

## TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	10
1.1 Introducción.....	10
1.1.1 Antecedentes del Proyecto .....	10
1.2 Justificación del Tema.....	11
1.3 Descripción del Negocio.....	11
1.4 Objetivo General.....	12
1.5 Objetivos Específicos.....	12
1.6 Metodología.....	12
2. Análisis de la Industria del Té.....	14
2.1 Historia.....	14
2.2 Propiedades.....	14
2.3 Tipos de té.....	15
2.4 Consumo Internacional de Té.....	16
2.5 Países Productores de Té.....	17
2.5.1 Chile País productor de Té.....	18
2.6 Consumo en Chile.....	19
2.7 Proyecciones.....	20
2.8 Factores que Explican el Aumento del Consumo.....	20
3. Situación Actual.....	23
3.1 Análisis PEST.....	23
3.2 Análisis 5 Fuerzas de Porter.....	26
3.2.1 Amenazas de nuevos competidores (Barreras de entrada).....	26
3.2.2 Amenazas de productos sustitutos.....	26
3.2.3 Rivalidad entre los competidores existentes.....	27
3.2.4 Poder de Negociación de los clientes.....	27
3.2.5 Poder de negociación de los proveedores.....	27
3.3 Análisis FODA de una Cadena de Té Temática.....	28
4. Plan Estratégico.....	30
4.1 Nombre de la Cadena de té.....	30
4.1.1 Imagen de Té Estambul.....	30

4.2 Misión de la Empresa.....	31
4.3 Visión.....	31
4.4 Grupos de Interés (Stakeholders).....	31
4.5 Factores Críticos de Éxito.....	32
4.6 Modelo Canvas.....	34
5. Plan de Marketing.....	35
5.1 Situación de Mercado.....	35
5.1.1 Consumo en Estratos Sociales.....	35
5.2 Descripción de la Oferta (Competidores).....	36
5.3 Propuesta de Valor.....	37
5.4 Mercado Meta.....	37
5.5 Marketing Mix.....	41
5.5.1 Plaza.....	41
5.5.2 Productos.....	44
5.5.3 Precios.....	47
5.5.4 Promoción.....	51
5.6 Preferencias de los Consumidores.....	52
5.6.1 Tamaño de la Muestra.....	52
5.6.2 Encuestas.....	52
5.6.3 Resultados de las Encuestas.....	53
5.6 Estimación de la Demanda.....	60
5.7 Entrevistas.....	62
6.0 Plan de Operaciones.....	64
6.1 Proceso de Compra Materia Prima.....	64
6.1.1 Distribuidores de Materia Prima.....	64
6.1.2 Almacenamiento.....	65
6.2 Proceso de Atención.....	65
6.2.1 Protocolo de Proceso de Atención y Buenas Prácticas.....	66
6.3 Capacidad.....	67
6.4 Lay Out.....	68
6.3.1 Diseño de Interior.....	68
6.3.2 Fachada Exterior.....	70
6.4 Proceso de preparación de los productos.....	71

6.5 Horarios de Atención.....	72
6.6 Menú y Precios.....	73
6.6.1 Carta de Productos.....	74
6.6.2 Manteles.....	76
6.7 Valor de la Boleta Promedio Esperada.....	76
6.8 Equipamiento.....	76
6.8.1 Depreciación.....	78
6.9 Software.....	79
6.10 Diseño Página Web.....	79
6.11 Bidones de Agua.....	80
7.0 Plan de Recursos Humanos.....	81
7.1 Descripción de Cargos y Responsabilidades.....	81
7.2 Reclutamiento del Personal.....	82
7.2.1 Rotación Esperada del Personal.....	82
7.2.2 Capacitación.....	82
7.3 Sueldos.....	82
7.4 horario del Personal.....	83
8.0 Plan Financiero.....	85
8.1 Arriendos.....	85
8.2 Gastos de Funcionamiento.....	86
8.3 Inversión Inicial.....	87
8.4 Plan de Financiamiento.....	88
8.5 Precios de Productos a la Venta.....	88
8.6 Ingresos Proyectados y Gastos.....	93
8.7 Flujo de Caja Esperado.....	96
8.9 Punto de Equilibrio.....	99
8.10 Indicadores Financieros.....	100
8.10.1 VAN y TIR.....	100
8.11 Análisis de Escenarios.....	100
8.11.1 Escenario Optimista.....	100
8.11.2 Escenario Pesimista.....	101
8.11.3 Escenario Medio.....	102
8.12 Análisis de Sensibilidad.....	103

