

TABLA DE CONTENIDO

	Pag.
1. INTRODUCCIÓN.....	9
2. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	10
3. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.....	11
3.1. Tamaño aproximado del mercado.....	11
4. DESCRIPCIÓN DEL TEMA A ABORDAR Y LAS PREGUNTAS CLAVES A RESPONDER.....	17
4.1. Descripción del tema a abordar.....	17
4.2. Preguntas claves a responder.....	18
4.3. Factores críticos de éxito.....	18
5. ALCANCE DEL TEMA A ABORDAR.....	18
6. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS.....	19
6.1. Objetivos.....	19
6.1.1. Objetivo principal:.....	19
6.1.2. Objetivos específicos:.....	19
7. MARCO CONCEPTUAL.....	20
7.1. Plan de Negocios.....	20
7.2. Plan de Marketing.....	20
7.3. Plan operacional.....	20
7.4. Plan Financiero:.....	21
8. PLAN DE NEGOCIOS.....	22
8.1. Plan de Marketing.....	22
8.1.1. Análisis de entorno de marketing:.....	22
8.1.3. FODA:.....	32
8.2.1. Misión.....	40
8.2.2. Visión.....	40
8.2.4. Estrategia Genérica.....	41
8.2.5. Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	42
8.2.7. Líneas Estratégicas de desarrollo.....	44
8.2.8. Modelo VRIO.....	44
8.3. Plan Operacional.....	45
8.3.1. Layout:.....	45
8.4. Análisis Financiero.....	58
8.4.1. Estimación de la demanda:.....	58
8.4.2. Análisis de costos:.....	59
9. CONCLUSIONES.....	66
10. BIBLIOGRAFÍA.....	67