

**UNIVERSIDAD DE SONORA**

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICO ADMINISTRATIVAS

LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONALES.



TRABAJO FINAL

**“GESTIÓN DE INICIO DE ACTIVIDADES EN EL EMPRESA LUKINI’S  
BAKERY & MORE POR MEDIO DE LA ELABORACION DE UN PLAN DE  
NEGOCIOS”**

DELAYLA LILY VILLA HERNANDEZ

H. NOGALES, SONORA

MAYO DEL 2015

# Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



**"El saber de mis hijos  
hará mi grandeza"**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

## **TITULO**

Gestión de inicio de actividades en la empresa Lukini's Bakery & More por medio de la elaboración de un plan de negocios.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quisiera agradecer principalmente a mi familia por brindarme su apoyo y por creer en mí, así como también por motivarme para conseguir la culminación de esta importante etapa la cual es una valiosa herencia de mis padres hacia mí.

A el grupo de maestros que formaron el conocimiento que hoy en día poseo y valoro como una herramienta, para poder así forjar un mejor futuro para mí y para mi hijo.

A mi asesor el maestro Jorge Zazueta, por su paciencia, dedicación, y sobre todo por motivarme en la realización de este trabajo, su ayuda fue muy valiosa para mí y lo considero un gran maestro.

A Dios por brindarme la oportunidad de lograr una meta más en mi vida académica, estuvo conmigo en cada momento tuvo paciencia y sobre todo confío en mí.

El día de mañana me sentiré muy orgullosa por haberles retribuido la confianza que depositaron en mí, tanto a mis padres como a mis maestros, al sostener en mis manos el título profesional de Lic. En Negocios y Comercio Internacional.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo esta dedicado a mi hijo ya que el es mi inspiración, día a día me llena de alegría y me hace sentir muy bendecida por tener la oportunidad de estar con el cada minuto de su vida. Con su llegada el sentido de mi vida cambio totalmente ya que mis prioridades estan dirigidas a el, a poder brindarle el día de mañana el mejor futuro posible y poder transmitirle una base de valores que haga de el un hombre de bien.

Mi compañero de vida también ha sido una pieza fundamental en todo este proceso, ya que el ha confiado desde el principio en mi y me a motivado día a día para que realice mis metas. Su apoyo tanto económico como moral son muy importantes para mi, asi como su compañía y amor.

## TABLA DE CONTENIDO

I. INTRODUCCION .....	1
II. ANTECEDENTES .....	3
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
IV. IDENTIFICAR VARIABLE.....	7
IV.I. Supuesto .....	8
V. OBJETIVO GENERAL.....	9
V.I. Objetivos Específicos .....	10
VI. JUSTIFICACION.....	11
VII. DELIMITACION .....	12
VIII. LIMITACIONES.....	13
IX. MARCO TEORICO .....	14
IX.I. Concepto de Gestión .....	14
IX.II. Concepto de Estrategia Empresarial .....	15
IX.III. Concepto de clasificación de las PYMES .....	16
IX.IV. Concepto de E-Commerce.....	17
IX.IV.I. Tipos de E-Commerce en relación a sus posibilidades de interacción entre las partes.....	18
IX.V. ¿Que es Facebook?.....	18
IX.VI. Definición de Plan .....	19
IX.VII Definición de Plan de Negocios .....	19

IX.VIII.Estructura del Plan de Negocios .....	21
IX.IX. Gama de Productos .....	22
X. METODOLOGIA .....	23
X.I. Poblacion.....	23
X.II. Muestreo .....	24
X.III. Muestra .....	25
X.IV. Factor de Corrección .....	26
X.V. Diseño de la Encuesta .....	27
XI. ANALISIS.....	28
XII. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	29
XIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	30
XIV. ANEXO 1 (AVANCES DEL PLAN DE NEGOCIOS).....	33
XIV. ANEXO 2 (FOTOGRAFIAS DE PRODUCTOS YA VENDIDOS).....	33

## INTRODUCCION

La elaboración de un plan de negocios es una tarea compleja, ya que en él se describen todas las actividades que se desarrollarán para poner en marcha una empresa. Una correcta elaboración e implementación permitirán a la empresa una mayor certidumbre en sus actividades, ya que ésta tendrá una base metodológica sobre la cual trabajar y por medio de la cual podrá medir sus actividades. Aparte de servir como instrumento de medición en relación a objetivos, ayuda a gestionar cada uno de los elementos necesarios para que la empresa realice sus operaciones. Así mismo el plan de negocios es un paso a paso, ya que primero es necesario analizar detenidamente aspectos externos como: el mercado, la competencia y los clientes, antes de implementar alguna acción, ya que en relación a dichos aspectos serán guiadas las actividades y estrategias de la empresa. El previo análisis del mercado es una de las tareas más importantes ya que por medio de éste se conocerá que tipo de estrategias mercadológicas que serán necesarias y los recursos que se tienen que gestionar. (Munuera J., L. 2005)

Otro de los aspectos importantes que se debe desarrollar dentro del plan de negocios es el esquema de operaciones y financiero, es de vital importancia debido a que en el se describen todas las actividades que son necesarias para poder operar bajo la misión de la empresa. La elaboración de un plan financiero detallado y claro es importante ya que es lo que nos permitirá acceder a fuentes de financiamiento, la cuales proporcionan los recursos necesarios para operar bajo una cierta tasa de interés y condiciones legales.

El plan de negocios tiene una estructura casi universal, la cual permite en su correcta implementación una posibilidad de éxito aun mayor que las empresas que operan bajo regímenes personales o familiares, empresas en las cuales se trabaja con estrategias anticuadas y que en ocasiones no son las mejores para la empresa.

Por eso se puede decir que el plan de negocios es la clave del éxito, ya que por medio de una buena planeación, una oportuna gestión y una adecuada aplicación de estrategias mercadológicas se pueden lograr los objetivos de una manera satisfactoria.

## I. ANTECEDENTES

En la actualidad todo tipo de negocios está centrado en lo plasmado en el plan de negocios, ya que en este se incluye información básica de la empresa y de los requerimientos operativos y financieros necesarios para operar, así mismo el plan de negocios debe de dar una perspectiva realista de la empresa, sus objetivos, su entorno, capacidades financieras y muy importante se debe ser realista y analizar también las limitaciones con las que nos enfrentaremos.(Borello, 1994)

Un plan de negocios coherente tiene una estructura la cual se debe de seguir como tal para una mayor posibilidad de éxito. La estructura es la siguiente: Misión de la empresa, Objetivos, análisis FODA, planes de acción y presupuestos. La clara estructuración de cada una de las etapas del anteproyecto nos ayudara a planear la puesta en marcha de la empresa, ya que por más mínima que sea la planificación nos brinda grandes ventajas y el carecer de esta nos pone obstáculos para la implementación de las actividades de la empresa. (Thomsen, 2009).

