



NOMBRE DEL ALUMNO:

- Liliana Tomas Morales
- Yarix Karina Escobar González.

TEMA: Proyecto final

MATERIA: Taller del emprendedor

NOMBRE DEL PROFESOR: Lic. Juan Manuel Jaime Díaz

LICENCIATURA: Enfermería

Noveno cuatrimestre, Grupo "B", Tercer parcial

Índice

Descripción de la empresa	4
Ubicación.....	5
Justificación.....	5
Misión, vision y valores.....	7
FODA	8
Objetivos	9
Metas a Corto Plazo (0-6 meses)	9
Metas a Mediano Plazo (6 meses - 2 años).....	9
Metas a Largo Plazo (2 - 5 años o más)	10
Segmento del mercado	11
Características del segmento del mercado.....	11
Consumo aparente para postres karli	12
Encuesta	13
Conclusión.....	15
Organigrama	20
Responsabilidades	21
Bibliografía	23

REPOSTERIA



Karli

AUTENTICOS SABORES

Una gotita de dulzuna

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Postres Karli es una pequeña empresa dedicada a ofrecer su variedad de servicio a los clientes, para alguna ocasión especial como:

- Bodas
- XV años
- Graduación
- Fiestas infantiles o evento que se presente.

Le ofrece una gran variedad de productos:

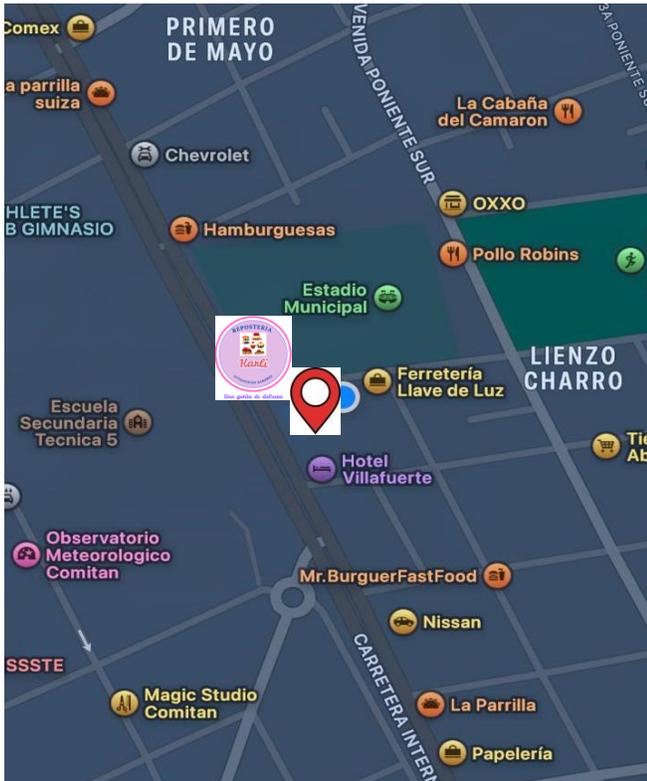
- Pasteles (variedad de sabores).
- Cupcakes
- Postres como:
- Flanes
- Cheesecakes
- Trifle
- Mini-muffins
- Crepas
- Pay de queso
- Gelatinas (mosaico).

Contamos con todo tipo de decorado, personajes infantiles, mascotas comerciales o cualquier otro diseño que pueda ser plasmado en un pastel. Nuestros diseños pueden ser dibujados, realzados o con figurines. También podemos decorar tu pastel con flores naturales, flores artificiales, obleas con diseños personalizados, entre otras cosas más.

UBICACIÓN

Repostería Karli se encuentra ubicado en la calle sur poniente, calle 17, al lado del estadio municipal, Comitán de Domínguez Chiapas.

Para conocer y saber más acerca de nuestros productos puede buscar nuestras páginas oficiales que se le mostrara.



Repostería Karli



Reposteriakarlioficial

JUSTIFICACIÓN

Al realizar este proyecto en equipo pensamos con anticipación en sus beneficios, por el deseo de presentar al público lo mejor en nuestra repostería. Tomando en cuenta que la repostería son productos que la mayoría de las personas la consume y adquiere. La repostería representa un sector en constante crecimiento dentro de la industria alimentaria, impulsado por la demanda de productos artesanales, personalizados y de alta calidad, la creciente preferencia por alimentos que combinan sabor, presentación y frescura, así como el aumento de celebraciones personales y eventos sociales, hacen de este rubro una oportunidad atractiva y sostenible.

