

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Antecedentes generales	1
1.2 Justificación de globalización	4
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 Alcances.....	5
1.5 Metodología.....	6
1.6 Marco conceptual.....	7
1.7 Funcionamiento de <i>KatWise</i>	9
1.8 Resultados esperados.....	10
1.9 Descripción del CERET.....	10
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	11
2.1 Generalidades.....	11
2.2 Antecedentes.....	12
2.3 Perspectivas	12
2.4 Necesidades	13
2.5 Oportunidad de negocio	14
2.6 Análisis de las cinco fuerzas de Porter	14
2.7 Análisis de mercado.....	20
2.7.1 Análisis de los competidores.....	21
2.7.2 Análisis de los proveedores.....	23
2.7.3 Análisis de los consumidores.....	24
2.7.4 Canales de distribución.....	25

2.8 Análisis interno	26
2.8.1 Consideraciones del software	26
2.8.2 Percepción actual de <i>KatWise</i>	27
2.8.3 Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.....	27
2.9 Análisis de valor, rareza, imitabilidad y organización	30
2.10 Factores críticos de éxito	32
CAPÍTULO 3: MODELO DE NEGOCIOS.....	35
3.1 Clientes.....	35
3.2 Propuesta de valor	35
3.3 Canales de distribución	35
3.4 Relación con los clientes.....	36
3.5 Fuentes de ingresos	36
3.6 Recursos clave	37
3.7 Actividades clave.....	37
3.8 Alianzas clave	38
3.9 Estructura de costos	39
3.10 Cuadro de modelo de negocios (<i>canvas</i>).....	40
CAPÍTULO 4: PLAN DE MARKETING.....	41
4.1 Razón de marca (branding)	41
4.2 Medios de difusión	41
4.3 Objetivos de marketing	42
4.4 Segmentación, Focalización y Posicionamiento	43
4.4.1 Segmentación	43
4.4.2 Focalización	43
4.4.3 Posicionamiento	46

4.5 Marketing mix	47
4.5.1 Producto	47
4.5.2 Precio.....	48
4.5.3 Promoción	50
4.5.4 Punto de venta (plaza)	51
4.6 Presupuesto	52
CAPÍTULO 5: PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN	54
5.1 Análisis Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal	58
5.1.1 Entorno político	58
5.1.2 Entorno económico	59
5.1.3 Entorno social.....	61
5.1.4 Entorno tecnológico	62
5.1.5 Entorno medioambiental	63
5.1.6 Entorno legal	64
5.2 Consideraciones del análisis.....	65
CAPÍTULO 6: PLAN DE VENTAS	67
6.1 Estrategia de ventas	67
6.2 Proyección de ventas	68
CAPÍTULO 7: PLAN DE OPERACIONES.....	71
7.1 Planificación	71
7.2 Abastecimiento	72
7.3 Fabricación	73
7.4 Logística	73
7.5 Devolución	74
7.6 Ubicación	74

7.7 Tamaño	74
7.8 Actividades.....	75
CAPÍTULO 8: PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	76
CAPÍTULO 9: PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	80
CAPÍTULO 10: PLAN FINANCIERO.....	81
10.1 Inversión tangible e intangible	81
10.2 Financiamiento	81
10.3 Estados de resultados	82
10.4 Valor actual del proyecto	84
10.5 Valor actual neto con financiamiento.....	84
10.6 Análisis de sensibilidad	86
CAPÍTULO 11: CONCLUSIONES	87
11.1 Conclusiones generales.....	87
11.2 Recomendaciones y trabajo futuro	88
GLOSARIO	90
BIBLIOGRAFÍA.....	93
ANEXOS	97
1. Metodología de cálculo del NRI	97
2. Encuesta: Herramienta de Simulación en Administración por Categorías	99
3. Resultados de la encuesta.....	102
4. Tendencia de capacitaciones en Chile.....	105
5. Modelamiento Matemático del Proceso de Compra.....	105
6. Número de personas capacitadas en Chile desde 2011.....	108
7. Otros softwares de simulación disponibles.....	109
8. Compañías desarrolladoras de software en Chile.....	110

9. Universidades que imparten cursos en administración por categorías	111
10. Modelo de Valoración de Activos Financieros	114
11. Costo Promedio Ponderado de Capital	114
12. Universidades extranjeras en convenio o acuerdo de cooperación.....	115
13. Asimetría de países de potencial para <i>KatWise</i>	116
14. Tendencias del retail en Latinoamérica, TICs y desafío educativo	116
15. Contactos en las universidades	118