

Contenido

Introducción	9
Capítulo 1. Marco teórico y metodología	15
1. Marco teórico	15
2. Metodología y alcances	24
Capítulo 2. Análisis de mercado	29
1. Descripción del producto	29
2. Normas peruanas relacionadas con la pota	35
3. Opiniones de expertos	37
4. Método de evaluación de mercados potenciales	42
5. Selección de mercados potenciales	43
5.1. Corea	43
5.2. Italia	46
5.3. Japón	47
5.4. China	47
5.5. España	48
5.6. Selección del país	49
6. Perfil del mercado chino	51
6.1. Acceso al mercado	52
6.2. Volumen, estructura y expansión del mercado	54
6.3. Medios de transporte	54
6.4. El consumidor y el mercado meta	55
6.5. Otros puntos importantes	56
7. Selección del producto	56
8. Validación del mercado	58
Conclusiones	59
Apéndice. Información sobre el mercado chino de derivados de la pota	61

Capítulo 3. Análisis estratégico	63
1. La Región Piura	63
2. Actividades de la cadena productiva	66
2.1. Captura y acopio	67
2.2. Transformación	69
2.3. Comercialización	71
2.4. Actividades de apoyo	72
2.5. Tecnologías de producción para congelados	73
3. Análisis del entorno	75
3.1. Análisis Sete	75
3.2. Análisis de las cinco fuerzas	80
4. Análisis interno: la cadena de valor y el análisis FODA	84
Conclusiones	89
Capítulo 4. Plan de Negocios	91
1. Constitución de la empresa	91
2. Plan de márketing	92
3. Plan de operaciones	96
4. Plan de organización y recursos humanos	102
Capítulo 5. Evaluación económica	105
1. Estructura de la inversión	105
2. Ingresos y egresos	108
3. Evaluación económica	115
3.1. Tasa de descuento	115
3.2. Resultados	116
4. Análisis de riesgos del proyecto	119
4.1. Análisis de puntos críticos	119
4.2. Análisis de sensibilidad unidimensional	119
4.3. Análisis de sensibilidad bidimensional	120
4.4. Análisis de escenarios	122
4.5. Análisis de Montecarlo	123
5. Fuentes de financiamiento	124
Conclusiones	125
Bibliografía	129
Sobre los autores	135