



THE SPECIAL FOODS MACONDO

ALCIDES ANDRES BUSTAMANTE FONSECA

DANNY LORETH CADENA CAMACHO

YUSBEIDI VANEZA MORGAN CASTILLO

- REDES SOCIALES: INSTAGRAM- @THESPECIALFOODMACONDO
- CORREO: THESPECIALFOODMACONDO@GMAIL.COM

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Facultad de Ciencias administrativas

Programa de Administración de Empresas



THE SPECIAL FOOD MACONDO

ALCIDES ANDRES BUSTAMANTE FONSECA

DANNY LORETH CADENA CAMACHO

YUSBEIDI VANEZA MORGAN CASTILLO

Colombia

2020

THE SPECIAL FOOD MACONDO

ALCIDES ANDRES BUSTAMANTE FONSECA

DANNY LORETH CADENA CAMACHO

YUSBEIDI VANEZA MORGAN CASTILLO

Propuesta de creación de empresa presentada para poner a prueba los conocimientos obtenidos
en la etapa de aprendizaje de esta profesión.

Docente:

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Creación de empresa III

Colombia

2020

COMPROMISO DEL AUTOR

Nosotros **Alcides Andrés Bustamante Fonseca** con cedula de ciudadanía **1081815724** expedida en Fundación Magdalena, **Danny Loreth Cadena Camacho** con cedula de ciudadanía **1004274161** expedida en Fundación Magdalena, **Yusbeidi Vaneza Morgan Castillo** con cedula ciudadanía **1084727764** de Aracataca Magdalena estudiantes del programa de administración de empresa Corporación Unificada Nacional De Educación Superior seccional santa marta declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta de a fuente original soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, al director del trabajo, a la universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales practicas

Firmas

ALCIDES ANDRES BUSTAMANTE FONSECA

DANNY LORETH CADENA CAMACHO

YUSBEIDI VANEZA MORGAN CASTILLO

Dedicatoria

Principalmente dedicamos este trabajo a nuestros padres por su apoyo y confianza incondicional, por su sacrificio y entrega es que tuvimos la oportunidad de poder tener una educación superior, cumplir satisfactoriamente la meta de convertirnos en profesionales y forjar un mejor futuro en nuestras vidas. Este triunfo se lo debemos a ellos, nuestra mayor inspiración y fortaleza. A nuestros amigos que nos brindaron su ayuda y vivieron con nosotros paso a paso en este recorrido de nuestras vidas.

Agradecimientos

La presente tesis es un esfuerzo en el cual, directa o indirectamente, participaron varias personas las cuales nos brindaron sus conocimientos, paciencia, dando ánimo y acompañándonos tanto en los buenos y malos momentos.

Agradecemos a nuestra familia que nos han acompañado y apoyado en esta aventura que fue estudiar Administración de Empresas, conocer nuevos amigos y compañeros; quienes siempre tuvieron palabras de ánimo para seguir adelante y llegar a este momento.

Contenido

Presentación general del proyecto	8
Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción	11
Objetivos.....	12
Objetivos Generales	12
Objetivos Específicos.....	12
Claves del éxito.....	12
I. Innovación	13
Descripción De La Idea De Negocio	13
Modelo De Negocio.....	15
Innovación Sostenible.....	17
Estrategia Del Océano Azul.....	19
II. Plan de Marketing	23
III. Estudio Técnico	25
Localización del Proyecto.....	25
Ingeniería del Proyecto	26
Jerarquía De La Organización Humana Y Jurídica	27
Conclusiones y Recomendaciones.....	28
Conclusiones.....	28
Recomendaciones	28

Bibliografía	30
--------------------	----

Presentación general del proyecto

Somos una plataforma virtual que ofrece un servicio de restaurante virtual con entrega a domicilio y medios de pagos virtuales para todo tipo de público, manejando varias modalidades desde bufet a comidas rápidas. Con el fin de suplir las necesidades de hoy de obtener comida preparada por chef y cocineros experimentados directamente a la puerta de su casa. De esta manera se brindará el servicio al cliente con un horario conveniente, de lunes a domingo desde las 6:30 am hasta las 10:00 pm.

