

## Tabla de Contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Descripción del tema a abordar .....	1
1.2 Alcance .....	1
2. Objetivos.....	2
2.1 Objetivo General .....	2
2.2 Objetivos Específicos .....	2
2.3 Resultados Esperados .....	2
3. Marco Conceptual.....	3
3.1 Administración Estratégica.....	3
3.2 Análisis.....	3
3.2.1 Análisis Externo .....	3
3.2.1.1 Entorno general.....	3
3.2.1.2 Entorno de la Industria .....	4
3.2.1.3 Entorno de la competencia.....	4
3.2.2 Análisis Interno .....	5
3.2.2.1 Recursos .....	5
3.2.2.2 Capacidades .....	6
3.2.2.3 Competencias Centrales .....	6
3.2.2.4 Ventaja competitiva .....	6
3.2.2.5 Análisis de la cadena de valor.....	6
3.3 Análisis FODA.....	6
3.4 Modelo de Negocios: CANVAS.....	7
4. CLIENTES.....	8
4.1 Alcance, abundancia y afiliación .....	8
4.2 ¿Quiénes son los clientes? .....	8
4.2.1 Segmentación Socioeconómica.....	9
4.2.2 Segmentación Geográfica .....	9
4.2.3 Segmentación Conductual.....	10
4.3 ¿Cuáles son las necesidades de los clientes?.....	14

4.4	¿Qué competencias se necesitan para satisfacer a los clientes? .....	15
4.5	Investigación de Mercado .....	15
4.6	Conclusión acerca de los clientes .....	16
5.	Análisis del Entorno Externo.....	18
5.1	Descripción del Entorno .....	18
5.1.1	Demográfico .....	18
5.1.2	Político/Legal .....	18
5.1.3	Económico.....	21
5.1.4	Sociocultural .....	22
5.1.5	Tecnológico .....	23
5.1.6	Conclusiones .....	24
5.2	Descripción de la Industria .....	25
5.2.1	Amenaza de nuevos entrantes .....	25
5.2.2	Poder de Negociación de Proveedores .....	28
5.2.3	Poder de los Clientes.....	28
5.2.4	Productos Sustitutos.....	28
5.2.5	Rivalidad entre competidores .....	28
5.2.6	Conclusiones del Análisis de las 5 fuerzas de Porter .....	29
5.3	Análisis de la Competencia .....	30
6.	Plan de Negocios del Restaurante .....	33
6.1	Análisis FODA.....	33
6.1.1	Fortalezas.....	33
6.1.2	Oportunidades .....	34
6.1.3	Debilidades.....	34
6.1.4	Amenazas.....	34
6.2	Descripción de la Cadena de Valor.....	34
6.2.1	Logística de Entrada.....	34
6.2.2	Operaciones .....	35
6.2.3	Marketing.....	35
6.2.4	Logística de Salida .....	35
6.2.5	Servicio.....	35

6.2.6	Actividades complementarias de funcionamiento .....	36
7.	Plan de Recursos Humanos .....	37
8.	Plan de Marketing .....	39
8.1	Objetivos de Marketing.....	39
8.2	Propuesta de Valor.....	39
8.3	Insight del Cliente.....	39
8.4	Posicionamiento .....	41
8.5	Misión.....	41
8.6	Visión .....	41
8.7	Cultura Organizacional y Valores .....	42
9.	Mix de Marketing .....	43
9.1	Producto.....	43
9.2	Precio .....	45
9.3	Plaza .....	47
9.4	Promoción .....	49
9.5	Personas .....	51
9.6	Procesos .....	51
9.7	Plataforma.....	52
10.	Evaluación Económica .....	54
11.	CONCLUSIÓN.....	57
12.	BIBLIOGRAFÍA.....	60
13.	ANEXOS .....	61