Ya mencionados algunos de los beneficios de tener un plan de negocios bien establecido, debemos de ser realistas y estar conscientes de que si no se elabora de una manera adecuada, puede ser un factor que limite el crecimiento de la empresa, ya que si los objetivos de la empresa no están fijados bajo plazos específicos las actividades se pueden salir de control y los objetivos difícilmente serán alcanzados, ya que la empresa se gestionó bajo una cierta cantidad de insumos ya sea tangibles o intangibles.

El desfase de las etapas operacionales de la empresa, solo pondrá un obstáculo, ya que los recursos con los que se cuentan están basados en relación a los plazos previamente establecidos, así que se puede decir que el salirse del plan de negocios podría representar un gasto innecesario. (Velasco, 2007).

La creación de un plan de negocios es de vital importancia, tanto para empresas grandes como para empresas pequeñas las cuales apenas están ingresando al mercado. (Landa, U. 2005)

Siendo este el caso de Lukini's Bakery & More, la cual es una microempresa dedicada a la venta de pasteles, cupcakes, mini cupcakes, panques, fresas cubiertas de chocolate y gelatinas decorativas. Opera como microempresa ya que el número de empleados que está tiene es menor de 10 y en la cual su fundador opera como administrador, así mismo la inversión requerida para operar es mínima ya que se operará bajo la modalidad de e-commerce y se trabajará sobre pedido, reduciendo esto la posibilidad de pérdidas.

Esta modalidad permite a las empresas interactuar por medio de redes electrónicas, sin necesidad de tener contacto persona a persona, lo cual brinda a las empresas excelentes ventajas. (Robuste & Galvan, 2005)

Se realizará el plan de negocios pertinente para la empresa Lukini's Bakery & More, el cual ayudará a crear una visión más clara de los requerimientos que tiene la empresa, la cual actualmente aun no ingresa al mercado, pero pretende hacerlo a mediano plazo.

Lukini's Bakery & More llevará a cabo sus operaciones bajo la modalidad de E-commerce, se operará bajo pedido únicamente, no se contará con un inventario en existencia, sólo se publicará una gama de fotografías exhibiendo la presentación y originalidad de los productos. El manejo publicitario se llevará cabo por medio de un perfil electrónico en la red social de mayor auge actualmente, Facebook. Además de publicar fotografías de la diferente gama de productos se pondrán en el perfil electrónico, cupones y promociones, como estrategia de marketing. La elaboración de un plan de negocios bien estructurado brindará a la empresa mayores posibilidades de alcanzar los objetivos establecidos, así como también brindará un soporte que ayudará a guiar todas las actividades planeadas, además conforme a lo previsto en el plan se podrán realizar evaluaciones las cuales nos permitan darnos cuenta si se está trabajando conforme a lo planeado. Si todas las etapas de plan se siguen con la secuencia adecuada y con una disciplina estricta la posibilidad de éxito en el mercado será mayor lo cual posicionará a la empresa a la par con los principales competidores, por eso podemos decir que un plan de negocios bien elaborado y bien implementado es una guía para éxito de una empresa. (Fernandez y Ruiz, 2006)

## **II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Elaborar un plan de negocios el cual permita a la empresa “Lukini’s Bakery & More” realizar sus actividades dentro del comercio electrónico

### III. IDENTIFICAR VARIABLES

Independiente: Elaboración del plan de negocios para empresa de comercio electrónico.

Dependiente: Certidumbre de la rentabilidad del negocio dentro del comercio electrónico.

### **III.I. SUPUESTO**

La elaboración del plan de negocios para la empresa “Lukini’s Bakery & More” ayudará a crear una visión más clara y real de los requerimientos tanto operativos como financieros los cuales permitan realizar sus operaciones de manera exitosa dentro del mercado electrónico, así como también ayude a crear un esquema el cual permita llevar un seguimiento del avance logrado en relación a tiempos de producción.

#### **IV. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de negocios el cual permita a la empresa Lukini's Bakery & More la implementación de estrategias las cuales permitan el correcto funcionamiento de sus actividades de mercadeo electrónico. Cada una de las etapas del plan de negocios brindará una guía a seguir según las necesidades de la empresa, el óptimo desarrollo de cada una de ellas aumentará las posibilidades de éxito.

#### **IV.I. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Elaborar un plan de negocios, para la empresa “Lukini’s Bakery & More”, el cual permita su desenvolvimiento en el mercado electrónico.
2. Lograr la implementación del plan de negocios una vez elaborado, siguiendo los lineamientos establecidos para su aplicación.
3. Desarrollar un plan de operaciones para la empresa el cual permita reducir al máximo los desperdicios. (Mal uso de materiales, tiempos de horneado y pedidos mal tomados.)
4. Llevar una relación clara de los objetivos establecidos y no desfasarse de los plazos en los cuales deben cumplirse.

## V. JUSTIFICACION

Es fundamental la realización del plan de negocios, para así tener una clara idea de los requerimientos reales de la empresa “Lukini’s Bakery & More”, ya sean operativos y/o financieros. Además es de vital importancia realizar un análisis completo de la empresa antes de iniciar sus actividades productivas, ya que se debe de medir la rentabilidad financiera que posee y sobre todo ver si será factible su realización. De ser un resultado positivo, se debe de encontrar la manera adecuada de iniciar operaciones, la relación entre producción y consumo debe ser lineal, ya que no se manejará un inventario, la dinámica de venta es solo sobre pedido.

Se debe de tener la capacidad de detectar cualquier falla por eso se deben elaborar herramientas que faciliten esta tarea, para así poder solucionar cada deficiencia en el menor tiempo posible y de la mejor manera, garantizando así un óptimo desarrollo de las actividades. Antes de iniciar cualquier operación dentro de la empresa se debe de conocer si el capital con el que se cuenta es suficiente, de lo contrario se debe de actualizar el plan de negocios y acudir a alguna institución financiera para recibir financiamiento externo. (Velasco, 2007)

## **VI. DELIMITACION**

El estudio se limitará a 570 personas como total de la población, ya que estas son los contactos con los que cuenta el perfil de Facebook ya establecido. Todos los elementos de la población son posibles clientes los cuales al ser contactos del perfil electrónico podran tener acceso a Lukini's.

## VII. LIMITACIONES

La principal limitación es el acceso a la información, ya que las encuestas se tomarán de manera electrónica y como es una modalidad poco convencional para hacer ese tipo de actividades, puede que haya un índice alto de encuestas sin contestar, así como también la veracidad de la información sería otra limitación, ya que al no tener contacto persona a persona disminuye la veracidad de las respuestas obtenidas.

## **IX. MARCO TEORICO**

La elaboración de un plan negocios es de vital importancia para todo tipo de empresas, ya que en este se plasman los requerimientos tangibles e intangibles necesarios para poder llevar a cabo las operaciones. El contar con un plan de negocios aumenta la certidumbre de éxito de la empresa, ya que se tiene una guía a seguir en cada una de las diferentes áreas, así como en las diversas actividades relacionadas con su operación.