La plataforma virtual cuenta con un menú virtual que le brinda al cliente la opción de escoger el tipo de menú y la comida de su preferencia, debido a que en la actualidad, la mayoría de restaurantes y establecimientos de comida cuentan con un menú para atender un público general, mientras que nuestra propuesta cuenta una variedad de menús categorizados según el tipo de cocina y dentro de cada menú, los platos más reconocidos al público, labor que ha sido uno de los propósitos para la creación de este emprendimiento. Se decide crear esta empresa para todo tipo de personas, de cualquier, edad, estatus social entre otros que deseen adquirir los alimentos que THE SPECIAL FOODS MACONDO ofrecerá.

En la plataforma se cuenta con ofertas que se manejaran según los pedidos como base de estudio, para poder crear ofertas de 2 en 1, lo más destacado de nuestra propuesta, es que no necesita un intermediario para poder obtener la información del menú, esto es posible desde teléfono inteligente y/o computadora con acceso internet.

Dado esto decidimos montar un restaurante virtual un restaurante con servicio a domicilio ya que es muy viable y puede ser reconocido en poco tiempo, por medio de las redes sociales y otros canales.

Resumen

Esta propuesta creación de empresa, busca crear una empresa que opere en plataformas virtuales y con servicio de entrega a domicilio para todo tipo de público, operando en varias modalidades desde comidas tipo bufet hasta comidas rápidas. Se realiza esa actividad con el fin de suplir las necesidades de las personas que desean un servicio a su puerta de su lugar de residencia con un tiempo de entrega menor al promedio.

El sistema de plataformas virtuales tienen como objetivo recaudar clientes desde su teléfono o computadora personal y a su vez, darse a conocer como publicidad con direcciones de correo, números de teléfono y cuenta de Instagram, las plataformas cuentan con un menú específico en la cual el cliente elige el producto que desea, sin necesidad de intermediarios, con opciones de pago virtual desde aplicaciones bancarias con el fin de brindar una experiencia de satisfacción, agilidad y comodidad a través de nuestro servicio.

Abstract

The present file as a request for creation a company, seeks to create a company that operates on virtual platforms and with home delivery service for all types of public, operating in various modalities from buffet meals to fast food. This activity is carried out in order to meet the needs of people who want a service at their door of their place of residence with a delivery time that is less than average.

The virtual platform system aims to collect customers from their phone or personal computer and in turn, become known as advertising with mailing addresses, phone numbers and Instagram account, the platforms have a specific menu in which the customer chooses the product you want, without the need for intermediaries, with virtual payment options from banking applications in order to provide an experience of satisfaction, agility and comfort through our service.

Introducción

En la actualidad vivimos en un mundo en que la tecnología marca el ritmo del progreso y las pautas de la vida; vemos como días tras días fue evolucionando la práctica de la comunicación y como esta fue adoptada por organizaciones para llegar directamente a los clientes gracias a los avances tecnológicos, en otras palabras, vivimos en un mundo modelado por la tecnología. Al pasar del tiempo vemos como es cada vez es más influyente la tecnología en los modelos de negocios de manera directa e indirecta. De esta manera, existen en el mercado diferentes plataformas virtuales para acceder a un pedido de comida, pero no una plataforma virtual que te ofrezca el servicio completo de esta, por ello nuestra idea es crear un restaurante virtual domiciliario que te ofrezca una venta directa entre restaurante-cliente al estilo bufete manejando otras modalidades como comidas rápidas y asados.

Asimismo la todo se da con la finalidad de llegar a todos los rincones del departamento del magdalena con esta plataforma no excluyendo a ningún extracto social; ya que las plataformas existentes solo son intermediarios que tienen una alta demanda de clientes generando facilidades a la comunidad, pero no se tiene un restaurante de este tipo que llene las expectativas de todo los clientes en cuanto a su alimentación diaria, teniendo en cuenta que cada cliente tendrá un plan alimenticio diferente y así se generara facilidades a cada uno de ellos.

