

## TABLA DE CONTENIDO

1.	Introducción.....	1
2.	Descripción del tema a abordar .....	2
3.	Alcance del tema a abordar .....	3
4.	Objetivos y resultados esperados.....	3
4.1.	Objetivo general .....	3
4.2.	Objetivos específicos.....	3
4.3.	Resultados Esperados .....	4
5.	Marco conceptual.....	4
6.	Diagnóstico .....	9
6.1.	Análisis Mercado Internacional.....	9
6.1.1.	Propuestas de valor en países desarrollados .....	9
6.1.2.	Análisis caso de éxito. Caso Alemania .....	10
6.2.	Análisis del mercado potencial .....	12
6.3.	Análisis de clientes .....	16
6.3.1.	Levantamiento de necesidades por segmento cliente generador. ....	16
6.3.2.	Levantamiento de necesidades por segmento cliente comprador. ....	20
6.3.3.	Caracterización de los segmentos .....	22
6.4.	Análisis de la competencia .....	25
6.4.1.	Benchmarking. ....	26
6.4.2.	Fortalezas y debilidades de la competencia.....	27
6.5.	Análisis del entorno .....	28
7.	Síntesis del diagnóstico .....	31
7.1.	FODA general .....	31
7.2.	FODA por cliente generador.....	32

7.3.	FODA por cliente comprador.....	34
7.4.	Resumen del diagnóstico.....	36
8.	Estrategia .....	37
8.1.	Definición del segmento objetivo.....	37
8.2.	Estrategia para la ventaja competitiva .....	37
8.3.	Descripción del modelo de negocios .....	39
8.4.	Plan de marketing.....	41
8.4.1.	Producto .....	41
8.4.2.	Precio .....	42
8.4.3.	Punto de venta .....	43
8.4.4.	Promoción .....	44
9.	Evaluación económica.....	45
9.1.	Inversión inicial.....	46
9.2.	Ingresos .....	46
9.3.	Costos.....	49
9.4.	Tasa de descuento.....	49
9.5.	Flujo de caja .....	51
9.6.	Indicadores de viabilidad económica.....	52
9.7.	Análisis de sensibilidad .....	52
9.8.	Conclusiones de la evaluación económica.....	53
10.	Conclusiones.....	54
11.	Recomendaciones .....	55
12.	Bibliografía .....	56