

INDICE PARTE I

Resumen	
Ejecutivo.....	01
I. Análisis Situacional.....	02
1.1 Entorno.....	02
1.1.1 Factores Políticos.....	03
1.1.2 Factores Ambientales.....	03
1.1.3 Factores Socioculturales.....	04
1.2 Industria.....	04
1.3 Competencia.....	07
1.3.1 Mapa de Posicionamiento del Mercado de las Hamburguesas.....	09
1.4 Mercado.....	12
1.4.1 Segmentos Potenciales.....	14
1.5 Oportunidades y Amenazas.....	18
1.5.1 Oportunidades.....	18
1.5.2 Amenazas.....	18
Anexo.....	20
Bibliografía.....	22

PARTE II

Resumen Ejecutivo.....	01
I. Plan de Marketing.....	02
1.1 Descripción del Producto y Propuesta de Valor.....	02
1.1.1 Descripción del Producto.....	02
1.1.2 Propuesta de Valor.....	03
1.2 Mercado Objetivo.....	04
1.3 Fortalezas y Debilidades.....	08
1.3.1 Fortalezas.....	08
1.3.2 Debilidades.....	12
1.4 Objetivos de Venta.....	12
1.5 Objetivos de Marketing.....	13
1.6 Estrategia.....	14
1.7 Posicionamiento.....	14
1.8 Marketing Mix.....	16
1.8.1 Producto.....	16
1.8.2 Promoción.....	17
1.8.3 Precio.....	24

1.8.4 Plaza.....	25
II. Seguimiento y Control del Plan.....	28
Anexo.....	30
Bibliografía.....	32