Es así como el esfuerzo es la construcción de bases y estructuras las cuales el negocio este soportado, por ello se generará un objetivo conciso que vaya ligado de la mano de una estrategia bien estructurada para alcanzar la meta propuesta.

Objetivos

Objetivos Generales

- **Empresarial:** Gestión con eficiencia y eficacia para sustentar el éxito a largo plazo.
- **Estratégico:** Fortalecer el posicionamiento de la empresa como restaurante exquisito a domicilio que utiliza una plataforma.

Objetivos Específicos

- Realizar el fortalecimiento de la empresa mediante la calidad del producto y servicio que se ofrece en un mediano plazo
- Proporcionar un servicio de calidad donde los clientes se sientan a gusto con su pedido
- Centrar la capacitación en el personal involucrado en los procesos claves, impactando con campañas claves de publicidad para incrementar las ventas aumentando de esta manera la satisfacción y preferencia de los clientes.
- Posicionar la empresa en la preferencia del cliente

Claves del éxito

- Interfaz directa con el cliente a través del menú en plataformas digitales.
- Medio de pagos digitales.
- Personalización en los pedidos hechos por el cliente.
- Verificación de datos a la hora de entrega
- Servicio de entrega a través de agentes domiciliarios familiarizados con las nomenclaturas y direcciones del área en donde se prestará el servicio, esto agiliza la entrega.

I. Innovación

Descripción De La Idea De Negocio

Una de las principales quejas que se presenta en el servicio a domicilio local, es que la mayoría de los establecimientos, venden casi el mismo producto, carecen de variedad y en algunos casos, no toman en cuenta los pedidos personalizados.

Teniendo en cuenta que hay poca competencia en el área de comidas tipo bufet y una buena atención a las peticiones de los clientes porque no todas las personas pueden comer lo mismo, estas problemáticas que se tienen en varios barrios, muchos negocios que ofrecen comida, solo se dedican a atender un público amplio y esto hace que no presten atención pedidos detallados.

El comportamiento de los negocios de comidas y de domicilio ha cambiado en los últimos meses debido a la problemática mundial del brote de COVID-19, la necesidad de obtener comida preparada por terceros sin violar las medidas sanitarias establecidas para cuidarnos en la pandemia ha sido notoria. El público deseoso de adquirir estos servicios de entrega de comida por gusto y necesidad es un mercado explotable del cual se puede sacar provecho si se llevan a cabo las estrategias correspondientes.

Teniendo en cuenta lo anterior THE SPECIAL FOODS MACONDO cuenta con una estrategia de comercialización y marketing innovadora, pues el cliente puede diseñar su plato a su necesidad y gusto. Para analizar y describir el producto ofrecido por THE SPECIAL FOODS MACONDO se tiene en cuenta los siguientes aspectos:

- **Beneficio ofrecido:** La empresa ofrece como producto unas comidas a la carta, los cuales pueden ser escogidos mediante una plataforma, y genera en los clientes de manera efectiva en costos y tiempo; se manejaría de manera virtual, y además, existe un menú bastante amplio y agradable al paladar.

- Posicionamiento: El posicionamiento del producto se realiza bajo el enfoque de diferenciación, debido a que es una manera totalmente fuera del común y en el municipio no existen ningún lugar que brinden el mismo servicio.
- Marca: El producto o servicio se da a conocer ante el mercado bajo la marca THE SPECIAL FOODS MACONDO.

¿Cuál es el producto o servicio?

El servicio es la entrega de comida preparada por cocineros y chefs experimentados a la puerta de las viviendas de los clientes, el producto es comida de alta cocina preparada con los mejores ingredientes del mercado local.

¿Clientes potenciales?

Los clientes potenciales son las personas que quieran comida de alta calidad servida a la puerta de sus hogares, las personas que, por cuestiones laborales, académicas y/o personales, se encuentren muy ocupadas para encargarse de la cocina.

¿Cuál es la necesidad?

