

UNIVERSIDAD GALILEO
Escuela CC de la Salud

Gestión Empresarial

Trabajo Final de Graduación



Light Vending Machine

Jennifer Maria Echeverria Cabrera

10003789



*light
vending*



INDICE

- Resumen ejecutivo
- Justificación
- Nuestra historia
- Misión
- Visión
- Objetivos
 - Objetivo general
 - Objetivos específicos
- Oportunidades
- Amenazas
- Fortalezas
- Debilidades
- Estrategias

- Mercadeo
 - Mercado objetivo
 - Perfil del cliente
 - Estrategia de posicionamiento
 - Producto
 - Precio
 - Plaza
 - Promoción
- Operaciones y organización
 - Objetivos de operaciones
 - Estrategias de operaciones
 - Calidad:
 - Localización
- Administración de inventarios
 - Control de calidad
 - Organización
- Análisis económico y financiero
- Aspectos legales y tributarios
- Anexo 1: Cotización maquina
- Anexo 2: Encuesta
- Anexo 3: Graficas de Encuestas



Resumen ejecutivo

El presente proyecto, busca introducir al mercado una nueva forma de complementar la alimentación diaria con "snacks saludables" ya que en la actualidad más personas se preocupan por qué es lo que comen día con día y si estas comidas les traerá alguna repercusión a largo, mediano o corto plazo. Guatemala actualmente no cuenta con ninguna venta de "snacks" de este tipo ya que las vending machines que se pueden observar en los distintos puntos son expendedoras de snacks chatarra que a la larga, pueden quitar el hambre pero sin dejar algún nutriente en nuestro cuerpo.

Por esto y por la nueva tendencia de la cultura deportiva, nos dimos cuenta que aún no estaba cubierta esta necesidad y por eso se decidió que era una buena oportunidad para generar un negocio, la cual apoye a la cultura de "comer un "snack saludable" y que al mismo tiempo este en su lugar de trabajo o bien que este ubicada en donde pasa más tiempo durante el día.

También es de gran importancia dar a conocer a las personas que no es lo mismo un producto light que un producto bajo en grasa, ya que muchos piensan que es lo mismo únicamente dicho de distinta forma.

Un producto Light es aquel que tiene 25% menos de grasas o kilocalorías que el alimento con el que se le compara. Mientras que los productos bajos en grasa son aquellos que poseen como máximo 3 gramos de grasa por cada 100, es decir, el 3% en productos sólidos y 1.5 gramos en el caso de los productos líquidos.

Para los efectos anteriormente expresados, se realizó una encuesta en una muestra poblacional representativa, la cual indico cuales eran los productos que buscan como "snacks saludables" y porque es que hacen o no uso de estas máquinas expendedoras de comida chatarra.



Light - Vending

Justificación:

La empresa light-vending nace como una idea innovadora de vender "snacks" saludables en máquinas expendedoras de comida, algo realmente innovador ya que en la actualidad solamente vemos la diversidad de productos saludables en supermercados o restaurantes, pero nunca a la mano como puede ser en el lobby de un edificio de oficinas, en un colegio, universidades, en el aeropuerto o incluso en un gimnasio ya que en las máquinas expendedoras únicamente encontramos comida "chatarra" y hoy en día muchas personas se están preocupando más por su plan de alimentación diario, posiblemente por la gran influencia que ha tenido el deporte.



Nuestra historia:

La idea de light vending, nace el 7 de octubre de 2011, la cual tiene como idea principal vender "snacks" saludables en una vending machine como su nombre lo indica; esta nos pareció una idea innovadora ya que actualmente las vending machines únicamente distribuyen comida chatarra y ya hay muchas personas que se preocupan más por la comida que ingieren día a día y como esta puede o no repercutir en su salud a corto, largo o incluso mediano plazo. Es por esto que light vending es una propuesta de "snacks saludables" que pueden estar al alcance de muchas personas, especialmente personas que no tienen tiempo de salir de su lugar de trabajo para ir a comprar algún snack de este tipo o bien el lugar encargado de ofrecer comidas no cuenta con estos productos y los que sí cuentan con ellos suelen estar poco surtidas, sin mencionar los precios bastante altos.

