

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	1
2. PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO DE TESIS	2
2.1. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	2
2.2. PREGUNTAS CLAVE.....	2
2.3. FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO	3
2.4. OBJETIVO GENERAL.....	3
2.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
2.6. RESULTADOS ESPERADOS.....	4
2.7. RESULTADOS OBTENIDOS.....	4
2.8. ESTRATEGIA.....	4
2.9. DESCRIPCIÓN DEL TEMA A ABORDAR.....	5
2.10. ALCANCE DEL TEMA A ABORDAR.....	6
3. MARCO CONCEPTUAL.....	7
4. FASE DE DIAGNÓSTICO	8
4.1. IDENTIFICACIÓN Y VALIDACIÓN DE SUPUESTOS	8
4.2. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA INDUSTRIA.....	8
4.2.1. TAMAÑO.....	9
4.2.2. MÉTODO DE CÁLCULO DEL TAMAÑO DEL MERCADO.....	10
4.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	10
4.3.1. OFERTA DE LA COMPETENCIA	11
4.3.2. INSTALACIONES DE LA COMPETENCIA	11
4.3.3. BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA EN LA INDUSTRIA.....	12
4.4. CARACTERIZACIÓN DE LOS POTENCIALES CLIENTES	13
4.5. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	14
4.5.1. ÁMBITO POLÍTICO Y LEGAL	14
4.5.2. ÁMBITO ECONÓMICO	14
4.5.3. ÁMBITO SOCIAL.....	15
4.5.4. ÁMBITO TECNOLÓGICO.....	16
4.6. FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DESVENTAJAS Y AMENAZAS	17
4.7. CONCLUSIONES DE LA FASE DE DIAGNÓSTICO.....	17
5. FASE DE DEFINICIÓN ESTRATÉGICA.....	19

5.1.	MODELO DE NEGOCIO	19
5.1.1.	MODELO DE NEGOCIO CANVAS	21
5.1.2.	GENERACIÓN DE LOS INGRESOS.....	22
5.1.3.	ESTRUCTURA DE COSTOS	22
5.2.	ESTRATEGIA DE MARKETING	23
5.2.1.	PROPUESTA DE VALOR Y LA TROFOLOGÍA	23
5.2.2.	DECLARACIÓN DE POSICIONAMIENTO	26
5.2.3.	MISIÓN DE LA EMPRESA.....	26
5.2.4.	VISIÓN DE LA EMPRESA	27
5.2.5.	VALORES PRINCIPALES DE LA EMPRESA	27
5.3.	MIX DE MARKETING	28
5.3.1.	PRODUCTO Y SERVICIO	29
5.3.2.	PRECIO.....	32
5.3.3.	DISTRIBUCIÓN	32
5.3.4.	PERSONAS.....	33
5.3.5.	EVIDENCIA FÍSICA.....	35
5.3.6.	PROCESOS	36
5.3.7.	PROMOCIÓN	41
5.4.	ESTRATEGIA OPERACIONAL.....	42
5.4.1.	CADENA DE SUMINISTROS	42
5.4.2.	DISEÑO DE LAS INSTALACIONES	42
5.4.3.	ITINERARIO OPERATIVO.....	46
5.5.	ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL.....	46
5.5.1.	CULTURA ORGANIZACIONAL	46
5.5.2.	PERFILES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS.....	46
5.5.3.	ORGANIGRAMA.....	47
6.	FASE DE EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA	48
6.1.	INVERSIÓN INICIAL	48
6.2.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	48
6.3.	ESTIMACIÓN DE INGRESOS	48
6.4.	ESTIMACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....	49
6.5.	CÁLCULO DE LA DEPRECIACION Y VALOR RESIDUAL	51
6.6.	EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL NEGOCIO	52

6.7.	ESTADOS CONSOLIDADOS PROYECTADOS	53
6.8.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	53
6.9.	ANÁLISIS DE RIESGOS	54
7.	CONCLUSIONES Y OBSERVACIONES FINALES	56
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	60
9.	ANEXOS Y APÉNDICES.....	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1: Segmentos de mercado.....	9
Tabla 4.2: Análisis FODA.....	17
Tabla 5.1: Estimación de Costos Variables.....	22
Tabla 5.2: Estimación de Costos Fijos.....	22
Tabla 5.3: Estructura de Costos de Marketing en Función de los Ingresos por Ventas.....	23
Tabla 6.1: Estructura de Ingresos por Ventas.....	48
Tabla 6.2: Localización y Estimación de Costos de Arriendo.....	49
Tabla 6.3: Estimación de Costos en Sueldos.....	50
Tabla 6.4: Estimación de Costos de Servicios Básicos.....	50
Tabla 6.5: Estimación del Costo de Capital sin Financiamiento.....	52
Tabla 6.6: Indicadores de Factibilidad del Negocio (VAN, TIR y PRC).....	52
Tabla 6.7: Resumen de Sensibilidades Promedio.....	54