Satisfacer la necesidad actual de dedicar menos tiempo a la cocina y dedicarse a sus ocupaciones y actividades prioritarias sin pausas largas, de querer probar comidas diferentes a las habituales que venden la mayoría de los restaurantes, una atención personalizada en donde se cumpla las peticiones del cliente al pie de la letra dándole un trato preferencial y no general.

¿Cómo?

Mediante reclutamiento y capacitación de personal, al personal de cocina, capacitación sobre los menús que se ofrecen al público, al personal de servicio al cliente, manejo de la plataforma para obtener cada detalle de cada pedido, al personal de transporte, capacitación sobre las nomenclaturas y barrios de la zona geográfica en donde se presta el servicio. Todo el proceso se hace con el fin de brindar un servicio de primera calidad y con el menor tiempo posible de entrega para que la comida no llegue al destino fría.

¿Por qué lo preferirían?

Porqué ofrecemos una variedad amplia de menú que se destaca del resto de los restaurantes que prestan servicio a domicilio y garantizamos la personalización de los pedidos para cada cliente, que nos dará una excelente publicidad.

Modelo De Negocio

<p>SEGMENTO Personas que residan, trabajen o estudien en reten, Aracataca, fundación y sus alrededores</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR plataforma virtual con servicio a domicilio ofrece productos Alimenticios listos para el consumo</p>	<p>RECURSOS Y PROCESOS análisis planeación diseño ejecución monitoreo Resaltamos el recurso económico tipo inversión para la respectiva ejecución cada proceso.</p>
<p>COSTOS PROPUESTA DE VALOR 18.000.000 Requeridos para materializar la propuesta de valor</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR ENTREGADA restaurante virtual con servicio a domicilio incluido sin intermediarios</p>	<p>FUENTES DE FINANCIACION patrocinadores inversionistas recursos propios económicos tipo inversión.</p>

<p>COMO PUEDE SER SOSTENIBLE Creando un valor socio económico medioambiental a corto mediano y largo plazo contribuyendo al bienestar y sobre todo a la estabilidad a largo plazo de las siguientes Generaciones</p>	<p>RELACION CON LOS CLIENTES Ser claro honesto preguntarles su satisfacción solucionar sus problemas</p>	<p>ALIANZAS ESTRATEGICAS unir ideas con capital temas de inversion asociaciones O inversionistas</p>
--	--	---

¿Cuál es su modelo de venta por internet?

- **¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?**

Se captará mediante publicidad en pagina creadas en las redes sociales, repartiendo folletos, mediante llamada a los contactos del núcleo familiar y personas cercana ofreciendo el servicio mencionado anteriormente.


- **¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?**

Mediante un menú asociado con imágenes y una breve descripción del plato, la idea es que la información sea lo más visible y fácil de leer en el menor tiempo posible para el cliente, se hará énfasis la variedad de platillos y la personalización del pedido a gusto del cliente.

- **¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?**

Se cerrará mediante pagos electrónicos con las aplicaciones de los bancos existentes para mayor comodidad de los usuarios y también se manejará sistema de facturación para los pagos en efectivo.

Innovación Sostenible

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>Restaurante virtual con servicio a domicilio. Incluido, los recipientes de empaque son totalmente ecológicos.</p>	<p>Tres sencillos pasos realizamos para el ahorro del agua.</p>	<p>Usando equipos calificados sistemas domóticos que pueden gestionar automáticamente climatización, ventilación, iluminación, persianas</p>	<p>Los empaques que utilizamos son ecológicos contribuyentes con el medio ambiente platos, cucharas, vasos y bolsas ecológicas</p>	<p>No se ha realizado huella de carbono actualmente</p>	<p>Se reciclan las botellas de los envases de gaseosas y o productos similares y boldas y carton donde vienen la mercancía externa</p>
<p>Realizamos anuncios, mostrando nuestros recipientes ecológicos como factor principal</p>	<p>El primer paso para disminuir el consumo de agua es conocerlo; se debe de encontrar la situación de partida para</p>		<p>Se utilizan medios de publicidad tecnológicos u adhesivos en bolsas de papel</p>		