Con la elaboración de este proyecto buscamos satisfacer la necesidad de la comunidad por productos de repostería frescos, creativos y accesibles, ofreciendo una alternativa local frente a opciones industriales o cadenas de producción masiva. Además, se promueve el consumo de ingredientes naturales y la producción responsable, adaptándose a tendencias actuales como los productos sin gluten, veganos o con bajo contenido de azúcar.

La repostería también tiene un valor cultural y emocional, ya que acompaña momentos significativos en la vida de las personas: cumpleaños, aniversarios, bodas, logros y celebraciones familiares. Por tanto, el proyecto no solo responde a una necesidad económica, sino también a un componente afectivo y tradicional.

MISIÓN

Como creadoras de repostería nos enfocamos en satisfacer el paladar y el gusto, brindándoles productos saludables y de alta calidad, elaborados con ingredientes frescos y naturales, que deleiten los sentidos y creen momentos especiales para nuestros clientes. Nos esforzamos por brindar un servicio cálido y personalizado, promoviendo el amor por lo dulce y el arte de la repostería.

VISIÓN

Ser una repostería reconocida a nivel local y regional por nuestra alta calidad de productos, creatividad, sabor y compromiso con la excelencia, convirtiéndonos en la primera opción para quienes buscan experiencias dulces únicas y memorables.

VALORES

Nuestra calidad de servicio está fundamentada en los siguientes valores:

- Calidad
- Honestidad
- Innovación
- Pasión
- Compromiso
- Trabajo en equipo

FODA

<p style="text-align: center;">Fortaleza</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos artesanales y frescos, con ingredientes de calidad. • Recetas originales o diferenciadas, como opciones veganas, sin gluten o temáticas. • Pasión y compromiso del equipo, lo que suele reflejarse en la atención al cliente y la calidad. • Flexibilidad y adaptabilidad, al ser un negocio nuevo se pueden ajustar fácilmente procesos y productos. • Presencia en redes sociales desde el inicio, permitiendo crear comunidad y atraer clientes. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencia creciente hacia el consumo de productos artesanales y locales. • Demanda de opciones personalizadas, como pasteles temáticos, mesas dulces o detalles para eventos. • Alianzas con cafeterías, tiendas o eventos locales. • Eventos estacionales o festividades, que pueden generar aumentos en las ventas. • Ventas online, para llegar a más clientes sin necesidad de tienda física.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de reconocimiento de marca, al ser un negocio nuevo. • Recursos financieros limitados para inversión en equipos, marketing o expansión. • Poca experiencia en gestión empresarial, si es el primer emprendimiento. • Dependencia de pocas personas, lo que puede afectar la producción en caso de enfermedad o imprevistos. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alta competencia, tanto de reposterías consolidadas como de opciones caseras o informales. • Aumentos en el costo de insumos, como azúcar, harina o energía. • Cambios en las regulaciones sanitarias o fiscales que afecten la producción o venta. • Cambios en los hábitos de consumo, como una menor frecuencia en salidas o celebraciones.

OBJETIVOS

Corto Plazo (0-6 meses)

- Establecer la identidad de marca
- Definir nombre, logo, colores y estilo visual coherente.
- Crear redes sociales y página web básica.
- Diseñar un menú atractivo y rentable
- Probar recetas, calcular costos y definir precios.
- Ofrecer opciones populares (pasteles, cupcakes, galletas, gelatinas) y diferenciarse con un producto estrella.
- Lograr visibilidad local
- Ofrecer promociones de apertura o muestras gratuitas.
- Definir procesos de producción, higiene y atención al cliente.
- Capacitar al personal (si aplica) o establecer rutinas de trabajo eficientes.

Mediano Plazo (6 meses - 2 años)

- Aumentar la base de clientes y fidelización
- Crear un programa de recompensas o lealtad.
- Expandir canales de venta
- Ofrecer pedidos por WhatsApp, sitio web o apps.
- Iniciar ventas a cafeterías, restaurantes o eventos.
- Desarrollar productos personalizados
- Diseñar pasteles y postres por encargo para bodas, cumpleaños, eventos corporativos.
- Optimizar la producción

Largo Plazo (2 - 5 años o más)

- Ubicada estratégicamente para aumentar visibilidad y ventas.
- Crear una marca reconocida regionalmente
- Diversificar la oferta
- Incluir línea saludable (sin azúcar, vegana, etc.).
- Automatizar y escalar el negocio.

