

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	ANTECEDENTES	2
2.1	DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	2
2.2	DESCRIPCIÓN DEL MERCADO Y DE LA INDUSTRIA	3
2.2.1	CONSIDERACIONES GENERALES	3
2.2.2	DESCRIPCIÓN DEL MERCADO GLOBAL.....	4
2.2.3	DESCRIPCIÓN DEL MERCADO LOCAL	4
2.3	OBJETIVOS	6
2.3.1	OBJETIVO GENERAL	6
2.3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y RESULTADOS ESPERADOS	6
2.3.3	PREGUNTAS CLAVE A RESPONDER	7
2.4	MARCO CONCEPTUAL	8
2.5	PROPUESTA METODOLOGICA.....	10
3.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	13
3.1	OBJETIVOS	13
3.2	RESULTADOS ALCANZADOS.....	14
4.	ANÁLISIS AMBIENTAL.....	18
4.1	ANÁLISIS EXTERNO.....	18
4.1.1	MACROENTORNO.....	18
4.1.1.1	ANÁLISIS POLÍTICO.....	18
4.1.1.2	ANÁLISIS ECONÓMICO	19
4.1.1.3	ANÁLISIS SOCIOCULTURAL	20
4.1.1.4	ANÁLISIS TECNOLÓGICO	20
4.1.1.5	ANÁLISIS MEDIOAMBIENTAL.....	21
4.1.1.6	ANÁLISIS LEGAL.....	21
4.1.2	MICROENTORNO Y ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	22
4.1.2.1	AMENAZA DE LOS NUEVOS COMPETIDORES	23
4.1.2.2	AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS.....	23
4.1.2.3	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES.....	24

4.1.2.4	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	24
4.1.2.5	RIVALIDAD Y COMPETENCIA DEL MERCADO.....	26
4.1.2.6	CONCLUSIONES ANÁLISIS PESTEL	26
4.2	ANÁLISIS INTERNO	27
4.2.1	CONSIDERACIONES GENERALES	27
4.2.2	OPORTUNIDADES	27
4.2.3	AMENAZAS	27
4.2.4	FORTALEZAS	28
4.2.5	DEBILIDADES	29
4.2.6	CONCLUSIONES ANÁLISIS INTERNO	30
5.	MODELO DE NEGOCIO	30
5.1	SEGMENTOS DE CLIENTES	30
5.2	PROPUESTA DE VALOR	32
5.3	CANALES	32
5.4	RELACIONES CON CLIENTES.....	33
5.5	FUENTES DE INGRESOS.....	34
5.6	RECURSOS CLAVE	34
5.7	ACTIVIDADES CLAVE	35
5.8	SOCIOS CLAVE	35
5.9	ESTRUCTURA DE COSTOS	36
5.10	CONCLUSIONES DEL MODELO DE NEGOCIOS.....	36
6.	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	37
6.1	DESARROLLO DE MAPA ESTRATÉGICO	37
6.1.1	FORMULACIÓN DE MISIÓN Y VISION.....	37
6.1.2	FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	38
6.1.3	PERSPECTIVAS, TEMAS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	38
6.1.4	FORMULACIÓN DE MAPA ESTRATÉGICO	40
6.1.5	FORMULACIÓN DE BALANCED SCORECARD	41
6.1.5.1	PROYECTOS ASOCIADOS A PERSPECTIVA FINANCIERA.....	44
6.1.5.2	PROYECTOS ASOCIADOS A PERSPECTIVA DE CLIENTES	45
6.1.5.3	PROYECTOS ASOCIADOS A PERSPECTIVA DE OPERACIONES	46
6.1.5.4	PROYECTOS ASOCIADOS A PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE.....	47

7.	PLANES DE ACCIÓN.....	48
7.1	PLAN DE MARKETING	48
7.1.1	DIAGNÓSTICO Y ENTENDIMIENTO DEL MERCADO	48
7.1.1.1	COMPAÑÍA	48
7.1.1.2	CLIENTE	48
7.1.1.3	COMPETENCIA.....	49
7.1.2	DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING	50
7.1.2.1	SEGMENTACIÓN Y TARGETING.....	50
7.1.2.2	POSICIONAMIENTO.....	51
7.1.3	PLAN TÁCTICO DE MARKETING	52
7.1.3.1	CONSIDERACIONES GENERALES	52
7.1.3.2	PRODUCTO	52
7.1.3.3	PRECIO.....	53
7.1.3.4	PROMOCIÓN.....	53
7.1.3.5	PLAZA (PUNTO DE VENTA)	54
7.1.4	CONCLUSIONES PLAN DE MARKETING	55
7.2	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	55
7.2.1	ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA	55
7.2.2	PERFILES DE CARGO.....	56
7.2.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y EVOLUCIÓN.....	56
7.2.4	PLANILLA DE REMUNERACIONES	59
7.2.5	CONCLUSIONES PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	59
7.3	PLAN DE OPERACIONES	60
7.3.1	PLAN PREOPERACIONAL	60
7.3.1.1	CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD	60
7.3.1.2	EMPAQUETAMIENTO DE LA SOLUCIÓN	61
7.3.2	PROCESOS DE NEGOCIOS Y PREVENTA.....	63
7.3.3	PROCESOS PARA EJECUCIÓN DE PROYECTOS Y POSTVENTA	66
7.3.4	ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	71
7.3.5	CONCLUSIONES PLAN DE OPERACIONES	72
7.4	PLAN FINANCIERO.....	72
7.4.1	TASA DE DESCUENTO E INDICADORES DE RIESGO	72
7.4.2	PLAN DE TRASPASO DE RECURSOS.....	73
7.4.3	ANÁLISIS DE FLUJO DE CAJA POR PROYECTO.....	74

7.4.4 ANALISIS DE FLUJO DE CAJA DE EMPRESA.....	75
7.4.5 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	77
7.4.5.1 SENSIBILIDAD AL PRECIO DE LA SOLUCIÓN.....	78
7.4.5.2 SENSIBILIDAD AL NUMERO DE ACTIVOS POR PROYECTO	78
7.4.5.3 SENSIBILIDAD AL NUMERO DE PROYECTOS TIPO	78
7.4.5.4 SENSIBILIDAD AL FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS.....	79
7.4.6 CONCLUSIONES PLAN FINANCIERO	79
8. CONCLUSIONES	80
9. BIBLIOGRAFÍA.....	84
ANEXOS	86
ANEXO A: PREGUNTAS INVESTIGACIÓN DE MERCADO	86
ANEXO B: PERFILES DE CARGO REQUERIDOS.....	87
ANEXO C: DIAGRAMA BPMN PROCESOS DE PREVENTA	95
ANEXO D: DIAGRAMA BPMN PROCESOS DE EJECUCIÓN DE PROYECTOS.....	96
ANEXO E: COSTOS CARGADOS A PROYECTO TIPO.....	97
ANEXO F: INVERSIÓN INICIAL EMPRESA Y DEPRECIACIÓN ACTIVOS	98