

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCION.....	1
2	MARCO CONCEPTUAL	1
3	PREGUNTAS CLAVE	2
4	METODOLOGIA.....	3
	4.1 Descripción del negocio	3
	4.2 Estudio de mercado y competencia	3
	4.3 Plan comercial y marketing	4
	4.4 Plan Organizacional y RR.HH	4
	4.5 Plan de Operaciones.....	4
	4.6 Plan Financiero	4
5	ALCANCE Y OBJETIVOS	4
	5.1 Objetivo General	4
	5.2 Objetivos Específicos.....	5
	5.3 Alcance del estudio	5
	5.4 Resultados esperados	5
6	DESCRIPCION DEL NEGOCIO.....	6
	6.1 Descripción de la empresa.....	6
	1.1. Visión	6
	6.2 Misión.....	6
	6.3 Objetivos	6
	6.4 Factores críticos de éxito	6
	6.5 Descripción del modelo de negocio	7
	6.6 Ingreso previsto	8
	6.7 Barreras de entrada y de salida	8
	6.7.1 Barreras de entrada.....	8
	6.7.2 Barreras de salida	9
7	ESTUDIO DE MERCADO Y COMPETENCIA.....	9
	7.1 Análisis de mercados potenciales.....	9
	7.1.1 Por tamaño	9
	7.1.1 Por crecimiento.....	12
	7.2 Análisis de potenciales clientes	13

7.2.1	Identificación de los segmentos potenciales.....	13
7.2.2	Levantamiento de necesidades de cada segmento.....	16
7.2.3	Levantamiento de conocimiento técnico de cada segmento	23
7.2.4	Análisis de los segmentos revisados	24
7.2.5	Cantidad de dispositivos por persona.....	25
7.3	Análisis de los competidores.....	25
7.3.1	Identificar posibles competidores	25
7.3.2	Comparación de la competencia	29
7.4	Análisis interno de Oportunidades y amenazas	31
7.5	Cuadro resumen	31
8	PLAN COMERCIAL Y MARKETING	32
8.1	Estrategia comercial.....	32
8.1.1	Operación comercial.....	33
8.1.2	Canvas	33
8.2	Plan de marketing	34
8.2.1	Mercado potencial	34
8.2.2	Marketing Mix	35
9	PLAN ORGANIZACIONAL Y RR.HH	40
9.1	Organización.....	40
9.2	Estructura legal	41
9.3	Registro de marca.....	42
9.4	Dominio web	42
10	PLAN DE OPERACIONES.....	43
10.1	Mapeo de procesos.....	43
10.1.1	Planificación estratégica.....	43
10.1.2	Movimientos horizontales entre desarrollo y soporte	44
10.1.3	Retención y de satisfacción al cliente.....	44
10.1.4	Generación de contenido web.....	44
10.1.5	Proceso de venta	45
10.1.6	Proceso de visita en terreno.....	46
11	PLAN FINANCIERO.....	48
11.1	Ingresos	48
11.2	Costos.....	48
11.2.1	Arriendo de oficinas.....	48
11.2.2	Salarios	49

11.2.3	Servidor en la nube	49
11.2.4	Marketing.....	50
11.2.5	Gastos administrativos varios.....	50
11.3	Inversión inicial	51
11.4	Capital de trabajo	51
12	ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	52
12.1	Punto de equilibrio	52
12.2	Escenarios	53
12.2.1	Incrementar el precio.....	53
12.2.2	Disminuir los costos fijos	54
12.2.3	Disminuir los costos variables	54
12.2.4	Disminuir ambos costos	55
13	CONCLUSIONES.....	57
14	BIBLIOGRAFIA.....	58
	ANEXO I: ENCUESTA REALIZADA.....	59
	ANEXO II: GRAFICOS PARA GSE NO RELEVANTES EN EL PLAN DE NEGOCIO .	67
	ANEXO III: COTIZACION ADT.....	72
	ANEXO IV: CORREO VERISURE	74
	ANEXO V: PROYECTO PURO	75
	ANEXO VI: PROYECTO FINANCIADO	76