SEGMENTO DEL MERCADO

En el corto plazo el segmento del mercado elegido es el de la población de Comitán de Domínguez, cuya edad fluctúa entre los 15-54 años, 27.29% son hombres y 31.15% son mujeres.

CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DEL MERCADO

- Personas que buscan una gran variedad de productos
- Personas que vayan a tener una fiesta
- Personas que quieran postres personalizadas
- Productos bajos en azúcares
- Personas que gusten degustar postres de calidad

CONSUMO APARENTE PARA POSTRES KARLI

El número de clientes potenciales es de 97,064

El consumo unitario aparente (por cliente) es de

- 7,064 personas lo consumirían 1 vez por semana
- 15,500 lo consumirían 2 veces por semana
- 50,500 lo consumirían 1 vez al mes
- 24,000 lo consumirían ocasionalmente

El consumo mensual aparente del mercado es de 226,856 porciones individuales

CONSUMO MENSUAL APARENTE			
1 vez por semana	7,064	4	28,356
2 veces por semana	15,500	8	124,000
1 vez al mes	50,500	1	50,500
Ocasionalmente	24,000		24,000
	97,064		226,856

ENCUESTA

1. ¿Cuál es tu rango de edad?
 - a) 15-24
 - b) 25-34
 - c) 35-44
 - d) 45 y más
2. ¿Te gusta los postres?
 - a) Si
 - b) Muy poco
 - c) No
3. ¿Con que frecuencia come usted un postre?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Muy poco
4. ¿Qué postre prefiere consumir?
 - a) Pastel
 - b) Cupcakes
 - c) Galletas
 - d) Postres individuales
 - e) Panes dulces
 - f) Otro: _____
5. ¿Con que frecuencia consume usted pasteles?
 - a) Más de una vez por semana
 - b) Solo una vez al mes
 - c) Una o dos veces al mes
 - d) Solo en ocasiones especiales

6. ¿En qué ocasión consume más los productos de una repostería?
 - a) Cumpleaños
 - b) Ocasiones especiales
 - c) Para obsequiar a otra persona
 - d) Cuando se me antoje
7. ¿Qué prefiere?
 - a) Postres dulces
 - b) Postres salados
8. De las cualidades de los postres ¿qué es lo que más valora?
 - a) Sabor
 - b) Diseño
9. ¿Por qué considera que es reconocida una repostería?
 - a) Buen sabor
 - b) Precios accesibles
 - c) Variedad de diseños
 - d) Buen servicio
10. ¿Cuánto estas dispuesto a pagar por un postre?
 - a) \$25-\$50
 - b) \$50-\$80
 - c) \$100 en adelante

CONCLUSIÓN

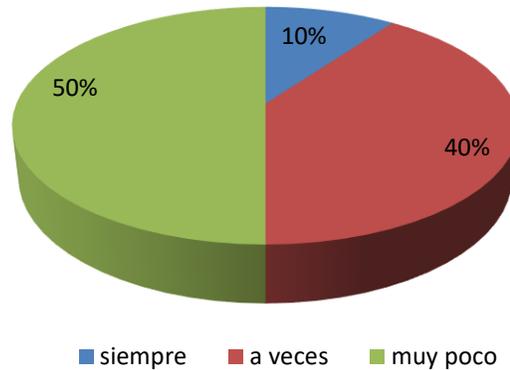


De las personas encuestadas el 40% tiene entre 25-34 años, el 30% tiene 15-24 años, el 20% menciona tener de 35-44 años y el otro 10% 45 años en adelante.



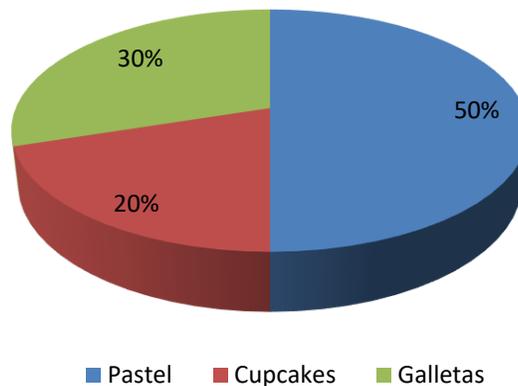
Con base a los datos recabados, el 50% de las personas encuestadas menciona que, si les gusta los postres, el 40% menciona que le gusta muy poco y el 10% menciona que no le gusta los postres.