Al elaborar un plan de negocios se debe de ser realista de la situación real de la empresa, para poder fijar sus objetivos, así como también se debe de hacer un análisis del entorno de la empresa, los empleados, el mercado, el producto o servicio, la competencia y lo más importante los plazos en los cuales se recuperará la inversión inicial. (Leiva, 2007)

### **IX.I. CONCEPTO DE GESTIÓN**

Se refiere a la acción de administrar algo, se puede decir que gestionar es realizar las actividades necesarias que permitan la realización de alguna acción cualquiera. El objetivo de la gestión es optimizar el funcionamiento de una compañía o industria. (Fernández E., M. 2005)

**Se basa en cuatro pilares básicos:**

<u>Estrategia</u>	<u>Cultura</u>	<u>Estructura</u>	<u>Ejecucion</u>
Pasos a seguir en relacion a los diferentes factores, que permitirán la realización de lo planeado.	Aquí lo principal es promover los valores organizacionales.	Saber organizar al personal según sus aptitudes y conocimientos, para que exista una fluidez en el conocimiento.	Realizar oportunas decisiones, que ayuden a fomentar la productividad y así poder lograr las necesidades de los clientes.

(Fernández E., M. 2005)

## **IX.II. CONCEPTO DE ESTRATEGIA EMPRESARIAL.**

Según Munuera J., L. “La estrategia empresarial es un conjunto de acciones encaminadas a la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, mediante la adecuación entre los recursos y capacidades de la empresa y el entorno en el cual opera, y a fin de satisfacer los objetivos de los múltiples grupos participantes en ella”.

### IX.III. CONCEPTO Y CLASIFICACION DE LAS PYMES

Las PYMES son empresas las cuales tiene un número reducido de trabajadores y que al mismo tiempo sus utilidades son moderadas, este tipo de empresas es muy común y en la actualidad es una de las principales fuentes de empleo en nuestro país. También existe un término relacionado con PYME el cual sería MIPyME, acrónimo de Micro, pequeña y mediana empresa, es este apartado se toman en cuenta empresas más pequeñas, empresas unipersonales.

A continuación se mencionan algunas ventajas y desventajas de las Pymes:

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Asimilacion tecnologica</li><li>• Capacidad de generación de empleos.</li><li>• Flexibilidad en sistemas productivos.</li><li>• Fácil manejo de conflictos con los empleados, debido a que son pocos.</li><li>• Precios competitivos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Afectación directa en relación a la inflación y la devaluación.</li><li>• Acceso limitado a las fuentes de financiamiento.</li><li>• Carecen de planeación, organización, administración y control.</li><li>• Falta de estrategias mercadologicas.</li><li>• Control financiero sin estructura.</li></ul>

Según Nacional Financiera la clasificación micro, pequeñas y medianas empresas es la siguiente:

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores(7) +(8)	Rango de monto de ventas anuales (mdp) (9)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		235
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.1 hasta \$250	250

Nacional Financiera. Clasificación PyMES. Recuperado de:

<http://www.nafin.com.mx/portalnf/content/productos-y-servicios/programas-empresariales/clasificacion-pymes.html>

#### IX.IV. CONCEPTO DE E-COMMERCE

Este concepto hace referencia a las ventas que son realizadas por internet o por algún otro medio las cuales tienen una dinámica de pago online. Todas las transacciones realizadas se hacen por medio de un canal de distribución electrónico. Actualmente internet ofrece una amplia gama de posibilidades las cuales permiten a las empresas interactuar con los clientes, ya sea por medio de correo electrónico, videoconferencias, redes sociales, entre otras, todas estas posibilidades ofrecen a las empresas la posibilidad de realizar mayor contacto con los clientes y poder formalizar pedidos y cerrar ventas. (Fonseca A. 2014)

**IX.IV.I. Tipos de E-commerce en relación a sus posibilidades de interacción entre las partes:**

<b>Business to Business (B2B):</b>	Comercio electrónico entre empresas:
<b>Business to Consumer (B2C):</b>	Al consumidor final
<b>Business to Administration (B2A):</b>	De empresa a administración.
<b>Consumer to Consumer (C2C):</b>	Entre consumidores (por ejemplo subastas en las web)
<b>Peer to Peer (P2P):</b>	Entre amigos, por ejemplo, intercambio de música.
<b>Business to Employee (B2E):</b>	Comunicación entre empresa y trabajador (por ejemplo: empresas de teletrabajo).

(Fonseca A. 2014)

**IX.V. ¿QUE ES FACEBOOK?**

Es una de las redes sociales más grandes del mundo, la cual llegó a cambiar la manera de relacionarnos con las demás personas, el contacto entre personas es más indirecto, ya que estás en contacto con tus amigos, puedes ver sus publicaciones, fotografías, las cosas que le gustan, los eventos a los que asiste, en fin una gran cantidad de información se comparte diariamente por medio de esta red social, el acceso a la información de cualquier perfil personal está sujeta a la privacidad que esta elija.

Esta red social inicio como un espacio web gratuito creado inicialmente para la comunicación social de los estudiantes de Harvard, creada por Mark Zuckerberg, la cual ha logrado expandirse por todo el mundo, ya que es muy sencillo acceder a ella solo se debe de contar con un registro en la pagina y una cuenta de correo electronico, así de fácil es acceder a la red social más grande del mundo. (Vasquez J. 2014)

#### **IX.VI. DEFINICION DE PLAN**

Borello en su libro El Plan de Negocios expone un concepto básico de plan, donde dice que consiste en la organización de recursos y acciones que habrán de utilizarse y ejecutarse en el futuro con el fin de lograr determinados objetivos y metas.

#### **IX.VII. DEFINICION DE PLAN DE NEGOCIOS**

Borello menciona en su concepto de plan de negocios que: Es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrá de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa, para que utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezcan los mecanismos que permitan controlar dicho logro.

Un plan de negocios bien elaborado permite dar a conocer aspectos claves de la empresa, así como también de los objetivos que esta tiene. Es primordial una clara y objetiva redacción ya que por medio de su elaboración se podrá llegar a obtener financiamiento, por este motivo se debe de ser realista en relación a donde la organización quiere llegar, cuales son los plazos que tomará alcanzar dichos objetivos, en que tanto tiempo se recuperará la inversión y cuáles son las posibles utilidades si se obtienen resultados conforme a lo planeado. (Robuste & Galvan, 2005).

## IX.VIII. ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS

La mayoría de los planes de negocios siguen la misma estructura, la cual los lleva al éxito empresarial, una de las estructuras más comunes es la siguiente:



(Harvard Business Publishing, 2007)

## IX.IX. GAMA DE PRODUCTOS

El plan de negocios que se pretende elaborar es para la empresa Lukini's Bakery & More, la cual es una empresa dedicada a la venta de productos de repostería por medio del comercio electrónico, manejando sus ventas por medio de un catálogo mostrado en su perfil en la red social Facebook.

