

## TABLA DE CONTENIDO

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 1.      | INTRODUCCIÓN .....  | 1  |
| 2.      | OBJETIVOS .....   | 2  |
| 2.1.    | OBJETIVO GENERAL .....  | 2  |
| 2.2.    | OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....   | 2  |
| 3.      | CONCEPTO RETAIL DE CAFETERÍAS .....                                     | 2  |
| 4.      | FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO .....  | 2  |
| 5.      | MOTIVACIÓN .....  | 3  |
| 6.      | DESCRIPCIÓN DEL TEMA Y ALCANCE .....                                    | 3  |
| 7.      | CAFÉ .....  | 4  |
| 8.      | MARCO CONCEPTUAL .....  | 5  |
| 9.      | METODOLOGÍA .....   | 7  |
| 10.     | CAPÍTULO 1. ANÁLISIS EXTERNO .....                                      | 8  |
| 10.1.   | FACTORES POLÍTICOS - LEGALES .....                                      | 8  |
| 10.2.   | FACTORES ECONÓMICOS .....   | 8  |
| 10.3.   | FACTORES SOCIOCULTURALES .....  | 9  |
| 10.4.   | FACTORES TECNOLÓGICOS .....   | 10 |
| 11.     | CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA .....                              | 11 |
| 11.1.   | CONCLUSIÓN FUERZAS DE LA INDUSTRIA .....                                | 12 |
| 11.2.   | ANÁLISIS FODA .....   | 13 |
| 11.3.   | BENCHMARKING: STARBUCKS COFFEE COMPANY .....                            | 15 |
| 12.     | CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DEL MERCADO .....                                  | 18 |
| 12.1.   | CONTEXTO ACTUAL DEL MERCADO .....                                       | 18 |
| 12.2.   | ANÁLISIS DE RESULTADO DE ENCUESTAS .....                                | 19 |
| 12.2.1. | CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA .....                                  | 19 |
| 12.2.2. | ANÁLISIS RESULTADO DE ENTREVISTAS A ESPECIALISTAS EN LA INDUSTRIA ..... | 21 |
| 13.     | CAPÍTULO 4. PLAN DE NEGOCIOS .....                                      | 22 |
| 13.1.   | ELECCIÓN DE NOMBRE DE LA CADENA DE CAFÉS .....                          | 23 |
| 14.     | CAPÍTULO 5. PLAN ESTRATÉGICO .....                                      | 24 |
| 14.1.   | MISIÓN .....  | 24 |
| 14.2.   | VISIÓN .....  | 24 |
| 14.3.   | VALORES .....   | 24 |
| 14.4.   | OBJETIVOS ESTRATÉGICOS .....  | 24 |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 14.5.   | ESTRATEGIA COMPETITIVA .....                      | 24 |
| 14.6.   | MODELO VRIO .....                                 | 25 |
| 14.7.   | RECURSOS Y CAPACIDADES FUNCIONALES.....           | 26 |
| 14.7.1. | RECURSOS TANGIBLES.....                           | 26 |
| 14.7.2. | RECURSOS INTANGIBLES .....                        | 26 |
| 14.8.   | INDICADORES CLAVES DE DESEMPEÑO (KPI's) .....     | 26 |
| 15.     | CAPÍTULO 6. PLAN DE MARKETING .....               | 29 |
| 15.1.   | OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE MARKETING .....      | 29 |
| 15.2.   | OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PLAN DE MARKETING ..... | 29 |
| 15.3.   | ESTRATEGIA.....                                   | 29 |
| 15.3.1. | EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA .....                 | 30 |
| 15.3.2. | POSICIONAMIENTO .....                             | 30 |
| 15.3.3. | PROPUESTA DE VALOR .....                          | 30 |
| 15.4.   | SEGMENTACIÓN .....                                | 31 |
| 15.4.1. | GEOGRÁFICA .....                                  | 32 |
| 15.4.2. | DEMOGRÁFICA .....                                 | 32 |
| 15.4.3. | PSICOGRÁFICA.....                                 | 32 |
| 15.4.4. | CONDUCTUAL.....                                   | 33 |
| 16.     | 3 CS (COMPAÑÍA, CONSUMIDOR, COMPETENCIA).....     | 34 |
| 16.1.   | COMPAÑÍA .....                                    | 34 |
| 16.2.   | CONSUMIDOR .....                                  | 35 |
| 16.3.   | MOMENTOS DE CONSUMO .....                         | 35 |