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Modelo de Negocio Canvas	63
Anexo B: Costos Fijos Anuales.....	63
Anexo C: Tiempo Promedio de Servicio de Cliente	64
Anexo D: Estimación de Flujos Mensuales para el Primer Año	65
Anexo E: Evidencia Física (Diseño de la Carta de Menú).....	66
Anexo F: Evidencia Física (Vestimenta del Personal).....	70
Anexo G: Perfiles y Funciones de Cargo	78
Anexo H: Estructura de Menú.....	88
Anexo I: Diseño de las Instalaciones.....	97
Anexo J: Inversiones	97
Anexo K: Estimación de Costo por Gramo de los Insumos	98
Anexo L: Investigación de Localización	101
Anexo M: Forma de Cálculo de los Resultados de la Empresa.....	102
Anexo N: Estimación de Flujos Anuales del Negocio	103
Anexo O: Análisis de Sensibilidad.....	104
Anexo P: Investigación de Mercado.....	107
Anexo Q: Listado de Bocadillos.....	116
Anexo R: Estimación de Precio por Gramo	116
Anexo S: Depreciaciones Anuales	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 5.1: Cuadro de Combinación de Alimentos	25
Figura 5.2: Las 7 P del Marketing de Servicios	28
Figura 5.3: Concepto 1 de la Decoración de Murallas del Comedor	29
Figura 5.4: Concepto 2 de la Decoración de Murallas del Comedor	30
Figura 5.5: Ilustración de una Preparación: Chop Suey de Pollo.....	31
Figura 5.6: Mapa de Relaciones entre Cargos.....	35
Figura 5.7: Diseño Tentativo de un Individual.....	36
Figura 5.8: Diagrama General de Procesos	37
Figura 5.9: Proceso de Aprovisionamiento (Insumos No Perecibles).....	38
Figura 5.10: Proceso de Aprovisionamiento (Insumos Perecibles).....	38
Figura 5.11: Proceso de Preparación de Mesas y Comedor	39
Figura 5.12: Proceso de Atención a los Clientes	40
Figura 5.13: Proceso de Facturación al Cliente	40
Figura 5.14: Proceso de Cierre de la Jornada	41
Figura 5.15: Marca Oficial de Yin Yang Food.....	41
Figura 5.16: Combinación de Color de la Empresa	42
Figura 5.17: Bosquejo de la Zona Comedor y Caja	43
Figura 5.18: Bosquejo de la Zona de Caja.....	43
Figura 5.19: Bosquejo de la Zona de los Baños de Clientes	44
Figura 5.20: Bosquejo de la Zona de Cocina.....	44
Figura 5.21: Bosquejo de la Zona de Camarines y Baños del Personal	45
Figura 5.22: Bosquejo de la Zona de Oficina de la Administración	45
Figura 5.23: Organigrama de la Empresa.....	47
Figura 6.1: Distribución Porcentual de Costos Fijos y Variables	51
Figura 9.1: Tenida Formal Hombre.....	71
Figura 9.2: Tenida Semi Formal Hombre.....	72
Figura 9.3: Tenida Formal Mujer	73
Figura 9.4: Tenida Semi Formal Mujer	73
Figura 9.5: Uniforme Jefe de Cocina y Comedor Hombre.....	74
Figura 9.6: Uniforme Jefe de Cocina y Comedor Mujer.....	74
Figura 9.7: Uniforme Asesor Hombre.....	75
Figura 9.8: Uniforme Asesor Mujer	75
Figura 9.9: Uniforme Cocina Parte Superior Hombre.....	76
Figura 9.10: Uniforme Cocina Parte Inferior Hombre	76
Figura 9.11: Uniforme Cocina Parte Superior Mujer	77
Figura 9.12: Uniforme Cocina Parte Inferior Mujer.....	77