



Mi Universidad

Nombre del Alumno: Alma Azucena Claudio González

Parcial: III

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Diaz

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 9

Índice

	Pág.
1. Eslogan.....	2
2. Descripción de la empresa.....	2
3. Localización.....	3
4. Redes sociales.....	3
5. Justificación.....	3
6. Misión.....	3
7. Visión.....	3
8. Valores.....	4
9. Propuesta de valor.....	4
10.FODA.....	4
11.Objetivos.....	5
12.Segmento del mercado.....	5
13.Características del segmento del mercado.....	5
14.Consumo mensual aparente.....	6
15.Encuesta.....	6
16.Conclusión.....	13
17.Organigrama.....	13
18.Responsabilidades.....	14
19.Bibliografía.....	15

Gomilolas



1. Eslogan

Buenas gomitas, buena vida.

2. Descripción de la empresa

Somos una empresa dedicada a la venta de gomitas de diferentes formas, sabores y tamaños caracterizadas por su personalización de cada uno de los pedidos acompañadas de un toque especial de chamoy que podrás armar con nuestra variedad de toppings.

Toppings:

1. Miguelito
2. Tajin
3. Sabritas (al gusto)
4. Tamborcitos
5. Pica fresa
6. Salsa picante

Tamaños

- Sencillo.....Un tipo de gomita
- Doble.....Dos tipos de gomitas
- Triple.....Tres tipos de gomitas
- Especial.....Los que guste

3. Localización

Estamos ubicados en el parque central a una cuadra de la iglesia del Calvario, en la esquina de la primera calle norte poniente y primera avenida poniente

Local #25 color rojo.

4. Redes sociales



Gomilolas



@gomilo_las

5. Justificación

Hoy en día una empresa de gomitas produce una alta demanda en el mercado ya que los niños y los adolescentes son los mayores consumidores de estas. Lo que hace que nuestro producto sea la mejor elección ante las demás empresas de gomitas son las diversas presentaciones llamativas y únicas.

6. Misión

Comercializar productos de gomitas de diversos colores, tamaños y sabores superando las expectativas y gustos de nuestros clientes, mediante la innovación, calidad y diversificación y la prestación de un servicio de primera clase.

7. Visión

Consolidar y posicionar a la empresa en la localidad distinguiéndola de los demás por su alta variedad y calidad de productos.

8. Valores

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Honestidad
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Compromiso
- ✓ Confianza
- ✓ Humildad
- ✓ Respeto
- ✓ Honradez

9. Propuesta de valor

La empresa planea y busca que los clientes disfruten y se beneficien del producto, esperamos que el producto cumpla con las cualidades de una buena gomita y que satisfaga a los clientes de tal manera que se den cuenta el por qué nuestras gomitas son mejores que muchas otras, sin contar que también veremos por su economía, debido a que la confianza entre la empresa y los clientes es sumamente importante.

10.FODA

Fortalezas

- Utilización de materiales económicos y accesibles.
- No se necesita mucho personal.
- Excelente calidad en el producto.
- Precios accesibles.
- Creatividad.
- Buena atención al cliente

Oportunidades

- Lograr captar la atención del cliente por medio de campañas publicitarias
- El producto es novedoso.
- Poca competencia directa en cuanto a la calidad.
- Calidad en productos.

Debilidades

- Poca experiencia en el campo laboral.
- Aumento de costos de materia prima.
- Ser nuevos en el mercado.
- Facilidad de imitación de nuestro producto.
- Dependencia de proveedores.

Amenazas

- Pérdida de clientes y proveedores importantes.
- Carencia de interés en los consumidores.
- Competidores nuevos.
- Los competidores tienen una publicidad más avanzada.

11. Objetivos

- ✓ *Corto plazo*: Ser reconocidos en el mercado por la calidad del producto.
- ✓ *Mediano plazo*: Posibilidad de ampliar el local a la demanda positiva del producto.
- ✓ *Largo plazo*: Expandir y ser reconocidos a nivel estatal.

12. Segmento del mercado

En el corto plazo el segmento del mercado elegido es del municipio de Comitán de Domínguez, cuya edad fluctúa entre 5 a 25 años; 18.54% son mujeres y en hombres entre 5 a 19 años; 14.27%.