| 16.4.   | COMPETENCIA.....                                  | 35 |
| 17.     | MARKETING MIX .....                               | 37 |
| 17.1.   | PRODUCTO Y PRECIO.....                            | 37 |
| 17.2.   | PROMOCIÓN.....                                    | 40 |
| 17.2.1. | LOS CANALES .....                                 | 41 |
| 17.3.   | PLAZA.....  | 42 |
| 18.     | CAPÍTULO 7. PLAN DE OPERACIONES.....              | 44 |
| 18.1.   | PROVEEDORES.....                                  | 44 |
| 18.1.1. | PROVEEDORES CLAVES.....                           | 44 |
| 18.1.2. | PROVEEDORES SECUNDARIOS .....                     | 46 |
| 18.2.   | FLUJOS DE PROCESOS.....                           | 47 |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 18.3.   | DESCRIPCIÓN GENERAL DE CADENA DE VALOR.....           | 49 |
| 18.4.   | GESTIÓN DE INVENTARIOS.....                           | 49 |
| 18.5.   | NIVEL DE SERVICIO ACORDADO (SLA).....                 | 51 |
| 18.6.   | HORARIOS DE ATENCIÓN .....                            | 52 |
| 18.7.   | TIEMPO DE ATENCIÓN .....                              | 52 |
| 18.8.   | SOFTWARE.....   | 53 |
| 18.9.   | PROGRAMA CLIENTE FRECUENTE .....                      | 53 |
| 18.10.  | MÉTODOS DE MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....  | 53 |
| 18.11.  | LAYOUT.....   | 54 |
| 18.12.  | DECORACIÓN DEL LOCAL.....                             | 56 |
| 18.13.  | LOGOTIPO.....   | 58 |
| 18.14.  | ILUMINACIÓN.....                                      | 58 |
| 18.15.  | MOBILIARIO.....                                       | 58 |
| 18.16.  | SEGURIDAD DEL LOCAL .....                             | 58 |
| 19.     | CAPÍTULO 8. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....             | 59 |
| 19.1.   | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....                        | 59 |
| 19.2.   | ADMINISTRACIÓN DE TURNOS DE TRABAJO.....              | 60 |
| 19.3.   | PROCEDIMIENTO DE ATENCIÓN CON AUSENTISMO LABORAL..... | 61 |
| 19.5.   | DESCRIPCIÓN DE PERFILES DE CARGOS .....               | 62 |
| 19.5.1. | CÓDIGO DEL TRABAJO.....                               | 64 |
| 19.6.   | CAPACITACIONES .....                                  | 65 |
| 19.7.   | INDUMENTARIA.....                                     | 65 |
| 19.8.   | NORMAS PARA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS .....           | 65 |
| 20.     | CAPÍTULO 9. PLAN FINANCIERO .....                     | 66 |
| 20.1.   | OBJETIVO GENERAL.....                                 | 66 |
| 20.2.   | OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....                            | 66 |
| 20.3.   | ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA .....                        | 66 |
| 20.4.   | CÁLCULO DE INVERSIÓN .....                            | 67 |
| 20.5.   | CÁLCULO DE INGRESOS.....                              | 68 |
| 20.6.   | COSTOS.....   | 68 |
| 20.7.   | CAPITAL DE TRABAJO .....                              | 70 |
| 20.8.   | ESTRUCTURA DE CAPITAL.....                            | 70 |
| 20.9.   | ESTRUCTURA PRÉSTAMOS .....                            | 70 |

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 20.10. | SALARIOS .....                          | 71 |
| 20.11. | EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTO ..... | 71 |
| 20.12. | CÁLCULO VAN Y TIR.....                  | 72 |
| 20.13. | ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....           | 73 |
| 20.14. | PUNTO DE EQUILIBRIO .....               | 73 |
| 20.15. | PERIODO DE RECUPERACIÓN O PAYBACK.....  | 74 |
| 20.16. | ANÁLISIS DEL RIESGO DE INVERSIÓN .....  | 74 |
| 21.    | PLAN DE IMPLEMENTACIÓN .....            | 75 |
| 22.    | CONCLUSIONES .....                      | 76 |
| 23.    | RECOMENDACIONES .....                   | 77 |
| 24.    | BIBLIOGRAFÍA.....                       | 78 |
|        | ANEXOS .....                            | 80 |