

## Tabla de contenido

1. Introducción .....	1
1.1. Descripción del tema a abordar y preguntas clave a responder.....	2
1.2. Objetivos y resultados esperados.....	3
1.2.1. Objetivo estratégico.....	3
1.2.2. Objetivos específicos .....	3
1.2.3. Resultados esperados.....	4
1.3. Alcance del tema a abordar.....	4
1.4. Marco conceptual .....	4
2. Diagnóstico .....	5
2.1. Diagnóstico externo.....	5
2.1.1. Análisis de Mercado potencial.....	5
2.1.1.1. Tamaño de mercado de QSR y proyecciones de crecimiento .....	6
2.1.1.2. Principales tendencias y demandas.....	7
2.1.2. Análisis de clientes.....	7
2.1.2.1. Análisis de posicionamiento de clientes.....	8
2.1.2.2. Análisis de mercado de bollería QSR .....	11
2.1.2.3. Análisis de consumidores .....	11
2.1.3. Análisis de competencia.....	14
2.1.4. Análisis de canales de distribución .....	20
2.1.5. Análisis de entorno.....	22
2.1.5.1. Entorno macroeconómico .....	22
2.1.5.2. Entorno legal y regulatorio .....	24
2.2. Estudio de mercado global de referencia .....	24
2.2.1. Introducción empresa de benchmark .....	24
2.2.2. Análisis de factores claves de éxito .....	25
2.2.3. Casos de éxito del modelo global de referencia.....	28
2.2.3.1. Estados Unidos: Caso de éxito vía distribución .....	29
2.2.3.2. China: Caso de éxito vía innovación.....	30
2.2.3.3. España: Caso de éxito vía protocolos y transparencia .....	31
2.2.4. Resumen general de beneficios de modelo de benchmarking.....	31
2.3. Diagnóstico interno.....	32
2.3.1. Situación actual en ventas por cliente .....	32
2.3.2. Análisis de capacidad de producción instalada .....	34
2.3.3. Análisis de huella de distribución instalada .....	35
2.3.4. Análisis de recursos disponibles .....	36
2.3.5. Evaluación de desempeño y resultados obtenidos .....	37
3. Síntesis de diagnóstico.....	37
3.1. Análisis FODA por segmento .....	38
3.2. Identificación de factores críticos de éxito .....	39
4. Diseño de la estrategia .....	40
4.1. Plan de marketing.....	41
4.1.1. Selección de segmento objetivo.....	41
4.1.2. Determinación de portafolio de productos y servicios .....	41
4.1.3. Diseño de estrategia de distribución y comercialización .....	43
4.2. Plan de operaciones.....	46
4.2.1. Diseño de nuevos procesos de producción.....	46

4.2.2.	Determinación de puestos y responsabilidades clave.....	46
4.2.3.	Identificación de instalaciones y equipos necesarios .....	48
5.	Plan económico .....	49
5.1.	Determinación de ingresos operativos proyectados .....	49
5.2.	Determinación de costes operativos de nuevo modelo .....	50
5.3.	Cuantificación de inversión requerida.....	52
5.4.	Evaluación de viabilidad económica e indicadores financieros .....	53
5.5.	Análisis de sensibilidad .....	56
6.	Conclusiones y recomendaciones .....	57
7.	Bibliografía.....	59
8.	Anexos.....	60