Frecuencia en que come postre



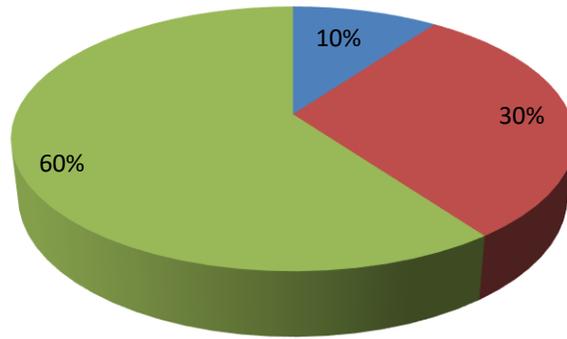
Se les pregunto a las personas encuestadas que con qué frecuencia comen postre a lo cual el 50% menciono que lo consume muy poco, el 40% a veces lo consume y el 10% dijo que siempre lo consume.

Postre preferido



Preguntamos acerca de cuál era su postre preferido a lo cual el 50% dijo que el pastel era su postre preferido, el 30% menciono que son galletas y el 20% prefiere los Cupcakes.

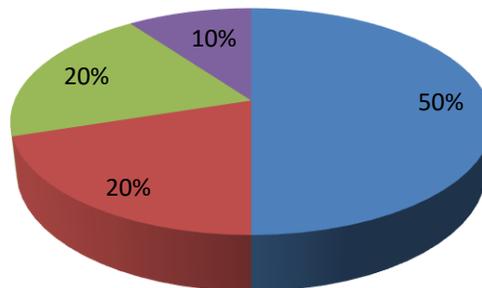
Frecuencia en la que consume pastel



■ Solo una vez al mes ■ Una o dos veces al mes ■ Solo en ocasiones especiales

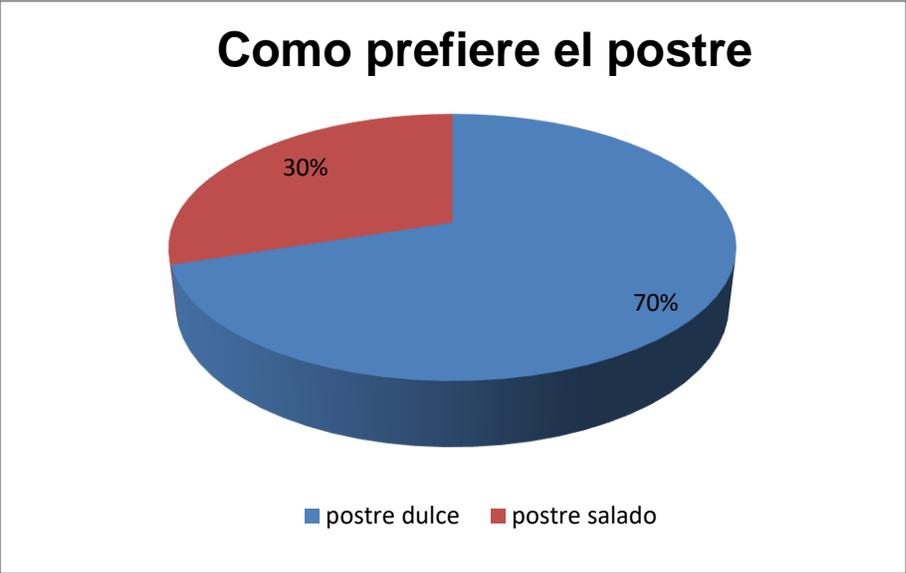
En la encuesta realizada se les pregunto con qué frecuencia consumen pastel en la cual el 60% lo consume solo en ocasiones especiales, el 30% una o dos veces al mes y el 10% solo una vez al mes.

Ocasión en que mas se consume el producto



■ Cumpleaños ■ Ocaciones especiales ■ Para obsequiar a otras personas ■ Cuando se me antoje

Se les pregunto a las personas en que ocasiones consumen más el producto y el 50% respondieron que, en cumpleaños, el 20% en ocasiones especiales, el otro 20% para obsequiar a otras personas y el resto que equivale al 10% lo consume cuando se les antoja.

