

**Mi Universidad**

**Ensayo**

*Nombre del Alumno: Sofía Guadalupe Pérez Martínez*

*Nombre del tema: Nacimiento de la idea de negocios*

*Parcial tercer*

*Nombre de la Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR*

*Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime Díaz*

*Nombre de la Licenciatura: Lic. En enfermería*

*Cuatrimestre: Noveno cuatrimestre*

## Contenido

NOMBRE Y LOGO DE LA EMPRESA .....	3
DESCRIPCION DEL PROYECTO .....	4
JUSTIFICACION .....	5
LA MISION, VISION Y VALORES DEL PROYECTO.....	6
FODA .....	8
OBJETIVOS DE CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.....	10
LOCALIZACION .....	12
SEGMENTO DEL MERCADO .....	13
CONSUMO MENSUAL APARENTE.....	14
Encuesta.....	15
CONCLUSIONES.....	21
ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	26
Bibliografía .....	28

**NOMBRE Y LOGO DE LA EMPRESA**

***Minino dulce***



**ESLOGAN: *Donas suaves como un gatito***

## DESCRIPCION DEL PROYECTO

Minino dulce es una encantadora pastelería especializada en donas artesanales inspiradas en el mundo de los gatos.

Cada dona está hecha con ingredientes de alta calidad y decoradas con un toque felino que derrite corazones. Desde sabores clásicos hasta combinaciones creativas. Minino dulce es el lugar donde la ternura y el sabor se encuentran. Las donas que ofrecemos:

**Donas estrellas:** Nuestras más queridas, con diseño adorable inspirados en gatitos.

**Dona michito:** Glaseada con carita de gato

**Dona estrella de vainilla:** Rellena de crema de vainilla.

**Bigotes:** Dona cubierta de chocolate amargo con regaliz como bigotes.

**Donas rellenas:** Deliciosas sorpresas en cada mordida de frutas naturales, chocolate y crema.

**Dona de fresa:** mermelada de fresa natural y glaseada de vainilla.

**Gatito tropical:** Rellena de piña con coco rallado y glaseado de maracuyá.

**Chocolate minino:** Relleno de chocolate con centro líquido. Sabores de temporada:

**INSPIRADOS EN LAS ESTACIONES DEL AÑO, CON INGREDIENTES FRESCOS Y COMBINACIONES CREATIVAS.**

**Gatito de invierno:** Dona de chocolate con glaseado de vainilla

**Flor de gato:** Dona con glaseado de rosa y relleno de frambuesa

### OPCIONES ESPECIALES:

Pensamos en todos: opciones veganas y sin gluten para disfrutar sin preocupaciones.

**Dona vegana:** Sin lácteos, cubiertas de chocolate oscuro con almendra.

**Donas sin gluten:** Base de arroz, rellena de crema de avellana natural.

## JUSTIFICACION

La creación de la tienda de donas Minino Dulce responde a la necesidad de ofrecer al público un espacio innovador, acogedor y original donde la repostería artesanal se combine con una experiencia emocional, creativa y consciente. En un entorno donde las personas valoran cada vez más la calidad, la estética y el sentido detrás de lo que consumen, Minino Dulce nace para llenar ese vacío con una propuesta encantadora que destaca por su identidad tierna, su compromiso social y su enfoque sostenible.

Nuestra justificación parte del hecho de que los productos dulces como las donas no son simplemente alimentos, sino también vehículos de alegría, recuerdos y conexión. Al integrar un diseño de marca amigable, inspirado en la figura de un minino (gatito), Minino Dulce busca transmitir emociones positivas, generar cercanía con los clientes y diferenciarse del mercado tradicional. Además, reconocemos la importancia de impulsar un modelo de negocio que no solo sea rentable, sino también responsable. Por eso, nuestra propuesta incluye prácticas sustentables, el uso de insumos locales, el apoyo a emprendedores de la comunidad y la reducción del impacto ambiental. De esta manera, construimos una empresa con conciencia y propósito, que no solo endulza momentos, sino que también deja huella en lo social y lo ecológico.

En resumen, Minino Dulce se justifica como un concepto integral de repostería emocional y responsable que combina sabor, diseño, valores y experiencias, convirtiéndose en una opción innovadora y relevante dentro del panorama gastronómico actual.

