

INVIRTIENDO

OPORTUNIDADES PARA CRECER

Plan de Empresa

Jerónimo Ahedo Rodríguez
Joaquim Mallorquí Bagué
Edgar Salazar López

MBA
INTERUNIVERSITARIO

Master en Administración
y Dirección de Empresas

Índice

1. Sumario ejecutivo	5
1.1. Visión.....	5
1.2. Misión	5
1.3. Productos.....	6
1.4. Ventajas competitivas	6
1.5. Explicación del mercado.....	6
1.6. Target y tamaño	7
1.7. Equipo Promotor	8
1.8. Resumen de Información Financiera.	9
1.9. Propuesta de Inversión.....	9
2. Definición del Negocio.....	11
2.1. Valor añadido.....	11
2.2. Necesidades que cubrimos.....	11
2.3. Ventajas competitivas	12
2.4. Productos.....	12
3. Análisis.....	15
3.1. Análisis del Entorno.....	15
3.1.1. Factores económicos.....	15
3.1.1.1. Factores económicos País.	15
3.1.1.2. Factores económicos del Estado de Chiapas	16
3.1.2. Factores Socio-Demográfico en el País.	18
3.1.2.1. Factores Socio-Demográfico en México	18
3.1.2.2. Factores Socio-Demográfico en el Estado de Chiapas	19
3.1.3. Factores Políticos	19
3.1.3.1. Entidades de la administración pública involucradas en el Microcrédito	20
3.1.4. Factores Legales.....	21
3.2. Análisis de Mercado.	21
3.2.1. Antecedentes	21
3.2.2. El concepto de microfinanzas	22
3.2.3. Demanda	30
3.2.4. Oferta (competencia)	33
3.2.4.1. Sector bancario	33
3.2.4.2. Competidor 1	35
3.2.4.3. Competidor 2	36
3.2.4.4. Competidor 3	37
3.2.4.5. Competidor 4	38
3.2.4.6. Competidor 5	39
3.2.4.7. Competidor 6	40
3.2.4.8. Competidor 7	41
3.2.4.9. Productos Sustitutivos.....	42
3.3. Diagnostico:.....	42
4. Matriz D.A.F.O.....	45
5. Planificación.	48