

## Tabla de contenido

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL MODELO DE NEGOCIOS</b> .....	2
1.1 Descripción de la organización .....	2
1.2 Mercado y tendencias de la industria .....	3
1.3 Descripción del tema .....	4
1.4 Preguntas claves .....	5
1.5 Alcance .....	5
1.6 Objetivos .....	5
1.7 Marco conceptual .....	6
1.8 Metodología .....	7
<b>2. ANÁLISIS DEL ENTORNO E INDUSTRIA</b> .....	9
2.1 Análisis del entorno .....	9
2.1.1 Análisis político .....	9
2.1.2 Análisis económico .....	10
2.1.3 Análisis social .....	10
2.1.4 Análisis Tecnológico .....	11
2.2 Análisis de la industria .....	13
2.2.1 Amenazas de nuevos competidores .....	13
2.2.2 Poder de negociación de los proveedores .....	14
2.2.3 Poder de negociación de los clientes .....	14
2.2.4 Amenaza de productos sustitutos .....	14
2.2.5 Rivalidad entre los competidores existentes .....	15
<b>3. PLAN ESTRATÉGICO</b> .....	16
3.1 Formulación de la estrategia .....	16
3.1.1 Misión .....	16
3.1.2 Visión .....	16
3.2 Objetivos estratégicos .....	17
3.3 Factores críticos de éxito .....	17
3.4 Modelo de negocio CANVAS .....	17
3.5 Modelo estratégico .....	19
3.5.1 Estructura organizacional .....	19

3.5.2	Modelo de empresa de servicios y tecnologías .....	21
3.5.3	Modelos de trabajo para atraer la innovación .....	22
3.5.4	Estrategia de trabajo .....	23
4.	<b>ANÁLISIS DE MERCADO</b> .....	25
4.1	Análisis de las 3C .....	25
4.1.1	Análisis de la compañía .....	25
4.1.2	Análisis de los competidores .....	25
4.1.3	Análisis de los clientes .....	26
4.2	Investigación de mercado .....	26
4.2.1	Metodología .....	27
4.2.2	Estructura y aplicación encuesta .....	27
4.2.3	Análisis de la información .....	27
4.2.4	Conclusiones de la investigación de mercado .....	29
5.	<b>PLAN DE MARKETING</b> .....	30
5.1	Estrategia de marketing .....	30
5.1.1	Segmento objetivo .....	30
5.1.2	Posicionamiento .....	31
5.2	Marketing mix .....	31
5.2.1	Producto .....	31
5.2.1.1	Artefactos IoT .....	32
5.2.1.2	Oferta .....	34
5.2.2	Precio .....	35
5.2.3	Plaza .....	36
5.2.4	Promoción .....	37
5.3	Viaje del cliente .....	39
5.4	Propuesta de valor .....	40
6.	<b>PLAN DE VENTAS</b> .....	42
6.1	Relación con los clientes .....	42
6.1.1	Técnicas de comunicación .....	42
6.1.2	Conceptos claves que debe dominar el vendedor .....	43
6.1.3	Concepto del producto desde la perspectiva del mercado .....	43
6.1.4	Identificación de las necesidades del cliente .....	43
6.2	Fases de la venta .....	44

6.2.1 Fase previa .....	44
6.2.2 Generación de confianza y relación inicial.....	45
6.2.3 Demostración de venta .....	45
6.2.4 Cierre de la venta .....	45
6.3 Postventa.....	46
6.3.1 Servicio al cliente.....	46
6.3.2 Seguimiento .....	47
6.3.3 Quejas y Reclamos .....	47
6.3.4 Fidelización .....	48
<b>7. PLAN DE SATISFACCIÓN INTERNA .....</b>	<b>50</b>
7.1 Reclutamiento y selección .....	50
7.2 Desarrollo del capital humano.....	52
7.2.1 Formación y desarrollo .....	52
7.2.2 Gestión y planificación de la carrera profesional .....	53
7.3 Evaluación y compensaciones .....	54
7.3.1 Evaluaciones.....	54
7.3.2 Sistema de compensaciones.....	56
7.3.3 Beneficios e incentivos .....	57
7.4 Estructura de Costos.....	58
<b>8. PLAN OPERACIONAL.....</b>	<b>59</b>
8.1 Procesos.....	59
8.1.1 Proceso interno de retiro de Kits para Instalación .....	59
8.1.2 Procesos de servicios .....	60
8.1.3 Medición y Control de procesos.....	61
8.1.4 Calidad Six-Sigma.....	62
8.2 Diseño de la cadena de suministro .....	62
8.2.1 Estrategia de la cadena de suministro.....	62
8.2.2 Distribución de la oficina corporativa y las tiendas .....	64
8.3 Planeación y control de la cadena de suministro .....	65
8.3.1 Sistema de planeación de recursos de la empresa .....	65
8.3.2 Control de inventarios.....	66
8.3.3 Administración y pronóstico de la demanda.....	68
8.3.4 Planeación agregada de ventas y operaciones.....	70

