

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCION	1
1.1	DESCRIPCIÓN DEL TEMA	2
1.2	OBJETIVOS Y RESULTADO ESPERADO	3
1.2.1	OBJETIVO GENERAL:.....	3
1.2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	3
1.2.3	RESULTADO ESPERADO:.....	3
2	MARCO CONCEPTUAL	3
3	ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	6
3.1	MERCADO.....	6
3.2	COMPETIDORES.....	6
4	INVESTIGACION DE MERCADO.....	10
4.1	ENCUESTA	10
4.1.1	ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	10
4.2	ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	11
4.2.1	FIDELIDAD DEL SERVICIO.....	12
4.2.2	PERIODICIDAD DEL REQUERIMIENTO DEL SERVICIO	14
4.2.3	VALORACIÓN DE ATRIBUTOS DEL SERVICIO	15
4.3	CONCLUSIONES	16
5	ENTORNO COMPETITIVO DE LA EMPRESA.....	17
5.1	AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES:	17
5.2	PRODUCTOS SUSTITUTOS	17
5.3	PODER DE LOS PROVEEDORES	17
5.4	PODER DE LOS CLIENTES	18
5.5	RIVALIDAD DE LOS COMPETIDORES.....	18
5.6	Resumen del análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	19
5.7	CADENA DE VALOR.....	20
5.7.1	ACTIVIDADES PRIMARIAS DE LA CADENA DE VALOR	20
5.7.2	ACTIVIDADES DE APOYO DE LA CADENA DE VALOR	21
5.8	ANÁLISIS FODA	22
5.8.1	FORTALEZAS	22

5.8.2	OPORTUNIDADES	22
5.8.3	DEBILIDADES.....	23
5.8.4	AMENAZAS	23
6	MODELO DE NEGOCIO	24
6.1	SEGMENTO DE CLIENTES:.....	24
6.2	PROPUESTA DE VALOR:.....	24
6.3	CANALES.....	25
6.4	RELACIÓN CON CLIENTES	25
6.5	FUENTE DE INGRESOS	25
6.6	RECURSOS CLAVE	25
6.7	ACTIVIDADES CLAVE.....	26
6.8	ASOCIACIONES CLAVE	26
6.9	ESTRUCTURA DE COSTOS.....	26
6.10	RESUMEN DEL MODELO CANVAS:	27
7	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA MODELO TAM-SAM-SOM	27
7.1	TOTAL ADDRESSABLE MARKET(TAM):	28
7.2	SERVICEABLE AVAILABLE MARKET (SAM)	28
7.3	SERVICEABLE OBTAINABLE MARKET(SOM).....	29
8	PLAN DE MARKETING	31
8.1	OBJETIVOS DE MARKETING	31
8.2	MARKETING MIX	31
8.2.1	PRODUCTO-SERVICIO	31
8.2.2	PLAZA.....	32
8.2.3	PROMOCIÓN.....	32
8.2.4	PRECIO.....	33
9	PLAN OPERACIONAL.....	33
9.1	PRE OPERACIONAL	33
9.1.1	CONTRATACIÓN DE ABOGADO	33
9.1.2	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	34
9.1.3	ARRIENDO PROPIEDAD OPERACIONAL	35
9.1.4	INSCRIPCION DE DOMINIO Y REDES SOCIALES	36
9.1.5	COMPRA DE CAMIONES Y EQUIPAMIENTO	36
9.1.6	CONVENIO DE DISPOSICIÓN CON EMPRESA SANITARIA.....	36

