

Análisis

Mercado Potencial

Tamaño de mercado

Tipos de productos sustitutos

Clientes

Tipos

Características

Necesidades

Procesos de Compra

Atributos de decisión

Conocimiento de la competencia y posicionamiento

Competidores

Canales de distribución

Análisis Interno

Benchmarking

Entorno

Síntesis estratégica

FODA por segmento

Identificación de Factores Críticos de éxito

Diseño de Estratégico

Segmento Objetivo

Diseño de la Propuesta de Valor

Mix de productos

Mix de servicios

Precios

Localización

Canales de distribución

Estrategia Comunicacional

Layout

Lineamientos de implementación

Evaluación Económica

Evaluación

Calculo de la tasa de descuento

Fuentes de financiamiento

Ratios

Valor residual

Capital de trabajo

Sensibilización

Conclusiones

chequeo de objetivos planteados en la tesis

Recomendaciones