

Tabla de contenido

<i>Introducción</i>	1
1. <i>Contexto</i>	2
1.1 Problemática y Oportunidad	2
1.2 Descripción de la Organización	5
2 <i>Alcances</i>	8
3 <i>Objetivos y factores críticos de éxito</i>	9
3.1 Objetivo General	9
3.2 Objetivos Específicos.....	9
3.3 Principales variables que considerar.....	9
4 <i>Marco Conceptual y Metodología</i>	11
4.1 Marco Conceptual.....	11
4.1.1 Herramientas aplicadas en metodología	11
4.2.2 Conceptos a utilizar	16
4.2 Metodología	18
5. <i>Análisis Externo</i>	21
5.1 Descripción General del Contexto	21
5.1.1 Entorno Global	21
5.1.2 Político Legal.....	22
5.1.3 Económico	25
5.1.4 Demográfico.....	26
5.1.5 Sociocultural.....	27
5.1.6 Tecnológico.....	28
5.2 Análisis de la Industria	28
5.2.1 Descripción del Mercado	28
5.2.2 Competidores	31
5.2.3 Análisis de las 5 fuerzas de Porter	33
5.2.4 Oportunidades y amenazas para la FCFM.....	34
6. <i>Análisis Interno</i>	37
6.1 Recursos y capacidades de la empresa [12]	39
6.2 Cadena de Valor y actividades	41
Actividades Primarias.....	41
Actividades secundarias.....	43
6.3 Stakeholders.....	45
6.4 Medidas e indicadores	46
6.5 Recursos, capacidades y competencias centrales	46

7.	<i>Modelo de negocio y Propuesta de Valor</i>	48
7.1	Benchmarking nacional e internacional	48
7.2	Desarrollo Modelo Canvas.....	50
7.2.1	Encaje Producto – Mercado	50
7.2.2	Investigación de mercado	54
7.3	Resultados y definición de componentes de modelo de negocio.	59
7.3.1	Segmento de Clientes	62
7.3.2	Propuesta de valor	63
7.3.3	Canales	64
7.3.4	Relación con el cliente	64
7.3.5	Flujo de Ingresos	64
7.3.6	Actividades claves.....	64
7.3.7	Relaciones claves	64
7.3.8	Recursos claves	65
7.3.9	Estructura de Costos.....	66
8.	<i>Formulación Estratégica</i>	67
8.1	Visión.....	67
8.2	Misión	67
8.3	Objetivos Estratégicos	67
8.4	Indicadores Estratégicos.....	68
8.5	Áreas a desarrollar	69
8.6	Estructura del Gobierno Corporativo	71
8.7	Definición de funciones y roles de la unidad.....	72
8.8	El centro tecnológico de Ingeniería-Salud como una spin off de la Universidad 74	
9.	<i>Plan Comercial</i>	76
9.1	Modelo STP	77
9.2	Marketing Mix	77
9.2.1	Producto.....	77
9.2.2	Precio.....	79
9.2.3	Plaza	79
9.2.4	Promoción	80
10.	<i>Plan de Operaciones</i>	81
10.1	Descripción de los procesos y recursos asociados	81
10.2	Estrategia de Transferencia Tecnológica.....	83
11.	<i>Evaluación de Proyecto</i>	87
11.1	Evaluación Económica.....	87
11.1.1	<i>Análisis de Factibilidad</i>	90
11.2	Indicadores Principales a medir.....	94

11.3 Análisis de escenarios	95
11.4 Riesgos.....	96
12 Conclusiones	97
13. Bibliografía	99
14. Anexos	104