

Tabla de Contenido

1.	Introducción	1
1.1.	Descripción del tema a abordar y las preguntas claves a responder	1
1.2.	Alcance del tema a abordar	3
2.	Objetivos y resultados esperados	3
2.1.	Objetivo general.....	3
2.2.	Objetivos específicos	3
3.	Marco conceptual.....	4
4.	Metodología	5
5.	Descripción de la organización	6
6.	Diagnóstico de la situación actual del mercado	6
6.1.	Análisis de la industria	6
6.2.	Mercado potencial.....	9
6.2.1.	Mercado potencial desde la oferta.....	9
6.2.2.	Mercado potencial desde la demanda.....	11
6.3.	Análisis de los clientes.....	14
6.3.1.	Investigación de mercado.....	14
6.3.2.	Caracterización de segmentos	21
6.4.	Análisis de la competencia	23
6.4.1.	Servicios profesionales.....	23
6.4.2.	Grandes estudios jurídicos	23
6.4.3.	Estudios tipo “Boutique”	23
6.4.4.	Corporaciones de asistencia judicial	24
6.5.	Fortalezas y debilidades de la competencia.	25
6.6.	Análisis del entorno.....	26
6.6.1.	Situación macroeconómica.....	27
6.6.2.	Legislación.....	27
6.6.3.	Tecnológico	28
6.6.4.	Factor político - social.....	28
7.	Síntesis estratégica.....	29
7.1.	Síntesis de oportunidades	29
7.2.	Síntesis de amenazas.....	30
8.	Diseño de la estrategia	30
8.1.	Segmentos objetivo	30

8.2. Definición de propuesta valor.....	32
8.3. Definición del modelo de negocios	34
8.4. Estrategia de precios	36
8.5. Servicio	36
8.5.1. Estructura organizacional	37
8.5.2. Puesta en Marca	38
8.5.3. Canales de distribución	38
8.6. Estrategia de posicionamiento y Comunicación.....	40
8.7. Estrategia de comercialización	40
8.8. Riesgos estratégicos.....	41
9. Evaluación económica	41
9.1. Estimaciones de costos y gastos	42
9.2. Determinación de inversión y Capital de trabajo.....	43
9.3. Fuente financiamiento.....	44
9.4. Determinación de la tasa de descuento	45
9.5. Proyección de flujos.....	46
9.6. Valor actual neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR)	47
9.7. Análisis de sensibilidad	48
10. Conclusiones y comentarios finales.....	50
11. Bibliografía.....	52