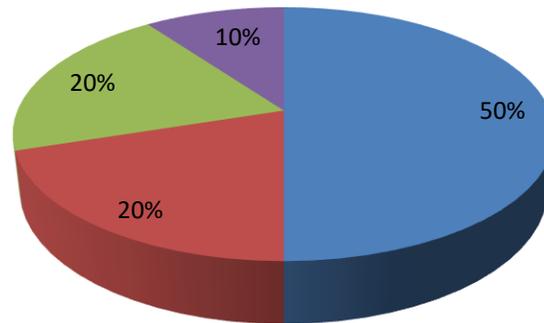


En la encuesta realizada se les pregunto cómo preferían el postre el 70% respondió que lo prefería dulce y el otro 30% dijo que lo preferían salado.



El 100% de las personas encuestadas mencionaron que la calidad que más valoran para consumir un postre es su sabor.

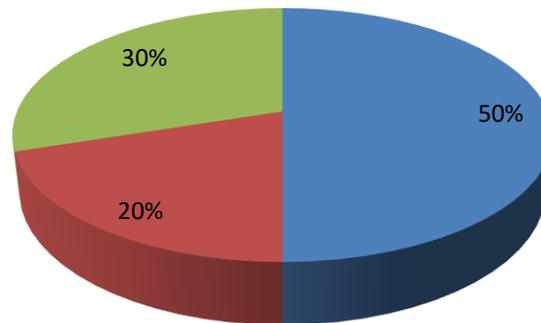
Porque considera que es reconocida una reposteria



■ Buen sabor ■ Precios accesibles ■ Variedad de diseños ■ Buen servicio

De las personas encuestadas el 50% consideran que una repostería es reconocida por su buen sabor, el 20% respondió que, por sus precios accesibles, el otro 20% dijo que por su variedad de diseño y el resto que equivale al 10% dijo que por su buen servicio.

