

RESUMEN

El presente documento describe los siguientes puntos: En un inicio se detallan los aspectos generales de la investigación. Luego se realiza una investigación secundaria enfocada en el té, donde se habla sobre su procedencia, origen, beneficios, diferentes tipos de té existentes, proceso de fabricación, y tendencia de consumo a nivel mundial en cuanto a producción, importaciones y exportaciones. Como tercer punto se realiza un análisis del ambiente externo. Se efectúa un análisis del sector de “otros servicios” y de la actividad de hoteles y restaurantes. Posteriormente, se detalla un análisis que incluye factores económicos, sociales y culturales, políticos, tecnológicos, ambientales, y legales. En lo que respecta al análisis del micro entorno, se realiza el análisis PORTER. Además, se indica el proceso utilizado para llevar a cabo la investigación de mercado, donde se utilizaron encuestas, entrevistas a expertos y focus group. Como cuarto punto se levantó el modelo de gestión de la empresa, el cual contiene visión, misión, valores corporativos, principios, análisis FODA, objetivos estratégicos, cadena de valor, flujograma del proceso, y organigrama. Adicional, se detalla el plan de marketing, el mismo que abarca objetivos, perfil del consumidor, marketing táctico, precio de venta de los productos, y proyecciones de venta. En este punto se realiza un análisis financiero del negocio que contempla supuestos, evaluación financiera, y análisis de índices financieros. Como quinto punto se realizó un análisis de riesgos, con su probabilidad de ocurrencia, impacto, y estrategia de mitigación. Finalmente, se indican las conclusiones y recomendaciones de todo el estudio.