

## TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	2
3. ALCANCE.....	3
4. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS.....	4
4.1. Objetivo general.....	4
4.2. Objetivos específicos.....	4
4.3. Resultados esperados.....	4
5. MARCO CONCEPTUAL.....	5
6. DIAGNÓSTICO.....	6
6.1. Análisis general del entorno nacional.....	8
6.1.1. Entorno económico-social.....	12
6.1.2. Reglamentación ambiental.....	16
6.1.3. Reglamentación térmica.....	19
6.1.4. Entorno tecnológico.....	21
6.2. Análisis de mercado potencial.....	22
6.2.1. Tamaño del mercado.....	23
6.2.2. Análisis de la demanda.....	24
6.3. Análisis de clientes.....	28
6.3.1. Características y necesidades de cada segmento.....	32
6.3.2. Atributos de decisión.....	33
6.3.3. Procesos de compra.....	34
6.3.4. Aspectos de valoración del servicio.....	36
6.4. Análisis de la competencia.....	37
6.4.1. Benchmarking.....	38
7. SÍNTESIS ESTRATÉGICA.....	40
7.1. Análisis FODA por segmento.....	40
7.2. Fortalezas y debilidades de la competencia.....	42
7.3. Identificación de factores críticos de éxito.....	44

8. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA .....	45
8.1. Segmento objetivo.....	45
8.2. Propuesta de valor (productos y servicios).....	47
8.3. Estrategia de precios.....	68
8.4. Estrategia de posicionamiento y comunicación .....	69
8.5. Modelo general de operación interna propuesto.....	70
8.6. Estrategia de comercialización .....	71
9. EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....	72
9.1. Determinación de la inversión y capital de trabajo.....	72
9.2. Flujo de caja.....	74
9.3. Determinación de la tasa de descuento.....	76
9.4. VAN y TIR .....	77
9.5. Sensibilización.....	77
10. CONCLUSIONES .....	79
11. BIBLIOGRAFÍA.....	80
12. ANEXOS.....	82