# **LA MISION, VISION Y VALORES DEL PROYECTO**

## **LA MISIÓN:**

En Minino Dulce, nuestra misión es crear experiencias inolvidables a través de donas artesanales frescas, creativas y de alta calidad, elaboradas con ingredientes seleccionados y procesos responsables. Nos inspiramos en la dulzura de los pequeños detalles y en el cariño de lo hecho a mano, ofreciendo a nuestros clientes un espacio acogedor donde puedan disfrutar, compartir y sonreír.

Nos comprometemos con la sustentabilidad, eligiendo proveedores locales, minimizando nuestro impacto ambiental y promoviendo prácticas responsables. Además, buscamos aportar valor a nuestra comunidad local mediante el empleo digno, la colaboración con emprendedores y el apoyo a causas sociales.

## **LA VISIÓN:**

Aspiramos a ser una marca reconocida nacional e internacionalmente por transformar algo tan simple como una dona en un símbolo de alegría, ternura y creatividad. Nos proyectamos como una empresa que crece con el corazón, expandiendo nuestras sucursales sin perder la esencia artesanal, y manteniéndonos fieles a nuestros valores: calidad, responsabilidad, cercanía y amor por lo que hacemos.

Queremos que Minino Dulce sea sinónimo de innovación en repostería, respeto por el planeta y compromiso social, llevando nuestros sabores y nuestro mensaje positivo a cada rincón donde abramos nuestras puertas.

## **VALORES**

### **Calidad artesanal:**

Nos comprometemos a ofrecer productos frescos y deliciosos, elaborados con ingredientes cuidadosamente seleccionados y con un alto estándar de calidad en cada dona.

### **Creatividad con dulzura:**

Innovamos constantemente en sabores, formas y presentaciones, manteniendo siempre el encanto y ternura que caracteriza a nuestra marca.

### **Cercanía y calidez:**

Tratamos a nuestros clientes, colaboradores y comunidad con empatía, respeto y alegría. Queremos que cada visita a Minino Dulce sea como llegar a casa.

**Compromiso con la comunidad:**

Apoyamos a productores locales, colaboramos con emprendimientos vecinos y participamos activamente en iniciativas sociales para mejorar nuestro entorno

**Responsabilidad ambiental:**

Adoptamos prácticas sustentables, reducimos residuos y promovemos el consumo consciente para cuidar el planeta, hoy y siempre.

**Pasión por el detalle:**

Cada dona, empaque y experiencia en nuestra tienda refleja el amor por lo que hacemos. Lo pequeño también puede ser extraordinario.

**Diversión y ternura:**

Queremos que cada momento con Minino Dulce sea alegre, tierno y memorable, como una caricia en forma de dona.

# FODA

## Fortalezas (internas)

- Identidad de marca única y encantadora, que atrae por su ternura y originalidad (nombre, diseño, concepto de “minino”).
- Donas artesanales de alta calidad, con recetas propias, ingredientes frescos y variedad de sabores.
- Ambiente cálido y acogedor, que promueve la experiencia del cliente más allá del producto.
- Compromiso con la sustentabilidad (uso de materiales reciclables, reducción de residuos, alianzas locales).
- Fuerte conexión emocional con el público objetivo, especialmente jóvenes, familias y amantes de lo "cute" o estético.

## Debilidades (internas)

- Dependencia de insumos frescos o artesanales, lo que puede aumentar costos y dificultar la producción a gran escala.
- Poca experiencia en el mercado o gestión empresarial si se trata de un emprendimiento nuevo.
- Alta sensibilidad a la variabilidad de demanda, especialmente en temporadas bajas.
- Limitación de personal y recursos en etapas iniciales (producción, marketing, logística).
- Escasa presencia digital inicial, si no se invierte pronto en redes sociales o posicionamiento online.

## Oportunidades (externas)

- Tendencia creciente hacia productos artesanales, locales y con historia detrás.

