

Contenido

Introducción	9
Capítulo 1. Identificación de la oportunidad de negocio	13
1. El cuy (<i>Cavia porcellus</i>)	13
2. Hipótesis sobre el consumo de la categoría	17
3. Posibilidades de desarrollo del producto	19
Capítulo 2. Aspectos metodológicos	21
1. Enfoque de la ruta de investigación	21
2. Investigación de mercado	21
3. Análisis de factores	24
Capítulo 3. Estudio de mercado en Lima Metropolitana para desarrollar el nuevo producto	25
1. El mercado de Lima Metropolitana	25
2. Resultados del estudio de mercado	29
3. Vinculación de resultados	54
4. Estimación de la demanda	59
Capítulo 4. Influencia del entorno en el comportamiento del mercado de Lima Metropolitana	67
1. Análisis del sector agropecuario	67
2. Análisis de la competencia	82
3. Análisis del entorno Septe	88
4. Diamante competitivo del sector	93
5. Oportunidades y amenazas	96
Capítulo 5. El proyecto empresarial	99
1. Matriz de factores críticos para los proveedores de supermercados	99
2. Principios de desarrollo sostenible y responsabilidad social empresarial	101

3. Concepto de negocio	103
4. Cadena de valor	104
5. Marco legal	108
Capítulo 6. Plan de márketing	109
1. Márketing estratégico	109
2. Márketing <i>mix</i>	117
Capítulo 7. Plan de operaciones	121
1. Estrategia de operaciones	121
2. Objetivos de las operaciones	122
3. Políticas de las operaciones	123
4. Macrolocalización	126
5. Ubicación de la granja	131
6. Normas legales	132
7. Ingeniería del proyecto de crianza y alimentación del cuy	135
8. Ingeniería del proyecto de transformación	142
9. Organización de recursos humanos	144
Capítulo 8. Evaluación económico-financiera	147
1. Requerimientos de inversión inicial	147
2. Pronóstico de ingresos y egresos	149
3. Parámetros	152
4. Resultados de la evaluación	153
5. Evaluación de riesgos	155
6. Gestión de riesgos	159
Conclusiones y recomendaciones	161
Bibliografía	165
Anexos	169
1. <i>Focus</i> exploratorio	171
2. Ficha técnica de investigación cuantitativa	177
3. Encuesta de campo	179
4. Mapa de localización de la granja comercial	188
5. Presupuesto de márketing	189
Sobre los autores	191