Light vending ofrecerá variedad de "snacks" y bebidas saludables a un costo razonable, al mismo tiempo que velará por brindar el mejor servicio posible velando siempre para poder satisfacer las necesidades de las personas que la utilizan. Cada una de las vendings contará con una cámara y un timbre el cual estará vinculado a un centro de internet. Este alertará al servidor encargado de la máquina para que resuelva cualquier problema que pueda darse con eventualidad.

Light vending es una sociedad anónima, conformada por tres socios quienes al iniciar operaciones se harán cargo de toda la logística y funcionamiento de la empresa.



Misión:

Persuadir en las personas que las vending machines no son únicamente de comida no saludable, sino que también pueden encontrar en ellas comida saludable, light o bien baja en calorías.

Visión:

Ser una empresa reconocida por la distribución de comida saludable, ubicadas estratégicamente en distintos centros.

Objetivos:**Objetivo general:**

- Lograr recuperar la inversión inicial de las vending machines en un lapso de 32 meses aproximadamente.
- Brindar al cliente comida saludable, no solo light, sino también baja en grasa

El principal objetivo es brindar al cliente comida saludable, no solo light sino también baja en grasa que es lo que muchos están buscando en la actualidad ya que lo que se quiere es crear la cultura que comer saludable también puede estar a la mano de cualquier persona.

Objetivos específicos:

- Crear un nuevo concepto de las máquinas expendedoras de comida, las cuales no tienen que ser necesariamente de comida no nutritiva.



- Satisfacer las necesidades de las personas que buscan comida sana, no importando el rango de edad o género.
- Estar al alcance de las personas que no pueden salir de su lugar de trabajo por distintos motivos.

Oportunidades:

- Mercado que se preocupa por su salud
- Fuerte cultura light y preocupación por el peso corporal
- Tendencia elevada de comida saludable en el mercado
- Fuerte imposición de cultura deportiva.

Amenazas:

- Productos sustitutos, por ejemplo snacks tipo chatarra.
- Cafeterías que podrían iniciar la comercialización de comida saludable.
- La tendencia y preferencias del consumidor es cambiante

Fortalezas:

- Ubicación estratégica en distintos centros, (empresariales, universidades, gimnasios...)
- Costos bajos de los productos, ya que se buscan proveedores en Depósitos.
- Pioneros en el mercado.

Debilidades

- Falta de conocimiento de los productos que se ofrecen.
- Posible falta de control en el vencimiento de los productos los cuales cuentan con fechas de caducidad muy corta.



Estrategias:

La estrategia principal será vender el concepto de “snacks” saludables con el propósito de atraer principalmente a jóvenes ya que es más fácil cambiar los hábitos alimenticios de ellos que de personas ya mayores quienes tienen estos hábitos ya por mucho tiempo. Sin embargo competirá también con precios ya aunque serán un poco más altos que los de las otras máquinas se deberá tomar en cuenta que a largo plazo estas máquinas ayudan a mantener mejor su salud.

Actualmente se ha vuelto más popular llevar una vida saludable, no solo basada en ejercicio si no en llevar una alimentación balanceada la cual contribuya a mejorar la calidad de salud, por ende de vida.

Mercadeo

Nuestro principal objetivo es cubrir las necesidades de personas que quieren comer “snacks” saludables, pero que muchas veces no tienen suficiente tiempo para salir a comprar al supermercado en horas de trabajo sino se limitan a usar las máquinas expendedoras de comida que por lo general están abastecidas únicamente con comida chatarra lo cual no es saludable, o bien, se limitan a hacer uso de las cafeterías que están en estos centros los que no muchas veces venden este tipo de “snacks” o bien, los venden a un alto precio.

Los productos que se incluirán en los dispensadores son de marcas reconocidas, que cumplen con los estándares de calidad. Nos asesoraremos de un nutricionista para que nos de sus observaciones acerca de los productos que se venderán. También se tendrá la opción de poder sugerir cuales son los “snacks” que desean que se distribuyan en estas vending machines en la página de facebook.



El servicio es brindar al cliente comida saludable, no solo light sino también baja en grasa que es lo que muchos están buscando en la actualidad ya que lo que se quiere es crear una cultura que comer saludable también puede estar a la mano de cualquier persona.

Mercado objetivo:

El servicio está dirigido a personas de clase media alta, ejecutivos, estudiantes, personas que quieren llevar una dieta saludable sin necesidad de estar en su casa, o bien ir a un súper mercado a comprar este tipo de comida.

