

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

NOMBRE DEL ALUMNO: María Moncho Pérez

PROGRAMA: 4º E2

GRUPO: BILINGÜE

FECHA: 22/10/2024

**Director asignado:** Aguirre de Cárcer González-Quevedo, Luis

### **Título provisional del TFG:**

Modelo de Negocio para un sistema de franquicias para una marca de restauración dirigida a personas con intolerancias alimentarias

## **PROPUESTA**

---

### DESCRIPCIÓN

Desarrollo de un modelo de negocio completo para la implantación de un sistema de franquicias en el medio plazo, para una marca de restauración dirigida a personas con intolerancias alimentarias.

### ÍNDICE

1. Introducción
  - 1.1 Resumen ejecutivo.
  - 1.2 Background
  - 1.3 Lean Canvas
  - 1.4 Business Canvas
2. Análisis de la Situación
  - 2.1 Análisis del mercado
  - 2.2 Análisis del entorno competitivo y clientes potencial
  - 2.3 Análisis Porter
  - 2.4 Análisis PESTEL

- 2.5 Investigación propia
- 2.6 Diagnóstico: DAFO
- 3. Objetivos
  - 3.1 Objetivos cuantitativos
  - 3.2 Objetivos cualitativos
- 4. Estrategia
  - 4.1 Público Objetivo
  - 4.2 Propuesta de valor
  - 4.3 Marketing Mix
    - 4.3.1 Estrategia de producto
    - 4.3.2 Estrategia de precios.
    - 4.3.3 Estrategia de distribución
    - 4.3.4 Estrategia de promoción
- 5. Plan de Acción de Marketing
  - 5.1 Detalle del plan de acción
  - 5.2 Presupuesto y calendarización
- 6. Organización y recursos humanos
- 7. Jurídico / Legal
- 8. Financiación
- 9. Análisis financiero
  - 9.1 Cuenta de resultados
  - 9.2 Cash Flow
  - 9.3 Key Metrics
- 10. Cuadro de Mando (KPI's)

## OBJETIVOS

Objetivo general:

Desarrollar un modelo de negocio integral para el lanzamiento de una marca de restauración dirigida al público con intolerancias alimentarias, comercializada a través de un sistema de franquicias, evaluando su viabilidad, diseño estratégico y plan de implementación en un horizonte temporal de 5 años.

## Objetivos secundarios:

- a) Determinar si existe una oportunidad real y sostenible para la marca especializada en intolerancias alimentarias
- b) Evaluación de la oportunidad para implantar un sistema de franquicias asociado a la marca en el sector de la restauración.
- c) Diseñar un modelo estratégico de negocio y marketing para que el proyecto sea competitivo y viable en el mercado. La finalidad de este objetivo es desarrollar una estrategia que garantice que el modelo de franquicia no solo sea viable en términos de mercado, sino que también sea capaz de generar valor sostenible y atractivo tanto para los consumidores como los franquiciados, y los propietarios de la marca.
- d) Crear un sistema sólido de evaluación que permita tomar decisiones informadas y realizar ajustes para asegurar el éxito a largo plazo.

## METODOLOGÍA PARA ALCANZAR CADA OBJETIVO

1. Establecimiento de una base teórica sólida sobre la que fundamentar el trabajo.
  - Se utilizarán datos, informes, artículos, análisis del mercado...
  - Además se analizarán estudios sobre tendencias de consumo, competencia y regulaciones en el ámbito de la restauración especializada.
2. Análisis de viabilidad del proyecto
  - Análisis del mercado: Determinar el tamaño, del sector de restauración español en general, y en particular las características y conductas de los consumidores con intolerancias alimentarias, y requerimientos particulares que no se satisfacen por la propuesta actual de restauración.
  - Análisis de los competidores: Examinar a los competidores más importantes, ya sean directos o indirectos, y valorar sus puntos fuertes y débiles, además de posibles obstáculos para ingresar al mercado.
  - Estudio de normativas: Examinar las corrientes contemporáneas en el ámbito de la restauración y su influencia en la propuesta para individuos con intolerancias alimentarias, junto con las regulaciones legales pertinentes.

- Aplicación de herramientas de análisis como el PESTEL para analizar elementos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y jurídicos que puedan afectar el triunfo de la empresa. Esto debe ser complementado con un análisis DAFO para reconocer fortalezas y debilidades; oportunidades y amenazas internas y externas. Además, desarrollar el modelo de las cinco fuerzas de Porter para hacer un análisis completo y detallado del entorno competitivo.

