

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	11
2	ALCANCE DEL TEMA A ABORDAR	12
3	OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS	13
3.1	Objetivo General	13
3.2	Objetivos Específicos	13
4	MARCO CONCEPTUAL	14
4.1	Análisis PEST	14
4.2	5 Fuerzas De Porter	14
4.3	Análisis FODA	14
4.4	CANVAS	14
4.5	Plan Estratégico	14
4.6	Plan De Marketing Y Ventas	15
4.7	Marketing Mix	15
4.8	Estrategia De Ventas	15
4.9	Plan De Operaciones	15
4.10	Gestión Del Cambio, Del Talento Y El Conocimiento	15
5	METODOLOGÍA	16
6	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	17
6.1	Descripción De La Organización	17
6.1.1	Antecedentes	17
6.1.2	Historia IproElec Ltda.	17
6.1.3	Misión	17
6.1.4	Visión	18
6.1.5	Principios	18
6.1.6	Portafolio	18
6.1.7	Servicios	19
6.1.8	Estructura	19
6.2	Descripción Del Mercado	20
6.2.1	Institucionalidad Del Sector Eléctrico	20

6.2.2	Sistema Eléctrico Nacional.....	20
6.2.3	Clientes	21
6.2.4	Proyección De Demanda Energética	21
6.2.5	Competencia	23
6.2.6	Non Market.....	23
6.3	Análisis Externo	24
6.3.1	Entorno Político	24
6.3.2	Entorno Económico	24
6.3.3	Entorno Social	26
6.3.4	Entorno Tecnológico	27
6.4	Análisis Interno.....	28
6.4.1	Análisis FODA.....	28
6.4.2	5 Fuerzas De Porter	31
7	PLAN ESTRATÉGICO	32
7.1	Mapa Estratégico	32
7.1.1	Financiero.....	32
7.1.2	Cliente	33
7.1.3	Procesos Internos	34
7.1.4	Formación y Crecimiento.....	35
7.2	Balance Score Card	37
7.3	Modelo CANVAS.....	38
8	PLAN DE MARKETING	39
8.1	Objetivos	39
8.2	Estrategia de mercado	39
8.3	Segmentación, Targeting y Posicionamiento	40
8.3.1	Segmentación	40
8.3.2	Targeting	41
8.3.3	Posicionamiento	41

8.4	Embudo de Ventas (Sales Funnel)	42
8.4.1	Ratio de éxito	42
8.4.2	Ciclo de ventas.....	42
8.5	Marketing Mix.....	43
8.5.1	Producto.....	43
8.5.2	Precio	43
8.5.3	Plaza	44
8.5.4	Promoción	44
8.5.5	Personas	45
8.5.6	Procesos	45
8.5.7	Plataforma.....	45
8.6	Plan de Ventas.....	46
8.6.1	Estado Actual	46
8.6.2	Objetivos de ventas.....	49
8.6.3	Estrategia de ventas.....	50
8.6.4	Plan de Ventas	51
8.6.5	Presupuesto para el Plan de Ventas	52
9	PLAN DE OPERACIONES	53
9.1	Modelo SCOR: gestión de la cadena de suministro.....	53
9.1.1	Planificación	54
9.1.2	Adquisición.....	54
9.1.3	Desarrollo (Fabricación).....	54
9.1.4	Entrega (Distribución).....	56
9.1.5	Devolución a empresa IproElec.....	57
9.1.6	Devolución a proveedores.....	57
9.1.7	Soporte.....	58
10	GESTIÓN DEL CAMBIO, DEL TALENTO Y EL CONOCIMIENTO	59

10.1	Estrategia Organizacional	59
10.2	Diagnóstico Actual	59
10.2.1	Entorno	59
10.2.2	Organización	59
10.2.3	Individuo	60
10.3	Propuestas de mejora	60
10.3.1	Infundir el sentido de urgencia	61
10.3.2	Formación de una coalición alentadora del cambio	61
10.3.3	Desarrollo de una visión y una estrategia.....	61
10.3.4	Comunicar la visión de cambio.....	61
10.3.5	Facultar a una base amplia para la acción	62
10.3.6	Generar triunfos a corto plazo	62
10.3.7	Consolidar las ganancias y generar más cambios	62
10.3.8	Arraigar los nuevos enfoques en la cultura	63
10.3.9	Entorno	63
10.3.10	Organización	64
10.3.11	Individuo	64
10.3.12	Presupuesto Gestión del Cambio.....	65
11	PLAN FINANCIERO	66
11.1	Flujo de caja histórico	66
11.2	Determinación de costos.....	66
11.2.1	Costos Fijos y Costos Variables.....	66
11.3	Flujo de caja proyectado	67
11.4	Determinación del capital de trabajo	69
11.5	Punto de Equilibrio	69
11.6	Recuperación de la inversión	69
11.7	Valor de la empresa	70
11.8	Determinación de la necesidad de financiamiento	70
11.9	Determinación de la tasa de descuento a utilizar	70

11.10	Cálculo de VAN, TIR y Sensibilidad	71
11.10.1	Escenario 1	71
11.10.2	Escenario 2	72
11.10.3	Escenario 3	72
11.10.4	Escenario 4	72
12	CONTROL DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	73
12.1	Indicadores del BSC	73
12.2	Indicadores Financieros	73
12.2.1	Indicadores de Liquidez.....	74
12.2.2	Indicadores de Actividad	75
12.2.3	Indicadores de Apalancamiento (deuda).....	77
12.2.4	Indicadores de Rentabilidad	79
12.3	Indicadores Clientes.....	80
12.4	Indicadores Operacionales.....	81
12.5	Indicadores Formación.....	81
12.6	Indicadores Crecimiento	81
13	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	82
13.1	Conclusiones.....	82
13.2	Recomendaciones	83
14	BIBLIOGRAFÍA.....	84
15	ANEXOS.....	86