Perfil del cliente:

Personas con fuerte cultura light y preocupación por el peso corporal. Personas que adoptaron la nueva tendencia deportiva y de una alimentación saludable.

Estrategia de posicionamiento

Debemos posicionarnos en la mente de los clientes/consumidores dándoles la opción de “comer un “snack” saludable”. Esto se alcanzara colocando las máquinas expendedoras en centros de trabajo, centros de estudios (universidades) entre otros.

Producto:

- Bocadillos saludables que se caracterizan por ser bajos en grasas y Light. Los bocadillos Light son aquellos que tienen 25% menos de grasas o kilocalorías que el alimento con el que se le compara. Mientras que los bajos en grasa son aquellos



que poseen como máximo 3 gramos de grasa por cada 100, es decir, el 3% en productos sólidos y 1.5 gramos en el caso de los productos líquidos.

Precio:

- El precio de los productos se ha fijado con el fin que se encuentre al alcance de los consumidores, por lo que nuestros proveedores son principalmente depósitos ubicados en distintas áreas del país, como La Terminal.
- Estos también se establecieron en base a lo que los consumidores están dispuestos a pagar por cada uno de los productos, tomando en cuenta que es la única o una de las pocas opciones de comida saludable en las ubicaciones estratégicas.

Plaza:

- Centros empresariales en los que haya afluencia de trabajadores.
- Universidades ya que en ellas por tener mayormente personas jóvenes están muy interesados en el concepto.
- Gimnasios, hay personas que los frecuentan por las mañanas sin haber desayunado o bien necesitan alguna clase de energía al salir de él.

Promoción:

Las maquinas estarán ubicadas en lugares con muy buena afluencia de público, el cual no cuenta con muchas opciones de obtener un “snack” saludable, por lo que nos asegura que si se venderá el producto y los mismos clientes harán la publicidad; esta será más que todo de “boca en boca” aunque también por medio de la página de facebook, afiches en las diferentes instituciones o centros empresariales.



Operaciones y organización

Objetivos de operaciones:

Velar por brindar siempre el mejor servicio posible para poder satisfacer las necesidades de las personas que hacen uso de la light vending. Cada una de las vendings contara con una cámara y un timbre el cual estará vinculado a un centro de internet, que tendrá alertara al servidor encargado de la máquina para que resuelva cualquier problema que pueda darse con eventualidad.

Estrategias de operaciones:

- Las vendings se surtirán una vez por semana, al inicio de las operaciones de la empresa cada uno de los socios se encargara de una de las maquinas. Esto quiere decir que está encargado de la revisión de stock (incluye revisión de fechas de caducidad de productos), compra de los productos en puntos ya establecidos, recolección de efectivo y corte de caja de la maquina a su cargo, al terminar el proceso deberá depositar lo recolectado en la cuenta bancaria asignada.

Calidad:

- A las vendings se les llegara a dar mantenimiento una vez por mes para asegurarnos que todo marcha bien y para evitar que en algún momento se pueda presentar algún imperfecto en ella. También se estará al pendiente de la limpieza de la misma.



Localización

- Centros empresariales ya que cuentan con gran afluencia de personas así como también colegios, universidades, hospitales, aeropuertos (en un futuro).

Administración de inventarios

Las compras se harán una o dos veces por semana, según vaya siendo necesario para cada una de las vendings; las compras se realizaran en lugares ya antes establecidos. Cada uno de los socios deberá llevar un estricto control del inventario de su vending a cargo ya que este va a variar según el centro en el que esté ubicada.

Control de calidad:

Como bien sabemos, el control en la comida es algo fundamental aunque no seamos los fabricantes de los productos a distribuir debemos estar siempre alertas a verificar la fecha de caducidad de cada uno de los productos que se van a distribuir ya que unos son más perecederos que otros.

Organización

Como se determinó al principio, cada uno de los socios estará a cargo de una de las maquinas, conforme vaya pasando el tiempo y el negocio vaya prosperando y expandiéndose se irán haciendo ciertos cambios en cuanto cuantas maquinas van a tener cada uno a su cargo o si se contratara a alguna otra persona para que esté a cargo de distintas operaciones. Ya que hay que tener en cuenta que los estados financieros y la administración estará a cargo de los socios. Al mismo tiempo cabe mencionar que los inventarios de las maquinas estarán a cargo de cada uno



de los socios, así como también el control de depósitos de cada uno de los cortes realizados en las maquinas.

