

## TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	8
1.1.	ANTECEDENTES GENERALES DEL MONITOREO GEOTÉCNICO .....	8
2.	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN .....	9
2.1.	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	9
2.2.	DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	10
2.2.1.	ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO .....	13
3.	OBJETIVOS .....	14
3.1.	OBJETIVO GENERAL .....	14
3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
4.	ALCANCES .....	15
5.	RESULTADOS ESPERADOS .....	15
6.	MARCO CONCEPTUAL.....	16
6.1.	ESTABILIDAD DE TALUDES .....	16
6.2.	DEFINICIÓN DE MODELO DE NEGOCIO .....	18
6.3.	ANÁLISIS PEST.....	18
6.4.	ANÁLISIS FODA.....	18
6.5.	MARKETING MIX .....	19
7.	METODOLOGÍA.....	19
7.1.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO .....	19
7.2.	DEFINIR POSIBLES MODELOS DE NEGOCIO .....	21
7.3.	ELEGIR Y DEFINIR EL MODELO DE NEGOCIO QUE CAPTURE MAYOR VALOR .....	22
7.4.	RESULTADOS Y CONCLUSIONES.....	23
8.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	23
8.1.	ANÁLISIS DE MERCADO Y EL ENTORNO EXTERNO.....	23
8.2.	CARACTERIZACIÓN Y SEGMENTACIÓN DEL CLIENTE .....	33
8.3.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	39
8.4.	ANÁLISIS INTERNO.....	50
8.5.	RELACION CON POSIBLES SOCIOS ESTRATÉGICOS .....	52
9.	POSIBLES MODELOS DE NEGOCIO .....	59
9.1.	VARIABLES FUNDAMENTALES DEL MODELO .....	59
9.2.	POSIBLES MODELOS DE NEGOCIO.....	60
10.	ELECCIÓN Y DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO .....	63
10.1.	ELECCIÓN Y DEFINICIÓN DEL MODELO .....	63
10.2.	MARKETING MIX .....	66
10.3.	PLAN DE ENTRADA.....	69
10.4.	ESTRATEGIA DE SALIDA.....	70
10.5.	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	70
11.	CONCLUSIONES .....	78

12.	BIBLIOGRAFÍA .....	80
13.	ANEXOS .....	83
13.1.	ENTREVISTAS REALIZADAS .....	83
13.2.	MINAS CON SISTEMA DE RADAR.....	84
13.3.	IMPORTACIONES COMPETIDORES .....	85
13.4.	FLUJO CAJA .....	86