Hombres (23,614), Mujeres (30,796)

13. Características del segmento del mercado

- Personas que le gusten los dulces.
- Niños y adolescentes.
- Personas que recurren al centro.
- Personas que le gusten las gomitas enchiladas.

- Personas con preferencias por precios bajos.

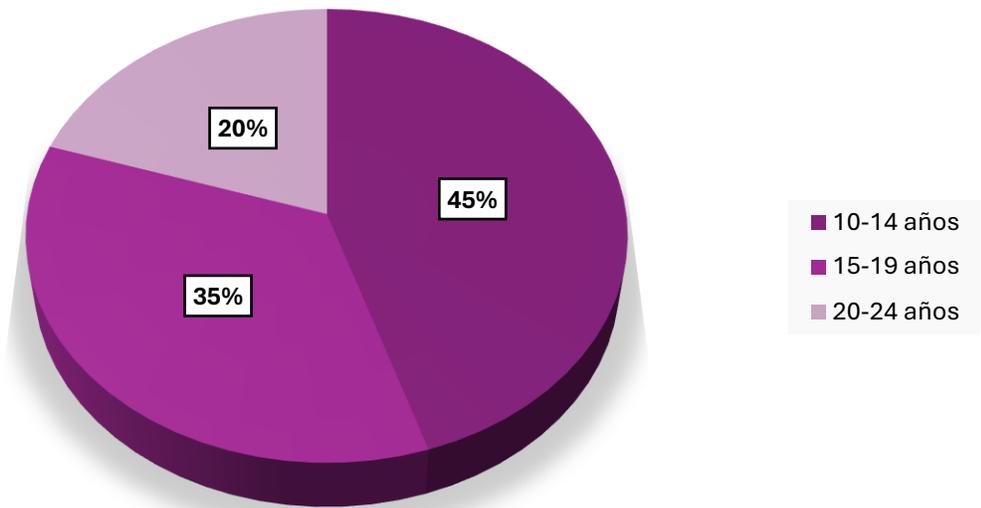
Consumo aparente			
1 vez por semana	15,050	4	60,200
2 veces por semana	15,720	8	125,760
1 vez al mes	16,193	1	16,193
Ocasionalmente	7447		7447
	54,410		209,600

14. Cuestionario

- ¿En que rango de edad te encuentras?
 - 10-14 años
 - 15-19 años
 - 20-24 años
- ¿Te gustan las gomitas?
 - Si
 - No
- ¿Con que frecuencia consumes gomitas?
 - 2 a 3 veces por semana
 - 1 vez a la semana
 - 1 vez al mes
- ¿Qué tipo de gomitas prefieres?
 - Enchiladas
 - Dulces
 - Ácidas
- ¿Te gustaría agregarle toppings?
 - Si
 - No
- ¿Qué toppings te gustarían?
 - Chamoy, miguelito
 - Sabrita, skwinkles

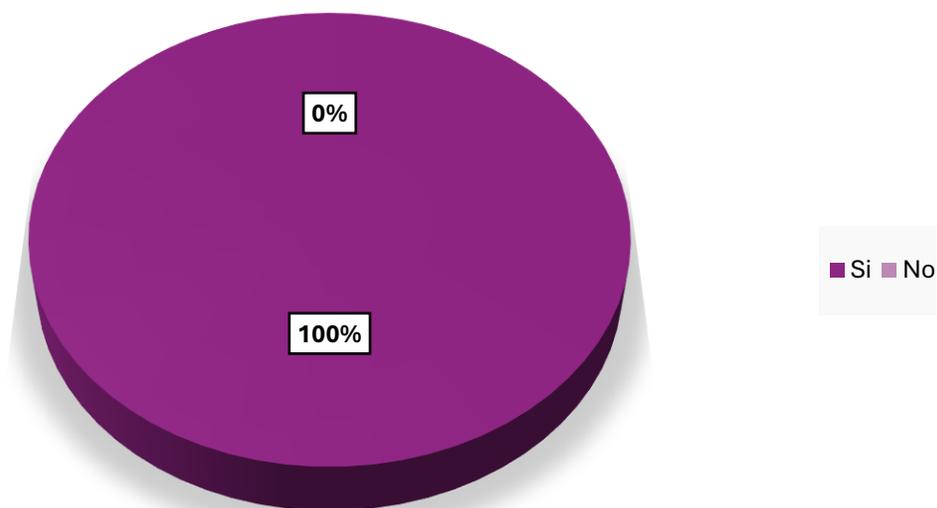
- c) Salsa, tajín
 - d) Ninguno
7. ¿Cómo te gustaría que se sirviera?
- a) Vaso
 - b) Charola
 - c) Bolsa
8. ¿Te gustaría que tuviéramos servicio para eventos?
- a) Si
 - b) No
9. ¿Te gustaría que contáramos con servicio a domicilio?
- a) Si
 - b) No
10. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar?
- a) 100gr. (solo gomitas) \$20
 - b) 100gr. (1 topping) \$30
 - c) 100gr. (2 topping) \$40
 - d) 100gr. (2 topping + sabrita) \$60

¿En qué rango de edad te encuentras?



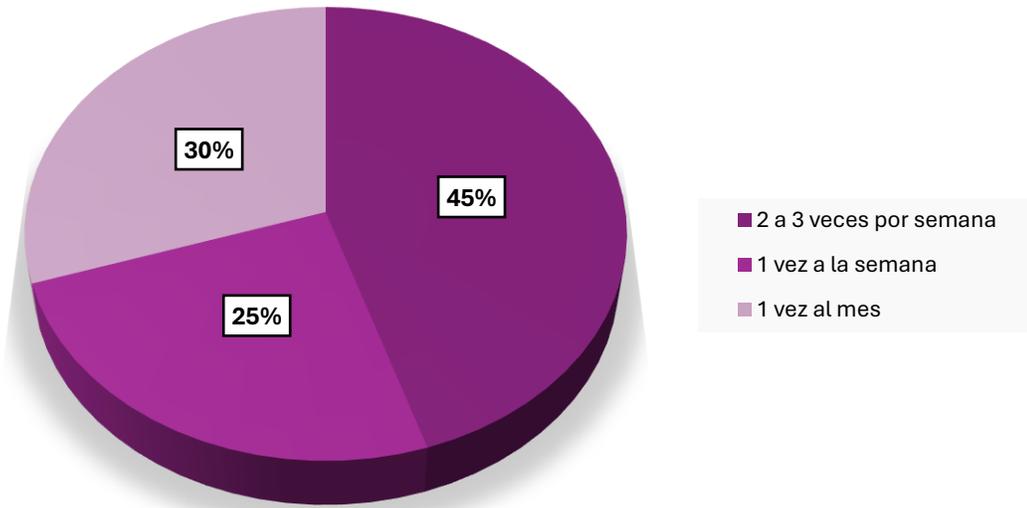
En la gráfica se observa que entre 10-14 años es la edad que predomina en la encuesta con un 45%, el 35% es de 15-19 años y con un 20% la edad entre 20-24 años.

¿Te gustan las gomitas?



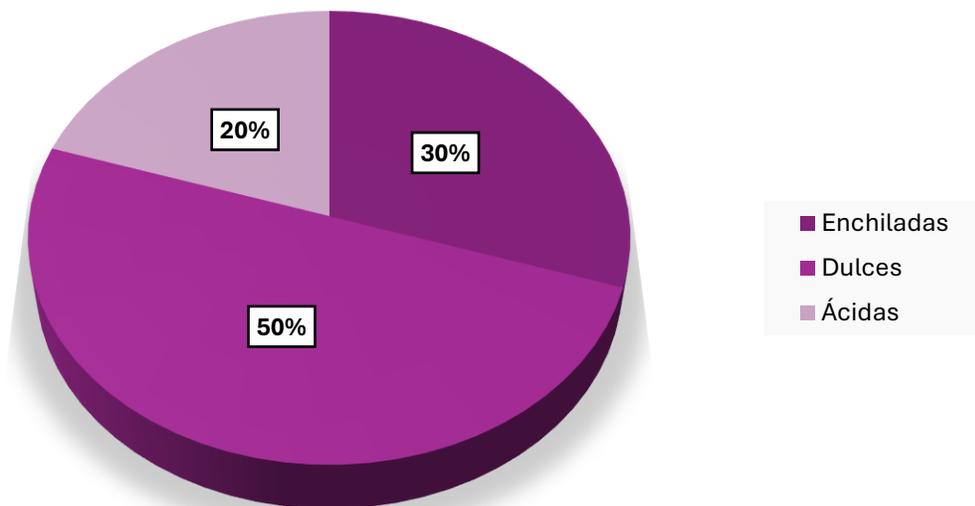
En la gráfica anterior de las 20 personas encuestadas a todas les gusta las gomitas.

¿Con que frecuencia consumes gomitas?



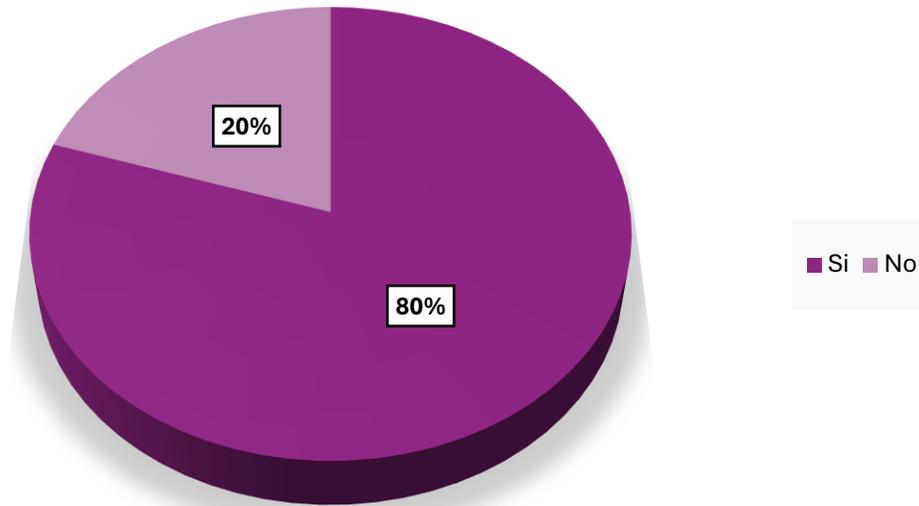
De la ilustración anterior se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas consumen gomitas de 2 a 3 veces en la semana que corresponden al 45%, el 30% 1 vez al mes y el 25% 1 vez a la semana.

¿Qué tipo de gomitas prefieres?



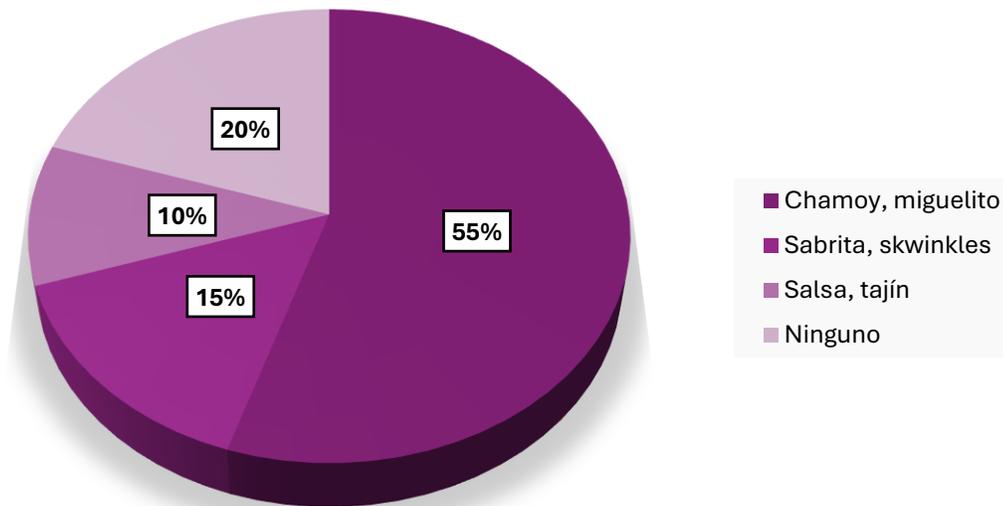
Se puede observar en la grafica que el 50% de las personas tienen preferencia por las gomitas dulces, el 30% por enchiladas y el 20% por las gomitas ácidas.

¿Te gustaria agregarle toppings



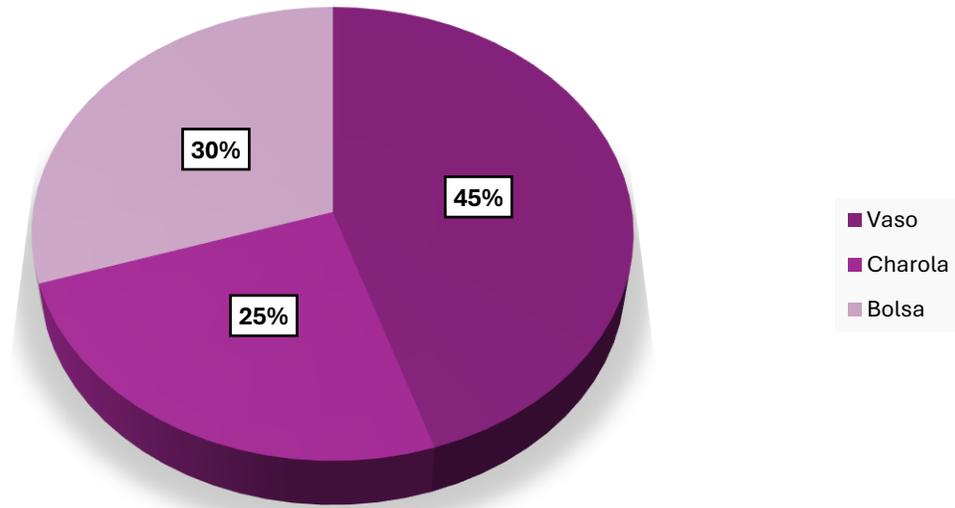
En la grafica anterior el 80% de las personas desean agregarle toppings y el 20% restante no quiere.

¿Qué toppings te gustarian?



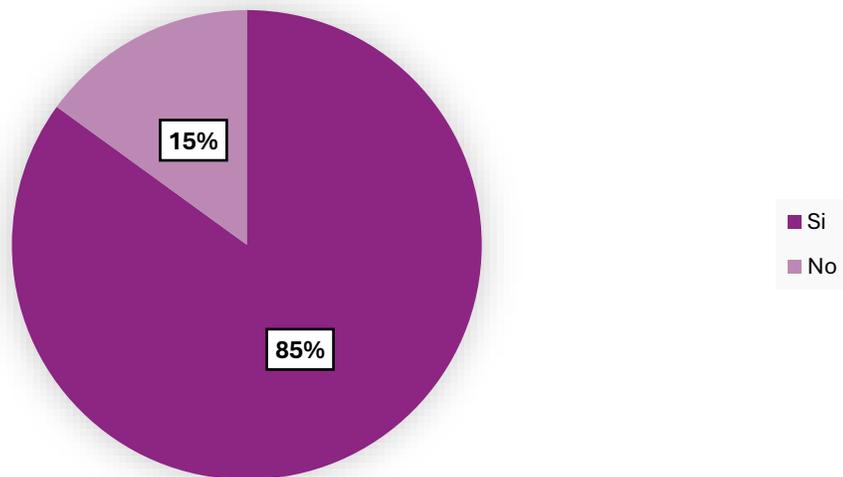
El la grafica ilustrada anteriormente se observa que el 55% prefieren agregarle chamoy y miguelito como topping a las gomitas, el 15% sabritas y skwinkles, el 20% refiere no agregarle nada y el 10% salsa y tajín.

¿Cómo te gustaría que se sirviera?



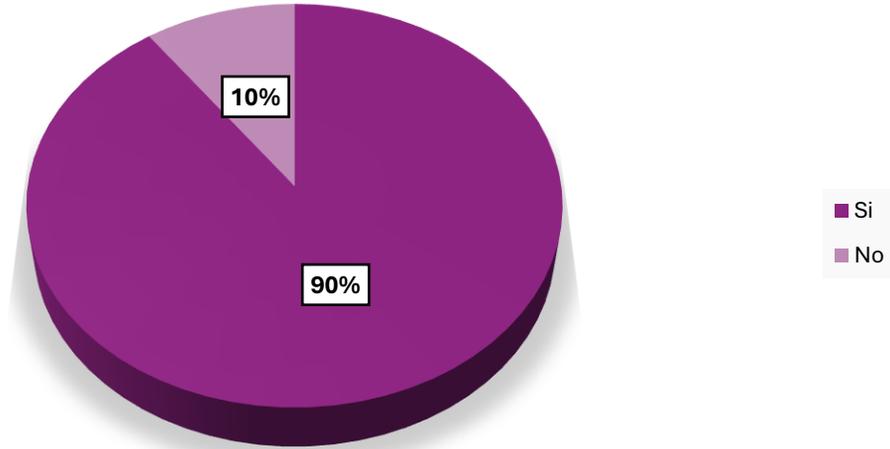
Se observa que el 45% de las personas prefieren sus gomitas en vaso, el 30% en bolsa y por último el 25% en charola.

¿Te gustaría que tuviéramos servicio para eventos?



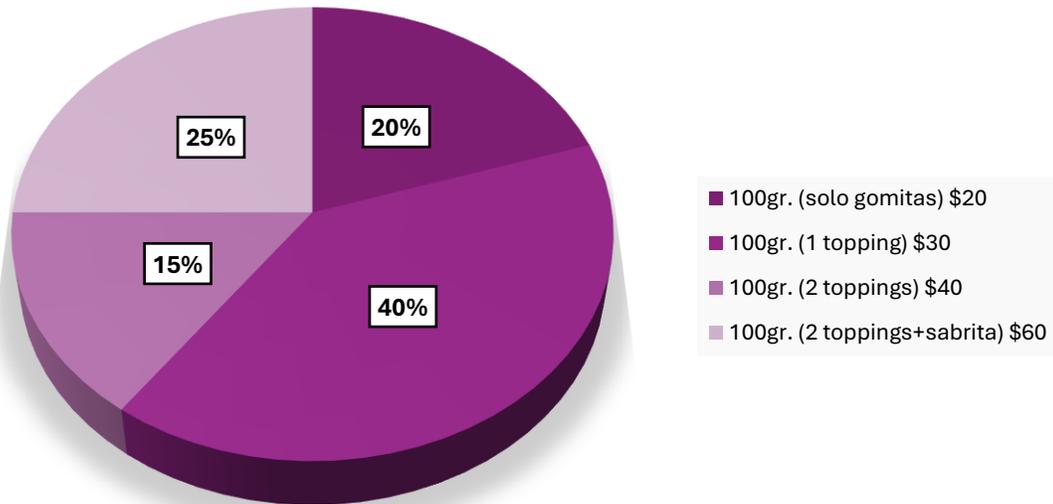
En la grafica se observa que el 85% de las personas les gustaría que contáramos con servicio para eventos y el 15% no.

¿Te gustaría que contáramos con servicio a domicilio?



El 90% de las personas encuestadas les gustaría que contáramos con servicio a domicilio y el 10% no.

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar?



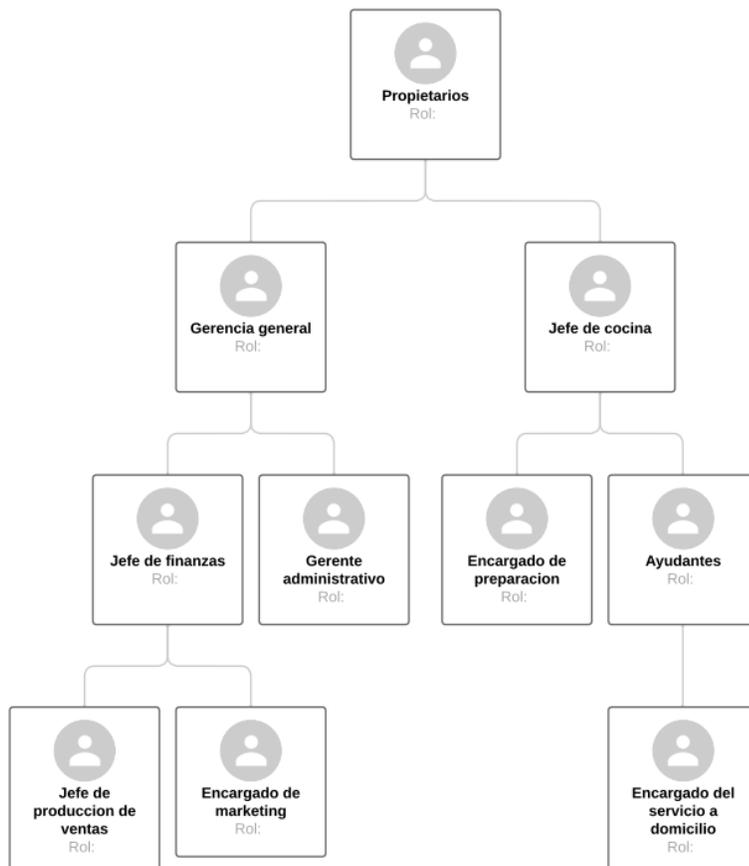
El 40% de las personas pagarían \$30 por las gomitas con 1 topping, el 25% pagaría \$50 por 2 toppings+sabrita, el 20% pagaría por \$20 solo por las gomitas, y el 15% pagaría por 2 toppings \$40.

15. Conclusión

Como conclusión al realizar un proyecto enfocada al emprendimiento, nos damos cuenta de que no solo es pensar en la inversión, sino que hay todo un seguimiento para poder establecer un negocio dependiendo de lo que se planea emprender. Los negocios necesitan de tener una visión, valores, tener conocimiento sobre su mercado, realizar un análisis FODA aunque no lo parezca es de gran importancia esta herramienta para conocer ya sea el equipo de trabajo, el mercado incluso el lugar donde se desea tener un negocio.

El tener objetivos a corto plazo son relevantes para tener el entusiasmo de conseguirlos ya que son los que mas pronto se lograran, y así con la de mediano y largo plazo.

16. Organigrama



17. Responsabilidades

Descripción de puestos dentro de la organización.

- ✓ **Propietarios:** Son la mayor persona física que ejerce la acción de propiedad o dominio del activo.
- ✓ **Gerencia general:** Persona responsable legal de la empresa y en ese sentido deberá velar por el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten al negocio u operaciones de esta.
- ✓ **Jefe de finanzas:** Supervisa y se encarga del flujo de dinero y los activos que entran y salen de una empresa.
- ✓ **Gerente administrativo:** Encargado de colaborar con la dirección general en la supervisión y organización de las labores de cada departamento, y al utilizar los diferentes recursos que tienen a su disposición, pondrán en marcha una planeación estratégica que ayude a la empresa a alcanzar sus metas y objetivos.
- ✓ **Jefe de producción de ventas:** Encargado de dirigir el producto desde su concepción hasta su lanzamiento, lo mantiene y lo mejora.
- ✓ **Encargado de marketing:** Encargado de realizar un seguimiento y analizar el rendimiento de las campañas de publicidad, gestionar el presupuesto de marketing y garantizar que todo el material de marketing esté en consonancia con la identidad de nuestra marca.
- ✓ **Jefe de cocina:** Es la máxima representación de una cocina. Es la persona que ha de dirigir una cocina profesional y se encarga de administrar la brigada de cocina, debiendo tener la función de líder.
- ✓ **Encargado de preparación:** Responsable de la preparación de los alimentos y de dirigir el personal. Además, verifica la calidad de los ingredientes, crea menús y procura el cumplimiento de las normativas sanitarias.

- ✓ **Ayudantes:** Ayudan a los chefs o cocineros en la preparación de alimentos sencillos. Además, deben mantener la cocina y todos los utensilios de cocina limpios y ordenados.
- ✓ **Encargado del servicio a domicilio:** Persona encargada de realizar las entregas de las órdenes a domicilio.

18. Bibliografía

UDS. (2023). *UDS*. Recuperado el 07 de Julio de 2024, de UDS:
<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LEN/c35799364acd8c09bfa9e29f2c84c99-LC-LEN904%20TALLER%20DEL%20EMPREENDEDOR.pdf>