Análisis económico y financiero

Después de realizar un estudio de mercado, pasando encuestas a personas trabajadoras en centros empresariales, universidades y hospitales se logró determinar cuáles serían los productos que quisieran en esta clase de vending machines por lo que por medio de varias cotizaciones y de análisis financieros se llegó al siguiente resultado. Teniendo una inversión inicial de Q.150,000.00 el cual apporto una tercera parte cada uno de los socios, evitando de esta forma un apalancamiento o endeudamiento.



	Regimen 31%	Regimen 5%		
Ventas mensuales	Q 18,384.00	Q 18,384.00		
Costo producto	Q 8,289.00	Q 8,289.00		
Utilidad Bruta	Q 10,095.00	Q 10,095.00		
Sueldos	Q 1,500.00	Q 1,500.00		
Mantenimiento	Q 500.00	Q 500.00		
Alquiler	Q 1,500.00	Q 1,500.00		
Otros Gastos	Q 1,000.00	Q 1,000.00		
UAI	Q 5,595.00	Q 5,595.00		
ISR 31%	Q 1,734.45	Q 919.20		
UN	Q 3,860.55	Q 4,675.80	0.209995	0.254341

Producto	Unidades	Precio de Venta	Costo		Venta Semanal	Costo semanal
quacker	20	5	1.4	28%	100	28
Nature Valley	30	6	1	17%	180	30
Tosh galletas	20	3	0.8	27%	60	16
Bimbo	20	4	2.25	56%	80	45
Tosh barras	20	5	2.5	50%	100	50
Fruta Variada	4	10	3	30%	40	12
Manzana	4	10	2.5	25%	40	10
BeLight	25	8	4	50%	200	100
Salvavidas	12	5	3.5	70%	60	42
Lipton	32	8	4	50%	256	128
California	25	8	3.75	47%	200	93.75
Activia	8	7	5.5	79%	56	44
Gelatina	8	4	3.25	81%	32	26
Danone liquido	8	8	4.25	53%	64	34
Yes bebible	8	8	4	50%	64	32
	244	99	45.7		1532	690.75
	Capacidad Maquina	Proyeccion Venta				
Snacks	200	60%	120			
Bebidas	180	70%	126			

Margen Bruto	55%	55%
Margen Operativo	30%	30%
Margen Neto	21%	25%

Margen de contribucion	55%
Punto de Equilibrio	Q 8,181.82
Ganancia o Utilidad	Q 5,595.00
Rentabilidad	25%
Rotacion de Capital	Q 1.47
Recuperacion de Capital	Q 32.08

* alquiler: renta de espacio para colocar maquinas.





Aspectos legales y tributarios

INSCRIPCION DE LA EMPRESA

Inscripción de representante legal		127.50
formulario de solicitud de auxiliares de comercio	2.00	
orden de pago	75.00	
timbres fiscales	50.50	
inscribir sociedad		522.00
formulario de inscripción de sociedad mercantil	2.00	
orden de pago	305.00	
edicto de publicación	15.00	
timbres fiscales	200.00	
Inscribir empresa a nombre de sociedad		627.00
formulario	2.00	
Honorarios abogado y contador	400.00	
orden de pago	175.00	
timbres fiscales	50.00	
inscripción en SAT		
(3 formularios SAT-0014, SAT- 0052, SAT-0042)		3.00
TOTAL		1,279.50



Anexo 1

Cotización de vending machine

Descripción: Máquina Vending marca PCM modelos VM401 /451 para snacks y bebidas

Frías, con las siguientes características:

- 26 selecciones de producto, 20 para snacks y 6 para bebidas.
- Con capacidad para 200 snacks y 140 latas y 40 botellas PET de 16 y 20 oz.

Dimensiones: 76" alto X 31" ancho X 29" fondo

Peso: modulo 401: 220 lbs. Modulo 451: 370 lbs.

Voltaje: 115/60/1 - Amperios 2.5

Monedero COINCO (Re-Furbished) modelo Global 700, acepta monedas para Quetzales de Q.1 y 50 Cts. Con 4 Tubos de cambio e interfase MDB.

