

Tabla de contenido

1	Introducción	1
2	Objetivo y resultado esperado	2
	2.1 Objetivo general.....	2
	2.2 Objetivos específicos.....	2
	2.3 Resultado esperado	2
3	Marco teórico	2
4	Diagnóstico	4
	4.1 Descripción de la organización.....	4
	4.1.1 Contexto general	4
	4.1.2 Misión y valores.....	5
	4.1.3 Estructura organizacional	5
	4.1.4 Recursos y capacidades	6
	4.1.5 Principales productos	7
	4.1.6 Producción y ventas	7
	4.1.7 Puertas sólidas	8
	4.1.7.1 Importancia del producto y rentabilidad esperada.	8
	4.1.7.2 Modelos y cantidades vendidas de puertas.....	9
	4.1.8 Modelo actual de venta de puertas sólidas.....	10
	4.1.9 Situación económica y financiera	12
	4.1.9.1 Situación económica actual en negocio de puerta sólidas	12
	4.2 Análisis general del mercado	14
	4.2.1 Viviendas nuevas	14
	4.2.2 Viviendas existentes.....	15
	4.3 Análisis del mercado potencial	16
	4.4 Análisis de clientes.....	19
	4.4.1 Clientes viviendas existentes.....	19
	4.4.1.1 Características segmentos socioeconómicos.....	24
	4.4.2 Clientes viviendas nuevas	26
	4.5 Análisis de la competencia.....	28
	4.6 Análisis de canales de distribución.....	31
	4.7 Análisis del entorno	31
	4.7.1 Situación macroeconómica.....	31
	4.7.2 Aspectos normativos y regulatorios.....	32
	4.7.3 Tendencias	33

4.8	Análisis Porter	33
4.8.1	Rivalidad entre competidores	33
4.8.2	Poder negociación de clientes.....	34
4.8.3	Poder negociación de proveedores	34
4.8.4	Amenaza de nuevos competidores	35
4.8.5	Amenaza de sustitutos	35
4.8.6	Resumen de las cinco fuerzas.....	35
5	Resumen estratégico.....	35
5.1	FODA por segmento	36
5.2	Matriz de atractivo por segmento	39
5.3	Identificación de factores críticos de éxito.....	41
6	Diseño estratégico	42
6.1	Descripción modelo de negocio propuesto	43
6.2	Definición de Plan de Marketing	45
6.2.1	Marketing estratégico	45
6.2.1.1	Objetivos estratégicos.....	45
6.2.1.2	Declaración de posicionamiento	46
6.2.2	Marketing táctico.....	46
6.2.2.1	Producto	46
6.2.2.2	Precio.....	48
6.2.2.3	Plaza.....	49
6.2.2.4	Promoción.....	51
7	Evaluación económica.....	53
7.1	Propuesta de inversión y estimación de ingresos / costos	53
7.2	Determinar tasa de descuento.....	57
7.3	Análisis de factibilidad económica (VAN, TIR).....	58
7.4	Análisis de sensibilidad	61
8	Conclusiones y recomendaciones	62
9	Bibliografía.....	65
10	Anexos.....	67