

TABLA DE CONTENIDO

Capítulo 1. INTRODUCCIÓN.....	8
1.1 DESCRIPCIÓN DEL TEMA, LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	9
1.2 Preguntas claves a responder	10
1.3 OBJETIVOS	10
1.4 ALCANCE DEL TEMA A ABORDAR.....	11
1.5 MARCO CONCEPTUAL	11
1.6 METODOLOGÍA.....	12
1.7 RESULTADOS ESPERADOS	13
Capítulo 2. CARACTERIZACIÓN DEL MACRO-ENTORNO.....	13
2.1 Factores políticos-legales	14
2.2 Factores económicos.....	14
2.3 Factores socioculturales.....	15
2.4 Factores tecnológicos.....	16
2.5 Factores ecológicos	16
2.6 Amenazas y oportunidades.....	17
Capítulo 3 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO	17
3.1 ESTUDIO DE MERCADO	18
3.2 ANALISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL	20
3.3 ANALISIS INTERNO	24
3.4 Factores claves de éxito	26
3.5 Cadena de Valor	27
3.6 Fortalezas y debilidades	29
3.7 Análisis FODA	29
Capítulo 4 DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA	30
4.1 Determinación de la estrategia genérica	34
4.2 Descripción del modelo de negocios (Canvas).....	36
Capítulo 5 MARKETING TÁCTICO(4p)	36
5.1 Producto/Servicio.....	36
5.2 Precio.....	37
5.3 Promoción	39
5.4 Plaza	39

Capítulo 6 PLAN DE VENTAS.....	40
6.1 Estimación de la demanda	40
6.3 Estimación del ciclo de venta	42
6.4 Proyección de ingresos.....	43
6.5 Presupuesto del plan de Marketing	44
Capítulo 7 PLAN DE OPERACIONES	44
7.1 Flujo de la cadena de suministro.....	44
7.2 Máquinas, tecnología y procesos.....	45
7.3 Ubicación de la empresa	48
Capítulo 8 GESTIÓN DE PERSONAS	50
8.1 Estructura organizacional.....	50
8.2 Habilidades, capacitaciones y remuneraciones del personal	51
8.3 Políticas de retención y despido	52
Capítulo 9 PLAN FINANCIERO.....	52
9.1 Calculo de la tasa de descuento.....	53
9.2 Estimación de ingresos y costos.....	54
9.3 Análisis de Van y TIR.....	55
9.4 Punto de equilibrio.....	56
9.5 Solicitud de crédito	56
CONCLUSIONES	57
BIBLIOGRAFÍA.....	59
ANEXOS	62