

Administración de Empresas

Fast Lunch

Alimentos Listos S.R.L.

Servicio de viandas para oficinas

Alumnas:

Noelia María Morales González

Camila Gisselle Centurión Romero

Asunción - Paraguay

2018

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	11
RESUMEN EJECUTIVO	12
INTRODUCCIÓN	15
CAPITULO 1	16
1.2. Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.	17
1.2.1. Razón social: Alimentos Listos S.R.L.	17
1.2.2. Tipo de sociedad:.....	17
1.2.3. Constitución jurídica.....	17
Escritura de constitución de aporte y capital.....	17
Registro Público de Personas Jurídicas	19
Matricula del Comerciante	20
Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (RUC)...	21
Rubrica de libros.....	22
Libros Contables obligatorios.....	22
Inscripción en I.P.S.....	23
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS).....	23
Dirección de propiedad intelectual (registro de marcas).....	24
Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición	26
Apertura en la Municipalidad involucrada (patentes).....	28
Costos de procedimientos jurídicos	30
1.3. Localización de la empresa.....	31
Macrolocalización	31
Microlocalización	32
CAPÍTULO 2	34
2.1. Objetivo general de investigación.	34
2.2. Establecer los objetivos específicos de la investigación.	34
Objetivos comportamentales	34
Objetivo cognitivo	36
Objetivos afectivos.....	36
Objetivos sociodemograficos	36
2.3. Definir los tipos de investigación a utilizarse.....	37
Investigación Exploratoria.....	37
Investigación Concluyente.....	38
Diseño Causal	39
Diseño descriptivo	39
2.4. Procedimiento de recolección de datos	40
2.5. Determinación del plan y tamaño de la muestra.	45
Población.....	45
Marco Muestral	46
Tamaño de la muestra.....	46
Métodos de muestreo	47
Muestreo probabilístico.....	47

Métodos de muestreo no probabilísticos.....	49
Procedimiento de recolección.....	51
2.7. Análisis de datos.....	52
2.8. Conclusiones.....	64
2.9. Valorización el costo de la investigación de mercados	64
CAPÍTULO 3	65
3.1. Análisis de la Macro segmentación.....	65
Mercado de referencia.....	65
Misión y visión	66
Misión	66
Visión.....	66
3.2. Análisis de la Micro segmentación.....	67
Ciclo de vida	67
Etapas del Ciclo de Vida del Producto:.....	67
1. Introducción:.....	67
2. Crecimiento:	68
3. Madurez:	69
4. Declinación:.....	70
3.3. Análisis de la demanda global.....	73
Calculo de la demanda global.....	73
Calculo del mercado potencial absoluto	74
Calculo de cuota de mercado	74
3.3. Plan de ventas.....	75
3.4. Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter	81
Las 5 fuerzas competitivas de Porter.....	81
1. Rivalidad entre competidores	81
2. Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	82
3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos	83
4. Poder de negociación de los proveedores.....	84
5. Poder de negociación de los consumidores	85
3.5. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.	88
Matriz de Ansoff.....	88
Estrategias de Porter.....	91
3.6. Atributos que constituyen la diferenciación del producto.....	91
CAPITULO 4	92
4.1. Plan de Marketing	92
4.2. Análisis Situacional	92
Variables Controlables.....	92
Variables Controlables.....	101
Variables no controlables.....	102
Matriz FODA de interacción.....	103
Matriz FODA.....	106
Ventas.....	107
Marketing.....	107
Cuadro de costos totales por año	112

CAPITULO 5	114
Misión	114
Visión.....	114
Variables controlables.....	114
Variables no controlables.....	116
Fortalezas	117
Debilidades	117
Oportunidades	117
Amenazas.....	117
Matriz de interacción.....	118
Matriz FODA.....	120
5.3. Estructura Organizacional.....	123
5.3.1. Organigrama.....	124
Tipos de estructuras	125
Mecanismos de coordinación y control.....	127
Adaptación mutua.....	127
Supervisión directa	127
Normalización	127
Normalización de los procesos de trabajo	127
Normalización de los resultados	128
Normalización de las habilidades	128
5.3.2. Layout	129
5.3.3. Manual de funciones.....	131
5.3.4. Manual de procedimiento.....	152
5.3.5. Fluxogramas.....	157
Recepción de pedidos	158
Reclutamiento y Selección del personal	159
Preparación de platos.....	160
5.3.6. Recursos humanos.....	161
Planilla de Salarios	163
5.4. Activos Fijos.....	164
5.5. Análisis de estructura de costos.	166
Análisis de precios unitarios por menú	166
Costo de consumo de gas	173
Consumo de energía eléctrica (ANDE).....	173
Consumo de agua (ESSAP)	174
Necesidades de envase por año	174
Costo de combustible y mantenimiento	174
Costo de delivery por plato	175
5.7. Plan de cuentas.....	175
5.7. Producción	180
Descripción del proceso productivo	180
Descripción y cálculo de la capacidad máxima de la empresa.....	191
Infraestructura de la cocina.....	192
Distribución de la infraestructura	192

CAPÍTULO 6	194
Aspecto Económico	194
Producto interno Bruto (PIB).....	194
Proyección del PIB 2018.....	194
Contexto doméstico por el lado de la producción.	195
Contexto doméstico por el lado del gasto.....	196
Balanza comercial (importación/exportaciones)	197
Las exportaciones.....	197
Las importaciones.....	198
Balanza comercial	199
Fluctuación del tipo de cambio	200
Comportamiento de la reserva monetaria.....	201
Superávit o déficit Fiscal.....	202
Inflación	203
Principales aspectos de la inflación	204
CAPITULO 7	208
Plan financiero de la empresa.....	208
Cuadro 1 - Inversiones	208
Cuadro 9 – Punto de equilibrio	222
Cuadro 10 – Capital de trabajo.....	223
Cuadro 11 – Estado de resultado Proyecto con Financiamiento.....	224
Cuadro 12 – Estado de resultados Proyecto sin Financiamiento	225
Cuadro 13 – Flujo de caja proyecto con financiamiento.....	226
Cuadro 14 – Flujo de caja proyecto sin financiamiento	227
Cuadro 15 – Balances proyectados con financiamiento.....	228
Cuadro 16 – Balances proyectados sin financiamiento.....	229
Cuadro 17 – Indicadores financieros.....	230
Conclusión de los cuadros de inversión	231
Bibliografía	233
Anexos	234

RESUMEN

Con el trajín del día a día y con la agenda siempre llena de actividades, hoy en día las personas cuentan con poco tiempo para preparar sus alimentos, por lo que recurren a lo más rápido y práctico: comprar comida ya preparada.

Paraguay se caracteriza por tener una población alta de jóvenes, la mayoría en situación de trabajo y estudio al mismo tiempo, lo que conlleva a la falta de tiempo, es por ello que se optó por la creación del emprendimiento de servicio orientado a oficinista que cuentan con poco tiempo para elaborar sus comidas y también por el hecho de que el precio de un plato promedio en restaurantes es de Gs. 25.000 en la zona de Villa Morra, lo cual es un presupuesto elevado al finalizar el mes.

Fast Lunch, es una nueva alternativa creada por Alimentos Listos S.R.L., una empresa privada de servicios de almuerzo para oficinistas en la nueva zona corporativa de Asunción, ofrece servicios de delivery de viandas con un menú variado a elección. Entregando comidas frescas, aptas para su consumo inmediato ofreciendo la comodidad de solicitar el menú a través de un aplicativo móvil lo que permite a los clientes que tengan la oportunidad de armar sus almuerzos conforme a sus gustos y preferencias a través de un solo clic y otros medios alternativos como WhatsApp, redes sociales y página web.

