

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	4
 PARTE I		
 CAPÍTULO I: ANÁLISIS EXTERNO	7
 1.1. Macroentorno	8
1.1.1. Entorno Económico	8
1.1.2. Entorno Político Legal	13
1.1.3. Entorno Tecnológico	14
1.1.4. Entorno Medio Ambiental	15
1.1.5. Entorno Socio Demográfico Cultural	16
1.1.6. Conclusión del Análisis Externo	18
1.2. Análisis de la Industria de la comida rápida en la Localidad de Camiri en base a las 5 Fuerzas de Porter	19
1.2.1. Amenazas de Ingreso	20
1.2.2. Rivalidad entre Competidores Existentes	21
1.2.3. Poder Negociador de los Proveedores	23
1.2.4. Poder Negociador de los Compradores	24
1.2.5. Presión de Productos Sustitutos	25
1.2.6. Análisis del Tipo y ciclo de vida de la industria	30
1.3. Análisis de Mercado	32
1.4. Conclusiones de la Investigación de Mercado	41

PARTE II

CAPÍTULO II: ANÁLISIS INTERNO	42
2. Análisis Interno	42
2.1 Análisis de las Bases Estratégicas	42
2.1.1 Identificación y Validación de la Misión	43
2.1.2. Identificación y Validación de la Visión	43
2.1.3. Valores y Principios	44
2.1.4. Identificación y Validación de los Objetivos	46
2.1.5. Identificación y Validación de las Estrategias	46
2.2. Análisis de la Cadena de Valor de la Organización	47
2.2.1. Actividades Primarias	49
2.2.1.1. Logística de Entrada	50
2.2.1.2. Procesos u Operaciones	52
2.2.1.3. Logística de Salida	53
2.2.1.4. Marketing y Ventas	56
2.2.1.5. Servicio	63
2.2.2. Actividades de Apoyo	64
2.2.2.1. Abastecimiento	65
2.2.2.2. Desarrollo Tecnológico	66
2.2.2.3. Manejo de Personal	70
2.2.2.4. Gestión o Infraestructura Gerencial de la firma	73
2.3. Análisis Financiero de la Empresa	82
2.3.1. Análisis Vertical	83
2.3.2. Análisis Horizontal	87
2.3.3. Análisis de Ratios	90

2.3.3.1.	Razones de Liquidez91
2.3.3.2.	Razones de Deuda92
2.3.3.3.	Razones de Actividad93
2.3.3.4.	Razones de Rentabilidad95

PARTE III

CAPÍTULO III: ANÁLISIS ESTRATEGICO	99
3. Análisis Estratégico	99
3.1. Factores Críticos de Éxito	99
3.2. Análisis FODA	101
3.3. Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	105
3.4. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)	107
3.5. Matriz FODA	111
3.6. Matriz Interna y Externa	113
3.7. Matriz Causa - Efecto – Solución	114

PARTE IV

CAPÍTULO IV: PROPUESTA	116
4. Propuesta	116
4.1. Direccionamiento Estratégico	116
4.1.1. Misión de la Empresa	116
4.1.2. Visión de la Empresa	117
4.1.3. Objetivos	117
4.2. Estrategia de la Empresa	118
4.3. Estrategia de Segmentación	121
4.4. Estrategia de Servicio	121
4.5. Estrategia de Imagen	124
4.6. Estrategia de Producto	129
4.7. Estrategia de Precio	130
4.8. Estrategia de Plaza	131
4.9. Estrategia de Promoción	132
4.10. Estrategia de Tecnología	133
4.11. Estrategia de Producción	135
4.12. Estrategia Legal	137
4.12.1. Datos de la Marca	137
4.13. Estrategia de Compra	141
4.14. Estrategia de Personal	142
4.15. Estructura de la Empresa	149
4.16. Principales Procesos de la Empresa	151
4.17. Análisis Financiero de la Propuesta	151

4.17.1.	Situación Actual151
4.17.2.	Costo de la Propuesta152
4.17.3.	Evaluación Financiera154

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES160
---------------------------------------	----------

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA