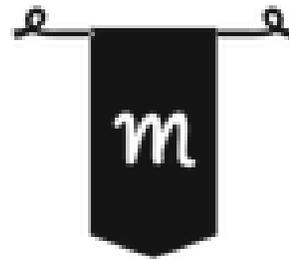


Universidad del
sureste



Plan de Negocios



Magic Cupcake

IRRESISTIBLE BY NATURE

Materia: Taller del Emprendedor

Integrantes:

Axel Guadalupe Ceballos Salas

Johary Guadalupe Ramos Aquino

Itzel Valeria Espinosa Saraus

Docente: Marco Gordillo

Índice

| | |
|--|----------|
| Introducción | 2 |
| Desarrollo | 3 |
| Nuestra historia | 4 |
| Estado actual de la empresa | 4 |
| Objetivos de la empresa | 4 |
| Equipo..... | 5 |
| Operaciones diarias | 5 |
| Conclusión | 6 |
| Referencias bibliográficas..... | 7 |

Introducción

El presente documento hablará sobre el plan de negocios que manejará nuestra empresa la cual lleva el nombre de Magic Cupcakes.

Una empresa de postres que tiene sede en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, la idea de este proyecto surge en febrero del 2020 en 3 jóvenes emprendedoras estudiantes del último año de la carrera de medicina.

Los objetivos de expansión se tienen estipulados en un lapso de 12 meses y poder llegar a varios estados de la República mexicana.

Llevar a todos los lugares que nos sean posibles nuestros sabores y diseños.

Se contará con una excelente calidad en productos y accesibilidad en precios, así como una buena exposición de Marketing.

Ha diferencia de otras casas de postres se contará con la opción de que nuestros clientes puedan elegir cómo serán elaborados nuestros productos así la creatividad será expresada y llegue al paladar de cada consumidor.

Como empresa esperamos cumplir cada uno de los objetivos propuestos en el tiempo planeado, generar los ingresos estipulados y cumplir las necesidades de cada área de nuestra empresa.

Cada área cuenta con un responsable para cumplir las actividades señaladas.

Desarrollo

Magic Cupcake es una empresa de postres con sede en Tuxtla Gutiérrez, que en la actualidad se centra en la producción de Cup cakes, Fundada por Johary Ramos Aquino - emprendedor en serie, es un dúo que quieren implementar el arte de la repostería.

Actualmente se venden los productos a través de pedido online. La empresa proyecta vender más de \$10000 en un año y planean alcanzad \$40000 en 3 años. Los planes de expansión incluyen el establecimiento de relaciones de distribución y manufactura en Otros estados de la República, donde tienen como objetivo lograr una mayor penetración en el mercado. Pérez Soto, José Manuel. Business plan: más allá del presupuesto. Barcelona: Gestión y Planificación Integral,

Con un énfasis en vender de manera amigable al público en general. Magic Cupcake encontró que los consumidores poseen una media de 4 cupcakes y el producto es de su agrado. Tomando en cuenta que la compañía se enfoca en ofrecer diseños que proporcionen atractivo visual. Para aprovechar aún más esta idea, La empresa da la opción de los clientes puedan solicitar o puedan escoger sabores.

De inicio, su estrategia de marketing tendrá enfoques analíticos, además del uso de medios como Instagram, Facebook, Twitter y. El contenido generado por el usuario y el compromiso será clave para sus páginas de productos, que deben incluir fotos de Instagram y así promover el orgullo que los clientes tienen por los productos.

La compañía ha conseguido financiamiento gracias a las familias fundadoras, junto con algo de inversión privada.

Nuestra historia

Magic Cupcake es una empresa de postres localizada en Chiapas, enfocada en poner a la venta Cupcakes. Fundada por Johary Ramos Aquino y socias Axel Ceballos Salas y Valeria Espinoza Saraus en febrero del 2020 pasado de operar en la cocina de la casa de Johary a lanzar con gran aceptación la tienda.

La visión de Magic Cupcake es sencilla, son postres que se fabrican desde una cocina, creado con la intención de ofrecer postres para satisfacer el paladar. Para lograr una gran visión, la empresa se compromete a proporcionar el mejor servicio al cliente, además de trabajar con los mejores productos de calidad en la elaboración de cada uno.

Finch, Brian. Como desarrollar un plan de negocios. Barcelona: Genisa, 2002. 174p. (HD30.28.F5E).

Estado actual de la empresa

Magic Cupcake opera desde febrero del 2020 y opera en asociación entre Johary, Axel y Valeria Todas las acciones de la empresa se llevan a cabo en alianza estratégica. Desde el abastecimiento, la fabricación y la venta de productos desde el sótano la cocina de Johary hasta la fabricación en la tienda física

Objetivos de la empresa

Fase 1 (dentro de 9 meses)

- Incrementar las ventas en un 30 % para final de año a través de contactos con influencers y tácticas de marketing en redes sociales
- Generar alianzas con 3 casa de postres que compartan los valores de la marca y funcionen como canales de distribución
- Incrementar presencia online en Facebook, Twitter, Instagram y Pinterest en un 30%

Fase 2 (dentro de 12 meses)

- Crear alianzas estratégicas con casas de postres que funcionen como canal de distribución en el área
- Crear alianzas estratégicas con otros estados de la República y sus alrededores para tener oportunidades de producción y operación.
- “Desde la estrategia al plan de acción anual en la empresa: una propuesta”. En Alta Dirección, Año 40, No.237, Mayo 2004, p.17-25.

Equipo

- Johary Ramos es una estudiante de Medicina a punto de graduarse con conocimientos en el área de ventas y repostería.
- Axel Ceballos estudiante de medicina con conocimiento en el área de marketing y repostería.
- Valeria espinosa estudiante de medicina con conocimiento en área de diseño.

Operaciones diarias

Para nuestras operaciones del día a día, Magic Cupcake ha establecido varios puntos claves que garantizan la calidad de la demanda de nuestros productos.

Pérez Soto, José Manuel. Business plan: más allá del presupuesto. Barcelona: Gestión y Planificación Integral.

Conclusión

En el plan de negocios presentado por la empresa Cupcake Magic queremos dar a conocer la forma de laborar de nuestro proyecto empresarial.

En general se dan a conocer los objetivos y enfoques financieros que se desean alcanzar en el lapso de tiempo marcado.

Se hace mención del inicio del proyecto, fundadoras, se busca la expansión a otras zonas de la República para llegar a más lugares con nuestros diseños y sabores.

Para la elaboración de dicho documento nos basamos en las referencias certificadas, las cuales quedarán anexadas para consulta.

Referencias bibliográficas

“Desde la estrategia al plan de acción anual en la empresa: una propuesta”. En Alta Dirección, Año 40, No.237, Mayo 2004, p.17-25.

Finch, Brian. Como desarrollar un plan de negocios. Barcelona: Gedisa, 2002. 174p

Pérez Soto, José Manuel. Business plan: más allá del presupuesto. Barcelona: Gestión y Planificación Integral, 1994. 138p. (VID 100).