### 3. Diseño de un Modelo Estratégico de Negocio y Marketing

- Definir la propuesta de valor: Determinar de manera precisa las ventajas y el valor distintivo que la marca proporcionará a los clientes, en contraposición a las opciones disponibles. Esto implica elaborar un menú específico para individuos con intolerancias a la alimentación y asegurar elevados niveles de calidad y seguridad en la alimentación. Valorar los factores de decisión principales en este mercado y la ejecución de la marca frente a los mismos.
- Proponer la marca, logo e imagen corporativa de la misma.
- Proponer la Declaración de Posicionamiento de la marca.
- Análisis de segmentación del mercado de restauración moderna con objeto de seleccionar el público objetivo: Establecer con exactitud quiénes son los posibles y diseñar tácticas para atraer su interés y retenerlos.
- Desarrollo de un plan de marketing para el año de lanzamiento de la marca.
- Determinar el plan de expansión a través de un sistema de franquicias, definiendo las condiciones y exigencias para los futuros franquiciados, y las responsabilidades del franquiciador.

### 4. Plan de Implementación y Evaluación del Modelo

- Elementos operativos y organizativos: Determinar los recursos humanos requeridos desde la incorporación de personal esencial hasta los procedimientos de formación requeridos para garantizar la calidad del servicio. Además, se contemplarán los protocolos de operación para asegurar el cumplimiento de regulaciones alimentarias y la administración de las intolerancias.
- Plan económico: Desarrollar un estudio económico integral a cinco años que contemple estimaciones de ingresos, gastos y ganancias a corto, medio y largo plazo, utilizando herramientas como el análisis Cash Flow, o la cuenta de resultados. También se elaborarán estrategias de flujo

de efectivo y se determinarán indicadores financieros fundamentales (márgenes de ganancia, punto de equilibrio, ROI) para garantizar la factibilidad financiera del proyecto.

- Consideraciones legales: Definir los aspectos jurídicos necesarios para la creación de un sistema de franquicias, como los contratos de franquicia, licencias, normativas alimentarias, y las obligaciones legales tanto del franquiciador como del franquiciado.
- Cuadro de mando y KPIs: Diseñar un sistema de indicadores clave de rendimiento que permitan medir el progreso y el éxito de la franquicia a lo largo del tiempo. Estos indicadores podrían incluir métricas de ventas, satisfacción del cliente, rentabilidad por franquicia, y tasa de crecimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

- Comité Científico AESAN, Díaz, A., Aguilera, C. M., Bretón, I., Gil, Á., Nieto, G., Rivas, A. M., & Sánchez, M. C. (2023). Informe del Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) sobre los efectos del cambio climático en la alergia alimentaria. *Revista del Comité Científico de la AESAN*, (38), 25-44. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9302601>
- Hostelería de España. (2023). *Anuario de la Hostelería de España 2023*. Hostelería de España. <https://www.caixabanklab-campus.com/wp-content/uploads/sites/4/2024/06/ANUARIO-HOSTELERIA-2023.pdf>
- Álvarez Ondina, P. (2024). Radiografía del sector de la restauración en España: del bar a la estrella Michelin. *CaixaBank Research*. <https://www.caixabankresearch.com/es/análisis-sectorial/turismo/radiografía-del-sector-restauracion-espana-del-bar-estrella-michelin>
- Yang, A. (2022, diciembre 15). Alergias alimentarias: Cómo aumentan y los métodos para combatirlas. *National Geographic España*. <https://www.nationalgeographic.es/ciencia/2022/12/alergias-alimentarias-aumentan-metodos-combatirlas>
- Tormo Franquicias Consulting. (2024). *Informe de Hostelería y Restauración 2024: Análisis del sector y previsiones de crecimiento*. Tormo Franquicias Consulting. <https://tormofranquicias.es/wp-content/uploads/2024/09/Informe-Hosteleria-y-Restauracion-2024.pdf>
- Rosado Serrano, A. (2023). *Adaptación de las formas de expansión de la franquicia en entornos dinámicos* (Tesis doctoral inédita). Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/149277>

Firma del estudiante: María Moncho Pérez

Fecha: 22/10/2024

