

IV.- TABLA DE CONTENIDO

Introducción	1
1. Objetivos y alcance	2
1.1. Objetivo General	2
1.2. Objetivos Específicos	2
1.3. Alcance de la Tesis	2
2. Marco Conceptual	3
3. Metodología	4
3.1. Diagnóstico del sistema: levantamiento de Información	4
3.2. Diagnóstico del sistema: análisis de la información	5
3.3. Definiciones del negocio.	5
3.4. Evaluación del negocio.	6
3.5. Diseño del sistema de control:	6
3.6. Proyección del plan de implementación para la consultora.	6
4. Aspectos Estratégicos.....	6
4.1. Propuesta de Valor	6
4.2. Misión	6
4.3. Valores	7
4.4. Lineamientos estratégicos	7
4.4.1. Promesas de Valor para los Stakeholders	7
4.4.2. Estrategía de Diferenciación.	8
4.4.3. Estrategía de Penetración del Mercado	9
4.5. Metas estratégicas.....	10
4.6. Desafíos estratégicos	10
5. Análisis estratégico de las potencialidades del negocio.....	11
5.1. Análisis del Mercado	11
5.1.1. Mercado Público	12
5.1.2. Red de Contactos	16
5.1.3. Mercado de empresas privadas	17
5.2. Factores internos y del entorno.	18
5.2.1. Análisis PEST	19

5.2.2. Análisis FODA	20
5.2.3. Análisis de los competidores	21
5.2.4. Las fuerzas de Porter	23
5.2.5. Recursos claves de Semco Consultores	24
5.3. Riesgos del negocio	24
5.4. Resumen del análisis de potencialidades del negocio.....	25
6.Modelo de Negocio.....	25
6.1. Propuesta de Valor de Semco Consultores	26
6.2. Definiciones de los segmentos de clientes	27
6.2.1. Segmento de Organismos Públicos	27
6.2.2. Segmento Red de Contactos profesionales.....	30
6.2.3. Segmento de Empresas Privadas.....	31
6.3. Definición de servicios y sus propuestas de Valor	31
6.4. Factores críticos de éxito	35
6.5. Alianzas claves para ampliar la propuesta de servicios	36
6.6. Resumen del modelo de negocios.....	38
7.Estrategia de Marketing	38
7.1. Captar clientes.....	39
7.2. Posicionar la marca Semco Consultores.....	41
7.3. Gestionar la satisfacción del cliente.	42
7.4. Establecer la estrategia de precio del servicio.	43
7.5. Gestionar el crecimiento.....	44
8.Análisis económico – financiero	45
8.1. Definición de los recursos.....	45
8.2. Proyección de flujos de ingresos y costos	46
8.3. Evaluación económica	46
8.4. Análisis de sensibilidad.....	47
9.Diseño de indicadores para el control	47
9.1. Indicadores económicos del negocio:	48
9.2. Indicadores de eficacia del negocio:.....	48
9.3. Indicadores de efectividad del negocio:	49

9.4. Metodología de seguimiento	49
10. Propuesta de plan de implementación.....	50
10.1. Formación Legal e infraestructura	51
10.2. Organización y Procedimientos de trabajo.....	52
10.3. Actividades relacionadas con la búsqueda y captura de clientes ...	52
10.4. Seguimiento y Gestión	53
10.5. Alternativas para reducir los riesgos.....	53
10.6. Revisión de la Etapa de Formación.	54
Conclusiones.....	54
Bibliografía	58