



Los primeros Enunciados:

El Caso Práctico anterior concluye con la decisión de los futuros accionistas después de realizar su análisis de factibilidad decidiendo iniciar un Restorán, por haber sido la idea mejor calificada, ser un producto de creciente demanda, conocer el mercado, y tener desarrollo casi asegurado, al alcance de una gran parte de la población en nuestro país.

Ahora tocaba el turno a decidir el segmento de mercado al cual se enfocarían. Uno de ellos, Ismael, propone atender el mercado de los estudiantes y los empleados, ya que es un segmento muy necesitado de la comida rápida y regularmente de escasos recursos, a excepción de los jóvenes de familias acomodadas económicamente.

De hecho el mayor porcentaje de los estudiantes en nuestro País, principalmente los de instituciones públicas, y los empleados en general, carecen de recursos para acudir a Restaurantes costosos como el Vips o el Sanborns.

Habiendo quedado de acuerdo los tres en que este podría sería ser un segmento de mercado interesante y potencial, tomaron la decisión, a reserva de realizar análisis más profundos, en trabajar en principio para este segmento.

En una reunión extraordinaria, deciden trabajar sobre los enunciados que serán los Principios sobre los que se fundamentará su futura empresa, ya que esto representa un compromiso que como equipo tendrán para su mercado, sin hacer de lado el desarrollo personal y de grupo. Además consideran importante poner los cimientos para la buena imagen de su negocio frente al mercado, al mismo tiempo que les dará valor y solidez moral como empresa.

En primera instancia, plantean una justificación del por qué han decidido crear su empresa. Después de varias discusiones, opiniones y sugerencias, dictan en primer lugar su Visión de empresa, una Misión y Propósito, su Filosofía y Valores y concluyen con Objetivo general y Metas.



JUSTIFICACIÓN

La empresa es creada para atender un mercado potencialmente interesante, poco atendido por parte de los restaurantes comerciales, toda vez que sus precios son elevados para los estudiantes o empleados en general.



VISIÓN

Ser una de los restaurantes más reconocidas en el medio estudiantil y de empleados de oficina en la Republica mexicana, donde nuestro servicio y calidad de alimentos sean reconocidos.



MISIÓN y PROPÓSITO

Todos los recursos, tanto materiales, humanos e intelectuales, quedan al servicio del estudiante y el empleado, proporcionándole servicio y alimentos con la más alta calidad y al mejor precio, cumpliendo con su necesidades, de nutrición y sabor.



FILOSOFÍA Y VALORES

Se trabajará en todo momento y de parte de todo el personal del negocio, con espíritu de atención y servicio. Con prontitud, honradez y justicia, sin importar la condición socioeconómica o cultural del cliente.



OBJETIVO GENERAL

En el término de tres años, estar presentes en cinco de las principales ciudades de la República Mexicana, alcanzando un volumen de clientes del 50% del mercado de oficinas y escuelas de niveles medio, medio superior y superior, en cada una de ellas, estableciendo lazos de servicio con las empresas e instituciones educativas, siendo reconocidos como un negocio de alta demanda por su calidad de platillos.



METAS

Primer año: Se iniciará atendiendo la Ciudad de México y su área metropolitana, teniendo una primera ubicación física en una colonia cercana o dentro de una zona densa en oficinas y escuelas. Se buscarán proveedores de calidad y confiables en cuanto a calidad de producto y atención en su servicio. Se preparará al personal con programas de “Capacitación Continua” para alcanzar las metas programadas para un servicio de calidad.

Segundo año: Se desarrollarán campañas publicitarias en las escuelas y oficinas mediante el sistema de “Menús publicitarios” y se diseñarán boletines de “tips” para preparación de platillos para las amas de casa y empleadas en general.

Tercer año: Se abrirán sucursales en cinco de las ciudades más grandes de la República Mexicana, se visitarán escuelas y oficinas ofreciendo las mismas opciones que en la Ciudad de México.