

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>2. RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>4</b>
<b>3. ANÁLISIS DE MERCADO</b>	
3.1 Oportunidad de Mercado .....	5
3.2 Mercado Potencial .....	5
3.3 Mercado Objetivo .....	6
<b>4. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA</b>	
4.1 Análisis Porter .....	6
4.2 Análisis FODA .....	7
4.3 Estrategia Competitiva .....	8
<b>5. PLAN DE MARKETING</b>	
5.1 Posicionamiento .....	8
5.2 Imagen Corporativa .....	9
5.3 Mix Comercial .....	10
5.4 Mix Promocional .....	10
<b>6. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN</b>	
6.1 Organigrama y Descripción de Cargo .....	10
6.2 Plan de Inversiones .....	11
6.3 Carta Gantt .....	12
<b>7. MODELO DE NEGOCIOS</b>	
7.1 Propuesta de Valor .....	12
7.2 Actividades Claves .....	12
7.3 Recursos Claves .....	13
7.4 Socios Clave .....	13
7.5 Segmento de Clientes .....	13
7.6 Relación con Clientes .....	14
7.7 Canales de Contacto .....	14
7.8 Estructura de Costos .....	14
7.9 Flujo de Ingresos .....	14
<b>8. DESARROLLO DE LA APLICACIÓN</b>	
8.1 Descripción del producto .....	14
8.2 Descripción técnica .....	15
<b>9. EQUIPO EMPRENDEDOR .....</b>	<b>19</b>
<b>10. RIESGOS .....</b>	<b>19</b>
<b>11. EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	
11.1 Inversión .....	19
11.2 Ingresos .....	20
11.3 Costos .....	21
11.4 Flujo de Caja .....	22
11.5 VAN/TIR .....	22
<b>12. ANÁLISIS LEGAL</b>	
12.1 Tipo de Sociedad .....	22
12.2 Protección, Patentes y/o Marcas .....	23
<b>13. CIERRE .....</b>	<b>23</b>
<b>14. ANEXOS</b>	
ANEXO 1: ENCUESTA .....	24
ANEXO 2: VISTAS .....	25