

Alumno: Kinberli Gálvez Barrios

Profesor: Darely Eunice Santizo Gutiérrez

Actividad: plan estratégico

Materia: Desarrollo de pymes

Grado: 9° Cuatrimestre LAE

Frontera Comalapa Chiapas a 10 de junio de 2022

PLAN ESTRATÉGICO DE EL NEGOCIO DE COMIDA RÁPIDA “WINGS LA ANTIGÜITA”

Antecedentes del negocio.

“ wings la antigüita”, son secciones de pollo que corresponden a las alas, que se fríen y se recubren en salsas especiales. La tradicional ala de pollo elaborada al estilo Buffalo se compone de dos ingredientes: una salsa picante (a base de vinagre y cayena) y margarina o mantequilla”.

El nombre de Wings la antigüita surgió por el giro del negocio y al establecimiento que hace referencia al estilo antiguo. fue creado en Febrero de

2018 con capital propio de sus dueños, la Sra. Glendys Martínez Vázquez , en vista de que en el mercado no existía el producto principal que ofrecemos, que son alitas de pollo al horno, de esta manera se creó un

producto más saludable hacia el público. Se vio la oportunidad de poder entrar en el mercado y satisfacer a un público cada vez más exigente en el ámbito gastronómico, de aquí surge la idea de crear un negocio diferente.

Además se ofrece todo lo concerniente a la comida rápida, se empezó en una etapa inicial con un local ubicado en la localidad de Pablo I sidar con capacidad de recibir 30 personas , luego de ver la aceptación del cliente se logró expandir a 2 localidades más (chicomucelo la cabecera municipal y la localidad de nvo. Laredo) llegando a un total de 3 sucursales con capacidad de recibir 50 personas.

Gracias a la buena aceptación se espera mantener el buen servicio en todas las áreas y así lograr posicionar definitivamente al Restaurante de comida rápida Wings la Antigüita dentro de la mente de los consumidores de todo el municipio de chicomucelo.

Situación actual del manejo del negocio.

El Restaurante de comida rápida Wings La antigüita actualmente no cuenta con un conjunto de procedimientos a seguir, ya que lo que se realizan son procesos, no se tiene indicadores de gestión, tampoco datos financieros El negocio ha ido creciendo gracias al buen servicio, buenos productos que se ofrece, a la difusión de boca en boca y a una pequeña publicidad empleada. En la actualidad cumple las expectativas de los clientes, pero hasta llegar

aproximadamente a una capacidad de servicio del 50%, de ahí en adelante surgen los problemas de tiempo, limpieza, productos, etc.

En lo que respecta al tiempo, el inconveniente es que cuando se llega a

una ocupación del 50% del local, los pedidos que realizan los clientes empiezan a retrasarse, debido a que no se tiene establecido un proceso adecuado a seguir.

La limpieza del local es demorada, ya que cuando las mesas son desocupadas, no se las limpia enseguida, debido a que se da prioridad a la atención al público y luego se procede a la limpieza.

En lo que respecta a los productos, como no se cuenta con un indicador adecuado de los días de mayor y menor acogida, se corre el riesgo de no estar previstos de productos, con lo cual se pueden terminar y con esto se pierde ventas y se crea una incomodidad en el cliente por no brindarle lo que desea en primera instancia.

Contando con datos reales, la implementación de nuevos productos o decisiones se torna más fácil, se puede controlar de cierta manera los peligros que puedan surgir, ya que las malas decisiones no solo pueden provocar una pérdida para el negocio sino inclusive lo puede llevar a la quiebra, además con datos reales se pueden implementar nuevos productos minimizando el riesgo de pérdidas.

Se contaría con información relevante para afrontar todos los inconvenientes que se presente con el negocio, estos podrían ser: la competencia, los costos, la demanda, la inversión.

La competencia, debido a que los competidores pueden crear estrategias eficaces para ganar mercado y por ende se podría perder clientes si no se puede contraatacar esa táctica.

Los costos al no ser manejados adecuadamente generan pérdidas en el negocio, por no saber el margen de utilidad con el que se cuenta, se puede estar invirtiendo más de lo adecuado.

La demanda de clientes puede bajar, ya sea por cambio de preferencias culinarias o simplemente que el comprador pierda el gusto de regresar al Restaurante, con la debida información se podría minimizar la baja de demanda de clientes, ya sea implementando alguna estrategia eficaz, innovando un producto, o introduciendo algo nuevo y llamativo al menú.