- Preferencia de los consumidores por negocios responsables y sostenibles.
- Alianzas con cafeterías, eventos, ferias o marcas afines para aumentar visibilidad.
- Expansión a través de redes sociales, pedidos online y delivery.
- Mercado potencial en productos temáticos, personalizados o por temporadas (Halloween, Navidad, San Valentín, etc.).

### **Amenazas (externas)**

- Competencia fuerte en el sector de postres y repostería, tanto artesanal como industrial.
- Inestabilidad económica o alza de precios de materias primas (harina, azúcar, aceites).
- Cambios en las regulaciones sanitarias o fiscales que afecten a negocios pequeños.
- Riesgo de saturación de propuestas similares sin diferenciación clara en el mercado.
- Dependencia del comportamiento del consumidor, que puede variar por modas, salud o nuevas restricciones alimenticias.

# **OBJETIVOS DE CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO**

## **Objetivos a Corto Plazo (0 a 12 meses)**

- Lanzar oficialmente la tienda Minino Dulce, con una oferta inicial de donas artesanales y un ambiente acogedor.
- Crear y posicionar la identidad visual de la marca, incluyendo logo, empaques, redes sociales y decoración del local.
- Diseñar un menú atractivo, variado y diferenciado, con sabores clásicos y opciones creativas.
- Desarrollar una estrategia de marketing local y digital, enfocada en redes sociales, promociones y alianzas.
- Capacitar al equipo de trabajo en atención al cliente, manipulación de alimentos y cultura de marca.
- Alcanzar un flujo de clientes constante y construir una base de clientes fieles.

## **Objetivos a Mediano Plazo (1 a 3 años)**

- Incrementar las ventas mensuales y mejorar la rentabilidad del negocio.
- Ampliar el menú con productos complementarios, como bebidas artesanales, donas temáticas y ediciones limitadas.
- Establecer alianzas con cafeterías, eventos o marcas locales para aumentar la visibilidad.
- Implementar un sistema de pedidos en línea y servicio a domicilio.
- Participar activamente en ferias, mercados y actividades comunitarias.
- Reforzar el compromiso ambiental, optimizando procesos sostenibles (uso de empaques compostables, manejo de residuos, reducción de huella de carbono).

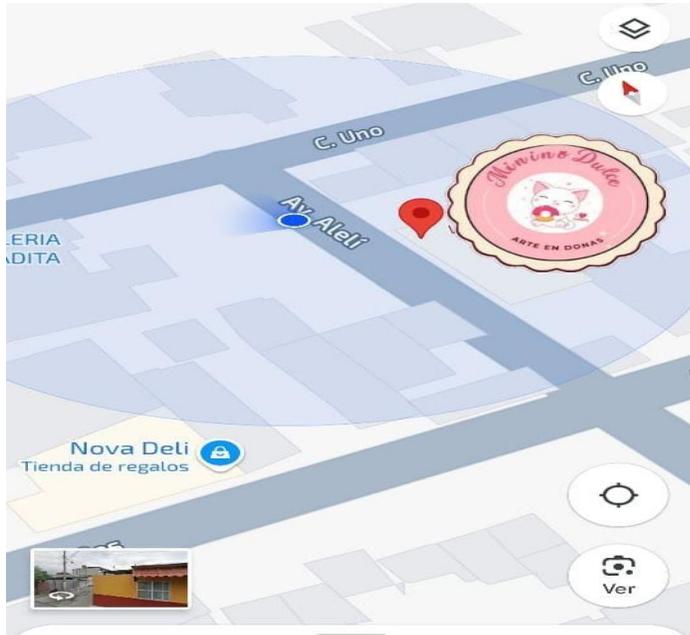
## **Objetivos a Largo Plazo (3 a 5 años o más)**

- Abrir nuevas sucursales o franquicias de Minino Dulce en otras ciudades o regiones.

- Consolidar la marca como referente en repostería artesanal y responsable a nivel nacional.
- Exportar productos o desarrollar una línea de donas empacadas con identidad de marca para distribución.
- Crear una fundación o programa social vinculado al apoyo de emprendedores locales o protección animal.
- Posicionar la tienda como un espacio de experiencias, incluyendo talleres, eventos temáticos y actividades con la comunidad.

## LOCALIZACION

Nos encontramos ubicados en San Francisco Pujiltic, avenida Alelí, enfrente del local de dos pisos. Agradecemos mucho su visita.



