



Mi Universidad

REPORTE DE ACTIVIDAD

Nombre del Alumno: Claribet Vázquez Herrera.

Nombre del tema: Elaboración y desarrollo del plan de negocios.

Parcial: 1°.

Nombre de la Materia: Plan de negocios

Nombre del profesor: Ronal Salas Perez

Nombre de la Licenciatura: Contaduría Pública Y Finanzas.

Cuatrimestre: 7°

DESCRIPCION DE LA EMPRESA

RAZON SOCIAL

Propietario: Claribet Vázquez Herrera

Con nombre comercial: Pastelería “BOCADO DE AMOR”

Bocado de Amor nació el 30 de septiembre del 2024, Ubicada en Frontera Comalapa, sus instalaciones son completamente limpias y acorde al giro de nuestra empresa. Contamos con todos los instrumentos para llevar a cabo todos los procesos de nuestros alimentos y bajo todas las reglas de salubridad.

Sus diferentes pasteles en diferentes estilos y presentaciones nos distinguen además de tener una gran variedad de postres (Dulces y salados) que se han catalogado como los favoritos de los clientes, quienes buscan la pastelería por sus excelentes productos y por su buen servicio.

DESCRIPCION GENERAL DE LA EMPRESA.

Esta empresa es un establecimiento comercial donde se elaboran y venden pasteles, pastas y otros dulces.

Donde se preparan una amplia variedad de productos, como pasteles, galletas, empanadas, pan, etc. siguiendo recetas tradicionales y modernas. Crear postres nuevos e interesantes para renovar nuestros menús y mantener el interés de los clientes. Decorar los pasteles utilizando diferentes glaseados, coberturas, etc.

Engloba a todos aquellos profesionales que se dedican a la elaboración de recetas tanto dulces como salados.

Realiza los pedidos de los ingredientes necesarios para la elaboración de los postres. Recibe los pedidos y los distribuye convenientemente entre el congelador, la despensa y la cocina.

MISION

Es proteger a nuestro consumidor brindándole productos de la mayor calidad posible, con productos frescos y de primera calidad y sobre todo a un precio justo y razonable, para lograr esto, trabajamos arduamente diariamente tratando de perfeccionar nuestras técnicas e irnos innovando conforme el paso del tiempo, claro, como siempre tomando en cuenta cada opinión y detalle que el cliente nos hace saber, y entregarle al 100% su expectativa acerca de lo que quiere recibir. También nos aseguramos ofrecer una excelente atención al cliente teniendo una máxima eficiencia a la hora de elaborar cada producto.

VISION

Nos enfocamos en superar cada día nuestros propios estándares, esto teniendo como consecuencia el superar cada día los diseños, e innovarnos en sabores, procesos y presentaciones, con el fin de poder llegar a más lugares del municipio de frontera comalapa a poner en tentación a nuestro público consumidor, siempre comprometidos con el bienestar de cada persona que consume nuestros productos.

OBJETIVOS GENERALES

- ✓ Lograr un producto de calidad.
- ✓ Cumplir con las 3B (bueno, bonito y barato).
- ✓ Perfeccionar cada vez nuestras técnicas.
- ✓ Mejorar con nuestros diseños y presentaciones.
- ✓ Expansión y abarcar una segunda sucursal.
- ✓ Cumplir con todas las normas en higiene.
- ✓ Satisfacer a nuestra comunidad de consumidores.
- ✓ Ofrecer excelente atención al cliente.
- ✓ Cumplir en tiempo y forma con cada pedido.
- ✓ Superar la expectativa del cliente en su pedido.

FACTORES CLAVES DE ÉXITO

- Plan de negocios: Es importante tener un plan de negocios bien elaborado.
- Calidad: Ofrecer productos de calidad es fundamental.
- Estética: El local debe tener una estética cuidada.
- Organización: Es necesario planificar el proceso y la organización.
- Publicidad: Invierte en publicidad.
- Electrodomésticos: Es necesario invertir en hornos, amasadoras, cámaras frigoríficas y otros electrodomésticos.
- Normativas higiénicas: El local debe cumplir con las normativas higiénicas.
- Espacio de exposición: El local debe tener un espacio adecuado para la exposición y venta de los productos.
- Ingredientes y utensilios: Es importante planificar y asegurar que se cuenten con los ingredientes y utensilios necesarios.
- Equipo: Es importante contar con equipo que ayude a minimizar costos.