Para poder hablar de inversión, se debe tener datos cuantificables y

medibles, esto serviría para mejorar la imagen del negocio, ampliar el menú, comprar maquinaria e insumos de última tecnología, etc.

Productos

Wings la Antigüita es un lugar para degustar alitas de pollo “al horno” en diferentes salsas, los únicos en Chicomucelo en ofrecerlas, debido a que la competencia en su proceso las elabora friéndolas en aceite, de esta manera las alitas de Wings son más sanas al tener menor grasa en su producto.

Además se ofrece hamburguesas, hot dogs, sándwiches, bebidas frías y calientes, todo esto acompañado de un ambiente de amabilidad y música clásica para disfrutar en familia o entre amigos.

Estos son los productos que se ofertan:

- Alitas de pollo:

En salsa BBQ, Hot BBQ, Hawaiian, Buffalo, Teriyaki, Spicy, Tropical y las alitas broster.

- Hamburguesa Completa, hamburguesa simple y Hot Dogs.

Bebidas

Aguas naturales: frutas de temporada*

Licuos: chocomilk, taxcalate, granola con frutas.

Café: capuchino, Americano, clásico.

Micheladas

Precios

Alitas es de: \$ 60 (6 alitas acompañadas de papas horneadas y salsa ranch)

Hamburguesas: completa; \$ 60, simple: \$ 40, hot dogs; \$ 35.

Aguas naturales: \$20. Licuos: \$ 30. Café \$20.

Misión.

Nuestra misión es ofrecer alimentos de calidad y de gran sabor, en el mejor ambiente, satisfaciendo todas las necesidades de nuestros clientes y brindándoles el mejor servicio.

Visión.

Ser reconocido por el público de Chicomucelo y toda la región llegar a formar parte de los mejores restaurantes de la región en el 2024.

Rivalidad entre competidores existentes.

En la región existen algunos Restaurantes que son competidores directos, debido a la especialización en el producto alitas

de pollo, en los que tenemos:

- Orange Wings.
- Kamps Wings.
- Fast Wings.

Estos restaurantes ya están casi establecidos, debido a que ya se encuentran más de un año en el mercado, además esta industria se vuelve atractiva para nuevos competidores ya que no existen muchos negocios de este tipo.

Wings La antigüita mantiene una ventaja con respecto a sus competidores debido a su preparación al horno en comparación con la competencia que en su preparación las realiza fritas.

Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Son pocos los negocios que no son afectados por el ingreso de nuevos competidores, debido a que ya están establecidos en el mercado, han posicionado su marca y fidelizado su producto.

Para el caso de Wings La antigüita está latente esta amenaza, debido a que está en etapa de crecimiento, pero todavía no está establecido, además del interés que está generando este producto en la ciudad.

Amenaza de posibles productos sustitutos.

Se podría dar el caso en que los clientes opten por otro producto novedoso que surja del mercado, o una franquicia internacional ingrese en la industria y desplace a Wings la antigüita a una participación secundaria o mínima.

Poder de negociación de los proveedores.

El restaurante Wings la antigüita debe tener mucho cuidado en este punto, debido a que depende de un único proveedor del producto principal que son las alas de pollo, se ha intentado encontrar otro proveedor, pero no hay ninguno que ofrezca este producto con la calidad que se requiere, en lo que respecta a limpieza y sabor.

Poder de negociación de los clientes.

En el caso de Wings La antigüita no es afectado por el poder de compra de los clientes, ya que su análisis para establecer sus precios depende de los costos que tienen los insumos y gastos fijos mensuales.

Metas y estrategias.

Meta 1.- Consolidar a Wings la antigüita en el mercado.

Estrategia 1.1 Cumplir con los objetivos planteados a corto y largo plazo.

Estrategia 1.2 Plantearse llegar a la excelencia en servicio al cliente.

Estrategia 1.3 Formar un equipo comprometido e idóneo para todos los procesos que requiere Wings la antigüita

Meta 2.- Aumentar las ventas.

Estrategia 2.1 Invertir en publicidad.

Estrategia 2.2 Ampliar el menú.

Estrategia 2.3 Implementación de promociones y más combos de productos.