

Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Isabel Rivero Alcorta

PROGRAMA: 2º MII + ADE GRUPO: B

FECHA: 26/06/2024

Director Asignado: Hernández García, David
Apellidos Nombre

Título provisional del TFG:

Plan de expansión de restaurante Berria Wine Bar en Londres

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 4 páginas: Índice provisional, objetivos, metodología y bibliografía)

Firma del estudiante:



Fecha: 26/06/2024

Índice provisional

1. Introducción
 - 1.1. Alcance de la expansión
 - 1.2. Objetivos de la expansión
 - 1.3. Berria Wine Bar
 - 1.3.1. Misión
 - 1.3.2. Visión
 - 1.3.3. Valores
2. Análisis del mercado
 - 2.1. Introducción
 - 2.2. Análisis de la oferta
 - 2.3. Análisis de la demanda
3. Análisis del entorno
 - 3.1. Análisis PESTEL
 - 3.2. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter
 - 3.3. Análisis DAFO
4. Análisis de las operaciones
 - 4.1. Localización del restaurante
 - 4.2. Distribución
 - 4.3. Flujo de operaciones
5. Análisis de organización y recursos humanos
 - 5.1. Constitución / ampliación de la empresa
 - 5.2. Organigrama y definición de puestos de trabajo
6. Análisis de marketing
 - 6.1. Segmentación y público objetivo
 - 6.2. Objetivos y estrategia de posicionamiento en el mercado
 - 6.3. Promoción y comunicación
7. Análisis económico y financiero
 - 7.1. Plan de inversión / financiación
 - 7.2. Balance previsional
 - 7.3. Cuenta de resultados
 - 7.4. Análisis de inversión y viabilidad
 - 7.5. Análisis de sensibilidad
8. Conclusiones
9. Bibliografía

OBJETIVOS

Berria se define en su página web como:

Berria llega al corazón de Madrid con el objetivo de convertirse en el referente absoluto para los amantes del vino. Nuestro wine bar cuenta con una ambiciosa carta de vinos nunca vista en la ciudad, un equipo de jóvenes expertos que ofrecen un servicio personalizado y una ubicación privilegiada en la Plaza de la Independencia, frente a la Puerta de Alcalá y el Parque del Retiro, en un área recientemente declarada Patrimonio Mundial de la Unesco.

El objetivo principal de este plan de expansión de Berria a Londres es establecer el restaurante como un referente para los amantes del vino y de alta gastronomía española en Londres, ofreciendo una experiencia vinícola única y personalizada.

Con ese objetivo principal en mente, se busca cumplir otra serie de objetivos más específicos: objetivos de mercado y objetivos operativos.

- **Objetivos de mercado**

A pesar de que Reino Unido no se asocia históricamente a una región vinícola, el mercado vinícola de Londres es un entorno dinámico y atractivo, con un gran potencial para el desarrollo de nuevas empresas y la introducción de vinos innovadores. Por ello, se propone como objetivo alcanzar una cuota de mercado de entre un 5% y un 7% en el segmento de *wine bars* de alta gama en Londres en el plazo de 3 años.

- **Objetivos operativos**

La prioridad de Berria Wine Bar en Madrid es brindar a cada cliente un servicio excepcional y personalizado. Como continuidad en esta expansión, se busca ofrecer el mismo servicio a los clientes en Londres, ofreciendo una carta de vinos cuidadosamente seleccionada que represente la diversidad y calidad de los vinos españoles.

METODOLOGÍA

En base al índice provisional establecido, la metodología para llevar a cabo el plan de expansión abarca desde la investigación y análisis de mercado hasta la implementación de las operaciones y análisis económico.

El primer paso es comprender a fondo el mercado londinense, incluyendo sus tendencias, oportunidades y desafíos. Para ello, se lleva a cabo un análisis PESTEL, Porter y DAFO. Además, es necesario estudiar la competencia local, la oferta y la demanda, así como las preferencias de los consumidores.

Tal y como ocurre en el actual restaurante Berria en Madrid, la ubicación en Londres es crucial para su éxito, buscando encontrar el espacio ideal que refleje la esencia de la marca y atraiga al público objetivo.

Siguiendo la misma estructura que el restaurante existente, el diseño debe ser funcional y estéticamente agradable, centrandó su atención en las cavas de vinos diseñadas a medida.

El público londinense es exigente. Por ello, es necesario establecer y desarrollar una estrategia de marketing sólida mediante la segmentación del mercado, la definición del público objetivo y el posicionamiento deseado.

Berria Wine Bar cuenta a día de hoy con personal joven y altamente cualificado. La contratación y selección de personal en Londres debe estar a la alta de este nivel. La capacitación y formación continua son clave para garantizar que el equipo esté preparado para ofrecer un servicio excepcional.

La expansión de Berria Wine Bar a Londres es un proyecto ambicioso que requiere una planificación estratégica cuidadosa y una implementación eficiente. Siguiendo los pasos que ha llevado el equipo de Madrid, Berria puede aumentar sus posibilidades de éxito y consolidarse como un referente de la gastronomía española en Londres.

BIBLIOGRAFÍA

Berria Wine Bar. <https://www.berriawinebar.com/>

Econ, R. (2020) *¿Cómo abrir un negocio en inglaterra? Todo Lo Que Debes Saber, Economía de Hoy*. Available at: <https://www.economiadehoy.es/como-abrir-un-negocio-en-inglaterra-todo-lo-que-debes-saber> (Accessed: June 2024).

Redacción (2023) *Abrir un restaurante en reino unido, ¿Por dónde empezar?, El Ibérico*. Available at: <https://www.eliberico.com/abrir-un-restaurante-en-reino-unido-ipor-donde-empezar/> (Accessed: June 2024).

Tapas (2023) *Los wine bars de Londres Que recomendamos, Tapas*. Available at: <https://www.tapasmagazine.es/wine-bars-londres/> (Accessed: June 2024).