ANALISIS FODA

Puntos fuertes:

Ofrecemos degustaciones y muestras gratuitas.

Creamos un escaparate atractivo.

Organizamos eventos especiales.

Utilizamos las redes sociales.

Cumplimos con todas las normas sanitarias que pide salubridad.

Tenemos precios accesibles.

Nos adaptamos para cualquier tipo de presupuesto sin bajar la calidad de nuestros productos.

Contamos con trabajadores aptamente calificados en el área.

Trabajamos con productos de la más alta calidad.

Puntos débiles:

Ubicación de la pastelería, Ya que esta ubicada en zona centro de frontera Comalapa, y es la menos transitada cuando hay amenazas de riesgo.

Oportunidades de la empresa:

Organizar talleres para enseñar a hacer alguna de nuestras técnicas.

Ofrecer una variedad de productos, como postres dulces, salados, bombonería, etc.

Diversificar la oferta con servicios de cafetería o un área de degustación.

Apostar por la calidad, la atención personalizada y el conocimiento del mercado.

Utilizar las nuevas tecnologías junto con lo artesanal.

Amenazas de la empresa:

Malas críticas en redes sociales

Espera prolongada para ser atendido.

Costos de energéticos.

Inflación.

Costos crecientes de insumos.

Riesgos de accidentes, (como: Caídas, Atrapamientos, Cortes, Golpes, Contactos eléctricos, Quemaduras, Ruidos, Sobreesfuerzos.)

MERCADOTECNIA E IMAGEN

Hemos implementado estas estrategias, pensando en las necesidades, deseos y demandas tanto de nuestra pastelería como la de nuestros clientes:

- Trabajamos y creamos nuestra propia marca.
- Creamos nuestras propias redes sociales y estamos activos.
- Realizamos publicidad digital.
- Implementamos inbound marketing.
- Ofertas y promociones únicas.
- Compartimos la experiencia. (Enseñamos quién está detrás de los productos, hablamos de nosotros, de nuestros sueños y objetivos, y contamos la historia de nuestro proyecto.)
- Creamos un escaparate atractivo.
- Nos centramos en la presentación visual.
- Creamos un extenso menú.



INVESTIGACION DE MERCADOS

Nuestro objetivo es comprender las tendencias del mercado, las preferencias de los consumidores y la competencia, para que la empresa pueda tomar decisiones informadas.

Preferencias del consumidor: comprendimos las preferencias del consumidor, comprendimos lo que los consumidores quieren y requieren es crucial para el éxito de nuestra empresa.

Indicadores de mercado: entendimos que el mercado está en constante cambio y con frecuencia surgen nuevas tendencias. Siempre estamos más actualizados en la industria, incluimos las tendencias emergentes como la creciente demanda de pasteles veganos y sin gluten.

Análisis competitivo: Comprendimos el panorama competitivo, como por ejemplo los actores clave, sus estrategias de precios y las percepciones de los consumidores sobre sus marcas.

Desarrollo de productos: Desarrollamos variedades de pasteles que los consumidores desean, sus ingredientes y sabores preferidos y sus preferencias de empaque. Desarrollamos productos de bollería novedosos que satisfagan las preferencias de los consumidores.

Principales impulsores:

Salud y Bienestar – Elaboramos nuestros productos con ingredientes orgánicos y no transgénicos.

Conveniencia – nuestros productos son cómodos y sencillos de consumir.

Localización –reducimos el impacto ambiental del transporte.

Innovación - estamos en continua evolución y la demanda de productos de postres nuevos e innovadores está creciendo.

ANALISIS DE MERCADO

1) Consumidor:

Los principales consumidores de pastelería son las mujeres y las personas de 50 años o más. 7 de cada 10 familias mexicanas consumen pastelillos industrializados

2) Oferta:

Ofrecemos una gran cantidad de productos que se ponen a la venta, como, por ejemplo: pays, pasteles, choco flanes, flanes napolitanos, etc. Utilizando siempre nuestros productos de alta calidad y cubriendo todas las reglas salubres.

3) Demanda:

El consumidor quiere combinar salud y placer, tratan de descubrir nuevos sabores y texturas.