A continuación se muestra la gama de productos de Lukini's Bakery & More:

Pasteles	Panques	Cupcakes & Mini cupcakes
<b>Sabores:</b> Chocolate, vainilla, fresa, zanahoria, menta, limón, triple chocolate, mango y tres leches.		
& More		
Fresas cubiertas de chocolate oscuro o blanco.		Gelatinas decorativas

## **VIII. METODOLOGIA**

La clara estructuración de la metodología en una investigación es primordial para su correcto desarrollo, por tal motivo a continuación se explican cada uno de los elementos que serán utilizados en esta investigación:

### **VIII.I. POBLACION**

La población que se manejará para la elaboración de esta investigación es de 570 personas, el rango de edad es indefinido, debido a que este número de personas son contactos agregados en el perfil de facebook, por medio del cual se enviarán las encuestas. El perfil de las personas encuestadas en su mayoría son estudiantes o personas que desarrollan actividades diferentes a la razón comercial de Lukinis Bakery & More, la venta de productos de repostería.

El rango de edad de los contactos los cuales serán sujetos a encuesta es muy amplio, pero eso no representa una desventaja ya que la gama de productos de Lukini's Bakery & More no está limitada para un parte del público en específico, si no que todos los individuos de la población son clientes potenciales.

## VIII.II. MUESTREO

Se realizará un muestreo aleatorio simple, esto debido a que se elaborará un simple listado de la población y aleatoriamente se erigirán a los sujetos a encuestar, al ser un proceso aleatorio todos los individuos dentro de la muestra tiene las mismas posibilidades de ser elegidos. Dentro de las principales ventajas de implementar un muestreo se encuentra, una reducción de costos, ya que no se estudiará al total de la población, otra sería una mayor rapidez en la obtención de la información, así como también una mayor calidad en su recopilación.

### VIII.III. MUESTRA

Se calculará el tamaño de la muestra para una población de 570 elementos con un nivel de confianza del 95%.

La fórmula que se utilizara es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 PqN}{(Z^2)(P)(q) + (e^2)(N-1)}$$

Donde:

**N**= Tamaño de la población= 570

**P**= Probabilidad de éxito= .50

**q**= Probabilidad de fracaso= .50

**e**= Error tolerable permisible en la investigación = .10

**Z**= Valor estandarizado de acuerdo al intervalo de confianza=2

(El valor de Z=2 ya que el I.C =95.44)

$$n = \frac{(2)^2(.50)(.50)(570)}{(2)^2(.50)(.50) + (.10)^2(570-1)}$$

**n**= 570/6.69= **85.20 ~85 Contactos**

#### VIII.IV. FACTOR DE CORRECCIÓN

En relación a las principales limitaciones de las investigaciones se aplicará el factor de corrección de finitud, esto para optimizar el proceso de recolección de datos.

La fórmula que se utilizará es la siguiente:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{85}{1 + \frac{85}{570}}$$

$$n = \frac{85}{1.15}$$

$$n = \underline{\underline{73.91 \sim 74 \text{ Contactos}}}$$

## VIII.V. DISEÑO DE LA ENCUESTA

### Lukini's Bakery & More

Con la finalidad de recabar información para el proyecto de titulación "Gestión de inicio de actividades en la empresa "Lukini's Bakery & More", por medio de la elaboración de un plan de negocios, se aplicara la siguiente encuesta.

Le agradecemos cordialmente que nos brinde su ayuda al contestar estas sencillas preguntas:

**¿Compra usted algún producto de repostería, ya sean pasteles, cupcakes y panques?**

SI

NO

Si su respuesta fue "No" le agradecemos que tomara parte de su tiempo para realizar esta encuesta, de antemano gracias.

Si su respuesta fue "Si" le agradeceríamos siguiera contestando la encuesta".

**1. ¿Qué opina de las empresas que ofrecen sus productos y/o servicios por medio de la red social Facebook?**

**2. ¿Estaría dispuesto a adquirir algún producto de repostería, por medio de un catalogo, vía internet?**

Si

No

Tal vez

**3. ¿Con que frecuencia usted compra productos de repostería, ya sean pasteles, cupcakes o panques?**

Poco Frecuente

Frecuentemente

Muy Frecuente

**4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pastel sencillo, para aproximadamente 25 personas?**

\$250

\$300

\$350

\$450 o más por un pedido personalizado

**5. ¿Cual modalidad de pago le parece más conveniente y confiable al momento de cubrir el monto de su compra?**

Depósito Bancario

Efectivo

Cheque

**6. ¿Le gustaría recibir promociones y publicidad de la empresa "Lukini's Bakery & More" por medio de la red social Facebook?**

Si

No

Tal vez

**7. Al momento de realizar su compra, ¿Dónde le parece más conveniente recibir su pedido?**

En mi domicilio

Recogerlo en el domicilio de Lukini's

Que sea entregado en el lugar del evento.

LE AGRADECEMOS PROFUNDAMENTE LA INFORMACION QUE NOS BRINDO, ES MUY VALIOSA PARA NOSOTROS.

**Gracias por su cooperación.**

## X. ANALISIS

Con la finalidad de saber si el plan de negocios está siendo implementado correctamente, se pretende realizar las siguientes actividades:

(Las actividades a continuación mencionadas se realizarán una vez que el plan de negocios esté trabajando, por lo menos un período de 6 meses).

- Análisis de la producción: Tiempos y calidad.
- Análisis de gastos: No salir de lo gestionado.
- Análisis de Resultados Operacionales: Actividades desarrolladas según el puesto.
- Análisis del Consumidor: Tratar de ver la aceptación del producto.
- Análisis de expansión comercial: Posibilidad de crecer.
- Seguimiento de objetivos: Analizar que tan cerca se está de alcanzar lo planeado.

## XI. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	MESES															
	1				2				3				4			
	SEMANAS															
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ETAPA 1																
Portada y la Tabla de Contenidos.																
Resumen Ejecutivo																
Descripción del Negocio																
ETAPA 2																
Análisis del Entorno del Negocio.																
Antecedentes del Sector																
Análisis de Mercado																
ETAPA 3																
Plan de Marketing																
Plan de Operaciones																
Equipo de Gestión																
Plan Financiero																

## XII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ✓ Borello, A. (1994). *El Plan de Negocios*. Madrid: Diaz de Santos, S.A.
- ✓ Publishing, H. B. (2007). *Crear un Plan de Negocios*. Santiago: Impact Media Comercial, S.A.
- ✓ Robuste, F., & Galvan, D. (2005). *E-Logistics*. Barcelona: Universidad Politecnica de Catalunya, SL.
- ✓ Stutely, R. (2000). *Plan de Negocios la Estrategia Inteligente*. Edo. de Mexico: Prentice Hall.
- ✓ Thomsen, M. *El Plan de Negocios Dinamico, Como iniciar un Negocio*. Escandinavia: Thomsen Bussines Information.
- ✓ Velasco, F. (2000). *Aprender a Elaborar un Plan de Negocio*. Barcelona: Paidos Iberica, S.A.
- ✓ Longenecker, Justin G., J. William Petty. Leslie E. Palich, Frank Hoy. (2012). Administración de pequeñas empresas. Recuperado de: <https://books.google.com.mx/books?id=CswjaBfXHlkC&pg=PT203&dq=principales+beneficios+de+la+elaboracion+de+un+plan+de+negocios&hl=es-419&sa=X&ei=vc89VcqHNpKyyASajlHIDw&ved=0CDYQ6AEwAw#v=onepage&q=principales%20beneficios%20de%20la%20elaboracion%20de%20un%20plan%20de%20negocios&f=false>.

