

TABLA DE CONTENIDO

1. CAPÍTULO: INTRODUCCIÓN	10
1.1 Descripción del tema, la oportunidad y preguntas claves	11
1.2 Objetivos	12
1.2.1 Objetivo General:	12
1.2.2 Objetivos Específicos:.....	12
1.3 Alcance del Trabajo	12
1.4 Marco Conceptual	13
1.6 Metodología	13
1.7 Resultados esperados	15
2. CAPÍTULO: CARACTERIZACIÓN DEL MACRO ENTORNO	15
2.1 Aspectos Políticos y Legales	15
2.2 Aspectos Económicos	18
2.3 Aspectos Socioculturales	19
2.4 Aspectos Tecnológicos	20
2.5 Aspecto Ecológico.....	22
Conclusión del análisis PESTEL	22
3. CAPÍTULO: ANÁLISIS DE INDUSTRIA	23
3.1 Tendencia Mundial.....	23
3.2 Características de la Industria de Bebidas en Nicaragua.....	23
3.3 Benchmarking	24
3.4 Competidores en el Mercado Nicaragüense	27
3.5 Análisis de las Fuerzas Competitivas del Sector (Análisis de Porter)	27
3.5.1 Amenaza de Nuevos Entrantes	27
3.5.2 Rivalidad entre empresas existentes	28
3.5.3 Amenazas de productos sustitutos	29
3.5.4 Poder de negociación de los clientes.....	30
3.5.5 Poder de negociación de los proveedores	30
3.5.6 Análisis de Stakeholders.....	31
Conclusión análisis de las 5 fuerzas de Porter:	32
4. CAPÍTULO: CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO	33

4.1 Tendencia de Consumo de la Población Nicaragüense.....	33
4.2 Oportunidades y amenazas	35
5. CAPITULO: ESTUDIO DE MERCADO (MICROENTORNO)	35
5.1 Encuesta (fuente primaria).....	36
6. CAPÍTULO: ANÁLISIS INTERNO	37
6.1 Análisis de la cadena de valor	37
6.2 Debilidades y Fortalezas	38
6.3 Factores críticos de éxito	39
6.4 Análisis VRIO.....	40
6.5 Matriz de Estrategias según FODA.....	41
7. CAPÍTULO: FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA	42
7.1 Competencia Distintiva	42
7.2 Ventaja Competitiva	42
7.5 Marketing Estratégico	42
7.5.1 Segmentar-Apuntar.....	42
7.5.2 Apuntar	44
7.5.3 Posicionamiento.....	45
7.6 Estrategia general	45
7.7 Desglose de la estrategia.....	45
7.8 Modelo de Negocios: Descripción completa del modelo de negocios mediante CANVAS	46
8. CAPÍTULO: PLAN DE MARKETING.....	47
8.1 Producto	48
8.2 Precio.....	50
8.3 Comercialización.....	50
8.4 Promoción.....	53
8.5 Presupuesto de Marketing	54
9. CAPÍTULO: PLAN DE VENTAS.....	54
9.1 Demanda potencial	54
9.2 Frecuencia Consumo de agua de coco embotellada	55
9.3 Proyección de la demanda.....	55
9.4 Proyección de Ingresos.....	56
9.5 Otros Ingresos.....	56
10. CAPÍTULO: PLAN DE OPERACIONES	57

10.1 Tamaño de la planta	57
10.2 Capacidad de diseño de la planta	58
10.3 Programa de producción	58
10.4 Disponibilidad para abastecimiento de materias primas	58
10.5 Requerimientos de materia prima	58
10.7 Ingeniería del proyecto: Descripción del proceso agua de coco embotellada.....	59
10.8 Logística del producto	60
10.9 Estrategia de Distribución Física.....	61
10.10 Localización de la planta	61
10.11 Equipo de Producción	61
10.12 Distribución de Planta	61
10.13 Gestión de proveedores	62
11. CAPÍTULO : PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	62
11.1 Estructura Organizacional.....	62
11.2 Perfil del personal	62
11.3 Modelo de Competencias	63
11.4 Desarrollo del personal	63
12. CAPÍTULO: PLAN FINANCIERO	64
12.1 Costos.....	64
12.2 Proyección mensual para la determinación de capital del trabajo.....	64
12.3 Flujo de Efectivos.....	65
12.4 Análisis de Punto de Equilibrio.....	65
12.5 Análisis de Rentabilidad.....	66
12.5.1 Cálculo de la tasa de descuento-CAPM	67
12.5.2 VAN y TIR	67
12.6 Flujo con Apalancamiento	67
12.7 Análisis de Sensibilidad	68
12.7.1 Primer Escenario-Baja en Ventas del 20%	68
12.7.2 Segundo Escenario-Aumento de costos en 20%.....	69
13. CONCLUSIONES.....	69
14. BIBLIOGRAFÍA	71
15. ANEXOS	75