

Tabla de Contenido

1.	Introducción.....	1
2.	Descripción del Tema.....	2
3.	Preguntas Clave a Responder	3
4.	Objetivos de la Investigación.....	3
4.1.	Objetivo General	3
4.2.	Objetivos Específicos	4
5.	Alcance	4
6.	Factores de Éxito	5
7.	Marco Conceptual	6
8.	Metodología	8
9.	Análisis del Entorno Externo y la Industria	10
9.1.	Análisis del Entorno Externo	10
9.1.1.	Análisis PESTEL.....	10
9.1.1.1.	Factores Políticos.....	10
9.1.1.2.	Factores Económicos.....	11
9.1.1.3.	Factores Socioculturales	12
9.1.1.4.	Factores Tecnológicos	13
9.1.1.5.	Factores Ecológicos	14
9.1.1.6.	Factores Legales.....	15
9.1.1.7.	Conclusión del Análisis PESTEL.....	17
9.2.	Análisis de la Industria	18
9.2.1.	Rivalidad Existente entre los Competidores de la Industria	18
9.2.2.	Amenaza de Entrada de Nuevos Participantes	21
9.2.3.	Poder de Negociación de los Clientes	21
9.2.4.	Poder de Negociación de los Proveedores.....	22
9.2.5.	Amenaza de Productos Sustitutos.....	22
9.2.6.	Conclusión del Análisis de la Industria	23
9.3.	Oportunidades y Amenazas (O-A)	24
9.3.1.	Oportunidades (O).....	24
9.3.2.	Amenazas (A).....	24
10.	Plan Estratégico	25
10.1.	Misión.....	25
10.2.	Visión	25

10.3.	Estrategia del Negocio	25
10.4.	Ventaja Competitiva	25
10.4.1.	Análisis VRIO	25
10.5.	Recursos.....	26
10.5.1.	Recursos Tangibles.....	26
10.5.2.	Recursos Humanos	26
10.5.3.	Recursos Intangibles	27
10.6.	Factores de Éxito	28
10.7.	Estructura Organizacional.....	29
10.8.	Fortalezas y Debilidades (F-D)	30
10.8.1.	Fortalezas (F)	30
10.8.2.	Debilidades (D).....	31
10.9.	Matriz FODA	32
10.10.	Control de Gestión.....	33
11.	Análisis de Mercado	40
11.1.	Perfil de Mercado.....	40
11.1.1.	Análisis de clientes	40
11.1.2.	Segmento Objetivo	41
11.1.2.1.	Segmentación Geográfica.....	42
11.1.2.2.	Segmentación Demográfica	42
11.1.2.3.	Segmentación Psicográficos	42
11.1.2.4.	Segmentación Conductuales	42
11.1.3.	Targeting	42
11.1.4.	Tamaño del Mercado.....	43
11.1.5.	Demanda de Café en la Ciudad.....	43
11.1.6.	Estudio de Mercado.....	44
11.1.7.	Tendencia de Oferta en Chile	44
11.1.8.	Hábitos y tendencias del consumidor	45
11.2.	Competencia.....	47
11.2.3.	Principales competidores de la cadena de tiendas de café.....	47
11.2.4.	Benchmarking	48
12.	Plan de Marketing.....	50
12.1.	Objetivos de marketing	50
12.2.	Propuesta de Valor	50

12.3.	Posicionamiento.....	51
12.4.	Estrategia de posicionamiento	51
12.5.	Marketing Mix.....	51
12.5.1.	Producto.....	52
12.5.2.	Precio	55
12.5.3.	Plaza	56
12.5.4.	Ubicación.....	60
12.5.5.	Promoción	61
13.	Plan de Retail	64
13.1.	Lugar:.....	64
13.2.	Variables del Producto	65
13.3.	Valor.....	65
13.4.	Variables del Personal	66
13.5.	Comunicaciones	67
13.6.	Sistemas	67
13.7.	Logística.....	67
13.8.	Proveedores.....	67
14.	Plan de Ventas	67
14.1.	Fuerza de Ventas.....	67
14.2.	Formación de los Baristas.....	68
14.3.	Venta de Servicios Post venta	69
14.4.	Sales Funnel	69
14.5.	Estimación de la demanda.....	70
	Tabla 10. Estimación de los clientes anuales	71
15.	Plan de Operaciones	71
15.1.	Cadena de Valor- Relación con proveedores	71
15.2.	Logística y Compras	72
15.3.	Definición de Menú	73
15.4.	Procesos	74
15.4.1.	Tiempo de Atención.....	74
15.4.2.	Control de Calidad.....	75
15.4.3.	Mantenimiento de los equipos tecnológicos	76
15.4.4.	Calidad de Atención	76
15.5.	Optimización de Espacios.....	77

15.5.1.	Layout.....	77
15.6.	Funcionamiento Diario	78
15.6.1.	Horarios de Atención	78
15.6.2.	Tipos de Turno y de Uniformes.....	78
15.7.	Plataforma Tecnológica	80
16.	Plan de Gestión del Talento	81
16.1.	Estructuración del Departamento de Gestión del Talento.....	81
16.1.1.	Denominación del Departamento	81
16.1.2.	Misión del Departamento de Gestión del Talento.....	81
16.1.3.	Objetivos del Departamento de Gestión del Talento	81
16.1.3.1.	Determinar las Relaciones del Departamento de Gestión del Talento con el Resto de Áreas de la Organización	82
16.2.	Organigrama del Departamento de Gestión del Talento.....	83
Figura 8:	Organigrama del Ideal del Departamento de Gestión del Talento ..	83
16.3.	Plan de Implementación del Departamento de Gestión del Talento	84
16.4.	Política de Gestión del Talento	85
16.4.1.	Introducción.....	85
16.4.2.	Valores de la Empresa	86
16.4.3.	Objetivos la Política de Gestión del Talento	86
16.4.4.	Actores de la Política de Gestión del Talento.....	86
16.4.5.	Planificación de Gestión del Talento	87
16.4.6.	Reclutamiento	88
16.4.7.	Evaluación de Desempeño.....	88
16.4.8.	Capacitaciones.....	90
16.4.9.	Carrera	91
16.4.10.	Reconocimiento	91
16.4.11.	Calidad de Vida y Bienestar Social	92
17.	Plan Financiero.....	93
17.1.	Plan de Inversiones	93
17.2.	Estructura de Costos	95
17.3.	Proyección de Ingresos: Estimación de Demanda.....	97
17.4.	Evaluación Financiera.....	98
17.5.	Análisis de sensibilidad: Escenarios	101
18.	Conclusiones.....	102
	Bibliografía	103