- ✓ Landa,U. Universidad Nacional Autónoma de México (2005). Recuperado de: <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2005/administracion/optativas/0091.pdf>
  
- ✓ Munuera J., L. Rodriguez A., I. Estrategias de Marketing, un enfoque basado en el proceso de dirección. Recuperado de: [https://books.google.com.mx/books?id=aj7wABSD7-MC&pg=PA439&dq=la+elaboracion+del+plan+de+negocios+es+una+tarea+compleja&hl=es419&sa=X&ei=HC8\\_VdbgLpK3yASPq4DQDA&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=la%20elaboracion%20del%20plan%20de%20negocios%20es%20una%20tarea%20compleja&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=aj7wABSD7-MC&pg=PA439&dq=la+elaboracion+del+plan+de+negocios+es+una+tarea+compleja&hl=es419&sa=X&ei=HC8_VdbgLpK3yASPq4DQDA&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=la%20elaboracion%20del%20plan%20de%20negocios%20es%20una%20tarea%20compleja&f=false)
  
- ✓ Fernández E., M. Introducción a la gestión ( Management).(2005) Recuperado de [:https://books.google.com.mx/books?id=NryphEter3wC&dq=introduccion+a+la+gestion&hl=es419&sa=X&ei=bRhDVbG3J4u8yQT56IGwDQ&ved=0CCIQ6AEwAQ](https://books.google.com.mx/books?id=NryphEter3wC&dq=introduccion+a+la+gestion&hl=es419&sa=X&ei=bRhDVbG3J4u8yQT56IGwDQ&ved=0CCIQ6AEwAQ)
  
- ✓ Nacional Financiera. Clasificación PyMES. Recuperado de: <http://www.nafin.com.mx/portalfn/content/productos-y-servicios/programas-empresariales/clasificacion-pymes.html>
  
- ✓ PROMEXICO, Inversión y Comercio. PYMES, Eslabón fundamental para el crecimiento en México. Recuperado de : <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>
  
- ✓ Fonseca Alexandre.,S. Fundamentos de e-commerce, Tu guía de comercio electrónico y negocios online.(2014) Recuperado de : <https://books.google.com.mx/books?id=flz9AgAAQBAJ&pg=PT7&dq=definicion+de+e-commerce&hl=es->

419&sa=X&ei=ZF1IVYC\_N8SRyASan4GoCw&ved=0CDMQ6AEwAQ#v  
=onepage&q=definicion%20de%20e-commerce&f=false

- ✓ Vásquez J. Libro científico Investigaciones en tecnologías de información Informática y Computación. (2014) Recuperado de :  
<https://books.google.com.mx/books?id=EOI6AwAAQBAJ&pg=PA32&dq=que+es+facebook&hl=es-419&sa=X&ei=82FIVYGsFtCdygSC84DICg&ved=0CD8Q6AEwBg#v=onepage&q=que%20es%20facebook&f=false>

## XIII. Anexos

### Avances del Plan de Negocios

#### Descripción del Negocio

Lukini's Bakery & More nace de la necesidad de elaborar productos de repostería de una manera poco convencional, en lo referente a diseño, sabores, estructura y sobre todo presentación de los mismos.

Lukini's Bakery & More es una micro empresa dedicada al elaboración de diversos productos de repostería, tales como pasteles, panques, cupcakes y mini cupcakes y en su parte complementaria ofrece fresas cubiertas de chocolate decoradas con una amplia gama de ingredientes a elegir y gelatinas decorativas con diversos y novedosos diseños a elegir. la elaboración de cada uno de los diferentes productos tiene sus variaciones y características propias, que hacen de el un producto deliciosamente único.

Al momento de elaborar pasteles, panques o Cupcakes debemos de conocer las especificaciones del cliente, debido a que se manejan las diferentes presentaciones y/o características:

- **Sabor del pan:** Chocolate, vainilla, fresa, zanahoria, menta, limón, triple chocolate, mango y tres leches.
- **Tipos de crema:** Regular, Light, chocolate, mantequilla, queso crema, ligera y fresa.

- **Tipos de rellenos:** frutas de temporada, chocolates según los gustos del cliente, mermelada, pudding, helado de fresa, chocolate o vainilla y nueces.
- **Cobertura:** puede ser cubierto totalmente de crema montada, ya mencionados los diversos tipos de crema que manejamos, betún de azúcar (frosting) o de Fondant.
- **Decoración:** Este es un aspecto tan amplio según la imaginación y gustos de los clientes, ya que puede elegir entre naturaleza muerta, figuras abstractas de chocolate, elegantes decoraciones con perlas comestibles, delicados apliques de fondant, dibujos de algún personaje o sencillo, es decir sin ninguna decoración fuera de lo normal.
- **Tamaño:** depende del número de personas que maneje el cliente es su evento, también tratándose de cupcakes saber si son tamaño regular o minis.
- **Presentación:** puede ser la presentación normal en base plana o puede llevar alguna estructura metálica, elaborada sobre pedido.

En Lukini's Bakery & More nos esforzamos día con día para ofrecer productos elaborados de manera totalmente casera, tomamos muy en cuenta la frescura de los ingredientes que manejamos, tratamos de lograr altos estándares de calidad en cada uno de los productos elaborados. Dedicamos tiempo y esfuerzo para realizar los pedidos de la mejor manera posible, asegurando así un deleite en su paladar.

Lukini's Bakery & More ofrece sus productos dentro del mercado electrónico, llegamos a nuestros clientes por medio de la red social de mayor auge en la actualidad Facebook, contamos con un perfil dentro de esta red social en el cual ofrecemos nuestra variedad de productos, por medio de un catálogo electrónico exhibido en el perfil. Se publican fotografías de la gama de productos que se maneja, así como también se exhiben los productos que son personalizados por los clientes.

La modalidad de venta de Lukini's es por medio de depósito bancario o en efectivo ya que en ocasiones es preferible el trato directo con el cliente para capturar la esencia de lo que desea obtener de nosotros. Al momento de elaborar un pedido en Lukini's le mostramos a nuestros clientes imágenes o un bosquejo de su idea para que tengan una mayor certeza de la calidad de diseño que ofrecemos y si el cliente solo llega a nosotros con ideas varias, nos damos a la tarea de aterrizar cada uno de sus elementos y elaboramos diferentes opciones, para que así el cliente pueda escoger la que mejor se asemeje a su visión.

Ofrecemos total diferenciación entre la competencia tanto en servicio como en calidad de los productos elaborados, ofrecemos una asesoría previa a la venta, para así poder estar más cerca de los clientes y conocer sus necesidades reales e inquietudes, así como también sus expectativas del producto.

## ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL NEGOCIO

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p data-bbox="268 371 400 405"><u>Debilidad</u></p> <ul data-bbox="304 450 823 707" style="list-style-type: none"><li data-bbox="304 450 823 483">• Que somos una nueva empresa.</li><li data-bbox="304 528 823 562">• Capacidad productiva limitada.</li><li data-bbox="304 607 823 707">• Patrones de crecimiento a largo plazo.</li></ul>	<p data-bbox="847 371 979 405"><u>Amenaza</u></p> <ul data-bbox="847 450 1404 999" style="list-style-type: none"><li data-bbox="847 450 1404 629">• Que no toda la gente está familiarizada con esta modalidad de venta por internet.</li><li data-bbox="847 674 1404 775">• Aumento progresivo de competidores.</li><li data-bbox="847 819 1404 999">• La aparición de franquicias, que ofrecen productos sustitutos o similares.</li></ul>
<p data-bbox="268 1189 400 1223">Fortaleza</p> <ul data-bbox="304 1267 823 1816" style="list-style-type: none"><li data-bbox="304 1267 823 1368">• Diseños únicos en nuestros productos.</li><li data-bbox="304 1413 823 1592">• Asesoría a los clientes en relación a qué tipo de diseños elegir.</li><li data-bbox="304 1637 823 1816">• Se puede lograr economía de escalas, en lo referente a la compra de materias primas.</li></ul>	<p data-bbox="847 1189 1027 1223">Oportunidad</p> <ul data-bbox="903 1267 1404 1749" style="list-style-type: none"><li data-bbox="903 1267 1404 1368">• Que operamos dentro del mercado electrónico.</li><li data-bbox="903 1413 1404 1525">• Por medio de la red social el alcance comercial es mayor.</li><li data-bbox="903 1570 1404 1749">• Tener la aceptación por parte del mercado de Nogales, Arizona.</li></ul>

La situación en que se encuentra Lukini's Bakery & More es un poco arriesgada, pero así mismo tiempo es una venta de la cual puede lograr grandes beneficios.

La mayor debilidad de la empresa sería su limitada capacidad productiva, debido a que al ser una microempresa no se cuenta con demasiados empleados, ya que de lo contrario podría representar un gasto innecesario al pagar una nómina elevada, se ve como un riesgo porque al ser una nueva empresa no se puede tener mucho personal, ya que como en todos los negocios la demanda no es certera solo por poseer un plan bien elaborado, sino que es todo un proceso.

Así mismo podemos ver como una amenaza la aparición de nuevas franquicias, esto debido a que en ocasiones los clientes confían más en una empresa respaldada por un nombre y por una historia que en una empresa que se está iniciando en el mercado, aunque la calidad ofrecida sea similar o mejor.

El aspecto que representa una fortaleza para Lukini's Bakery & More sería la compra de las materias primas, ya que al elaborar la misma variedad de productos paulatinamente se puede lograr una economía de escalas en la compra de estas, ayudando así a ofrecer un precio atractivo y moderado a los clientes. Pero no somos caracterizados por precios bajos, el precio es relativo a la calidad que ofrecemos.

Al operar bajo la modalidad de comercio electrónico el alcance del mercado es aún mayor, ya que dentro de la red social Facebook, puede que no se tengan cientos de contactos agregados, pero el número de amigos que posee cada contacto también puede llegar a ver los productos de Lukini's. La zona

geográfica donde Lukini's Bakery & More se desarrolla es estratégica ya que estamos ubicados en una zona fronteriza con Estados Unidos, con la ciudad de Nogales, Arizona y sus alrededores, siendo este un mercado con mucho potencial.

### **Antecedentes del Sector**

El mercado de las pastelerías es versátil en la ciudad de Nogales Sonora ya que existen diferentes tipos, existen las tradicionales las que ya tienen algunos años en el mercado con amplia experiencia en la venta de productos tradicionales tales como donas, conchitas, cuernitos, teleras, cochitos en fin una amplia gama de repostería familiar, otras son las franquicias o similares con experiencia en las tendencias y procesos actuales y por ultimo existen las virtuales, las cuales ofrecen sus productos por medio de una página de internet o por medio de alguna red social.

Actualmente las empresas tradicionales están ingresando al mercadeo electrónico, pero no es muy común, es mas común ver a empresas completamente nuevas ofreciendo este tipo de productos bajo esta modalidad. Las estrategias de marketing entre las empresas convencionales y las empresas virtuales es un poco diferentes, y aun más si se trata de empresas tradicionales o familiares, donde no se pone mucho esfuerzo en crear estrategias de marketing, ya que tienen un segmento de mercado ya logrado y el cual es constante, así que no ven la necesidad de crear estrategias para atraer nuevos mercados. En cambio las nuevas empresas centran sus energías día a día en atraer al mayor número de clientes posible.

A continuación se muestran algunas de las empresas del mismo giro comercial de Lukini's Bakery & More, algunas de tipo tradicional, otras son franquicias y por último la creciente tendencia, virtuales.

Tipo de Empresa	Nombre
Tradicional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Flor de México.</li> <li>• Panadería Misión.</li> <li>• La Espiga de Oro.</li> </ul>
Franquicias o similar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suspiros.</li> <li>• Xocolatl.</li> <li>• Pastelatte.</li> <li>• Paraíso.</li> </ul>
Virtuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creaciones Marisela</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pasteles de Boo Jessy</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pastelindos Nogales</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tias's Cake</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mis pasteles</li> </ul>

Las empresas tradicionales no se consideran competencia directa para Lukini's, debido a que su gama de productos es un poco diferente a la nuestra, pero en cambio las franquicias si sería un competidor fuerte, ya que al poseer de un nombre respaldado por una empresa ya establecida puede que posea

mas prestigio y una de las ventajas que tiene sobre nosotros es que hoy en día participa también en el mercado electrónico.

El número de empresas virtuales es mayor pero solo se menciona a las que se consideran competencia directa, ya que Lukini's Bakery & More es una empresa virtual, con planes de crecimiento a largo plazo.

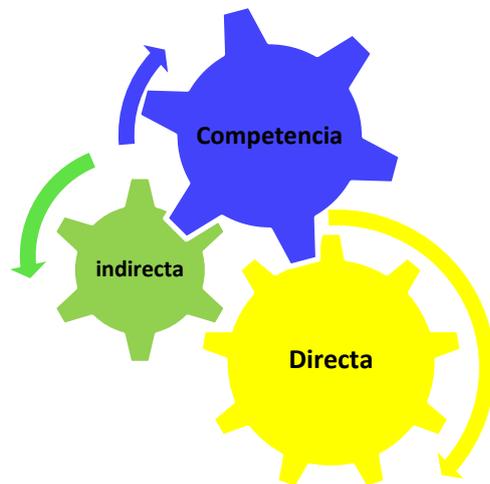
### **Análisis Competitivo**

Actualmente Lukini's Bakery & More se encuentra en una posición estratégica debido que al ser una empresa nueva que inicia en el mercado electrónico tiene un alcance prometedor. El éxito de una empresa de cualquier índole depende de varios factores los cuales deben de ser analizados cuidadosamente, ya que de ellos dependen las estrategias que se implementaran.

