

## TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	1
2. Objetivos y resultados esperados .....	1
2.1 Objetivo General .....	1
2.2 Objetivos Específicos .....	1
3. Alcance del tema a abordar .....	2
4. Marco conceptual.....	2
5. Desarrollo.....	3
5.1 Diagnóstico de la situación actual .....	3
5.1.1 Análisis Interno de la empresa .....	3
5.1.2 Análisis del mercado .....	11
5.1.3 Investigación de mercado para análisis de los segmentos .....	16
5.1.4 Segmentación de los consumidores .....	22
5.1.5 Tamaño de mercado potencial de los segmentos .....	24
5.1.6 Análisis de los proveedores .....	25
5.1.7 Benchmarking de la competencia .....	27
5.1.8 Análisis de los canales de venta .....	36
5.1.9 Análisis de los canales de publicidad .....	39
5.1.10 Análisis del entorno .....	40
5.2 Síntesis Estratégica.....	41
5.2.1 FODA por segmento .....	41
5.2.2 Matriz de atractivo por segmento .....	46
5.2.3 Evaluación multicriterio de los segmentos .....	46
5.3 Desarrollo del Plan de Negocio .....	51
5.3.1 Selección del Segmento.....	51
5.3.2 Definición de la propuesta de valor .....	52

5.3.3	Diseño del marketing mix .....	52
5.3.4	Resumen del plan de negocio en modelo Canvas .....	57
5.4	Evaluación Económica .....	59
5.4.1	Estimación de la inversión inicial.....	59
5.4.2	Estimación de los flujos de ingresos y costos .....	59
5.4.3	Gastos de Administración y Finanzas (GAF) .....	65
5.4.4	Determinación de la tasa de descuento .....	66
5.4.5	Cálculo del VAN, TIR y Payback.....	66
5.4.6	Análisis de financiamiento.....	68
5.4.7	Sensibilización del VAN .....	68
6.	Conclusiones y Recomendaciones .....	70
7.	Bibliografía .....	72
8.	Anexos .....	74
	Anexo A – Cuestionario para estudio de mercado ropa deportiva.....	75
	Anexo B – Cobertura de los canales de venta y requisitos de utilización .....	90
	Anexo C – Estimación de los pesos de los criterios de selección.....	93
	Anexo D – Evaluación Económica.....	96