Voltaje 115/60/1.

Billetero marca PTI modelo GT54, acepta Billetes de Quetzal de Q.1, Q.5 Q.10 y Q50, para todas las denominaciones con Stacker para almacenar 400 billetes, luces indicadoras para Ingresar billete, sensores de no aceptación de Billetes falsos, integrado al monedero para cambio en monedas. Voltaje 115/60/01.

Cantidad	Descripción	Precio Unit.	Precio Total
1	Máquinas PCM combinadas modelo VM 401 / 451	\$ 2,850.00	\$ 2,850.00
1	Aceptadores de monedas COINCO	\$ 325.00	\$ 325.00



1	Aceptadores de Billetes PTI	\$ 445.00	\$ 445.00
Flete US		\$ 850.00	
Gastos Arancelarios e IVA		\$ 1,207.00	
Gastos Aduanales		\$ 150.00	
Total		\$ 5,827.00	



VM 401 / 451

Electronic Snack or Combo Refreshment Center

VM-401/451

Snack and Beverage

VM-401

Snack and Optional Stand

MERCHANDISING

- Flexible Configurations: Counter top snack only, full sized snack only, full sized snack and beverage
- Flexible Merchandising: Vends a wide variety of popular and health oriented snacks, and five different sizes of beverage cans and plastic bottles
- Industrial grade design for long lasting reliability
- Illuminated product windows enhance sales
- Slide out, tilting snack and candy shelves for fast, easy loading
- Separate locking cash compartment provides maximum security
- CFC free modular cooling system-eco friendly, safe, electrically efficient
- Stylish, compact two piece design, easy to transport, assemble, and set up
- Coin changer and 4 way bill acceptor provides purchasing flexibility and ease of use
- Keypad and digital display provide easy item selection and visible credit value
- Pricing: individual from \$0.05 to \$99.99
- Beautiful black and gray powder coated finish

SPECIFICATIONS

Snack Capacity: 20 Selections-200 Total Snacks
 A1-A5 holds 35 snacks (5 rows X 7 snacks)
 B1-B6 holds 48 snacks (6 rows X 8 snacks)
 C1-C9 holds 117 snacks (9 rows X 13 snacks)

Drink Capacity: 6 Selections-177 Total Drinks
 D1-D2 holds 46 (12 oz) cans each
 D4 holds 13 (16 oz) bottles or 15 (8.3 oz) cans
 D5-D6 holds 11 (20 oz) bottles or 12 (16.9 oz) bottles or 11 (16 oz) cans each

Amberent : 90° F / 65% RH
Dimensions : 76" H x 31" W x 29" D
Voltage : 110 - 120VAC / 60 Hz - 2.5A
VM-401 : Shipping Weight 220 Lbs.
VM-451 : Shipping Weight 370 Lbs.
Optional Stand : Shipping Weight 65 Lbs.

PCM
 FABRIQUE OF COMMERCIAL MANUFACTURING
 "Where Customer Satisfaction is Paramount"

120 Woodbine Street,
 Danbury, CT 06810
 Toll Free Sales: (800) 547-0142
 sales@pcm-vending.net
 www.pcmvending.net



Anexo 2

Encuesta

(Ejemplo)

Buen día, favor leer cada una de las preguntas y contestarlas será de mucho beneficio para nosotros.

1. ¿Lleva usted alguna dieta especial?

- Si
- **No**

2. ¿Al momento de comprar un alimento de dieta, qué es lo primero que toma en cuenta?

- La marca
- La calidad
- El precio
- **El sabor**

3. ¿Cuáles de estos "snacks" sanos llama su atención?

- Gelatina
- **Yogurt**
- Agua con sabor y sin calorías
- Fruta de la temporada sellada al vacío
- Ensaladas
- Barras de granola
- Semillas

4. ¿Con qué frecuencia compra los productos?

- Diario
- **Semanal**

5. ¿Cuánto suele gastar en promedio diario al comprar comida saludable?

- **Menos de Q50.00**
- Entre Q100 y Q200

6. ¿Con que frecuencia utiliza maquinas expendedora de comida?

De 3 a cuatro veces cada 15 días.



7. ¿Qué productos light le gustaría encontrar en este tipo de máquinas?

Yogurt, galletas, bebidas

8. ¿En dónde le gustaría que estuviera ubicada esta máquina?