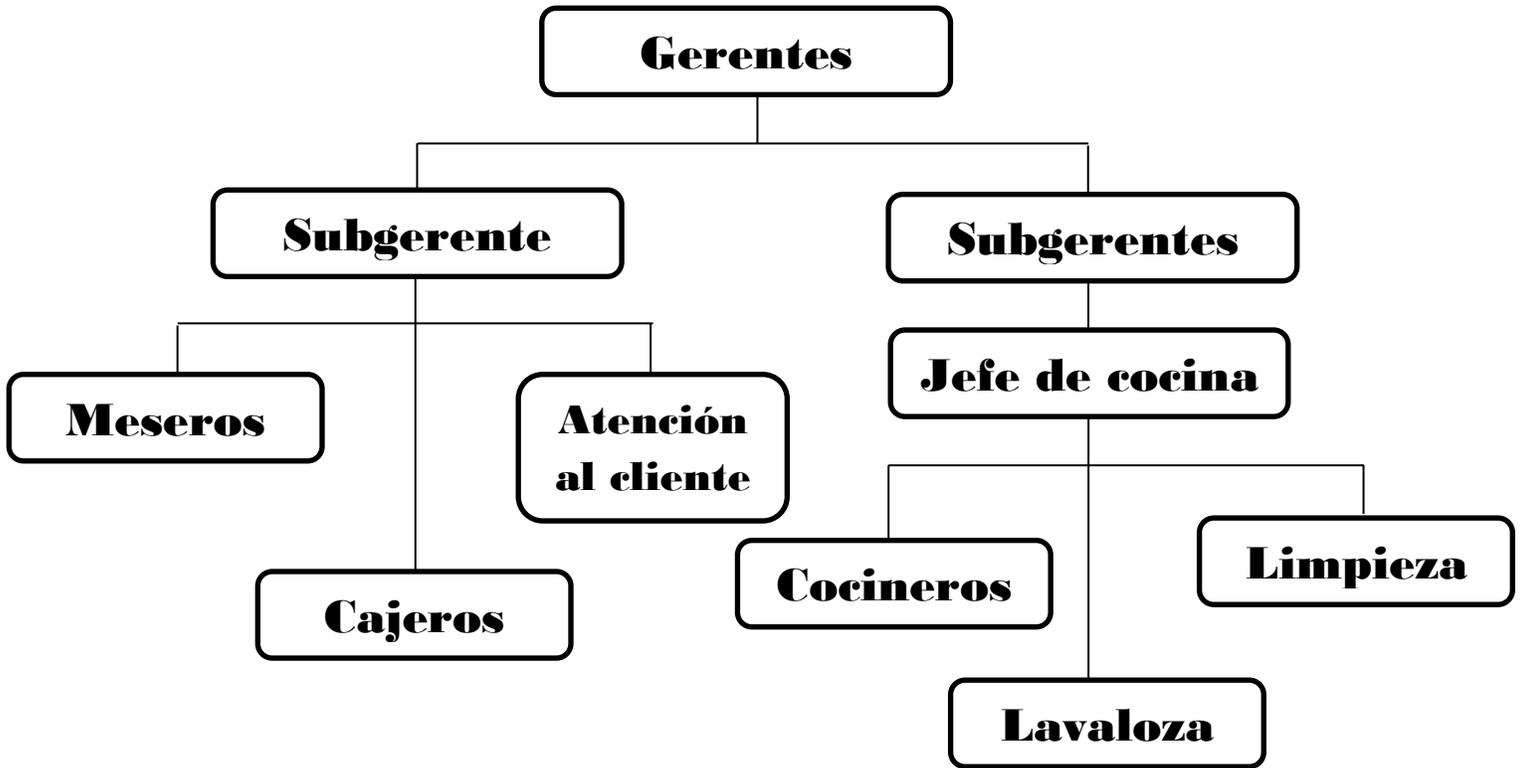
Disponibilidad de pago para un postre



■ \$25-\$50 ■ \$50-\$80 ■ \$100 y mas

En la encuesta realizada se les cuestiono a las personas cuál era su disponibilidad de pago para un postre en la cual el 50% respondió que puede pagar de 25 a 50 pesos, el 30% mencionó que de 100 pesos en adelante y el 20% de 50 a 80 pesos.

ORGANIGRAMA



RESPONSABILIDADES

1. Gerentes

- Supervisar todas las operaciones del negocio.
- Establecer metas y estrategias comerciales.
- Manejar presupuestos y reportes financieros.
- Contratar y capacitar al personal.
- Asegurar el cumplimiento de normativas sanitarias y legales.
- Resolver conflictos mayores entre clientes o empleados.

2. Subgerentes

- Apoyar al gerente general en sus funciones.
- Supervisar turnos y horarios del personal.
- Coordinar con proveedores y verificar inventarios.
- Resolver problemas operativos del día a día.
- Reemplazar al gerente en su ausencia.

3. Meseros

- Atender a los clientes en mesas o mostradores.
- Tomar pedidos con precisión.
- Servir productos de repostería y bebidas.
- Mantener una actitud amable y profesional.
- Limpiar mesas y reabastecer utensilios.

4. Atención al Cliente (mostrador o telefónica)

- Brindar información sobre productos, ingredientes y precios.
- Recibir y procesar pedidos telefónicos o personales.
- Resolver dudas o quejas con cortesía.
- Promover productos y promociones.
- Coordinar entregas y pedidos especiales.

5. Cajeros

- Cobrar a los clientes de forma precisa.

- Manejar efectivo, tarjetas y vales.
- Cerrar caja al final del turno con reporte de ingresos.
- Emitir facturas y comprobantes.
- Apoyar en atención al cliente si es necesario.

6. Jefe de Cocina / Repostería

- Supervisar al equipo de cocina y sus tareas.
- Planear la producción diaria de productos.
- Asegurar calidad, presentación y sabor.
- Controlar inventario y costos de insumos.
- Cumplir normas de higiene y seguridad alimentaria.

7. Cocineros / Reposteros

- Preparar productos según recetas y estándares.
- Medir y mezclar ingredientes con precisión.
- Hornear, decorar y presentar repostería.
- Mantener limpia y ordenada su estación de trabajo.
- Informar sobre fallas o necesidades de insumos.

8. Personal de Limpieza

- Limpiar áreas comunes, baños y pisos.
- Desinfectar mesas, mostradores, áreas de venta en general, etc.
- Sacar basura y mantener áreas sanitizadas.
- Apoyar con limpieza en cocina si se requiere.
- Reponer suministros de limpieza e higiene.

9. Lava loza

- Lavar platos, moldes, utensilios y charolas.
- Mantener orden en el área de lavado.
- Apoyar en tareas básicas de limpieza de cocina.
- Reportar roturas o escasez de materiales.
- Seguir procedimientos de higiene estrictos.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

[c35799364accd8c09bfa9e29f2c84c99-LC-LEN904 TALLER DEL EMPRENDEDOR.pdf](#)