

## TABLA DE CONTENIDO

<b>CAPITULO 1: ANTECEDENTES GENERALES</b> .....	1
1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.2 OBJETIVOS.....	2
1.3 METODOLOGÍA.....	3
<b>CAPITULO 2. ANALISIS DEL ENTORNO</b> .....	4
2.1 ANALISIS PESTEL.....	4
2.2 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y MERCADO .....	9
2.3 SINTESIS DE FACTORES EXTERNOS .....	12
2.4 ANÁLISIS INTERNO .....	12
2.5 SÍNTESIS DE FACTORES INTERNOS.....	15
2.6 RESUMEN DEL ANÁLISIS DE FACTORES ESTRATÉGICOS .....	16
<b>CAPITULO 3. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA</b> .....	16
3.1 PROPUESTA DE VALOR.....	16
3.2 MISIÓN Y VISIÓN .....	18
3.3 VALORES Y PRINCIPIOS.....	18
3.4 OBJETIVOS DE NEGOCIO.....	18
3.5 ESTRATEGIA DE NEGOCIO .....	19
3.6 MODELO DE NEGOCIO .....	19
<b>CAPITULO 4. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	21
4.1 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA .....	22
4.2 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.....	22
4.3 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	24
<b>CAPITULO 5. PLAN DE MARKETING</b> .....	25
5.1 ANÁLISIS DE SITUACIÓN DE MERCADO .....	25
5.2 ESTRATEGIA DE MARKETING .....	28
5.3 MARKETING MIX.....	30
<b>CAPITULO 6. PLAN DE OPERACIONES</b> .....	34
6.1 LOGISTICA DE ENTRADA .....	34
6.2 PRODUCCIÓN.....	34
6.3 LOGISTICA DE SALIDA.....	36
6.4 VENTAS.....	38

<b>6.5 POST VENTA</b> .....	39
<b>CAPITULO 7. PLAN DE RECURSOS HUMANOS</b> .....	40
<b>7.1 ORGANIGRAMA</b> .....	40
<b>7.2 DESCRIPCIÓN DE CARGOS</b> .....	41
<b>7.3 ESTRUCTURA DE SALARIOS</b> .....	44
<b>CAPITULO 8. PLAN DE FINANZAS</b> .....	45
<b>8.1 PROYECCIONES DE VENTAS</b> .....	45
<b>8.2 INVERSIONES</b> .....	46
<b>8.3 FLUJO DE CAJA</b> .....	51
<b>8.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b> .....	52
<b>8.5 ANÁLISIS POR ESCENARIOS</b> .....	54
<b>CAPITULO 9. CONCLUSIONES</b> .....	55
<b>10. BIBLIOGRAFIA</b> .....	57
<b>11. ANEXOS</b> .....	58