Edificio de oficinas

Lugares con tiempos de espera largos

9. ¿Qué forma de pago le gustaría utilizar?

Efectivo/tarjeta

10. ¿Preferiría la comida dulce o salada?

Dulce

11. ¿Cree que una de estas máquinas pueda satisfacer sus necesidades a la hora de adquirir un producto saludable?

Para ser maquina si

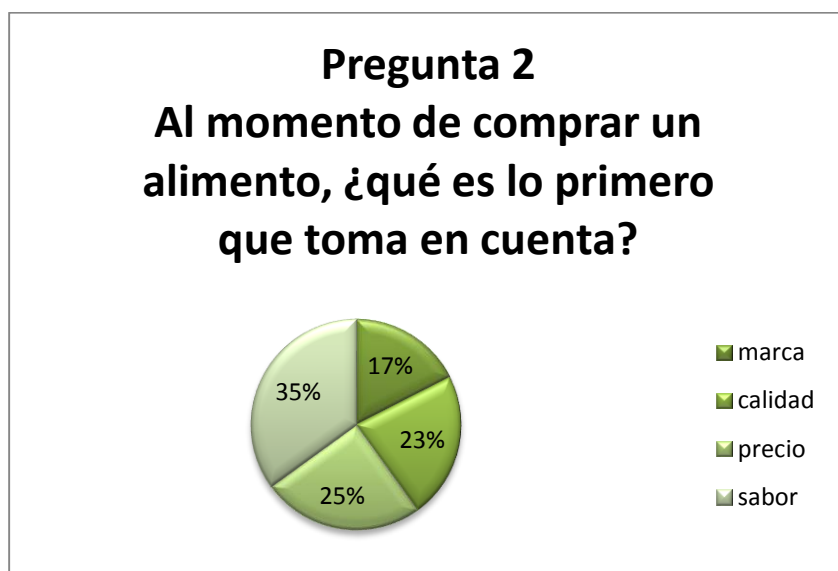
12. Si hubiese una dispensadora de "snacks" saludables en su lugar de trabajo, estudio, entretenimiento, diversión, etc. usted la utilizaría.

- Si
- No



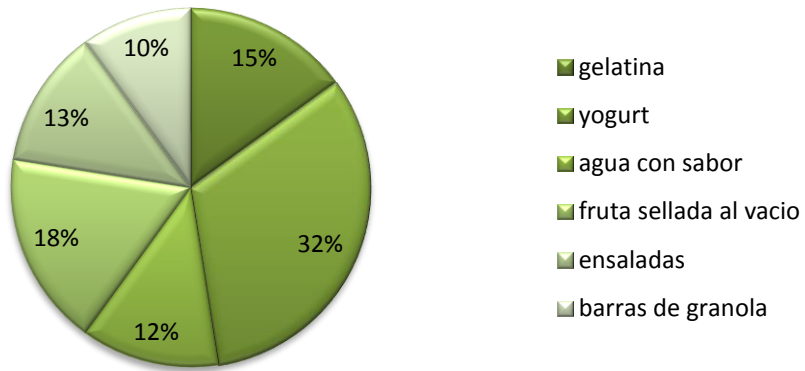
Anexo 3

Graficas de Encuestas



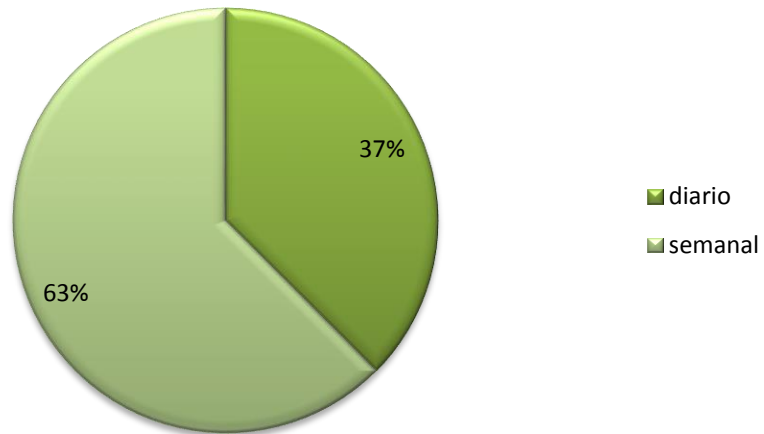
Pregunta 3

¿ Cuáles de estos bocadillos sanos llama su atención ?

