

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTECEDENTES GENERALES	1
1.1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	1
1.2. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO.....	4
2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN.....	9
2.1. ÁREA DE LA ORGANIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	9
2.2. EFECTOS Y POSIBLES CAUSAS DEL PROBLEMA	13
3. OBJETIVOS Y ALCANCES	15
3.1. OBJETIVO GENERAL	15
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
3.3. RESULTADOS ESPERADOS.....	15
3.4. ALCANCES	15
4. MARCO CONCEPTUAL	16
5. METODOLOGÍA.....	19
6. PROPÓSITO Y PROPUESTA DE VALOR DE HAIZE	22
7. SITUACIÓN ACTUAL	22
7.1. OFERTA ACTUAL	22
7.2. PRINCIPALES PROCESOS.....	24
7.2.1. <i>Creación de las actividades</i>	24
7.2.2. <i>Desarrollo de las actividades</i>	25
7.3. MODELO DE NEGOCIOS	25
7.4. SATISFACCIÓN DE EXPARTICIPANTES	27
7.5. FORTALEZAS Y DEBILIDADES	28
8. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	29
8.1. BENCHMARKING	30
8.1.1. <i>Resumen Benchmark</i>	33
8.2. ETAPA CUALITATIVA	34
8.2.1. <i>Diseño de las entrevistas</i>	34
8.2.2. <i>Aplicación de las entrevistas</i>	35
8.2.3. <i>Perfil de los entrevistados</i>	35
8.2.4. <i>Resultados etapa cualitativa</i>	35
8.3. ENTREVISTAS PROFESORES HAIZE	37
8.3.1. <i>Diseño y Aplicación de la entrevista</i>	37
8.3.2. <i>Resultados</i>	37
8.4. ETAPA CUANTITATIVA.....	38
8.4.1. <i>Diseño de la encuesta</i>	38
8.4.2. <i>Tamaño de la muestra y Aplicación de la encuesta</i>	39
8.4.3. <i>Análisis de los resultados</i>	40
8.5. CONCLUSIONES INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	45
9. ANÁLISIS FODA	46
9.1. FORTALEZAS	47
9.2. OPORTUNIDADES.....	47
9.3. DEBILIDADES	48
9.4. AMENAZAS	49
10. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL	50

10.1.	SEGMENTACIÓN	50
10.2.	TARGETING	51
10.3.	POSICIONAMIENTO	54
10.4.	REDISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIOS	54
10.5.	MARKETING MIX.....	57
10.5.1.	<i>Servicio</i>	57
10.5.2.	<i>Precio</i>	58
10.5.3.	<i>Plaza</i>	59
10.5.4.	<i>Publicidad y Promoción</i>	60
11.	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	62
12.	EVALUACIÓN FINANCIERA	64
12.1.	INGRESOS.....	65
12.2.	COSTOS.....	66
12.2.1.	<i>Costos variables</i>	66
12.2.2.	<i>Costos fijos</i>	67
12.3.	ESTADO DE RESULTADO Y FLUJO DE CAJA.....	69
12.4.	ANÁLISIS.....	70
12.4.1.	<i>Tasa de descuento</i>	70
12.4.2.	<i>Valor Presente Neto</i>	71
12.4.3.	<i>Análisis de sensibilidad</i>	71
12.5.	CONCLUSIONES EVALUACIÓN FINANCIERA.....	72
13.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES.....	74
14.	BIBLIOGRAFÍA	77
ANEXOS.....	80	
ANEXO A:	ANÁLISIS ENCUESTA	80
ANEXO B:	TEST DE HIPÓTESIS.....	83
ANEXO C:	RESULTADOS SEGMENTACIÓN	87
ANEXO D:	MATRIZ DE DECISIÓN	89
ANEXO E:	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DISPONIBLE	90
ANEXO F:	VALUE PROPOSITION CANVAS	93
ANEXO G:	MODELO DE FIJACIÓN DE PRECIOS	94
ANEXO H:	JUSTIFICACIÓN METAS PLAN DE TRABAJO	96
ANEXO I:	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA POR DURACIÓN DEL CURSO	97
ANEXO J:	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	98