

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	4
<b>1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO</b> .....	5
Escenarios de generación de Ahorro para el Cliente .....	7
1.1 Empresa, Misión, Visión, Objetivos .....	10
1.1.1 Empresa .....	10
1.1.2 Misión .....	10
1.1.3 Visión .....	10
1.1.4 Objetivos .....	10
<b>2 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y COMPETIDORES</b> .....	11
2.1 Definición de la Industria .....	11
2.1.1 Análisis de Stakeholders .....	11
2.2 Macrosegmentos .....	13
2.2.1. Análisis Competidores .....	13
2.3 Análisis de Entorno .....	16
2.3.1 Factores Políticos y legales .....	16
2.3.2 Factores Económicos .....	17
2.3.3 Factores Sociales .....	17
2.3.4 Factores Tecnológicos .....	17
2.3.5 Factores Ecológicos .....	17
2.3.6 Conclusión análisis PESTE .....	18
2.4 Análisis de Fuerzas Competitivas .....	18
2.4.1 Amenaza de nuevos entrantes .....	18
2.4.2 Rivalidad entre empresas existentes.....	19
2.4.3 Poder Negociador de los proveedores .....	19
2.4.4 Poder Negociador de los Clientes .....	19
2.4.5 Amenaza de Sustitutos .....	20
2.4.6 Conclusión análisis PORTER .....	20
2.5 Análisis Dinámico .....	20
2.5.1 Ciclo de Vida de la Industria .....	20
2.5.2 Tendencias .....	21

<b>3 DESCRIPCION Y CUANTIFICACION DEL MERCADO OBJETIVO</b> .....	23
3.1 Descripción de Mercado Objetivo .....	23
3.2 Tamaño del Mercado Objetivo .....	23
<b>4 ANALISIS INTERNO</b> .....	24
4.1 Cadena de Valor de MAS PALLET .....	24
4.1.1 Actividades Primarias .....	25
4.1.2 Actividades de Soporte .....	26
4.2 Análisis FODA .....	26
4.3 Recursos y Capacidades .....	27
4.3.1 Recursos Tangibles.....	27
4.3.2 Recursos Intangibles.....	28
4.3.3 Capacidades .....	28
4.4 Competencias Centrales .....	28
4.5 Ventajas Competitivas .....	29
<b>5 ESTRATEGIA COMPETITIVA Y MODELO DE NEGOCIO</b> .....	31
5.1 Estrategia Competitiva .....	31
5.1.1 Objetivos Estratégicos .....	31
5.2 Modelo de Negocio, metodología CANVAS .....	32
5.2.1 Segmento de Mercado .....	32
5.2.2 Propuesta de Valor .....	32
5.2.3 Canales .....	32
5.2.4 Relación con el Cliente .....	33
5.2.5 Fuentes de Ingresos .....	33
5.2.6 Recursos Claves .....	33
5.2.7 Actividades Claves .....	33
5.2.8 Asociaciones Claves .....	33
5.2.9 Estructura de Costos.....	34
5.3 Estrategia de Entrada y Crecimiento .....	34
<b>6 PLAN DE MARKETING</b> .....	35
6.1 Segmentación y Mercado Objetivo .....	35
6.1.1 Micro Segmentos .....	35
6.2 Objetivos .....	36

6.2.1 Planes e Indicadores.....	36
6.3 Mix de Marketing .....	37
6.3.1 Producto .....	37
6.3.2 Precio .....	38
6.3.3 Promoción .....	39
6.3.4 Plaza .....	39
<b>7 PRODUCCION Y OPERACIONES</b> .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
7.1 Tecnología, Procesos y Recursos Claves .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
7.1.1 Tecnología .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
7.1.2 Procesos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
7.1.3 Recursos Claves y Rol de las Personas .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
7.2 Ubicación Geográfica .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
7.3 Ciclo de Operación. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
7.4 Regulaciones. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>8 CONCLUSIONES</b> .....	41
<b>9 BIBLIOGRAFIA</b> .....	42
<b>ANEXOS</b> .....	43
<i>Anexo N° 1: Tipos de Pallets utilizados en Chile, todo tipo de industrias</i> .....	43
<i>Anexo N° 2: Pallet Embotelladora Coca Cola Andina</i> .....	44
<i>Anexo N° 3: Cuadros Resumen con 2 Análisis de pérdidas y oportunidad de mejora del sistema actual de reparación de Pallets</i> .....	45
<i>Anexo N° 4: Cuadro Comparativo Operación actual v/s Modelos de Negocio Mas Pallet</i> .	47
<i>Anexo N° 5: Competidores de la Industria de Pallets</i> .....	48
<i>Anexo N° 6: Ciclo de Operación, descripción de etapas</i> .....	52
<i>Anexo N° 7: Costos Variables</i> .....	54
<i>Anexo N° 8: Entorno Macroeconómico</i> .....	55
<i>Anexo N° 9: Tabla de Desarrollo del Crédito</i> .....	58
<i>Anexo N° 10: Cotización Equipos de Levante</i> .....	59