

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	1
2. Descripción del tema a abordar y las preguntas claves a responder.....	2
3. Objetivos y resultados esperados.....	4
4. ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO.....	5
4.1. Análisis de los mercados potenciales.....	5
4.2. Análisis de clientes.....	9
4.3. Análisis de la competencia en Chile.....	17
4.4. Análisis del entorno.....	23
4.5. Conclusiones del diagnóstico	30
5. PRINCIPALES VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO APLICANDO MATRIZ FODA POR SEGMENTO.....	31
6. ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA.....	33
6.1. Selección del segmento objetivo.....	33
6.2. Elaboración de la propuesta de valor.....	34
6.3. Plan de Marketing.....	35
6.3.1. Estrategia de precios.....	35
6.3.2. Estrategia de productos.....	37
6.3.3. Estrategia de comunicación y posicionamiento.....	41
6.3.4. Estrategia de distribución.....	45
7. EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....	47
7.1. Estimación de flujos.....	47
7.2. Inversión requerida.....	50
7.3. Fuentes de financiamiento.....	51
7.4. Evaluación de rentabilidad: VAN y TIR.....	53
7.5. Análisis de sensibilidad.....	54
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	55
9. ANEXOS.....	57
10. BIBLIOGRAFÍAS	60