

Tabla de contenido

	<i>i</i>
1. ANTECEDENTES GENERALES	3
1.1. Construyendo Mis Sueños	3
1.2 SERCOTEC	5
1.3 Centros de Negocios de SERCOTEC	5
1.3.1 Segmento de clientes de un Centro de Negocios	8
1.3.2 Oferta servicios y modelo de intervención de un Centro de Negocios	8
1.3.3 Normativas y operación de los Centros de Negocios	13
1.3.4 Estructura organizacional	14
1.3.5. Actores involucrados en los CDN de SERCOTEC	16
1.3.6 Medición de resultados y desempeño del operador	18
1.3.7 Proceso de asesoramiento de los CDN de CMS	19
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO Y JUSTIFICACIÓN	22
3. OBJETIVOS	25
4. MARCO CONCEPTUAL	26
5. METODOLOGÍA	38
6. ALCANCES	40
7. ANÁLISIS DEL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	41
8. Rediseño	56
8.1. Proceso de selección de clientes	56
8.2. Segmentación	59
8.3. Propuesta de pack de servicios	64
8.4. Otras consideraciones	70
9. PLAN DE MARKETING	70
9.1. Análisis de la situación	70
9.2. Objetivos	76
9.3. Estrategia de marketing	78
9.4. Control y ejecución del plan	85
9.4.1. Indicadores	85
9.4.2. Plan de implementación	89
10. BENEFICIOS ESPERADOS DEL PROYECTO Y VALORIZACIÓN	96
10.1 Actores involucrados	97
10.2 Costos	98
10.3 Beneficios	103

11.	<i>DIFICULTADES</i>	106
12.	<i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	107
13.	<i>BIBLIOGRAFÍA</i>	110
14.	<i>ANEXOS</i>	115