	<p>poder hacer un análisis de la evolución del consumo diario segundo paso: a la hora de comprar las máquinas de limpieza para el comercio es recomendable elegir las más eficientes. de esta forma se logran obtener mejores resultados en el uso responsable del agua tercer paso: es recomendable invitar a los clientes y empleados del</p>				
--	---	--	--	--	--

	restaurantes a seguir hábitos de protección de agua. la adopción de sencillas costumbres en cada cliente puede reducir de forma considerable el consumo del líquido				
--	--	--	--	--	--

Estrategia Del Océano Azul

La competencia que fue identificada para el restaurante sería:

- Aluna
- Ifood
- La antorcha
- Filo gourmet
- Donde Octavio
- Mil carnes

Nivel de comida:

Es cierto que cuando vamos a un restaurante, buscamos algo más que simplemente comer. Pero que la comida esté buena y bien cocinada es la base fundamental sobre la que empezar a hacer todo lo demás.

Atención al cliente:

Es fundamental si queremos fidelizar a nuestros clientes y conseguir otros nuevos gracias a las recomendaciones de los primeros. Es necesario profesionalidad, buen trato, atención y saber respetar los tiempos de decisión y para comer.

Formación y buena educación del servicio:

Esto te permitirá lograr todo lo del punto anterior ya que más allá del buen trato, los clientes esperan de tus trabajadores asesoramiento sobre acompañamiento o recomendaciones de las especialidades de la casa. Para vender y convencer necesitas una plantilla preparada y que conozca al detalle todos los aspectos posibles del negocio.

Relación calidad/precio:

Este es un aspecto muy importante que debemos cuidar ya que puede echar al traste la opinión que un cliente se hace de nuestro restaurante en un segundo, aunque todo lo demás esté a su gusto. Si el precio no le parece bien, no volverá a tu restaurante.

El personal debe saber recomendar platos El cliente quiere un personal formado, atento y que sepan, al menos, los ingredientes de los platos.

Domiciliario:

La puntualidad y cumplimiento es el éxito de la entrega de nuestros productos.

Se realiza una valorización del 1 al 5 las siguientes características en comparación con la competencia:

- Nivel de la comida (5)
- Atención al cliente (5)
- Formación y buena educación del servicio. (4)
- Relación calidad / precio. (3)
- Domiciliario (5)
- Segmentación por edad (3)

Se desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener) las siguientes variables:

- Nivel de la comida (incrementar)
- Atención al cliente (mantener)
- Formación y buena educación del servicio (incrementar)
- Relación calidad / precio. (mantenerla)
- Domiciliario (incrementar)
- Segmentación por edad (incrementar)

Se desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importante que van a diferenciarlo con su competencia:

- Variable 1: por la zona en la que se maneja el negocio se implementará diferentes idiomas para facilitar la intercomunicación entre clientela extranjera y local.
- Variable 2: prontitud y metas de tiempos para la entrega o se ofrecerá el servicio gratuito de pasar el tiempo estimado.
- Variable 3: Segmentación por edad.

En este caso, lo más adecuado es agrupar los clientes en 5 grandes grupos de edades:

- Mercado infantil. Está dirigido a niños, hasta los 14 años normalmente. Los niños suelen ser asesorados por padres, tutores, familiares; en definitiva, por adultos. Los gustos del mercado infantil suelen ser sencillos, apostando por comida rápida, como son hamburguesas, pizzas, perritos calientes y similar, siendo el acompañante principal de los platos las patatas fritas.
- Mercado de adolescentes. En este caso, los clientes gozan de una mayor independencia, aunque no económica. Es por ello que los menús de precio asequible y la comida rápida, además de la pasta, son los platos ganadores.
- Mercado de personas jóvenes. O mercado de personas en formación. Se trata de un grupo de edad muy parecido al anterior (de 20 a 25 años, aproximadamente), conformado por estudiantes con bajo nivel adquisitivo. La comida rápida y los platos combinados se encuentran a la cabeza.
- Mercado de adultos. Es el grupo de edad más amplio (de los 26 años a los 60, aproximadamente). En este caso, la diferencia se constata en un mayor poder adquisitivo. Se interesan por restaurantes a la carta, más tradicionales.

