

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
OBJETIVOS	11
Objetivo General.....	11
Objetivos Específicos.....	11
METODOLOGÍA	12
1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	13
1.1 Estabilidad y tendencias Políticas en Nicaragua.....	13
1.2 Aspectos Económicos relevantes en Nicaragua.....	13
1.3 Dimensión Socio – Cultural.....	14
1.4 Dimensión Tecnológica.....	15
1.5 Dimensión Ecológica.....	15
1.6 Dimensión Legal.....	15
1.7 Análisis de la Industria Textil – Confección en Nicaragua.....	16
1.7.1 Modelo de las 5 fuerzas + 2 (Barreras de entrada y salida).....	16
2. ANÁLISIS DEL MERCADO	18
2.1 Cuantificación del mercado.....	18
2.2 Tendencias de consumo de productos orgánicos.....	19
2.3 Análisis e identificación de los competidores.....	21
3. EL MODELO DE NEGOCIO	24
3.1 Análisis Interno.....	25
3.1.1 Recursos.....	25
3.1.2 Capacidades.....	25
3.1.3 Competencias distintivas y centrales.....	26
3.1.4 Debilidades de la empresa.....	26
3.1.5 Factores Críticos de éxito.....	27
3.2 Análisis FODA.....	27
3.3 Misión.....	28
3.4 Visión.....	29
3.5 El Green Marketing y su influencia en la estrategia.....	29
3.6 Estrategia corporativa y creación de valor.....	30
3.7 Estrategia genérica.....	32

3.8	Estructura Organizacional.....	32
3.9	Marco Legislativo para la constitución de la personería jurídica.....	34
4.	PLAN DE GESTIÓN DE PERSONAS.....	36
4.1	Sistema de remuneraciones y planes de incentivos.....	36
5.	PLAN DE GESTIÓN COMERCIAL.....	38
5.1	Estructura STP.....	38
5.1.1	Segmentación.....	38
5.1.2	Targeting.....	40
5.1.3	Declaración de posicionamiento.....	41
5.2	Estrategia de introducción.....	42
5.3	Estrategia de crecimiento.....	43
5.4	Marketing Mix.....	43
5.4.1	Definición de Producto.....	43
5.4.2	Definición de Plaza.....	44
5.4.3	Definición de Promoción.....	45
5.4.4	Definición de Precio.....	46
5.5	Estimación de la demanda.....	47
5.6	Plan integrado de Marketing.....	48
6.	PLAN DE GESTIÓN DE OPERACIONES.....	50
6.1	Estrategia Productiva.....	50
6.1.1	Elementos de la cadena de valor.....	52
6.1.2	Costeo de producto.....	52
7.	PLAN DE GESTIÓN FINANCIERA.....	54
7.1	Proyección de Ventas.....	54
7.2	Inversiones.....	55
7.2.1	Inversión fija.....	55
7.2.2	Inversión diferida.....	56
7.3	Financiamiento.....	56
7.4	Capital de Trabajo.....	57
7.5	Flujo de Caja.....	59

7.5.1 Ganancia o pérdida de capital.....	59
7.5.2 Estructuración del flujo de caja.....	60
7.5.3 Determinación de la tasa de descuento.....	61
7.6 VAN Esperado.....	62
7.7 Estado de Resultado.....	62
7.8 Balance General.....	63
7.9 Análisis de sensibilidad e indicadores financieros.....	63
7.10 Punto de Equilibrio.....	64
8. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	64
9. SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN.....	65
9.1 Mapa estratégico.....	65
10. CONCLUSIONES.....	68
11. RECOMENDACIONES.....	69
12. BIBLIOGRAFÍA.....	70
13. ANEXOS.....	71

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Importaciones de Prendas de vestir.....	19
Tabla 2: Análisis VRIO Competencias centrales y distintivas.....	26
Tabla 3: Matriz FODA.....	27
Tabla 4: Carga Social en Nicaragua.....	36
Tabla 5: Estructura de costos de personal de planilla.....	37
Tabla 6: Detalle de Costos POB Care.....	38
Tabla 7: Comparativo de precios.....	46
Tabla 8: Distribución socioeconómica.....	47
Tabla 9: Variables demográficas para cálculo del Segmento Objetivo.....	47
Tabla 10: Estimación de la demanda nacional y share of market POB.....	48
Tabla 11: Estimación de la demanda en unidades.....	48
Tabla 12: Plan integrado de marketing POB (2018 – 2022).....	49
Tabla 13: Definición de ABC.....	52
Tabla 14: Costeo actividades ABC.....	52
Tabla 15: Costos por tipo de producto.....	53
Tabla 16: Estimación de la demanda en valores.....	54
Tabla 17: Inversión en mobiliario y equipo de oficina.....	54
Tabla 18: Inversión en Maquinaria para producción.....	55
Tabla 19: Inversión diferida.....	55
Tabla 20: Cálculo de Capital de trabajo 2018 – 2022.....	58
Tabla 21: Cálculo depreciación de activos fijos.....	59
Tabla 22: Flujo de caja del proyecto (2018 – 2022).....	60
Tabla 23: Estado de Resultado 2018 – 2022.....	61
Tabla 24: Estado de situación integral 2018 – 2022.....	62
Tabla 25: Análisis de sensibilidad del proyecto.....	63
Tabla 26: Cálculo del punto de equilibrio.....	63
Tabla 27: Gantt de implementación del modelo de negocio.....	64
Tabla 28: Mapa estratégico.....	66

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Diagrama de Ishikawa – Incremento de alergias en bebés.....	20
Gráfico 2: La ruta de decisión de compra del consumidor.....	21
Gráfico 3: The Golden Circle.....	28
Gráfico 4: El triángulo de Collins y Montgomery.....	30
Gráfico 5: Evolución de la estructura organizacional POB.....	33
Gráfico 6: Proceso de registro para MIPYMES.....	35
Gráfico 7: Segmentación de la categoría de vestimenta.....	39
Gráfico 8: Atributos de mayor relevancia para el segmento objetivo.....	41