9.1.7	TRAMITAR AUTORIZACION SANITARIA	36
9.2	OPERACIONAL	37
9.2.1	GESTION DE LIMPIAFOSAS	39
9.2.2	SEGUIMIENTO POST VENTA	42
10	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	43
10.1	PERFILE DE CARGO	44
10.1.1	ADMINISTRADOR GENERAL.....	44
10.1.2	CHOFER.....	45
10.1.3	SOPORTE EXTERNO	45
10.2	REMUNERACIONES.....	47
10.3	PLANTILLA DE EMPLEADOS	48
11	PLAN FINANCIERO	49
11.1	UNIDAD MONETARIA	49
11.2	AGENTE	49
11.3	HORIZONTE DE EVALUACION.....	49
11.4	TASA DE DESCUENTO	49
11.4.1	TASA DE DESCUENTO SIN DEUDA	49
11.4.2	TASA DE DESCUENTO CON DEUDA	50
11.5	INVERSIÓN INICIAL	51
11.6	PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	52
11.7	PROYECCIÓN DE COSTOS	52
11.8	DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS	53
11.9	VALOR RESIDUAL.....	53
11.10	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	54
11.10.1	PROYECTO PURO	54
11.10.2	PROYECTO FINANCIADO.....	55
11.11	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	58
12	CONCLUSION	59
13	BIBLIOGRAFIA	61
	ANEXOS	63
	ANEXO A: INFORMACIONDE ENCUESTA	63
	ANEXO B: ENCUESTA.....	64
	ANEXO C: SIMBOLOGIA USADA EN DESARROLLO DE LOS PROCESOS	68

ANEXO D: ANALISIS DE SENSIBILIDAD DEL PRECIO DE VENTA SOBRE EL PROYECTO PURO	69
ANEXO E: ANALISIS DE SENSIBILIDAD DEL PRECIO DE VENTA SOBRE EL PROYECTO CON DEUDA.....	73
ANEXO F: COTIZACIONES	77

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principales Empresas de la provincia de Marga Marga.....	7
Tabla 2: Principales empresas de limpia fosas provincia de Marga Marga	8
Tabla 3: Servicios adicionales y plataformas de contestabilidad	9
Tabla 4: Descripción general de los subprocesos.....	38
Tabla 5: planificación y programación	40
Tabla 6: prestación del servicio	41
Tabla 7: Cierre de actividad limpia fosa	41
Tabla 8: Seguimiento del cliente	43
Tabla 9: Sueldo bruto/Cargo	47
Tabla 10: Costo servicios externos/Año	47
Tabla 11: Costo anual de la plantilla	48
Tabla 12: Inversión inicial.....	51
Tabla 13: Estimación de Ingresos.....	52
Tabla 14: Estimación de Costos.....	53
Tabla 15: Depreciación de activos.....	53
Tabla 16: Tabla de desarrollo crédito inicial	55
Tabla 17: Tabla de desarrollo crédito camión.....	56
Tabla 18: Flujo del proyecto financiado	56
Tabla 19: Análisis de sensibilidad proyecto puro	58
Tabla 20: Análisis de sensibilidad proyecto financiado.....	58

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Modelo de Michael Porter	4
Ilustración 2: Distribución de aguas servidas de camiones limpia fosas por planta de tratamiento	8
Ilustración 3: Principales actores que participan del proceso	10
Ilustración 4: Estimación del tamaño de la muestra	11
Ilustración 5: Distribución geográfica de las encuestas	12
Ilustración 6: Lealtad al proveedor	12
Ilustración 7: Lealtad por localidad	13
Ilustración 8: Nivel de satisfacción con el servicio	13
Ilustración 9: Ciclo de uso del servicio	14
Ilustración 10: Forma habitual de búsqueda del proveedor	15
Ilustración 11: Escala de valorización del servicio.....	15
Ilustración 12: Premio al precio por localidad	16
Ilustración 13: Resumen análisis de cinco fuerzas de Porter	19
Ilustración 14: Cadena de valor propuesta	20
Ilustración 15: Resumen de modelo de negocios	27
Ilustración 16: TAM- proyección de demanda V región.....	28
Ilustración 17: SAM- Proyección de la demanda provincia del Marga Margal	29
Ilustración 18: SOM - Participación de mercado.....	29
Ilustración 19: crecimiento en volumen anual.....	30
Ilustración 20: Comparación del volumen TAM-SAM-SOM	30
Ilustración 21: Diagrama Aspectos Pre-Operacionales	37
Ilustración 22: Procesos Clave de operación.....	37
Ilustración 23: Subproceso de limpia fosas.....	39
Ilustración 24: Subproceso de post venta	42
Ilustración 25: Estructura Organizacional	44
Ilustración 26: Flujo de Caja Privado	54