

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO 1: INTRODUCCION Y ANTECEDENTES	1
1 Introducción	1
CAPITULO 2: OBJETIVOS Y METODOLOGIA	1
2 Objetivos.....	1
2.1 Objetivos Específicos	2
2.2 Alcances	2
2.3 Marco teórico.....	2
2.4 Metodología y plan de trabajo	4
2.5 Oportunidad de globalización	5
CAPITULO 3: ANALISIS DEL MERCADO E INDUSTRIA	6
3 Análisis del mercado e industria	6
3.1 El mercado del café en el mundo.....	6
3.1.1 Tendencias en el mercado del café	7
3.2 El mercado del café en Chile	8
3.2.1 Segmentación del mercado del café en Chile	8
3.2.2 El segmento de cápsulas	9
3.2.3 El segmento de cápsulas de café Nespresso.....	10
3.2.4 Nespresso en Chile	11
3.2.5 El mercado de cápsulas alternativas	12
3.3 Oportunidad de negocio en Chile	13
CAPITULO 4: ANALISIS ESTRATEGICO	13
4 Análisis de la industria: 5 Fuerzas de Porter.....	13
4.1 Amenaza de nuevos competidores.....	14
4.1.1 Barreras legales y competidores internacionales.....	14
4.1.2 Competidores locales	15
4.2 Amenaza de productos sustitutos	15
4.3 Poder de negociación de compradores	16
4.4 Poder de negociación de proveedores	16

4.5	Rivalidad entre empresas existentes	17
4.6	Conclusiones del análisis de 5 fuerzas de Porter	17
4.7	Análisis FODA y elección de proveedor	18
CAPITULO 5: Estrategia del negocio		19
5	Estrategia STP	19
5.1	Segmentación.....	19
5.2	Mercado objetivo.....	20
5.3	Posicionamiento	20
5.3.1	Propuesta de valor para consumidores.....	21
5.3.2	Propuesta de valor para proveedor	21
5.3.3	Propuesta de valor para canales de distribución	21
CAPITULO 6: Modelo de negocios		22
6	Modelo de negocios	22
CAPITULO 7: Plan de marketing		22
7	Plan de marketing	22
7.1	Consumidores (Producto)	23
7.1.1	Estudio de mercado	23
7.1.2	Definición de portfolio	23
7.1.3	Branding y definición de marcas.....	25
7.2	Conveniencia (Canales de distribución)	25
7.2.1	Identificación y evaluación de canales.....	25
7.2.2	Definición de canales de distribución.....	26
7.2.3	Canales alternativos	26
7.3	Costo (Precio).....	27
7.3.1	Pricing por canal	28
7.3.2	Estrategia de promociones	29
7.4	Comunicación	29
7.4.1	Mensaje	29
7.4.2	Alcance y objetivos.....	30
7.4.3	Medios	30

7.5	Proyección de costos del plan de marketing	32
CAPITULO 8: Plan de ventas		33
8	Plan de ventas	33
8.1	Inclusión	33
8.2	Layout	34
8.3	Objetivos y presupuesto.....	34
8.4	Proyección del mix de ventas.....	35
8.5	Proyección de ventas	36
CAPITULO 9: PLAN DE OPERACIONES E IMPLEMENTACION		36
9	Plan de operaciones.....	36
9.1	Etapas proyecto.....	37
9.2	Primer lote de importación	37
9.3	Operaciones continuas	37
9.4	Costos operacionales	38
CAPITULO 10: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL		38
10	Definición de funciones.....	38
10.1	Proyección de remuneraciones.....	39
10.2	Organigrama	39
CAPITULO 11: ASPECTOS LEGALES		40
11	Aspectos Legales: Patentes	40
11.1	Estrategias legales	41
11.2	Defensa de no-infracción de patente.....	41
11.3	Defensa por libre competencia	42
11.4	Conclusiones legales.....	42
CAPITULO 12: PLAN IMPLEMENTACION		42
12	Diagrama de implementación	42
CAPITULO 13: PLAN FINANCIERO Y ECONOMICO		43
13	Proyecciones financieras	43
13.1	Supuestos	43
13.2	Resultados	43

13.3 Tasa de descuento.....	44
13.4 Valor residual	44
13.5 VAN del proyecto	44
13.6 Análisis de sensibilidad	44
13.7 Fluctuación del costo variable del producto o tipo de cambio....	45
13.8 Fluctuación tasa de descuento	45
13.9 Fluctuación del precio del café	46
CAPITULO 14: CONCLUSIONES	47
14 Conclusiones y recomendaciones finales	47
15 Bibliografía.....	49
ANEXOS	52

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1: Principales productores de café en el mundo (Miles de Sacos) .7	
Tabla 2: Tamaño los segmentos en el mercado del café en Chile.	9
Tabla 3: Resumen de cifras 2013 Nespresso.	11
Figura 1: Posicionamiento de fabricantes según calidad.....	13
Figura 2: Resultado Análisis 5 Fuerzas de Porter.....	14
Tabla 4: Tasa de compra en los hogares de Chile (Kilos anuales).....	16
Tabla 5: Segmento ABC1 entre 30 y 64 años en el sector oriente	20
Figura 3: Canvas Business Model del emprendimiento	22
Tabla 6: Composición del costo de producto.....	28
Figura 4: Margen y precio por canal	29
Figura 5: Pirámide de conversión de consumidores (Año 1)	31
Tabla 7: Total inversión medios.....	32
Tabla 8: Principales supuestos para proyección de ventas.....	35
Figura 6: Evolución anual del mix de venta por variedad.	35
Tabla 9: Resumen de venta y participación de mercado anual	36
Figura 7: Proceso de la etapa de proyecto	37

Figura 8: Proceso de operaciones continuas	38
Figura 9: Organigrama de la empresa en el año 5.	40
Figura 10: Diferencias técnicas entre ECC y Nespresso.....	41
Figura 11: Análisis de sensibilidad del VPN ante variación del tipo de cambio.....	45
Figura 12: Análisis de sensibilidad del VPN ante variación de la tasa de descuento.....	46
Figura 13: Análisis de sensibilidad del VPN ante % variación del precio internacional del café.....	47