

Tabla de contenido

Capítulo 1 Introducción.	1
1. Introducción.	1
2. Descripción del tema a abordar.	1
3. Preguntas claves y factores críticos.	2
4. Objetivos y resultados esperados.	2
5. Alcance del tema a abordar.	3
6. Marco conceptual.	3
7. Metodología.	3
Capítulo 2 Diagnóstico y síntesis del diagnóstico.	7
1. Diagnóstico.	7
1.1. Análisis de mercado cal.	11
1.2. Análisis de clientes.	20
1.3. Análisis de competidores relevantes.	24
1.4. Análisis de las 5 fuerzas de Porter.	29
1.5. Análisis del entorno externo.	31
1.6. Análisis del entorno interno.	36
2. Síntesis diagnóstico.	37
Capítulo 3 Diseño estratégico.	39
1. Administración estratégica.	39
2. Estrategia de negocio.	39
3. Definición de propuesta de valor.	40
4. Estrategia de marketing.	41
5. Plan de marketing táctico 4P.	45
6. Estrategia operacional.	47
7. Estrategia organizacional.	48
8. Síntesis del modelo de negocio.	49
Capítulo 4 Evaluación factibilidad económica.	52
1. Análisis financiero.	52
2. Plan financiero.	55
Capítulo 5 Conclusiones y recomendaciones.	58
1. Conclusiones.	58
2. Recomendaciones.	59
Bibliografía.	60
Anexos.	61