

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	1
1.1	Antecedentes Generales.....	1
1.2	Descripción del negocio	3
1.2.1	Demoliciones Técnicas	3
1.2.2	Organigrama Organizacional.....	3
1.2.3	Servicio	4
1.2.4	Ventas por tipo de actividad	5
1.2.5	Ventas por tipo de mercado	6
1.3	Propuesta del tema.....	8
1.4	Justificación del tema.....	8
1.4.1	Distribución de ventas mensuales	8
1.4.2	Rentabilidad últimos años	9
1.4.3	Implementación de análisis estratégico	9
2	OBJETIVOS.....	10
2.1	Objetivo General.....	10
2.2	Objetivos Específicos	10
3	MARCO TEÓRICO	11
3.1	Administración Estratégica.....	11
3.2	Marketing Estratégico.....	11
3.3	Tablas Resumen de Factores Estratégicos	11
3.4	Estudio de mercado	12
3.5	Indicadores de desempeño y evolución de la estrategia	12
4	METODOLOGÍA	13
4.1	Análisis Externo e Interno	13
4.2	Análisis de Factores Estratégicos	13
4.3	Estudio de Mercado	14
4.3.1	Tamaño de mercado	14
4.3.2	Análisis de competencia	15
4.3.3	Análisis de clientes	15
4.4	Propuesta estratégica.....	16
4.4.1	Selección de la estrategia	16
4.4.2	Estrategia de marketing	16

4.4.3 Planes de implementación	16
4.5 Evaluación económica	17
5 ALCANCES	18
6 RESULTADOS ESPERADOS	19
7 ANÁLISIS AMBIENTAL	20
7.1 Análisis del Medio Externo	20
7.1.1 Amenaza de nuevos participantes	20
7.1.2 Rivalidad entre competidores	21
7.1.3 Amenaza de servicios sustitutos	21
7.1.4 Poder de negociación de los clientes	22
7.1.5 Poder de negociación de los proveedores	22
7.1.6 Oportunidades y Amenazas detectadas	22
7.2 Análisis del medio interno	24
7.2.1 Misión y Visión	25
7.2.2 Valores y declaración de sustentabilidad	25
7.2.3 Principales fortalezas y debilidades	26
7.3 Síntesis de factores estratégicos	27
7.3.1 Oportunidades y Amenazas	28
7.3.2 Fortalezas y Debilidades	29
8 ESTUDIO DE MERCADO	30
8.1 Introducción al mercado del diamante	30
8.2 Tamaño del mercado	30
8.2.1 Barreras intrínsecas al negocio	30
8.2.2 Proceso previo a la estimación	31
8.2.3 Análisis de las importaciones	31
8.2.4 Tamaño de importaciones	32
8.2.5 Evolución de proveedores	33
8.2.6 Distribución mensual de importaciones	34
8.2.7 Estimación factor multiplicador de proveedores	35
8.2.8 Estimación ventas proveedores	36
8.2.9 Tamaño de mercado	37
8.2.10 Participación de mercado estimada	39
8.2.11 Distribución de mercado estimada	40
8.2.12 Mercado potencial estimado	41

8.3 Competencia	42
8.4 Clientes	43
8.4.1 Diseño del instrumento	43
8.4.2 Aplicación del instrumento	46
8.4.3 Hitos del trabajo de campo	46
8.4.4 Perfil de los entrevistados	47
8.4.5 Resultados parte cualitativa	47
8.4.6 Resultados parte cuantitativa	49
9 PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	52
9.1 Matriz Estratégica (FODA)	52
9.1.1 Estrategias propuestas	52
9.2 Selección, planteamiento y consideraciones de la estrategia	56
9.2.1 Estrategias actuales	56
9.2.2 Evaluación de posibles estrategias.....	56
9.2.3 Estrategia Propuesta	59
9.2.4 Capacidad de producción	60
9.2.5 Proyección del tamaño del mercado (2019-2023).....	63
9.2.6 Estrategia de marketing	64
9.3 Plan de implementación.....	68
9.3.1 Marketing mix.....	68
9.3.2 Plan de implementación de la estrategia comercial	71
9.3.3 Indicadores estratégicos.....	76
10 EVALUACIÓN ECONÓMICA	81
10.1 Costo de iniciativas de marketing	81
10.2 Escenarios de evaluación	82
10.2.1 Consideraciones para el análisis económico	82
10.2.2 Escenario pesimista.....	83
10.2.3 Escenario base	83
10.2.4 Escenario optimista	84
10.2.5 Escenario optimista suavizado	85
10.2.6 Estimación de TIR referencial.....	86
10.2.7 Análisis de sensibilidad	87
10.2.8 Análisis de resultados.....	88
11 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90

11.1 Conclusiones de la Investigación	90
11.2 Recomendaciones y Comentarios Finales	92
12 BIBLIOGRAFÍA	94
13 ANEXOS.....	95
Anexo A. Servicios de Romeral Demoliciones.....	95
Anexo B. Partidas arancelarias adquiridas.....	97
Anexo C. Detalle costo de implementación estrategia de marketing.....	97
Anexo D. Estimación cuota promedio de mercado	98
Anexo E. Estimación de gasto promedio en servicios de demoliciones técnicas	98