- Mercado de tercera edad. Se trata del grupo compuesto por comensales de más de 60- 65 años, que prefieren restaurantes tranquilos, productos de alimentación más ligeros, incluso dietéticos.

II. Plan de Marketing

En este capítulo se desarrollan el plan de mercadeo que le permitan al negocio establecerse en una posición competitiva frente a sus competidores y ganar participación en el mercado.

Especificación de los objetivos de mercadeo.

- Lograr que el restaurante este entre la lista de 'Tulio recomienda' para su primer año en el mercado.
- Incrementar las ventas proyectadas en un 25% en su primer año en el mercado.

Formulación de las estrategias mercadeo

En este momento los socios se enfocan en el posicionamiento del restaurante en el mercado, de modo se busca captar y fidelizar clientes a partir de estrategias diferenciadoras frente a la competencia. A continuación, se detallan las estrategias de producto, precio, plaza y promoción respectivamente, para lograr el cumplimiento de los objetivos.

Estrategias de producto

- Carta digital interactiva: Permitir que los clientes armen sus platos de manera completamente personalizada, seleccionando con ayuda interactiva los ingredientes y acompañamientos.

- Apalancar el negocio en las tendencias por lo saludable: incluir información nutricional asociada a los platos e ingredientes, así como información de aporte calórico y lista de menús en función de diferentes objetivos.
- Fortalecer el servicio: asesoría en línea para ayuda en toma de pedidos y seguimiento hasta la entrega de los mismos.
- Encargos especiales: servicio para preparaciones y entregas especiales programadas y planes de entrega periódicos.

Estrategias de precio

La diversificación y flexibilidad del menú permiten que los precios estén acorde a las necesidades de diversos grupos objetivo de clientes, lo cual permitirá alcanzar la proyección de crecimiento esperada del negocio.

Estrategias de distribución

La estrategia de distribución estará apalancada por las redes sociales, en las que se hará fuerte campaña de mercadeo, anuncios y volantes promocionales en lugares concurridos.

Estrategias de promoción

- Sitio web y aplicación para el restaurante virtual
- Cupones promocionales redimibles en la app o sitio web.
- Plan de fidelización: Acumular puntos redimibles en próximos descuentos, adiciones a pedidos y otras opciones del menú.

III. Estudio Técnico

Localización del Proyecto

Basado en la micro localización, nuestra empresa está en Fundación magdalena, en la zona urbana, la cual se encuentra cerca del mercado público y supermercados de cadena para asegurar la obtención de ingredientes y utensilios necesarios para llevar a cabo la labor.

Para ello se necesita un lugar físico de operación, debido a que se necesita área de cocina, área de recepción, área de transportadores y parqueo, porqué la función de nuestra empresa es la entrega de comida fresca y recién preparada a la puerta del cliente en el menor tiempo posible.

A continuación, se hace un listado de los requerimientos de inversión para lleva a cabo el funcionamiento de la empresa:

