

## INDICE PARTE I

RESUMEN EJECUTIVO .....	1
ANÁLISIS SITUACIONAL .....	2
Contextualización .....	2
Medioambiente o Entorno .....	3
INDUSTRIA .....	12
Participación de Mercado .....	12
Análisis de las cinco fuerzas de Porter .....	13
COMPETENCIA .....	19
Análisis de la Competencia.....	20
Situación Actual de La Cumbre .....	32
Posicionamiento .....	37
CONSUMIDOR (MERCADO) .....	42
ANÁLISIS FODA .....	47
Conclusiones del análisis FODA .....	49
DESAFIOS DE MEJORA .....	51
CONCLUSIONES .....	53
BIBLIOGRAFÍA .....	55
ANEXOS .....	57
.....	
RESUMEN PARTE II .....	1
PLAN FUTURO .....	2
OBJETIVOS DE VENTA .....	2
MERCADO OBJETIVO .....	3
Macro-segmentación .....	3
Micro-segmentación .....	3
OBJETIVOS Y ESTRATEGIA DE MARKETING .....	8
ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO .....	9
MEZCLA DE MARKETING .....	12
Producto .....	12
Plaza .....	24
Precio .....	24
Promoción .....	25
PRESUPUESTO .....	33

IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL	
.....	34
CONCLUSIONES	
.....	35
BIBLIOGRAFÍA	
.....	36
ANEXOS .....	38