

## Tabla de contenido

1.	Introducción .....	1
2.	Descripción del tema, la oportunidad y preguntas claves .....	2
3.	Objetivos .....	4
4.	Alcance .....	4
5.	Metodología .....	4
6.	Resultados esperados .....	5
7.	Análisis del entorno .....	6
	7.1 Caracterización del macro entorno .....	6
	7.1.1 Conclusiones del análisis del macroentorno .....	10
	7.2 Análisis del microentorno.....	11
	7.2.1 Análisis del mercado .....	13
	7.2.2 Estudio de mercado.....	14
	7.2.3 Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....	16
	7.2.4 Conclusiones del análisis del microentorno.....	18
8.	Análisis interno .....	19
	8.1 Análisis de la cadena de valor .....	19
	8.2 Fortalezas .....	20
	8.3 Debilidades.....	21
	8.4 Factores críticos de éxito .....	21
9.	Estrategia .....	22
	9.1 Marketing estratégico .....	22
	9.1.1 Segmentar .....	22
	9.1.2 Apuntar .....	26
	9.1.3 Posicionar .....	27
	9.2 Estrategia genérica .....	28
	9.2.1 First to Market.....	29
	9.3 Modelo de negocios .....	29
10.	Marketing táctico .....	30
	10.1 Producto (Servicio) .....	30
	10.2 Precio .....	33
	10.3 Promoción .....	35
	10.4 Plaza .....	40
11.	Plan de ventas .....	40
	11.1 Ciclo de venta .....	41

11.2	Proyecciones de ventas.....	42
12.	Plan de operaciones.....	44
12.1	Procesos relacionados a los clientes y venta.....	44
12.2	Procesos relacionados a la producción .....	44
12.3	Procesos administrativos .....	46
13.	Plan de personas .....	50
14.	Plan financiero .....	54
14.1	Inversión .....	55
14.2	Ingresos .....	55
14.3	Egresos.....	55
14.4	Capital de trabajo.....	56
14.5	Evaluación económica.....	56
14.6	Análisis de sensibilidad .....	59
15.	Conclusiones .....	61
	Bibliografía.....	62