modelo Canvas	33
7. Plan de Marketing.....	34
7.1. Marketing Mix.....	34
8. Plan de Operaciones	36
9. Plan de Recursos Humanos	38
9.1. Remuneraciones.....	39
10. Plan Financiero.....	40
10.1. Inversión.....	40
10.2. Ventas	41
10.3. Egresos.....	42
10.4. Ingresos	45
10.5. Resultados e Indicadores.....	46
10.6. Análisis de sensibilidad	47
11. Conclusiones	47
Bibliografía	50
Anexos	52