8.3.5 Consulta y reingeniería de operaciones .....	72
8.4 Estructura de Costos .....	73
9. PLAN FINANCIERO .....	74
9.1 Estructura de Costos .....	74
9.2 Plan de Inversión .....	75
9.3 Flujos de Caja Proyectados .....	76
9.4 Punto de equilibrio, VAN y TIR .....	79
9.4.1 Punto de Equilibrio .....	79
9.4.2 Tasa de descuento.....	79
9.4.3 VAN y TIR .....	80
9.5 Análisis de Sensibilidad .....	81
10. CONCLUSIONES.....	82
11. BIBLIOGRAFÍA.....	84
ANEXOS .....	86
Anexo A: Tipos de dispositivos IoT .....	86
Anexo B: Valores según tipo de sistemas de domótica .....	87
Anexo C: Modelo CANVAS.....	89
Anexo D: Modelo de Organización Ágil .....	90
Anexo E: Modelos de gestión de empresas de tecnología .....	91
Anexo F: Manifiesto Ágil .....	92
Anexo G: Cuestionario para Investigación de Mercado .....	93
Anexo H: Respuestas obtenidas en Cuestionario para Investigación de Mercado .....	95
Anexo I: Artefactos IoT que ofrece “Sweet Tech” .....	99
Anexo J: Comportamiento de asistentes virtuales .....	101
Anexo K: Costo final productos IoT .....	102
Anexo L: Comparación costo “Sweet Tech” vs precio competencia.....	103
Anexo M: Estimación del costo de instalación .....	104
Anexo N: Página Web “Sweet Tech” .....	105
Anexo Ñ: CRM HubSpot .....	107
Anexo O: Encuesta de Conformidad.....	108
Anexo P: Encuesta de Satisfacción .....	110
Anexo Q: CSAT y NPS .....	111

<b>Anexo R: Tópicos curso de inducción a la compañía .....</b>	<b>112</b>
<b>Anexo S: Plataforma HCM Front.....</b>	<b>113</b>
<b>Anexo T: Encuesta Cliente Interno.....</b>	<b>114</b>
<b>Anexo U: Encuesta Engagement.....</b>	<b>116</b>
<b>Anexo V: Proceso de servicio venta web .....</b>	<b>117</b>
<b>Anexo W: Perspectivas del BSC.....</b>	<b>118</b>
<b>Anexo X: Metodologías de análisis “Ishikawa” y “5 Porqués” .....</b>	<b>119</b>
<b>Anexo Y: Productos <i>IoT</i> y volumen caja de empaque.....</b>	<b>120</b>
<b>Anexo Z: Estimación de Ventas.....</b>	<b>121</b>
<b>Anexo AA: Horarios de turnos de trabajo personal operativo.....</b>	<b>122</b>
<b>Anexo BB: Herramientas para el análisis de cada etapa de las 5Ps .....</b>	<b>123</b>
<b>Anexo CC: Costo final productos <i>IoT</i> .....</b>	<b>124</b>
<b>Anexo DD: Costo total Kits de Productos <i>IoT</i> “Sweet Tech” .....</b>	<b>125</b>
<b>Anexo EE: Proyección de Ingresos por Ventas a 7 años .....</b>	<b>126</b>
<b>Anexo FF: Inversiones de “Sweet Tech” .....</b>	<b>127</b>
<b>Anexo GG: Crédito Bancario Banco Estado (70% Inversión 1) .....</b>	<b>131</b>
<b>Anexo HH: Costos asociados a “Sweet Tech” .....</b>	<b>132</b>
<b>Anexo II: Cálculo de Depreciación .....</b>	<b>135</b>