

Tabla de Contenido

Introducción	9
Objetivos y resultados esperados	10
2.1 Objetivo General	10
2.2 Objetivos Específicos	10
2.2 Resultados Esperados	10
Elaboración del Diagnóstico	10
3.1 Antecedentes del Entorno	10
3.2 Tamaño del Mercado	12
3.3 Análisis Mercado Potencial	14
3.3.1 Tamaño y Crecimiento	14
3.3.2 Participantes de la Cadena de Valor	15
3.3 Análisis Interno de la Empresa	17
Análisis de los clientes	18
4.1 Identificación y Caracterización de los Distintos Segmentos de Clientes Potenciales, Hoteles, Restaurantes y Cafeterías.	18
4.1.2 Hoteles	18
4.2.3 Restaurantes	20
4..2.4 Cafeterías	22
4.2 Resultados Encuesta y Degustación	22
4.2.1 Entrevistas en Profundidad	23
4.2.2 Encuesta y degustación a consumidores finales	24
4.3.2 Degustación comparativa	25
Análisis de la Competencia	26
5.1 Mussetti	26
5.2 Haití	27
5.3. Luccafé	27
5.4 Cuadro comparativo de la competencia	28
5.5 Análisis de Precios	28
5.6 Amenazas y Oportunidades de la Competencia	31
Análisis del Entorno	32
6.1 Entorno político - legal	32
6.2 Entorno Económico	32
Síntesis del Diagnóstico	33
7.1. Principales conclusiones del estudio de mercado.	33
7.2. Análisis FODA	36

7.2.1 Restaurantes	36
7.2.2 Cafeterías	37
7.2.3 Hoteles	39
Diseño de la Estrategia	40
8.1 Selección del Segmento Objetivo	40
8.2 Definición estrategia de Precios	41
8.3 Definición Propuesta de Valor	41
8.4 Comunicación y Posicionamiento	42
8.5 Estrategia de Distribución	42
8.6 Descripción del Modelo de Negocios	43
Evaluación de Factibilidad Económica	44
9.1 Cálculo de la Tasa de Descuento	44
9.1 Estimación de Flujos Futuros	46
9.1.1 Organigrama	46
9.1.2 Descripción de Cargos	47
9.1.3 Estimación de Costos	48
9.1.3 Estimación de Flujos	50
9.1 Cálculo del VAN y TIR	51
9.1 Análisis de Sensibilidad	52
9.1 Conclusiones	53
Bibliografía	54
Anexos	56
Anexo A	56
Anexo B	57
Anexo C	60
Anexo D	62