8.12.1 Variación tasa descuento.....	103
8.12.2 Variación boleto promedio.....	103
8.12.3 ¿Qué pasa con un 6to año de funcionamiento?.....	104
9.0 Conclusiones Generales.....	105
10.0 Bibliografía.....	107
10.1 Bibliografía Electrónica.....	107
Anexos .....	108
Anexo A. Propiedades del Té.....	109
Anexo B. Distintos Tipos de Té Premium en el mercado Chileno.....	109
Anexo C. Propuesta de Logos.....	111
Anexo D. Modelo Canvas.....	113
Anexo E. Competencia.....	114
Anexo F. Ubicación de las Tiendas.....	115
Ubicación 1: Barrio Lastarria.....	115
Anexo F. Ubicación de las Tiendas.....	117
Ubicación 2: Mall Costanera Center – Parque Arauco.....	117
Anexo F. Ubicación de las Tiendas.....	119
Ubicación 3: Avenida Vitacura.....	119
Anexo G. Productos para Vender en el Local.....	121
Té en bolsitas .....	121
Anexo H. Productos para Vender en el Local.....	122
Té en Fibras .....	122
Tetera de vidrio de 500cc .....	122
Dulces Arabes.....	122
Anexo I. Accesorios para regalos.....	123
Anexo J. Té en Flor y Narguile.....	124
Anexo K. Ejemplos de Newsletter.....	125
Anexo L. Encuesta de Satisfacción a Clientes.....	126
Anexo M. Manejo de Quejas.....	127
Anexo N. Almacenamiento de Té.....	128
Anexo O. Lámparas .....	129
Anexo P. Alfombras.....	130
Anexo Q. Sillones.....	131

Anexo R. Sillas y Mesa de Centro.....	132
Anexo S. Interior Tiendas.....	133

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principales países consumidores de té.....	16
Tabla 2: Los diez principales productores de té por hectárea.....	17
Tabla 3: Actores Chilenos en el Mercado del té.....	19
Tabla 4: Proyección Crecimiento PIB.....	21
Tabla 5: Países Consumidores de té, ordenados por Consumo Per Cápita.....	22
Tabla 6: Resumen Análisis Pest.....	25
Tabla 7: Resumen 5 Fuerzas de Porter.....	27
Tabla 8: Proyección y situación deseada.....	28
Tabla 9: Distribución Socioeconómico en RM.....	37
Tabla 10: Distribución Socioeconómico en Chile. (%).....	38
Tabla 11: Distribución Socioeconómico en R.M. (%).....	39
Tabla 12: Comunas de Mercado Objetivo (%).....	40
Tabla 13: Población Comunas.....	40
Tabla 14: Mercado Objetivo por Comunas.....	41
Tabla 15: Peso de cada sector según variable.....	43
Tabla 16: Decisión de localización de locales.....	43
Tabla 17: Precio de las bolsitas de té.....	47
Tabla 18: Precio de té en fibra (granel).....	48
Tabla 19: Precio de productos para regalos.....	50
Tabla 20: Precio de jugos naturales.....	50
Tabla 21: Precio de ensaladas.....	51
Tabla 22: Precios de dulces árabes.....	51
Tabla 23: Precio de las tortas.....	51
Tabla 24: Datos visita tienda Le Flaubert.....	60
Tabla 25: Datos visita tienda La Tetería.....	60
Tabla 26: Datos visita tienda Tea Connection.....	60
Tabla 27: Demanda Esperada lunes a viernes.....	61
Tabla 28: Demanda esperada sábados y domingos.....	61
Tabla 29: Demanda esperada festivos.....	61
Tabla 30: Duración de los distintos tipos de té.....	65
Tabla 31: Horario de Atención lunes a viernes.....	72
Tabla 32: Horario de Atención sábados y domingos.....	72
Tabla 33: Horario de Atención Días Festivos.....	72
Tabla 34: Valor de Boleta Promedio.....	76
Tabla 35: Equipamiento de los locales.....	77
Tabla 36: Depreciación.....	78

