

## TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN .....	1
2.	OBJETIVO .....	3
2.1	Objetivos Específicos .....	3
3.	MARCO CONCEPTUAL .....	3
4.	DIAGNOSTICO DE MERCADO .....	4
4.1	MERCADO POTENCIAL .....	5
4.1.1	Análisis de mercado potencial.....	5
4.2	ANÁLISIS DE CLIENTE.....	6
4.2.1	Preferencias de los Clientes Potenciales .....	7
4.2.1.1	Caracterización Demográfica .....	7
4.2.1.2	Hábitos Conductuales .....	8
4.2.1.3	Ticket promedio de consumo .....	8
4.2.1.4	Familiaridad con el concepto de Pastelerías especializadas en restricciones alimentarias.....	9
4.2.1.5	Recordación de marca .....	9
4.2.1.6	Valoración de atributos.....	10
4.2.2	Identificación y caracterización de los segmentos de clientes potenciales ....	12
4.3	ANÁLISIS DE COMPETIDORES .....	14
4.3.1	Competidores Directos.....	14
4.3.2	Localización .....	16
4.3.3	Comparación entre competidores .....	16
4.3.4	Identificación de proveedores .....	21
4.3.6	Síntesis Competidores .....	22
4.3.6.1	Análisis de competidores por Segmento GSE .....	22
4.3.6.2	Cruce de competidores y segmentos .....	23
4.4	Análisis de experiencias nacionales .....	24
4.5	ANÁLISIS PEST .....	26
4.6	Leyes y Legislaciones.....	28
5.	RESUMEN DEL DIAGNÓSTICO APLICANDO MATRIZ FODA .....	30
5.1	FODA GENERAL.....	30
5.2	FODA por Segmentos.....	31
5.3	Matriz de atractivo por segmento .....	31
6.	ESTRATEGIA DE NEGOCIO .....	33
7.	ESTRATEGIA DE MARKETING .....	35

7.1	Objetivos estratégicos .....	35
7.2	Marketing Mix Adaptado (4P) .....	35
7.2.1	Producto .....	35
7.3	Síntesis de las 4P .....	39
7.4	Layout .....	40
7.5	Estructura Organizacional .....	41
8	Elaborar un análisis de factibilidad económica .....	42
8.1	Inversión Inicial .....	42
8.2	Gastos y Servicios .....	43
8.3	Remuneraciones .....	44
8.4	Costos variables .....	44
8.5	Estimación de los ingresos .....	44
8.6	Capital de Trabajo .....	46
8.7	Financiamiento .....	46
8.8	Tasa de descuento – Modelo CAPM .....	46
8.9	Flujo de Caja .....	47
8.10	Cálculo de indicadores económicos .....	48
8.11	Sensibilización .....	49
9.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	52
10.	BIBLIOGRAFÍA .....	54
11.	ANEXOS .....	57
	Anexo A: Encuesta .....	57
	Anexo B: Resultados Encuesta .....	70
	Anexo C: Listado precios por porción de los competidores .....	80
	Anexo D: Valores de referencia para el cálculo de $m^2$ para el arriendo. ....	81
	Anexo E: Detalle de equipamiento. ....	82
	Anexo F: Respaldo cálculo de préstamo .....	83
	Anexo G: Flujo de caja con capital propio .....	84