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR/UND	SUBTOTAL	REQUISITOS TECNICOS
Infraestructura	Estractores	10	\$ 150.000	\$ 1.500.000	Para que el area de trabajo quede libre de humo u olores debido a la manipiación de alimentos con el fuego y/ deshechos.
	Tuberia	150	\$ 10.000	\$ 1.500.000	Necesaria para que el area de trabajo sea limpia y cumpla los estandares de sanidad y salubridad
	Repisas	30	\$ 20.000	\$ 600.000	Apoyo para ubicar ingredientes
	Lavaplatos	5	\$ 800.000	\$ 4.000.000	Necesaria para que el area de trabajo sea limpia y cumpla los estandares de sanidad y salubridad
	mezon	20	\$ 250.000	\$ 5.000.000	Superficie para ampliar el area de manejo de ingredientes
Maquinaria y Equipo	Estufa industrial	5	\$ 1.600.000	\$ 8.000.000	
	Batidora	10	\$ 80.000	\$ 800.000	
	Enfriador (walk-in)	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	
	Enfriador	5	\$ 1.500.000	\$ 7.500.000	
	horno industrial	5	\$ 2.500.000	\$ 12.500.000	
	sarten antiadhesivo	100	\$ 200.000	\$ 20.000.000	
	Olla	20	\$ 80.000	\$ 1.600.000	
	Olla de presion	10	\$ 150.000	\$ 1.500.000	
	Caldero	20	\$ 70.000	\$ 1.400.000	
	Espatula	50	\$ 40.000	\$ 2.000.000	
	Cuchillo pez	50	\$ 90.000	\$ 4.500.000	
	Cuchillo cerdo/res	50	\$ 80.000	\$ 4.000.000	
	microondas	5	\$ 150.000	\$ 750.000	
	rayador	20	\$ 45.000	\$ 900.000	
	trinchas	100	\$ 25.000	\$ 2.500.000	
	cucharas	100	\$ 4.500	\$ 450.000	
	cucharones	100	\$ 9.000	\$ 900.000	
	plancha	5	\$ 350.000	\$ 1.750.000	
	Juego de platos	50	\$ 300.000	\$ 15.000.000	
	parrilla	2	\$ 900.000	\$ 1.800.000	
	maquina de aspiracion al vacio	3	\$ 400.000	\$ 1.200.000	
	Recipientes biodegradables	20000	\$ 500	\$ 10.000.000	
	Maquina picadora	10	\$ 250.000	\$ 2.500.000	
Equipo de comunicación y computación	Computador	5	\$ 1.250.000	\$ 6.250.000	El moniterio de cada etapa es necesario para garantizar el buen servicio al cliente
	Facturadora	5	\$ 300.000	\$ 1.500.000	El moniterio de cada etapa es necesario para garantizar el buen servicio al cliente
	Telefonos	15	\$ 30.000	\$ 450.000	El moniterio de cada etapa es necesario para garantizar el buen servicio al cliente
	Camara	20	\$ 80.000	\$ 1.600.000	El moniterio de cada etapa es necesario para garantizar el buen servicio al cliente
	Cables	500	\$ 25.000	\$ 12.500.000	El moniterio de cada etapa es necesario para garantizar el buen servicio al cliente
	Maquina factura	5	\$ 150.000	\$ 750.000	El moniterio de cada etapa es necesario para garantizar el buen servicio al cliente
	DVR	2	\$ 300.000	\$ 600.000	El moniterio de cada etapa es necesario para garantizar el buen servicio al cliente
	Monitor	4	\$ 80.000	\$ 320.000	El moniterio de cada etapa es necesario para garantizar el buen servicio al cliente
Muebles, enseres y otros	mostrador	2	\$ 300.000	\$ 600.000	
	sofa	2	\$ 200.000	\$ 400.000	
	mesa	4	\$ 200.000	\$ 800.000	
	sillas	20	\$ 150.000	\$ 3.000.000	
	tv	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000	
Otros (incluido herramientas)	Ingredientes necesarios	1	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	Para la preparación del producto entregable
Gastos operativos	Mano de obra	1	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	Para mejorar la estructura y adecuarla a las necesidades de la empresa
	Pintura	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	Para mejorar la estructura y adecuarla a las necesidades de la empresa
	Anuncio	1	\$ 350.000	\$ 350.000	Para mejorar la estructura y adecuarla a las necesidades de la empresa
TOTAL:					\$ 183.270.000

Ingeniería del Proyecto

El proceso para llevar a cabo la labor de la empresa consiste en las siguientes etapas:

- **Toma del pedido:** El personal de logística, se encarga de tomar el pedido del cliente vía internet y/o teléfono, registrando los datos del cliente y peticiones sobre el pedido.
- **Preparación del pedido:** El pedido registrado, pasa al personal de cocina que se encarga de la preparación del plato, en esta etapa se llevan tareas divididas entre el personal de cocina para agilizar la preparación.
- **Empaque de pedido:** Una vez terminada la preparación, los platos finalizados llegan al mismo tiempo y en diferentes platos para ser empacados de forma correcta.
- **Salida del pedido:** El personal de logística, recibe el pedido empacado y se encarga de dirigir al personal de transporte.
- **Entrega del pedido:** El personal de transporte capacitado con la nomenclatura de la población y familiarizado con las rutas, emprende el viaje al domicilio del cliente para realizar la entrega final. Este debe notificar cada entrega que haga para tomar registro para estudios futuros en pro a la calidad de servicio a prestar.