La empresa ofrece los siguientes servicios:

- Variedad de menús conforme a gustos de los usuarios.
- Permite armar el almuerzo diariamente y elegir qué tipo de ingredientes en particular agregar o retirar.
- Ofrece una opción de comidas bajas en calorías o una dieta especial.
- Permite realizar todas las interacciones a través de un aplicativo móvil, el cual funcionará al registrarse en el mismo.
- Rapidez en la entrega acordada del servicio de almuerzo.
- Alta calidad en materia prima utilizada y elaboración de las comidas bajo las más estrictas normas de higiene.

El mercado objetivo está compuesto por trabajadores dependientes del barrio Villa Morra de Asunción, que almuerzan fuera de su oficina entre 4 a 5 veces a la semana con un rango de edad entre 20 a 35 años y con un promedio de ingreso de GS. 3.000.000 a 6.000.000, según la investigación los atributos más valorados por ellos son la entrega a tiempo del servicio y el buen sabor del producto.

Fast Lunch, se encuentra en la etapa de introducción, porque está lanzando al mercado un servicio con un atractivo novedoso e innovador: solicitar el servicio de almuerzo para oficinistas a través de un aplicativo móvil.

El mercado de viandas se encuentra en la fase de crecimiento, esto se debe a la gran demanda por parte de los oficinistas y también que el rubro gastronómico de nuestro país está creciendo a pasos agigantados.

La estrategia a ser utilizada es la “Penetración de Mercado”, en donde se quiere incrementar la cobertura del mercado en el que se está compitiendo actualmente, se realizarán acciones para aumentar el consumo del servicio como:

- Aumentar las promociones con el fin de atraer más clientes.

- Captar las preferencias de clientes de los competidores.
- Aumentar el consumo de los clientes actuales a través de promociones especiales para ellos, descuentos, etc.

Fast Lunch, tiene como elemento diferenciador el buen sabor y la entrega a tiempo. Siendo entrega a tiempo un elemento muy valorado por los oficinistas, por el corto tiempo destinado al almuerzo, el valor agregado del servicio, es que el usuario puede monitorear en qué fase o etapa se encuentra su pedido, inclusive visualizar vía GPS donde se encuentra el móvil que transporta las viandas. Acompañado a este elemento está el buen sabor, que refleja el empeño y dedicación a la hora de preparar cada plato, como así el nivel profesional de los cocineros.

La propuesta es que los clientes puedan elegir un menú para toda la semana o de forma diaria según las opciones proporcionadas. Las entregas se realizarán de forma diaria en envases desechables.

Los precios tendrán un valor entre los GS. 15.000 y GS. 20.000, por menú, dependiendo del tipo de menú seleccionado (económico, light o gourmet). Cabe destacar que en el precio ya está incluido el costo del delivery y los envases.

La promoción se realizará a través de volantes en diferentes puntos donde se encuentren los potenciales clientes, en este caso de oficinas, edificios y empresas de la zona. Además, cuenta con página web, redes sociales y una App móvil para informar sobre los menús, precios, delivery, horarios, promociones especiales y todo lo necesario para que los clientes estén muy bien informados a la hora de tomar una decisión.

El proceso inicia desde que el cliente entra en contacto con el aplicativo móvil, registrándose y seleccionando uno de los platos del día, realiza los comentarios pertinentes sobre que ingrediente prefiere eliminar, luego fija la hora de entrega, por último, confirma el pedido. El cliente tiene la posibilidad de monitorear en qué etapa se encuentra su pedido. Cuando el pedido se encuentre listo, se enviará una notificación a través de la app indicando que el pedido está en camino. Una vez que el personal se encuentre en la dirección indicada enviará un mensaje de aviso a través del aplicativo.

Según los ratios financieros, la empresa posee una liquidez elevada de 4.90 en el primer año, incrementando porcentualmente cada año. Con respecto a la rentabilidad bruta, la empresa tiene una rentabilidad de 3.6 en el primer año, llegando a los 12.5 en el mejor momento de la empresa.