**Minino dulce\_06**



**Minino dulce**

## **SEGMENTO DEL MERCADO**

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

El número de clientes potenciales es de: 97,054

### **Características del segmento del mercado:**

1. Personas que le gustan consumir postres ricos.
2. Personas que les gustaría un postre a precios bajos.
3. Personas que le gustan los postres únicos.
4. Personas que le gustan sus postres personalizados de gatitos.

## CONSUMO MENSUAL APARENTE

150 personas lo consumirían 1 vez por semana .

350 personas lo consumirían 2 veces por semana.

6,554 personas lo consumirían 1 vez al mes.

90,000 lo consumirían ocasionalmente.

<b>Consumo aparente</b>			
<b>1 vez por semana</b>	<b>150</b>	<b>4</b>	<b>600</b>
<b>2 veces por semana</b>	<b>350</b>	<b>8</b>	<b>2,800</b>
<b>1 vez al mes</b>	<b>6,554</b>	<b>1</b>	<b>6,554</b>
<b>Ocasionalmente</b>	<b>90,000</b>		<b>90,000</b>
<b>Total</b>	<b>97,054</b>		<b>99,954</b>

# Encuesta

**¡Ayúdanos a conocerte mejor en nuestra tienda de donas, Mínimo Dulce!**

**1. ¿Te gustan las donas?**

- a) ¡Las amo!
- b) Sí, bastante
- c) No me gustan

**2. ¿Qué tipo de dona prefieres?**

- a) Clásica glaseada
- b) Rellena de crema o mermelada
- c) Veganas o sin azúcar

**3. ¿Cuál es tu sabor favorito en una dona?**

- a) Chocolate
- b) Vainilla
- c) Fresa
- d) Caramelo

**4. ¿Cómo te gusta que estén tus donas?**

- a) Suavecitas y esponjosas
- b) Tibias o recién hechas
- c) Frías y firmes

**5. ¿A qué hora del día prefieres comer donas?**

- a) Por la mañana con café
- b) A media tarde como snack
- c) Después de comer como postre
- d) ¡A cualquier hora!

**6. ¿Con qué bebida acompañas tus donas?**

- a) Café
- b) Leche
- c) Té
- d) Nada, solo la dona

**7. ¿Qué tan seguido comes donas?**

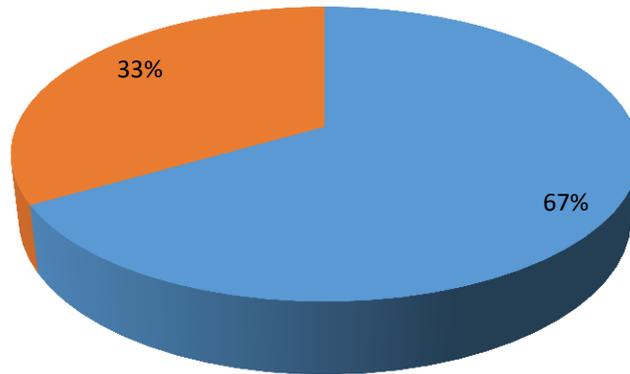
- a) Más de una vez a la semana
- b) Una vez a la semana
- c) Muy rara vez

**8. ¿Qué presentación prefieres?**

- a) Donas individuales
- b) Caja de 6
- c) Caja de 12
- d) Mini donas surtida

## ¿te gustan las donas?

■ a) las amo ■ b) si, bastante

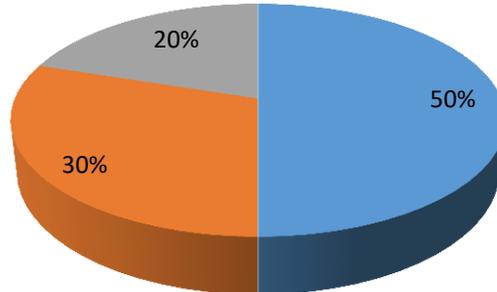


¿Te gustan las donas?		
Las amo	6	67%
Si, bastante	4	33%
Total	10	100%

En la encuesta realizada a 10 personas en la cual preguntamos si les gustaban las donas, las cuales 6 personas que son el 67% respondió que si aman las donas y 4 personas respondieron que si, bastante que equivale el 33%

