

Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO

I. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO 5

II. ANALISIS DE LA INDUSTRIA 7

2.1 INDUSTRIA 7

ANÁLISIS PESTEL 9

ANÁLISIS PORTER 10

2.2 COMPETIDORES 15

COMPETENCIA DIRECTA 15

COMPETENCIA INDIRECTA 17

2.3 CLIENTES 18

III. DESCRIPCION DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR 21

3.1 ANÁLISIS FODA 21

3.2 MODELO DE NEGOCIOS 24

3.3 ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO O ESCALAMIENTO 29

3.4 RSE Y SUSTENTABILIDAD 30

IV. PLAN DE MARKETING 31

4.1 OBJETIVOS DE MARKETING 31

4.2 ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN 32

4.3 ESTRATEGIA DE PRODUCTO 34

4.4 ESTRATEGIA DE PRECIO 34

4.5 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN, COMUNICACIÓN Y VENTA 35

4.6 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA Y PROYECCIONES DE CRECIMIENTO ANUAL 36

4.7 PRESUPUESTO DE MARKETING Y CRONOGRAMA 38

V. PLAN DE OPERACIONES 40

5.1 FLUJO DE OPERACIONES 40

5.2 PLAN DE DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN 43

VI. EQUIPO DEL PROYECTO 44

6.1 EQUIPO GESTOR 44

6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 45

6.3 INCENTIVOS Y COMPENSACIONES 46

6.4 COLABORADORES 46

VII. PLAN FINANCIERO 47

7.1 SUPUESTOS 47

7.2 FLUJO DE CAJA 49

7.3 SENSIBILIDAD 50

VIII. RIESGOS CRÍTICOS 51

8.1 SITUACIÓN CLIMÁTICA 51

8.2 ESTACIONALIDAD 52

8.3 NORMATIVAS LEGALES 53

8.4 ACCIDENTES 53

8.5 QUIEBRA 53

IX. PROPUESTA DE PUBLICIDAD Y AUSPICIOS 54

X. CONCLUSIONES 55

REFERENCIAS 56

ANEXOS 57