

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
1. PLANIFICACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS	2
1.1 Descripción del Tema	2
1.2 Objetivo General	2
1.3 Objetivos Específicos.....	3
1.4 Alcance	3
1.5 Marco Conceptual.....	4
2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN ACTUAL.....	5
2.1 Análisis del Entorno	5
2.1.1 Político y legal	5
2.1.2 Económico	6
2.1.3 Sociocultural.....	7
2.1.4 Tecnológico.....	8
2.1.5 Conclusiones Análisis PEST	9
2.2 Análisis de la Industria	9
2.2.1 Amenaza de Nuevos Competidores.....	10
2.2.2 Poder de Negociación de los Proveedores	11
2.2.3 Poder de Negociación de los Clientes.....	11
2.2.4 Amenaza de Productos Sustitutos	12
2.2.5 Rivalidad entre los Competidores Existentes	12
2.2.6 Conclusión del Análisis de la Industria	13
2.3 Análisis interno de la empresa.....	14
2.3.1 Análisis FODA	14
2.4 Análisis de Innovación en la Industria del Retail.....	15
2.4.1 Radar de Innovación	16
3. ANÁLISIS DE MERCADO.....	17
3.1 Análisis de los Competidores.....	17
3.1.1 Juice Bars	17
3.1.2 Jugos prensados en frío	21
3.1.3 Tea Bars.....	21
3.1.4 Restaurantes e Independientes.....	21
3.1.5 Comparativa de competidores y conclusiones del análisis de mercado	22

4. PLAN DE MARKETING	24
4.1 Estrategia de Marketing	24
4.1.1 Segmentación	24
4.1.2 Target	25
4.1.3 Posicionamiento	28
4.2 Nombre de la Marca	28
4.3 Marketing Mix (4P).....	30
4.3.1 Producto	30
4.3.2 Precio	33
4.3.3 Plaza	34
4.3.4 Promoción	40
5. PLAN ESTRATÉGICO Y ORGANIZACIONAL	43
5.1 Declaración de Principios	43
5.1.1 Misión	43
5.1.2 Visión	43
5.2 Modelo de Negocio	43
5.2.1 Modelo CANVAS.....	43
5.3 Factores Críticos de Éxito	45
5.4 Análisis Interno y Estrategia Competitiva.....	46
5.4.1 Análisis VRIO	46
5.5 Conclusiones del Plan Estratégico	47
6. PLAN OPERACIONAL	48
6.1 Cadena de Valor	48
6.2 Sistemas de Información (TI)	49
6.3 Procesos y Aprovisionamiento - Modelo SCOR	50
6.3.1 Planificación	50
6.3.2 Aprovisionamiento	51
6.3.3 Fabricación.....	54
6.3.4 Distribución	55
6.3.5 Devolución	56
6.4 Layout	56
6.5 Capacidad.....	57
6.6 Conclusiones del Plan de Operaciones	58

7. GESTIÓN DE TALENTO.....	58
7.1 Reclutamiento y Selección.....	60
7.2 Desarrollo de Personas	61
7.3 Evaluación de Desempeño	62
7.4 Retención de Talento.....	63
7.4.1 Remuneraciones Básicas.....	63
7.4.2 Remuneraciones Basadas en el Desempeño	63
7.4.3 Desarrollo de Carrera y Clima Laboral	64
7.5 Presupuesto de Gestión de Talento.....	65
7.6 Conclusiones del Plan de Gestión de Talento	66
8. PLAN DE VENTAS.....	67
8.1 Menú de Productos.....	67
8.2 Estimación de Demanda y Proyección de Ventas	67
8.2.1 Mercado Potencial.....	67
8.2.2 Mercado Objetivo	68
8.2.3 Factores Clave para la Estimación de Demanda	68
8.2.4 Proyección de Ventas	69
8.3 Horarios de Atención y Turnos de Trabajo	72
8.4 Conclusiones del Plan de Ventas	74
9. EVALUACIÓN ECONÓMICA	74
9.1 Estructura de costos y gastos.....	74
9.2 Plan de Inversión	75
9.3 Flujos de Caja Proyectados	76
9.4 VAN, TIR y Periodo de Recuperación.....	79
9.5 Análisis de Sensibilidad	79
9.6 Conclusiones de la Evaluación Económica	82
10. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN.....	83
CONCLUSIONES.....	84
BIBLIOGRAFÍA	86
ANEXOS	90