## ¿Qué tipo de dona prefieren?

■ a) Clásicas glaseadas ■ b) Rellenas de crema o mermelada ■ d) Veganas o sin azúcar

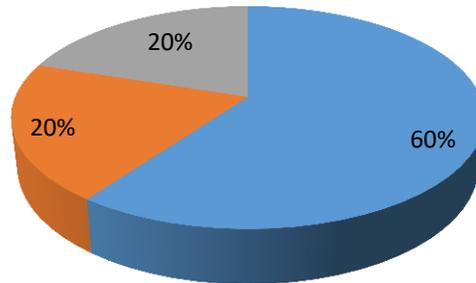


¿Qué tipo de donas prefieren?		
Clásicas glaseadas	5	50%
Rellenas de crema o mermeladas	3	30%
Veganas o sin azúcar	2	20%
Total	10	100%

En la encuesta realizada, le preguntamos a 10 personas que tipo de donas preferían a lo cual 5 personas respondieron que les gustaban las clásicas glaseadas lo que equivale el 50% las otras 3 personas respondieron que les gustaban las rellenas de crema o mermeladas lo que equivale el 30% y las últimas 2 respondieron que le gustaban las veganas o sin azúcar lo que equivale el 20%

## ¿ Cual es tu sabor favorito en una dona?

■ a) Chocolate ■ b) Vainilla ■ c) Fresa

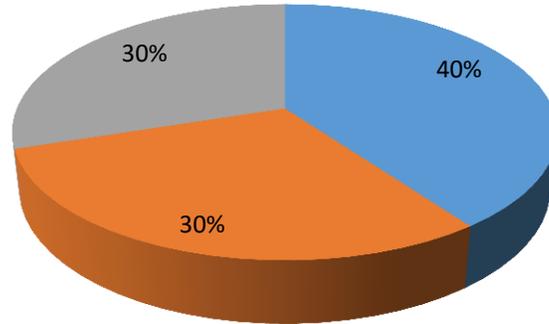


¿Cuál es tu sabor favorito en una dona?		
Chocolate	6	60%
Vainilla	2	20%
Fresa	2	20%
Total	10	100%

En la encuesta realizada, le preguntamos a 10 personas cuál era su sabor favorito de la dona, la cual 6 personas respondieron que el chocolate lo que equivale al 60%, 2 personas respondieron que les gustaba la vainilla lo que equivale al 20% y por ultimo las 2 personas respondieron que les gustaba la fresa lo que equivale el 20%

## ¿Cómo te gusta que esten tus donas?

■ a) Suavecitas y esponjosas   ■ b) Tibias o recién hechas   ■ c) Frías y firmes

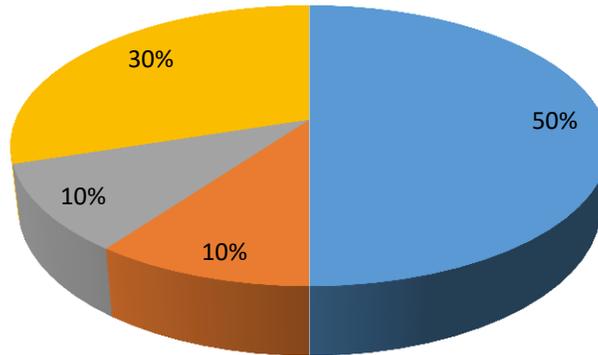


¿Cómo te gusta que estén tus donas?		
Suavecitas y esponjosas	4	40%
Tibias o recién hechas	3	30%
Frías y firmes	3	30%
Total	10	100%

En la encuesta realizada, se preguntamos a 10 personas como les gusta que estén sus donas, lo cual 4 personas respondieron que les gustaban suavecitas y esponjosas lo que equivalen al 40%, las otras 3 personas respondieron que les gustaban tibias o recién hechas lo que equivalen el 30%

## ¿A que hora del dia prefieres comer donas?

- a) por la mañana con cafe
- b) a media tarde como snack
- c) despues de comer como postre
- d) a cualquier hora