La competencia es uno de los factores claves a analizar ya que de ellos depende varios de los aspectos de Lukini's Bakery & More, principalmente el precio ya que si ofrecemos precios muy altos en relación a la competencia nuestra demanda no será atractiva, aunque la calidad de los productos ofrecidos sea la mejor, es primordial analizar a los competidores y diversos aspectos sobre ellos y sus productos, tales como, el precio, proveedores, mercado, plaza, promociones, estrategias mercadológicas e imagen de la empresa.

Es importante analizar el entorno donde se desarrolla la empresa, ya que de él dependen las acciones a realizar, todas las empresas en el giro de la repostería se analizan unas a otras debido a que el entorno comercial es muy

cambiante y deben de ser versátiles es sus estrategias y acciones, si se quiere aumentar la certidumbre de éxito de la empresa se debe de analizar a los



competidores y el por qué de sus acciones, es decir si observamos que ofrecen un precio menor al nuestro y una calidad igual o similar a la de Lukini's Bakery & More, entonces eso quiere decir que tiene una ventaja sobre

nosotros en costos lo cual le permite tener un precio más atractivo para el mercado, entonces se deben de buscar alternativas las cuales nos permitan mejorar nuestra posición.

Toda empresa tiene la necesidad de estudiar que tipo de competencia tiene a su alrededor, ya sea directa o indirecta. Lukini's Bakery & More tiene más competidores directos, algunos de ellos son: Creaciones Marisela, Marlys Decoraciones, Pastelatte, Suspiros, Xocolatl y panadería la Misión. Se considera competencia directa debido a que ofrecen sus productos por el medio electrónico al igual que Lukini's.

La que se considera competencia indirecta son las creperías, neverías y lugares donde se ofrecen postres, se considera de tal manera debido a que Lukini's ofrece una variedad de pasteles y panecillos pero los clientes pueden optar por ir a degustar un postre o panecillo a una tienda establecida físicamente en lugar de ordenarlo en línea en Lukini's, por eso se dice que son competidores indirectos, ya que tienen acceso al mismo mercado pero ni sus productos ni su modalidad de venta es la misma.

**Preguntas clave que aumentaran la certidumbre de éxito de Lukini's**

**Bakery & More:**

¿Dónde estamos?	¿A dónde queremos ir?	¿Cómo lo lograremos?
Somos una nueva empresa que ingresa al mercado de la repostería y pastelería, la cual ofrece sus productos por medio de la red usando como principal medio las redes sociales.	Deseamos posicionarnos en la ciudad de Nogales Sonora Y Nogales Arizona como una de las mejores opciones si de repostería se trata.	Ofreciendo una exquisita y deliciosa variedad de productos elaborados con altos estándares de higiene y de calidad, presentados en maneras creativas pero siempre con nuestro toque de buen gusto.

**Barreras de entrada y de Salida**

Las diferentes barreras que tienen las empresas al ingresar a determinado sector son una de las claves de su inicio, ya que entre más elevadas sea las barreras más difícil será ingresar al sector deseado.

El sector de la repostería no es un sector con demasiadas barreras y mas tratándose del mercado virtual y mucho menos si se trata de ingresar como tienda virtual, ya que las regulaciones o restricciones para este tipo de empresas son muy pocas o casi nulas, así que la entrada a este sector de mercado no es limitada casi por nada.

### **Barreras de entrada**

Existen 6 fuentes fundamentales en lo que a barreras de entrada se refiere las cuales son:

- Economías de escala

Las economías de escala no representa ninguna barrera para Lukini's Bakery & More, ya que se podría llegar a utilizar como una ventaja, como ya lo mencionamos se podría utilizar como estrategia de precio el lograr una economía de escala en lo referente a la compra de materias primas.

- Diferenciación del Producto:

Se podría ver como una desventaja debido a la naturaleza del producto, pero Lukini's Bakery & More presenta sus productos de maneras muy singulares y creativas, llamando así la atención del consumidor, aunque los competidores ofrezcan los mismos productos y con una calidad similar, si la presentación es diferente y no tiene afectación significativa en el precio optaran por Lukini's.

- Requisitos de Capital:

Al ser una empresa virtual no es necesaria una gran inversión, debido a que se los productos se elaboraran en un domicilio particular previamente

acondicionado con un horno convencional y los electrodomésticos básicos necesarios, la materia prima se adquirirá al momento de que se levanta un pedido, se trabajara sobre la marcha, eso para evitar desperdicios. Solo se requiere una inversión inicial mínima la cual nos permitirá implementar las estrategias mercadológicas pertinentes.

- Acceso a los canales de distribución:

El canal de distribución que se utilizara es virtual ya que ofreceremos los productos por medio de un perfil electrónico. No representa ningún riesgo ni barrera, las estrategias de mercado que se implementen son las que harán todo el trabajo y pondrán a Lukini's Bakery & More en movimiento distribuyendo los diversos productos que ahí se elaboran.

- Curva de Aprendizaje o Experiencia:

La experiencia que tiene Lukini's Bakery & More en el mercado es muy poca, pero su personal esta en constante capacitación actualizando sus conocimientos y técnicas y ligándolos con las nuevas tendencias, para así ofrecer productos modernos, creativos y deliciosos.

## Barreras de Salida

<p><b>Algunas de las principales barreras de salida de las empresas serian:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Regulaciones Laborales</li><li>• Activos poco realizables o de difícil reconversión.</li><li>• Compromisos contractuales a largo plazo con los clientes.</li><li>• Barreras emocionales.</li><li>• Interrelaciones estratégicas.</li><li>• Restricciones sociales y gubernamentales.</li></ul>	<p>Las barreras de salida de Lukini's Bakery &amp; More son muy pocas, debido a que la cantidad de empleados es mínima, los activos que se manejan no son de alto valor o de rápida depreciación, los contratos con los clientes son por producto y no por temporadas y no ofrecemos productos los cuales tengan alguna restricción sanitaria específica o de tipo gubernamental.</p> <p>En si las barreras de salida no representan ninguna desventaja para la empresa.</p>
--	--

## **Productos Sustitutos**

Como Lukini's Bakery & More ofrece una gama de productos de repostería y sus productos complementarios.

Los productos que podría sustituirnos serían limitados, ya que al momento de realizar una fiesta de cumpleaños lo tradicional es compartir un pastel con los invitados, no se puede sustituir muy fácilmente, mas sin embargo consideramos que uno de los pocos productos sustitutos serían las frutas en las diferentes presentaciones que ofrecen las tiendas.

### **Estrategia de actuación frente a la competencia**

Es primordial tener una línea de acción versátil pero al mismo tiempo sólida, ya que si nuestros competidores nos ven como una empresa débil que no tiene una línea de acción clara o que su marketing no tiene coherencia con sus acciones, se puede llegar a perder puntos en cuanto a la imagen de la empresa.

Existen diferentes estrategias las cuales permiten establecer qué posición tomara la empresa ante los competidores, las principales serían: Estrategia de líder, estrategia de retador, estrategia de seguidor y por último la estrategia de especialista ya la contemplada por Lukini's Bakery & More como un plan de acción ya que esta consiste en especializarse en un campo del mercado el cual se observe poco atendido y en el cual el principal competidor no tenga experiencia, para así poder tener una ventaja significativa sobre él.

