

Tabla de Contenido

1 INTRODUCCIÓN	1
2 OBJETIVOS	3
2.1 Objetivo general	3
2.2 Objetivos específicos	3
2.3 Resultados esperados	3
2.4 Alcance del tema	3
3. DIAGNÓSTICO	4
3.1. Análisis Comercializadora Retail	4
3.1.2. Análisis del modelo de negocio	4
Tabla N°1: Tipos de Negocios en el Comercio Minorista y sus características	6
3.1.3. Análisis de resultados	11
3.1.4. Análisis de clientes actuales e históricos	13
3.1.5. Análisis de sistemas y plataformas actuales de la empresa	14
3.2. E-Commerce	16
3.2.1. Tipos de e-Commerce	17
3.2.2. Ventajas y beneficios del e-Commerce	19
Tabla N°2: FODA Comercializadora Retail	80
3.3. Análisis del mercado	21
Tabla N°3: Censo 2017.	22
3.3.1. Benchmarking	27
3.4. Análisis de clientes	30
3.5. Análisis de la competencia	30
3.6. Análisis proveedores	33
3.7. Análisis del entorno	34
3.7.1. Contexto de la industria	35
3.7.2. Legal	36
3.8. Diagnóstico de la empresa	37
4 ANÁLISIS DEL MODELO INTERNACIONAL	39
4.1. Caracterización del modelo internacional	40
4.2. Identificación las variables del modelo internacional	43
4.3. Benchmarking entre la empresa Res y Comercializadora Retail	44

4.4. Conclusiones del análisis de variables.....	45
5 SÍNTESIS DE DIAGNÓSTICO ELABORADO A TRAVES DE UNA MATRIZ FODA POR SEGMENTOS	46
6. ESTRATEGIA	52
6.1. Definición mercado objetivo	53
6.2. Propuesta de valor	54
6.3. Estrategia de marketing digital.....	55
6.5. Estrategia de precios	56
6.6. Descripción modelo e-commerce de negocio	57
6.7. Implicancias internas en la estructura de la empresa.....	57
6.8. Definición de modelo de logística y distribución.....	58
6.9. Lineamientos de implementación.....	59
7 EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD ECONÓMICA	62
7.1. Análisis de flujos	63
7.2. Indicadores económicos.....	66
7.2.1. Tasa interna de retorno (TIR).....	66
7.2.2. Valor actual neto (VAN).....	67
7.3. Análisis de sensibilidad.....	68
8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	69
9 BIBLIOGRAFIA.....	72
10 APÉNDICES/ANEXOS.....	74