ACTIVIDAD DEL PROCESO	TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACIÓN (MIN/HRS)	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONAS QUE INTERVIENEN	EQUIPOS Y MAQUINAS QUE SE UTILIZAN. CAPACIDAD DE PRODUCCION POR MAQUINA (CANTIDAD PRODUCTO/UND TIEMPO)	
Toma del pedido	1min-7min	Logística	4	Computación y telefono	hasta 5 pedidos por min
Preparación del pedido	3min-8min	Cocina	12	Equipos de cocina	1 platillo cada 3 min
Empaque del pedido	1min-3min	Empaque	5	Empaque y computacion	1 plantillo por min
Salida del pedido	1min-2min	Logística	2	Telefonos	hasta 9 despacho por min
Entrega pedido	5min-10min	Transporte	5	Moto	Hasta 7 entregas por moto

Jerarquía De La Organización Humana Y Jurídica

Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

El resultado de la realización del presente proyecto muestra un análisis detallado del mercado, donde se puede desarrollar, así como también la forma y la viabilidad de ejecución del mismo, de esta manera se da a conocer la como la empresa tiene una gran cantidad de mercado a su favor, teniendo en cuenta su ubicación, manera de atención y asequibilidad; además teniendo como propósito principal la satisfacción del cliente; lo cual es lo que garantizará un flujo constante de ingresos y sostenibilidad.

Asimismo, el mercado y la posición con la que cuenta la empresa, se ve reflejado en las estrategias sólidas y a los distintos escenarios a los que pueda estar sometida, lo anterior hace que se tenga Otro factor importante, el cual en determinado momento le puede aportar una opción de crecimiento continuo, volviéndose una empresa fuerte en el sector de comidas en línea.

La meta fundamental de este proyecto es la ejecución del mismo, impartir pautas principales y un camino a seguir evaluando la mayor cantidad de factores posibles que se puedan presentar: de esta manera este sería un plan que puede predecir los cambios en el entorno los cuales siempre estarán sujetos a decisiones políticas, sociales o económicas, como también a una evaluación y reevaluación permanente de este plan; lo cual genera grandes posibilidades de crecimiento a la empresa.

Recomendaciones

A continuación, se dan una serie de recomendaciones que pueden considerarse para el mejor funcionamiento de la empresa, e incluso su crecimiento organizacional y económico.

- Es indispensable poner atención en los cronogramas de ejecución, ya que son estos los que garantizan el éxito del proyecto, se recomienda tratar de cumplir al máximo las fechas especificadas en el cronograma.
- Es necesario llevar un control riguroso de los egresos, así se debe escoger bien a los proveedores que brinden mejores opciones en formas de pago y precios.
- Así mismo, la relación con los proveedores debe ser clara para tener en cuenta fechas y forma de entrega de los materiales, para evitar los retrasos en el cronograma.

Bibliografía

- moncloe, f. b. (7 de enero de 2006). webadministracion. Recuperado el 4 de 09 de 2019, de webadministracion: <http://webadministracion.com>
- encuestas, p. d. (11 de 12 de 2002). encuestastick. Recuperado el 10 de 9 de 2019, de encuestastick:
<https://www.portaldeencuestas.com/resultados.php?ie=208959&ic=120250&c=0effa>
- fabricio. (3 de 3 de 2011). titulo españa . Recuperado el 15 de 10 de 2019, de titulo españa:
- https://www.antena3.com/noticias/cultura/primer-restaurante-virtual-espana-abre-sus-puertas_201102245746fa156584a8f862684628.html
- marvin. (23 de 5 de 2005). sites. Recuperado el 1 de 10 de 2019, de sites:
sites.google.com/site/portafoliodemarvin/10tercer-periodo/tema-3
- <https://www.entrepreneur.com/article/262206>