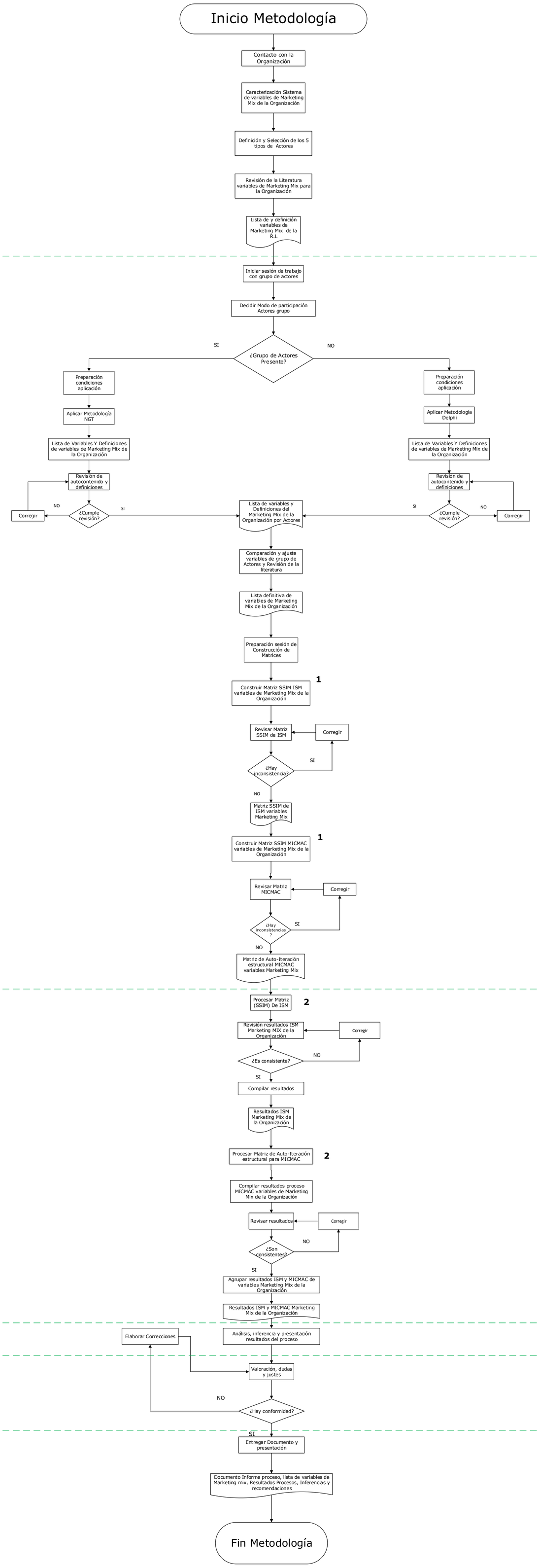
Metodología de identificación de componentes de Marketing Mix de la Organización a partir de la adaptación de la Interpretative Structural Modelling (ISM) y el análisis estructural MICMAC

	Quién	Qué
	Consultor	
	Gripo de Actores (Organización, Expertos o Mixto)	
	Procesador	
	Analista	
	Organización	
	Consultor	

R . L : Revisión de la Literatura
NGT: Nominal Group Technique
SSIM : structural self-interaction matrix
ISM INterpretative Structural Modelling
Relación tipo 1 : A ,V, X, O
Relación tipo 2 : 0 ,1

1 Iniciar construcción Matriz SSIM de ISM e Iniciar Construcción Matriz de análisis estructural de MICMAC: El inicio y consecuencia de cualquiera de las dos Actividades no afectan los resultados, ni altera el proceso.

2 Procesar Matriz (SSIM) De ISM y Procesar matriz de Auto-Iteración estructural de MICMAC: El inicio y consecuencia de cualquiera de las dos Actividades no afectan los resultados, ni altera el proceso.