

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
1- Antecedentes	2
1.1 SITUACIÓN ACTUAL EMPRESAS	4
2- OBJETIVOS	8
2.1 objetivo general	8
2.2 objetivos especificos.....	8
3- METODOLOGÍA	9
4- MARCO TEÓRICO	10
5- alcance	12
6- análisis y Estudio de Mercado	13
6.1 ANÁLISIS externo	13
6.1.1 CONTEXTO ECONÓMICO INTERNACIONAL.....	13
6.1.2 CONTEXTO ECONÓMICO NACIONAL	15
6.2 ANÁLISIS DE los avances en ciencia, TECNOLOGÍA e innovación en el país	15
6.3 ANÁLISIS DEL segmento objetivo	17
6.3.1 CARACTERIZACIÓN DE LA MIPYMES Y SUS DESAFÍOS	20
6.3.2 CARACTERIZACIÓN DE LA MYPIMES – LA INFORMALIDAD.....	23
7- pLAN ESTRATEGICO DEL NEGOCIO	24
7.1 ANÁLISIS DEL SECTOR SERVICIOS	24
7.2 ANÁLISIS DE La demanda	26
7.3 análisis de las 5 fuerzas de porter	28
7.4 MISIÓN Y VISIÓN	29
7.5 ANÁLISIS foda	29
8- DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIOS	31
8.1 BUSINESS MODEL GENERATION (CANVAS)	31
8.1.1 DESCRIPCIÓN DE CADA MODULO.....	31
8.2 MAPA DE PROPUESTA DE VALOR	38
8.2.1 DESCRIPCIÓN DE CADA MODULO.....	38
8.3 objetivos estratégicos	44
8.4 definición del segmento de mercado	44
8.4.1 TAMAÑO Y SECTOR DE LA EMPRESA	44
8.4.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	44
8.4.3 NIVEL DE INGRESOS	44
9- PLAN DE MARKETING	46
9.1 POSICIONAMIENTO	46

9.1.1	VENTAJA COMPETITIVA	46
9.1.2	ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	47
9.2	MARKETING MIX	47
9.2.1	PRODUCTOS Y SERVICIOS	47
9.2.2	PRECIOS	48
9.2.3	PROMOCIÓN	50
10-	PLAN DE OPERACIONES	51
10.1	estrategia de operaciones	51
10.1.1	INVERSIÓN EN ACTIVO Y COSTOS FIJOS	51
10.1.2	GESTIÓN DE PROCESOS CLAVES	51
10.1.3	MEJORA CONTINUA	51
10.2	estructura de la empresa	53
10.3	mapa de procesos.....	56
11-	PLAN FINANCIERO	56
11.1	datos y supuestos económicos	57
11.2	flujo de caja descontado e indicadores financieros	60
11.3	análisis de sensibilidad	61
12-	CONCLUSIONES	64
13-	BIBLIOGRAFÍA	66