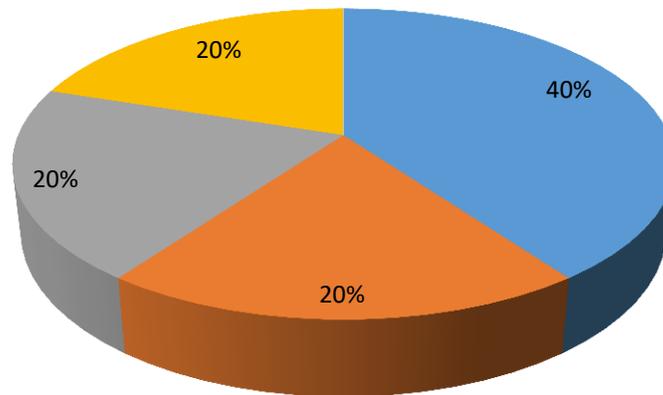


¿ A qué hora del día prefieres comer donas?		
Por la mañana con café	5	50%
A media tarde como snack	1	10%
Después de comer postre	1	10%
A cualquier hora	3	30%
Total	10	100%

En la encuesta realizada , se encuestó a 10 personas a las cuales se les preguntó a qué hora del día prefieren comer donas, 5 respondieron que les gustaba por la mañana con café lo que equivale al 50%, una persona respondió que le gustaba a media tarde como snack que equivale al 10%, otra persona respondió que le gustaba después de comer postre lo que equivale igual a un 10% y por último, 3 personas respondieron que a cualquier hora, lo que equivale al 30%

## ¿Con que bebida acompañas tus donas?

■ A) Café ■ B) Leche ■ C) Te ■ d) Nada, solo la dona

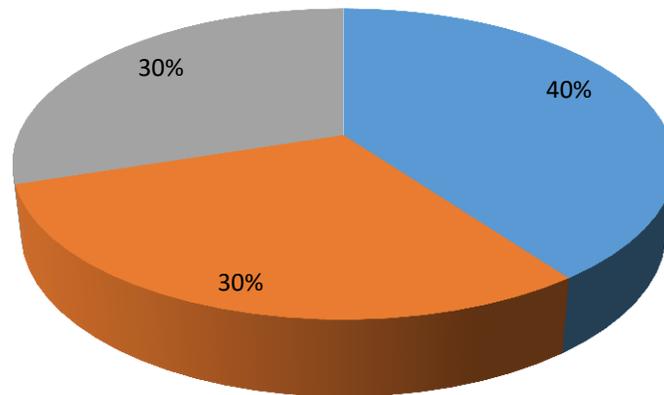


¿Con que bebida acompañas tus donas?		
Café	4	40%
Leche	2	20%
Te	2	20%
Nada, solo la dona	2	20%
Total	10	100%

En la encuesta realizada, se les pregunto a 10 personas con que bebida acompañas tus donas, lo cual 4 personas respondieron que les gustaba con café lo equivale el 40%, 2 personas respondieron que les gustaba con leche lo que equivale al 20%, 2 personas más respondieron que les gustaba con Te lo que equivale al 20% y las ultimas 2 respondieron que les gustaba sin nada lo que equivale al 20%

## ¿Qué tan seguido comes donas?

■ a) Mas de una vez a la semana   ■ b) Una vez a la semana   ■ c) Muy rara vez

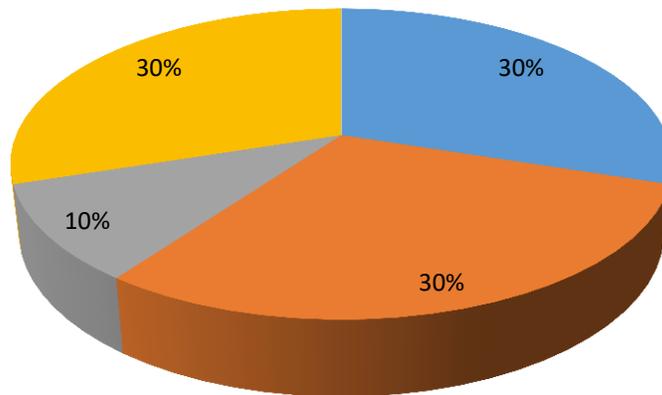


¿Qué tan seguido comes donas?		
Mas de una vez a la semana	4	40%
Una vez a la semana	3	30%
Muy rara vez	3	30%
Total	10	100%