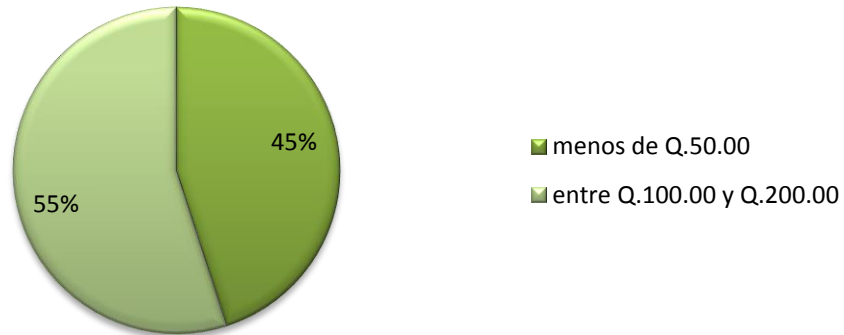


Pregunta 4

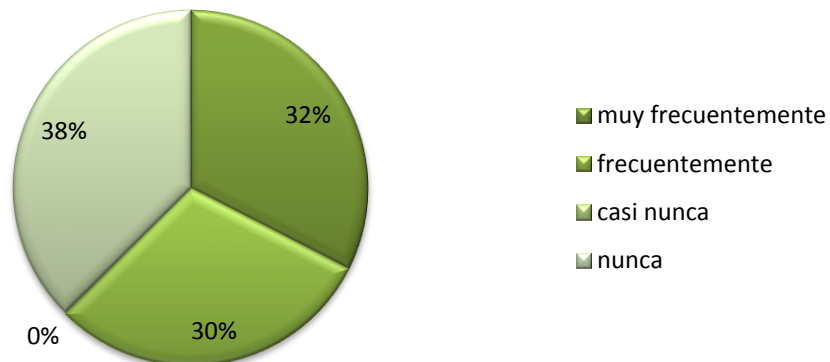
¿Con qué frecuencia compra?



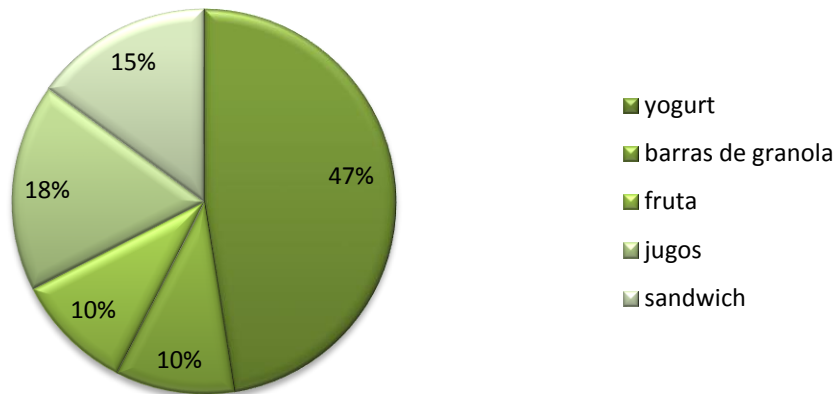
Pregunta 5
¿Cuánto suele gastar en promedio diario al comprar comida saludable?



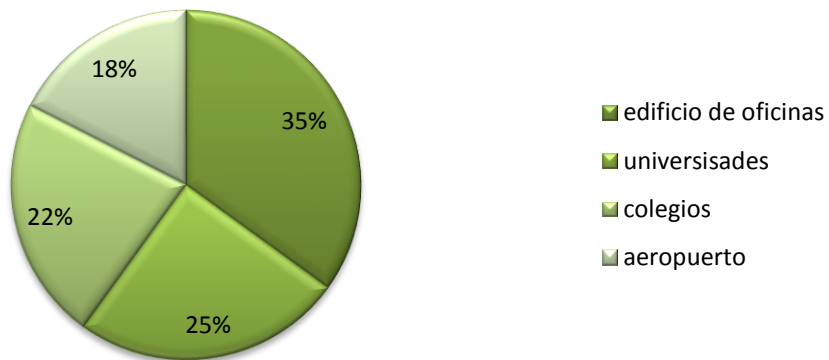
Pregunta 6
¿Con qué frecuencia utiliza maquinas expendedora de comida?