Tabla 37: Remuneraciones Personal.....	83
Tabla 38: Equipamiento de los locales .....	83
Tabla 39: Equipamiento de los locales.....	83
Tabla 40: Equipamiento de los locales.....	84
Tabla 41: Arriendo local Lastarria.....	85
Tabla 42: Arriendo local Vitacura.....	86
Tabla 43: Arriendo local Mall.....	86
Tabla 44: Gastos de funcionamiento mensual.....	87
Tabla 45: Inversión inicial.....	87
Tabla 46: Cuotas, intereses y amortizaciones.....	88
Tabla 47: Promoción 1 Desayuno.....	88
Tabla 48: Promoción 2 Desayuno.....	89
Tabla 49: Almuerzo.....	89
Tabla 50: Degustación.....	89
Tabla 51: Té en Bolsitas.....	89
Tabla 52: Té en Fibras. Calculado a 4 grs para 2 tazas.....	90
Tabla 53: Té en hierbas.....	91
Tabla 54: Ensaladas.....	91
Tabla 55: Jugos.....	92
Tabla 56: Dulces árabes.....	92
Tabla 57: Tortas.....	92
Tabla 58: Accesorios.....	93
Tabla 59: Ingresos esperados de lunes a viernes Lastarria.....	93
Tabla 60: Ingresos esperados de lunes a viernes Vitacura.....	93
Tabla 61: Ingresos Esperados de lunes a viernes Mall.....	94
Tabla 62: Ingresos esperados días sábados y domingos Lastarria.....	94
Tabla 63: Ingresos esperados días sábados y domingos Vitacura.....	94
Tabla 64: Ingresos esperados días sábados y domingos Mall.....	94
Tabla 65: Ingresos esperados días festivos Lastarria y Vitacura.....	95
Tabla 66: Ingresos esperados días festivos Mall.....	95
Tabla 67: Resumen ingresos esperados.....	95
Tabla 68: Resumen ingresos esperados.....	96
Tabla 69: Resumen costos funcionamiento anualizados.....	96
Tabla 70: Flujo de caja.....	97
Tabla 71: Resumen costos.....	99
Tabla 72: Ventas anuales proyectadas.....	100
Tabla 73: Inversión y flujos netos.....	100
Tabla 74: Ventas proyectadas escenario optimista.....	101
Tabla 75: Flujos netos escenario optimista.....	101
Tabla 76: Ventas proyectadas escenario pesimista.....	101
Tabla 77: Flujos netos escenario pesimista.....	101
Tabla 78: Ventas proyectadas escenario medio.....	102

Tabla 79: Flujos netos escenario medio.....	102
Tabla 80: Variación tasa descuento.....	103
Tabla 81: Variación valor boleta promedio.....	104

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Plantación de té en Villarrica (Chile).....	18
Ilustración 2: Buda.....	30
Ilustración 3: Imagen elegida de Té Estambul.....	31
Ilustración 4: Grupos de interés.....	32
Ilustración 5: Delantal de atención.....	66
Ilustración 6: Vista de planta de una tienda (No Mall).....	68
Ilustración 7: Vista de Planta de una tienda Mall.....	69
Ilustración 8: Fachada de la tienda Té Estambul.....	70
Ilustración 9: Folleto Explicativo.....	71
Ilustración 10: Carta de productos.....	74
Ilustración 11: Carta de Tés.....	75
Ilustración 12: Organigrama de las tiendas.....	81

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Tipos de té consumidos en el mundo.....	15
Gráfico 2: Histograma Población de Chile (2012).....	24
Gráfico 3: Género.....	533
Gráfico 4: Comuna de Residencia.....	533
Gráfico 5: Edad.....	544
Gráfico 6: ¿Es usted consumidor de té?.....	544
Gráfico 7: ¿Con qué frecuencia consume té?.....	555
Gráfico 8: ¿Cuántas veces al día consume té?.....	555
Gráfico 9: ¿Qué es lo primero que toma en cuenta cuando compra té?.....	566
Gráfico 10: ¿Qué marca de té compra regularmente?.....	566
Gráfico 11: ¿En qué lugares compra té?.....	577
Gráfico 12: ¿Cuánto gasta en promedio al mes en té?.....	577
Gráfico 13: Si existiera una tienda ambientada en oriente, donde podría encontrar los más diversos sabores de té, ¿usted iría a visitarla?.....	588
Gráfico 14: ¿Con qué regularidad iría a visitarla?.....	588
Gráfico 15: ¿Con qué acompañaría el té?.....	60