En la encuesta realizada, se les pregunto a 10 personas que tan seguido comen donas, lo cual 4 personas respondieron que comían más de una vez a la semana lo cual equivale al 40%, 3 personas respondieron que una vez a la semana lo que equivale el 30% y por ultimo las otras 3 respondieron que muy rara vez lo que equivale el 30%

## ¿Qué presentación prefieres?

■ a) Donas individuales   ■ b) Caja de 6   ■ c) Caja de 12   ■ d) Mini surtidas



¿Qué presentación prefieres?		
Donas individuales	3	30%
Caja de 6	3	30%
Caja de 12	1	10%
Mini surtidas	3	30%
Total	10	100%

En la encuesta realizada, se encuestó a 10 personas en que presentación prefieren, lo cual 3 personas respondieron que donas individuales lo que equivale el 30%, otras 3 personas respondieron que en caja de 6 lo que equivale el 30%, una persona respondió que le gustaba en caja de 12 y por último a 3 personas

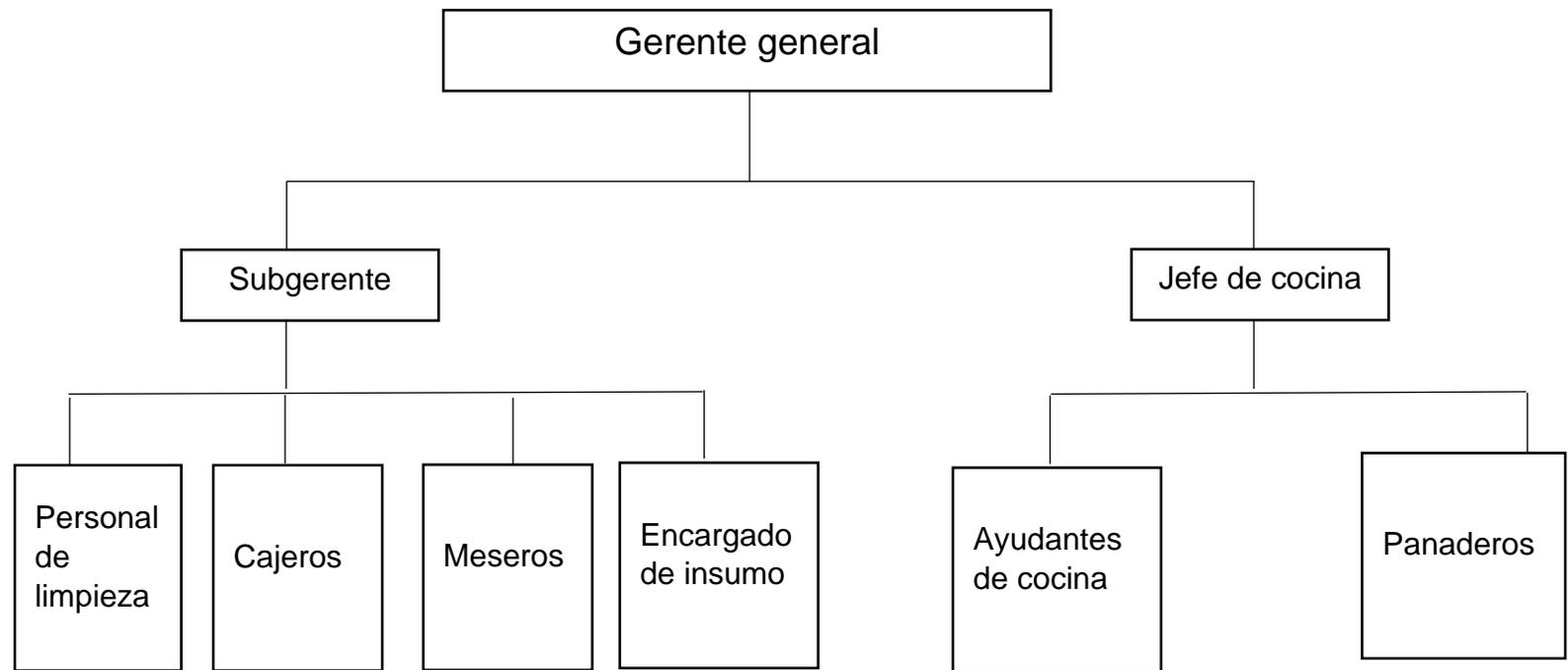
## CONCLUSION

Minino Dulce nace con el propósito de ofrecer al público una propuesta original, atractiva y deliciosa en el competitivo mundo de la repostería. Inspirada en la ternura y el carisma de los gatos, la tienda se diferencia no solo por la calidad de sus donas artesanales, sino también por su identidad visual única, su ambiente acogedor y su atención personalizada. A través de este proyecto, se ha demostrado que Minino Dulce no es simplemente un negocio de venta de donas, sino una experiencia sensorial completa donde cada detalle está pensado para generar cercanía, satisfacción y fidelidad en los clientes.

A lo largo del desarrollo del proyecto, se analizaron diversos aspectos fundamentales como el estudio de mercado, la segmentación del público objetivo, las proyecciones financieras, los canales de distribución y la estrategia de marketing. Esto permitió construir una visión integral del negocio, identificar oportunidades y anticipar posibles retos. La investigación reveló que existe una demanda creciente por productos artesanales, personalizados y con identidad de marca, lo que coloca a Minino Dulce en una posición estratégica para aprovechar esta tendencia.

Uno de los elementos clave que distingue a Minino Dulce es su enfoque en la experiencia del cliente. Más allá de ofrecer un producto sabroso, se busca conectar emocionalmente con las personas a través del concepto felino que adorna la tienda, los empaques y la comunicación visual. Esto genera un vínculo afectivo con la marca y aumenta las posibilidades de fidelización. Además, la propuesta contempla la inclusión de productos para distintas preferencias alimenticias, como opciones veganas o sin gluten, lo cual amplía el alcance del negocio y demuestra compromiso con la diversidad y la salud.

# ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA



## Descripción de puestos

### 1. Gerente General

Es la persona encargada de dirigir y supervisar todas las operaciones del negocio. El gerente general toma decisiones estratégicas, gestiona el personal, controla el presupuesto y asegura que se cumplan los objetivos de la tienda. También se encarga de coordinar las diferentes áreas.

### 2. Subgerente

Apoya al gerente general en la administración del negocio y asume sus funciones en su ausencia. El subgerente supervisa el funcionamiento diario de la tienda, atiende problemas operativos, coordina al equipo y asegura que se cumplan los estándares de calidad y atención al cliente.

### 3. Jefe de Cocina

Es el responsable de la producción en la cocina. Se encarga de planificar los menús, supervisar a los ayudantes de cocina y panaderos, garantizar el cumplimiento de normas de higiene y calidad.

#### 4. Ayudante de Cocina

Apoya al jefe de cocina en la preparación de ingredientes, elaboración de productos y limpieza del área de trabajo.

#### 5. Panadero

Especialista en la elaboración de masas y horneado de productos. En este caso, el panadero se encarga de preparar las donas, controlar los tiempos de fermentación y cocción, y mantener la calidad y consistencia del producto final, siguiendo las recetas establecidas por el jefe de cocina.

#### 6. Personal de Limpieza

Su función principal es mantener la higiene y el orden en todas las áreas del establecimiento, incluyendo cocina, baños, comedor y zona de atención al cliente.

#### 7. Cajeros

Son responsables del cobro de los productos y la atención directa al cliente en el área de caja.

#### 8. Meseros

Atienden a los clientes en la zona de consumo del local, toman pedidos, sirven los productos y aseguran que los visitantes tengan una experiencia agradable.

#### 9. Encargado de Insumos

Persona responsable de controlar el inventario de materia prima, materiales de empaque y productos de limpieza.

## **Bibliografía**

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LEN/c35799364accd8c09bfa9e29f2c84c99-LC-LEN904%20TALLER%20DEL%20EMPREENDEDOR.pdf>