

TABLA DE CONTENIDO

1	Introducción	1
2	Descripción del tema a abordar y las preguntas clave a responder	2
3	Alcance del tema a abordar	3
4	Objetivos y resultados esperados	4
4.1	Objetivo general	4
4.2	Objetivos específicos.....	5
4.3	Resultados esperados	5
5	Marco conceptual	5
6	Diagnóstico	8
6.1	Caracterización del negocio en el extranjero	8
6.1.1	Caracterización del mercado	9
6.1.2	Estrategia de Precios.....	12
6.2	Análisis del mercado potencial	14
6.2.1	Identificación del mercado potencial	14
6.3	Dimensionamiento del tamaño del mercado	15
6.3.1	Turismo Interno	15
6.3.2	Turismo externo.....	16
6.3.3	Concentración del mercado potencial	20
6.4	Análisis de Los Potenciales clientes	21
6.4.1	Investigación de mercado	21
6.5	Análisis de Competidores	25
6.5.1	Benchmarking.....	26
6.6	Análisis de Macroentorno	29
6.6.1	Político y legal	29
6.6.2	Económico.....	30
6.6.3	Social.....	30
6.6.4	Tecnológico	31
6.7	Síntesis del diagnóstico	31
7	Estrategia	34
8	Modelo de operaciones	34
8.1	Mercado objetivo	35
8.2	Propuesta de valor	35
8.3	Canales	35
8.4	Relación con los clientes	36
8.5	Fuentes de ingreso.....	36
8.6	Recursos clave	36

8.7	Asociaciones clave	37
8.8	Actividades clave	37
8.9	Estructura de costos	37
9	Plan de marketing	37
9.1	Plaza	37
9.2	Producto.....	40
9.3	Precio	42
9.4	Promoción.....	43
9.5	Personas	43
9.6	Procesos	44
9.7	Pruebas	45
10	Evaluación económica.....	45
10.1	Evaluación	45
10.1.1	Ingresos.....	45
10.1.2	Inversión inicial	46
10.1.3	Costos operacionales	48
10.1.4	Gastos	49
10.1.5	Impuestos	49
10.1.6	Tasa de descuento sin financiamiento	49
10.1.7	Depreciación.....	50
10.1.8	Flujo de caja puro	51
10.1.9	Tasa de descuento con financiamiento	52
10.1.10	Tabla de amortización.....	52
10.1.11	Flujo de caja con financiamiento	53
10.2	Sensibilización respecto la tasa de ocupación	54
10.2.1	Escudo tributario.....	55
10.2.2	Valor residual y valor de la compañía	55
11	Conclusión y recomendaciones.....	55
12	Bibliografía	58
13	Anexo	60