Pregunta 7
¿Qué productos light le gustaría encontrar?

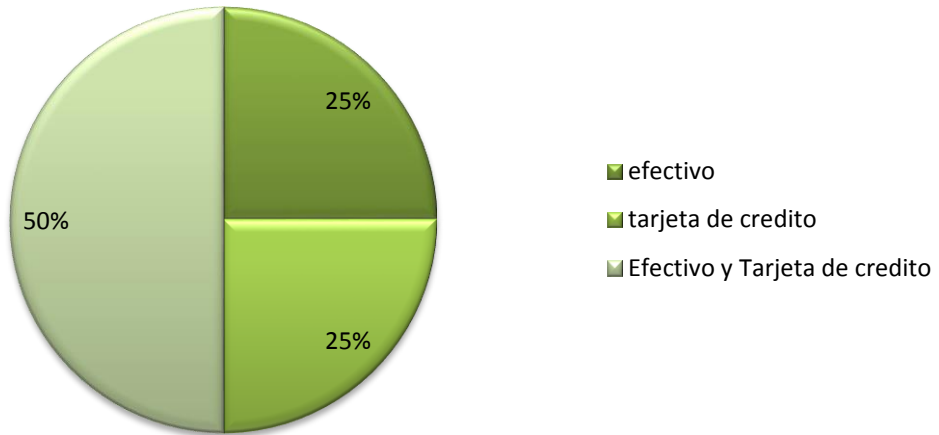


Pregunta 8
¿En dónde le gustaría que estuviera ubicada?



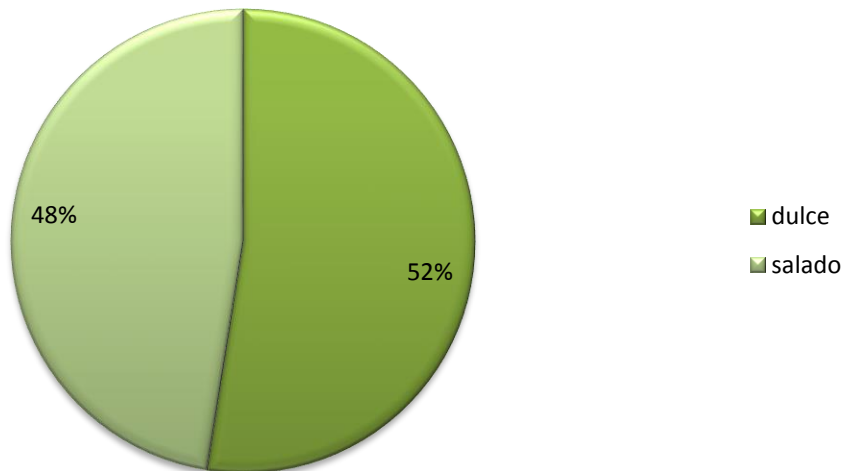
Pregunta 9

¿Qué forma de pago prefiere?

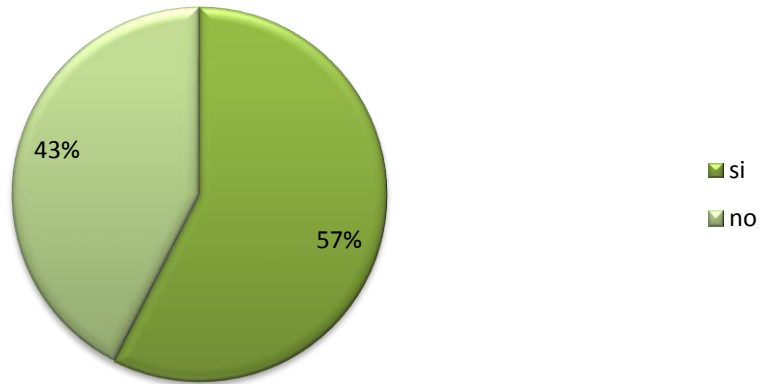


Pregunta 10

¿Prefiere la comida dulce o salada?



Pregunta 11
¿Cree que una de éstas maquinas pueda satisfacer sus necesidaes?



Pregunta 12
¿Utilizaria la maquina expendedora ?

