

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	1
2	DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	2
3	PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO DE TESIS.....	3
3.1	OBJETIVO GENERAL	3
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
4	FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO.....	3
5	MARCO CONCEPTUAL	4
6	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	5
6.1	ANÁLISIS PEST PARA DEFINICIÓN DEL MACROENTORNO	5
6.1.1	ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL.....	5
6.1.2	ENTORNO ECONÓMICO	6
6.1.3	ENTORNO SOCIOCULTURAL.....	7
6.1.4	ENTORNO TECNOLÓGICO.....	7
6.2	ANÁLISIS DE AMENAZAS SEGÚN LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	8
6.2.1	AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS PARTICIPANTES.....	8
6.2.2	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.....	8
6.2.3	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES.....	9
6.2.4	RIVALIDAD DE EMPRESAS EXISTENTES.....	9
6.2.5	PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS.....	9
6.3	ANÁLISIS FODA DE “MI CROISSANTERÍA”	9
6.3.1	FORTALEZAS	10
6.3.2	OPORTUNIDADES	10
6.3.3	DEBILIDADES.....	10
6.3.4	AMENAZAS.....	10
7	PLAN ESTRATÉGICO	12
7.1	MISIÓN.....	12
7.2	VISIÓN	12
7.3	VENTAJA COMPETITIVA.....	12
7.4	ESTRATEGIA DE NEGOCIOS	13
7.5	MODELO DE NEGOCIOS	14
7.5.1	VARIABLES RELACIONADAS CON LA EMPRESA.....	14
7.5.2	PROPUESTA DE VALOR	16

7.5.3	MERCADO	17
7.6	FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO.....	19
7.7	PERSONAL Y RECURSOS	20
7.7.1	PERSONAL	20
7.7.2	RECURSOS FÍSICOS.....	20
7.8	RECURSOS ORGANIZACIONALES	21
7.9	EXPERIENCIA DEL CLIENTE	21
7.9.1	EXPERIENCIA DEL CLIENTE DESDE LA PERSPECTIVA DE LA MARCA	21
7.9.2	VARIABLES CLAVE DEL ÉXITO DE LA EXPERIENCIA.....	21
7.9.3	MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	22
8	PLAN DE MARKETING.....	24
8.1	ESTRATEGIA DE MARKETING	24
8.1.1	OBJETIVOS DE MARKETING	24
8.1.2	ESTRATEGIA DE MERCADO	24
8.1.3	PROPUESTA DE VALOR	25
8.1.3.1	SEGMENTACIÓN	25
8.1.3.2	POSICIONAMIENTO.....	25
8.2	ELECCIÓN DEL NOMBRE	26
8.3	ELECCIÓN DEL LEMA	27
8.4	DISEÑO DEL LOGO	27
8.5	LOCALES.....	29
8.6	MARKETING MIX.....	31
8.6.1	PRODUCTO	31
8.6.2	PRECIO.....	31
8.6.3	COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN.....	32
8.7	JOURNEY DEL CLIENTE	32
8.8	PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING	34
8.9	IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL.....	34
9	PLAN DE VENTAS.....	36
9.1	OBJETIVOS DE VENTA	36
9.2	SEGMENTO OBJETIVO	37
9.3	BENCHMARK CON LA COMPETENCIA.....	38
9.4	PLAN DE LANZAMIENTO	41
9.4.1	ESTUDIO DE MERCADO	41
9.4.2	BENCHMARK DE LA COMPETENCIA.....	41
9.4.3	FOCUS GROUPS	41

9.4.4	COMUNICACIÓN Y MERCADEO.....	42
9.5	SELECCIÓN DE LA UBICACIÓN DE CADA UNO DE LOS LOCALES.....	44
9.6	GESTIÓN DE COMPRA IMPULSIVA.....	46
10	PLAN OPERACIONAL.....	48
10.1	SISTEMAS.....	48
10.1.1	CADENA DE VALOR.....	48
10.1.2	MEJORES PRÁCTICAS.....	49
10.1.3	PROCESOS.....	49
10.2	PROCESO DE SERVICIO Y ENTREGA AL CLIENTE.....	55
10.2.1	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	55
10.3	PROVEEDORES.....	65
10.3.1	MATERIA PRIMA.....	65
10.3.2	LÍQUIDOS ADICIONALES.....	65
10.4	LOGÍSTICA.....	66
10.4.1	COMPRAS Y ABASTECIMIENTO.....	66
10.4.2	DISTRIBUCIÓN ENTRE LOCALES.....	68
10.4.3	DELIVERY CASA CLIENTE.....	69
10.5	PLAN DE CONTINUIDAD OPERACIONAL.....	70
10.5.1	IDENTIFICACIÓN DE PROCESOS CRÍTICOS.....	70
10.5.2	IDENTIFICACIÓN DE ROLES CRÍTICOS.....	70
10.5.3	MATRIZ ESCENARIOS ADVERSOS.....	70
11	PLAN DE PERSONAS.....	71
11.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	71
11.2	RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL.....	74
11.3	ENTRENAMIENTO Y CAPACITACIÓN DE PERSONAL.....	76
11.4	GESTIÓN DEL DESEMPEÑO Y COMPENSACIÓN.....	77
11.4.1	GESTIÓN DEL DESEMPEÑO.....	77
11.4.2	PROPINAS.....	78
11.4.3	COMPENSACIÓN TOTAL.....	79
11.5	IMPLEMENTACIÓN.....	79
12	PLAN FINANCIERO.....	81
12.1	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA.....	81
12.2	PROYECCIÓN DE VENTAS.....	82
12.3	INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....	84
12.3.1	INVERSIÓN INICIAL.....	84
12.3.2	FINANCIAMIENTO.....	85

12.4 FLUJOS ECONÓMICOS PROYECTADOS	86
12.5 VALOR ACTUAL NETO (VAN) Y TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	87
13 PLAN CONTROL DE GESTIÓN	89
13.1 MAPA ESTRATÉGICO	89
13.2 INDICADORES DE CONTROL DE GESTIÓN	90
14 CONCLUSIONES.....	91
15 BIBLIOGRAFIA.....	92
ANEXOS.....	93
ANEXO A.....	93
ANEXO B.....	94
ANEXO C.....	95
ANEXO D.....	95
ANEXO E.....	96
ANEXO F.....	96
ANEXO G.....	97
ANEXO H.....	98
ANEXO I.....	98
ANEXO J.....	99
ANEXO K.....	100
ANEXO L.....	101
ANEXO M.....	102
ANEXO N.....	103
ANEXO O.....	104
ANEXO P.....	105
ANEXO Q.....	106
ANEXO R.....	107
ANEXO S.....	108
ANEXO T.....	109
ANEXO U.....	110
ANEXO V.....	110
ANEXO W.....	111
ANEXO X.....	111
ANEXO Y.....	112
ANEXO Z.....	113
ANEXO AA.....	113
ANEXO BB.....	116
ANEXO CC.....	118
ANEXO DD.....	119
ANEXO EE.....	121
ANEXO FF.....	122