

# Tabla de Contenido

<b>1. Antecedentes Generales</b>	<b>1</b>
1.1. Contexto . . . . .	1
1.2. Descripción de la organización . . . . .	2
1.2.1. Historia . . . . .	2
1.2.2. Productos y servicios . . . . .	3
1.2.3. Declaración estratégica . . . . .	4
1.2.4. Proceso productivo . . . . .	4
1.2.5. Organización . . . . .	7
1.2.6. Modelo de negocios . . . . .	8
1.3. Planteamiento del problema . . . . .	10
<b>2. Objetivos y alcances</b>	<b>13</b>
2.1. Objetivo general . . . . .	13
2.2. Objetivos específicos . . . . .	13
2.3. Alcances . . . . .	13
2.4. Resultados esperados . . . . .	14
<b>3. Marco Conceptual</b>	<b>15</b>
3.1. Planificación estratégica . . . . .	15
3.1.1. Declaración estratégica . . . . .	15
3.1.2. Pilares estratégicos . . . . .	16
3.2. Estudio de mercado . . . . .	17
3.2.1. Contexto . . . . .	17
3.2.2. Estudio de la oferta . . . . .	17
3.2.3. Estudio de la demanda . . . . .	18
3.3. Plan de negocios . . . . .	18
<b>4. Metodología</b>	<b>20</b>
4.1. Formulación de la estrategia . . . . .	20
4.2. Análisis y descripción de la organización . . . . .	20
4.3. Estudio de mercado . . . . .	21
4.4. Desarrollo de planes . . . . .	22
4.5. Descripción de la organización . . . . .	22

4.5.1.	Historia . . . . .	22
4.5.2.	Productos y servicios . . . . .	23
4.5.3.	Declaración estratégica . . . . .	24
4.5.4.	Proceso productivo . . . . .	24
4.5.5.	Organización . . . . .	27
4.5.6.	Modelo de negocios . . . . .	27
<b>5.</b>	<b>Declaración estratégica</b>	<b>31</b>
5.1.	Base de la planificación estratégica . . . . .	31
5.2.	Definición de la declaración estratégica . . . . .	31
5.2.1.	Misión . . . . .	31
5.2.2.	Visión . . . . .	32
5.2.3.	Valores . . . . .	32
5.3.	Pilares estratégicos . . . . .	33
<b>6.</b>	<b>Estudio de mercado</b>	<b>35</b>
6.1.	Contexto . . . . .	35
6.2.	Análisis de la oferta . . . . .	37
6.2.1.	Mundial . . . . .	37
6.2.2.	Latinoamerica . . . . .	40
6.2.3.	Chile . . . . .	41
6.3.	Análisis de la demanda . . . . .	44
6.3.1.	Clientes . . . . .	47
6.3.2.	Usuarios . . . . .	51
<b>7.</b>	<b>Plan Comercial</b>	<b>53</b>
7.1.	Marketing estratégico . . . . .	53
7.1.1.	Factores determinantes del negocio . . . . .	53
7.1.2.	Estrategia genérica . . . . .	54
7.1.3.	Nombre e imagen corporativa de la empresa . . . . .	55
7.2.	Marketing táctico . . . . .	55
7.2.1.	Producto . . . . .	55
7.2.2.	Precio . . . . .	58
7.2.3.	Plaza . . . . .	58
7.2.4.	Promoción . . . . .	60
<b>8.</b>	<b>Plan Operacional</b>	<b>63</b>
8.1.	Procesos de venta . . . . .	63
8.1.1.	Contacto cliente . . . . .	63
8.1.2.	Presentación . . . . .	63
8.1.3.	Realización prueba de concepto . . . . .	64
8.1.4.	Evaluación económica . . . . .	64
8.1.5.	Propuesta económica . . . . .	65
8.1.6.	Renegociación . . . . .	65

8.1.7.	Firma contrato . . . . .	65
8.2.	Procesos de producción . . . . .	65
8.2.1.	Diagnóstico y requerimientos . . . . .	65
8.2.2.	Definición de metodología . . . . .	66
8.2.3.	Planificación del proyecto . . . . .	66
8.2.4.	Diseño arquitectura tecnológica . . . . .	66
8.2.5.	Diseño de aplicaciones personalizadas . . . . .	67
8.2.6.	Marcha blanca y QA . . . . .	67
8.2.7.	Capacitación . . . . .	67
8.3.	Procesos administrativos . . . . .	67
8.3.1.	Publicación de la vacante . . . . .	67
8.3.2.	Selección de currículums . . . . .	68
8.3.3.	Test de conocimientos . . . . .	68
8.3.4.	Entrevista con gerentes . . . . .	69
8.3.5.	Oferta de trabajo . . . . .	69
8.3.6.	Contacto de otro postulante . . . . .	69
8.3.7.	Contratación . . . . .	69
8.3.8.	Borrador de contrato . . . . .	70
8.3.9.	Revisión y firma de contrato . . . . .	70
8.3.10.	Verificación de etapas y cumplimiento . . . . .	70
8.3.11.	Facturación . . . . .	71
8.3.12.	Finalización del contrato . . . . .	71
<b>9.</b>	<b>Plan de Recursos Humanos</b>	<b>72</b>
9.1.	Esquema funcional . . . . .	72
9.2.	Cargos y responsabilidades . . . . .	73
9.3.	Remuneraciones . . . . .	75
<b>10.</b>	<b>Plan Financiero</b>	<b>76</b>
10.1.	Inversión . . . . .	76
10.2.	Demanda . . . . .	77
10.3.	Ingresos . . . . .	79
10.4.	Egresos . . . . .	80
10.4.1.	Costos Fijos . . . . .	80
10.4.2.	Proyección de recursos humanos . . . . .	81
10.4.3.	Costos Variables . . . . .	81
10.5.	Capital de trabajo . . . . .	82
10.6.	Financiamiento . . . . .	82
10.7.	Resultados . . . . .	83
10.8.	Análisis de sensibilidad . . . . .	84
10.9.	Plan de búsqueda de socios . . . . .	86
	<b>Conclusión</b>	<b>86</b>

<b>Bibliografía</b>	<b>88</b>
<b>Anexos</b>	<b>95</b>
<b>A. Flujo de caja detallado Synergic</b>	<b>96</b>
<b>B. Descripción productos Qlik</b>	<b>98</b>
<b>C. Programa de capacitación BI</b>	<b>100</b>
<b>D. Visualizaciones interactivas en Qlik Sense</b>	<b>102</b>
<b>E. Economía Chilena</b>	<b>104</b>
<b>F. Contexto del analytics en las empresas Chilenas</b>	<b>106</b>
<b>G. Empresas consultoras de software en Chile</b>	<b>109</b>
<b>H. Marketing online de Synergic Chile</b>	<b>111</b>
<b>I. Listado de empresas consultadas en encuesta cualitativa</b>	<b>113</b>
<b>J. Encuesta exploratoria y resultados</b>	<b>119</b>
<b>K. Capacitaciones en Business Intelligence</b>	<b>126</b>
<b>L. Servicios de publicidad en Ediciones Especiales</b>	<b>127</b>
<b>M. Mapa anual de ferias y convenciones</b>	<b>129</b>
<b>N. Detalles del plan financiero</b>	<b>132</b>