

TABLA DE CONTENIDO

1.	Introducción	8
1.1	Antecedentes	8
1.2	Objetivos	8
1.2.1	Objetivo General	8
1.2.2	Objetivos Específicos	9
1.3	Resultados Esperados	9
1.4	Marco Conceptual	9
1.5	Descripción del tema a abordar	11
1.5.1	Preguntas clave a responder	11
1.5.2	Factores críticos de éxito	11
1.6	Alcances	12
2.	Análisis externo de la industria de cerveza en Guatemala	13
2.1	Análisis de entorno social	13
2.1.1	Factores Políticos	13
2.1.2	Factores Económicos	13
2.1.3	Factores Socioculturales	14
2.1.4	Factores Legales	14
2.1.5	Factores Tecnológicos	15
2.2	Análisis de la Industria de la Cerveza	15
2.2.1	Análisis de las fuerzas de Porter	15
3.	Estudio de Mercado	19
3.1	Introducción	19
3.2	Tendencia de oferta en Guatemala	21
3.3	Hábitos y tendencia del consumidor	22
3.4	Análisis de Canales de distribución	22
3.4.1	Consideraciones para negociar con Supermercados	25
3.4.2	Regulaciones para expendios de bebidas alcohólicas	26
3.4.3	Conclusión Análisis de Canales de Distribución	26
3.5	Segmento objetivo	27
3.5.1	Tamaño de mercado	27
3.5.2	Muestra de población	28
3.6	Resultado e Interpretación de la Encuesta	28
4.	La Cerveza	33

4.1 Orígenes históricos de la Cerveza	33
4.2 Cerveza.....	34
4.3 Cerveza Artesanal.....	35
4.4 Características de la cerveza	36
4.5 Estilos de cervezas,	37
4.5.1 Familia de las Ale.....	37
4.5.2 Familia de las Lager	38
4.5.3 Cervezas de trigo.....	38
4.5.4 Porter y Stout.....	39
4.5.5 Cervezas Lambic	39
4.5.6 Otras especialidades.....	39
4.6 Propiedades de la cerveza	39
4.7 Por qué consumir cerveza artesanal	40
5. Cerveza a producir	40
5.1 Materia prima	40
5.1.1 Malta	40
5.1.2 Agua.....	41
5.1.3 Lúpulo	41
5.1.4 Levadura	41
6. Diseño de Estrategia.....	41
6.1 Modelo de negocio.....	41
6.2 Análisis Cadena de Valor.....	42
6.3 Análisis de FODA	44
6.4 Escenarios Estratégicos.....	45
6.4.1 Análisis EFAS (External Factor Analysis Summary).....	45
6.4.2 Análisis IFAS (Internal Factor Analysis Summary).....	46
6.4.3 Generación de alternativas estratégicas mediante utilización de matriz FODA	47
6.5 Estrategia Competitiva	48
6.6 Estrategia de Negocio	49
6.7 Objetivo de Negocio	50
6.8 Declaración de Misión y Visión	50
7. Plan de Marketing.....	50
7.1 Estrategia de Marketing	50
7.1.1 Mercado Objetivo.....	51
7.1.2 Segmentación.....	52

7.1.3 Perfil del Consumidor	53
7.1.4 Objetivos de Marketing	53
7.1.5 Valor para el cliente.....	53
7.1.6 Posicionamiento.....	54
7.2 Marketing Mix.....	54
7.2.1 Producto	54
7.2.2 Precio.....	56
7.2.3 Plaza	57
7.2.4 Promoción	60
7.3 Presupuesto	61
8. Plan de Producción y Operaciones	62
8. 1 Planificación de la demanda	62
8.2 Selección de tipo de proceso	63
8.3 Planeación de capacidad.....	64
8.4 Proceso productivo	65
8.4.1 Diagrama de Recorrido.....	67
8.4.2 Funcionamiento de la planta.....	67
8.5 Especificaciones Técnicas.....	68
8.6 Control de Calidad	68
8.7 Planificación de la producción.....	69
8.8 Materia Prima.....	70
8.9 Proveedores.....	71
8.9.1 Criterios específicos de selección.....	72
8.9.2 Evaluación.....	73
8.9.3 Proveedores de Lúpulo.....	74
8.9.4 Proveedores de Malta	75
8.9.5 Proveedores de Levaduras	76
8.9.6 Proceso de Compra.....	76
8.10 Instalaciones productivas	76
8.11 Localización de planta.....	77
8.12 Buenas prácticas de manufactura.....	78
8.13 Indicadores Clave de desempeño operacional.....	79
9. Evaluación Financiera	80
9.1 Inversión Inicial.....	80
9.1.1 Activos sujetos a depreciación.	81

9.2 Costos de Producción	81
9.3 Gastos por servicios	81
9.4 Salarios y Pasivos laborales	82
9.5 Modelo CAPM.....	83
9.6 Estructura de Capital	84
9.6.1 Costo de la Deuda.....	84
9.7 Estado de Resultados y Flujos de Caja.....	85
9.8 Valor Actual Neto	85
9.9 Punto de equilibrio	86
9.10 Análisis de sensibilidad.....	86
9.11 Periodo de Recuperación de Inversión	87
10. Plan de Implementación	87
11. Conclusiones	88
Bibliografía	89
Anexo A: Portafolio mercado guatemalteco	91
Anexo B: Tipos de cervezas	94
Anexo D: Publicidad	101
Anexo E: Costos Materia Prima	103
Anexo F: Tasa de Interés	104
Anexo G: Fábrica de Cerveza	105
Anexo H: Instalación de planta.....	108