## **Análisis de Mercado**

El mercado electrónico actualmente es muy versátil, ya que se ofrecen productos de diferentes áreas, por cualquier medio electrónico posible, ya sean redes sociales, correos electrónicos, mensajes de texto, entre otros. Para que una empresa de cualquier giro comercial pueda ingresar al comercio electrónico debe de poseer herramientas las cuales le permitan estar actualizado constantemente y poder ser partícipe de las nuevas tendencias de compra o gustos de los clientes.

Los principales competidores que tenemos son:

<b>Directos (Vía electrónica)</b>	<b>Indirectos (Manera Convencional)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Creaciones Marisela</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Suspiros pastelería</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pasteles de Boo Jessy</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pastelatte</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pastelindos Nogales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Xocolatl</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tias's Cake</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Panadería la Misión</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mis pasteles</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La Espiga de Oro</li></ul>

<b>Productos que ofrecen</b>	
<p><b>Creaciones Marisela</b></p> <p><b>Pasteles de Boo Jessy</b></p> <p><b>Pastelindos Nogales</b></p> <p><b>Cake &amp; Pops</b></p>	<p>Pedidos personalizados, ya sean pasteles de diferentes tamaños o cupcakes.</p> <p>Cada una de los competidores ofrece una variación significativa en cuanto a calidad de diseño.</p> <p>Las ventas son concretadas vía electrónica y los clientes eligen el producto de un catalogo publicado en línea.</p>
<p><b>Suspiros pastelería</b></p> <p><b>Pastelatte</b></p> <p><b>Xocolatl</b></p>	<p>Estas empresas ofrecen pasteles en sus diferentes tamaños, así como también por rebanadas individuales, galletas y brownies, pero al operar dentro de una franquicia las variaciones que pueden hacer en lo referente al diseño son muy limitadas.</p> <p>Las ventas son realizadas directamente.</p>

<p><b>Panadería la Misión</b></p> <p><b>La Espiga de Oro</b></p>	<p>Estas empresas ofrecen pasteles en sus diferentes tamaños y también por rebanadas individuales, con una gama de sabores un poco limitada.</p> <p>También venden una variedad de panes tradicionales, tales como conchitas, cuernitos, donas, teleras, torcidos, coricos, empanadas y galletas.</p> <p>Las ventas son realizadas directamente.</p>
--	--

En cuanto a la participación de los competidores en el mercado: respecto del mercado total de panaderías, estos poseen una pequeña porción del mercado; además entre ellos la participación es de manera proporcional.

Con respecto a la política de precios, nuestro negocio no compite en relación a los mismos ya que se diferencia por la calidad de los productos elaborados en Lukini's Bakery & More, así como por la originalidad y servicio que brindamos. El mercado es competitivo, pero no hay competencia con respecto a productos de calidad como los de nuestro negocio.

En cuanto a las tendencias del mercado, existe una clara necesidad que nos dice que a futuro será necesario ampliarla gama de productos.

## **Clientes**

El segmento de mercado al que apunta nuestro negocio es a la clase media-alta y clase alta, el rango de edad es abierto, ya que actualmente personas de todas las edades ingresan en las redes sociales. Para ampliar la clientela y para la fidelización de la obtenida, se buscara siempre dejar conforme al cliente, prestándole una delicada atención, asesorándolo de inicio a fin con la intención de estar completamente seguros de lo que desea obtener, así como también para que el cliente sienta que fue parte del proceso de creación y/o diseño de su producto, se estará en contacto con los clientes, aun una vez finalizada la compra esto para poder captar deficiencias en el producto y posibles mejoras, las cuales permitan a Lukini's Bakery & More ofrecer un producto de la más fina calidad y un servicio cálido y placentero el cual hará sentir a los clientes parte de nuestra empresa. Con respecto al precio de nuestros productos, no nos diferenciaremos por una política de precios bajos, al contrario, para nuestro negocio el precio que se paga por los productos es sinónimo de calidad.

## **Plan de Marketing**

### **ANALISIS DEL ENTORNO**

#### **ECONOMICO**

En la actualidad nuestro país se encuentra en una recesión económica, la cual está afectando el ingreso de las familias, motivo por el cual el sector al cual van a ser dirigido nuestros productos son más cuidadoso del destino de sus gastos y a la vez son más exigentes de los productos que necesitan.

## **SOCIOCULTURAL**

El consumo de productos de repostería es una característica que tiene la mayoría de los hogares en Nogales, Sonora, desde el grupo socio económico alto hasta el medio típico, lo cual implica que hay una necesidad potencial.

El tratar de Repostería, es hablar de tres factores: la calidad, frescura del producto y la salud de las personas. Respecto a estos puntos se refieren al uso de insumos de calidad en la composición de los pasteles y diversos productos, la frescura de las frutas utilizadas y uso de productos naturales en la composición de las cremas y la decoración, ya que el grupo objetivo de estos clientes tiene un ritmo de vida Light.

## **ANALISIS DEL SECTOR EMPRESARIAL**

### **La entrada de nuevos competidores**

En este mercado, la entrada de competidores existe, cuentan con tecnología existente en el mercado e instituciones que brindan la capacitación adecuada en la preparación de estos productos, hay que considerar que no hay barreras al respecto y que en el mediano plazo habrá nuevos ingresos de competidores. Una barrera importante para la entrada puede ser la disminución de los costos, lo cual puede ser realizado con el incremento de la productividad y el desarrollo del mercado. Consideremos que este mercado es de ganancia por margen de ventas y no por volumen que puede ser característica de otro grupo socioeconómico.

El atender este mercado implicará un aumento de la oferta en el ámbito de industria de panificación; Representa traslado de consumidores de un producto marca hacia otro y nuevos consumidores.

### **La amenaza de sustitutos**

Los sustitutos más cercanos son productos de un mayor precio, que en la mayoría de los casos están al alcance del mercado potencial. En el lado opuesto, sería el de continuar tal como está ocurriendo ahora: el uso que le dan los consumidores para el cumplimiento de sus compromisos (fiestas de cumpleaños, fiestas infantiles, aniversarios de empresas, promociones y otros).

### **El poder de negociación de los compradores**

Los compradores tienen poder por la clase de sector económico al cual va dirigido, lo cual podría influir por un lado en solicitar menores precios pero conservando la calidad, la empresa tendrá que garantizar el producto y la atención personalizada a los consumidores. Los costos de distribución y promocionales tienden a disminuir.

### **El poder de negociación de los proveedores**

Los Insumos y materiales que son necesarios para la fabricación de los productos de Lukini's se pueden encontrar en diversas empresas locales. No habrá limitación de aprovisionamiento.

## La rivalidad entre los competidores existentes

A nivel de segmento socioeconómico, en el mercado existen varias empresas que brindan el servicio. Las hay para todos los gustos y muchas tienen reconocido prestigio y clientela: la competencia puede ser dura.

## Misión de la empresa

Ser una de las mejores pastelerías en el área de Nogales, Sonora y Nogales Arizona.

## IMAGEN

### Logotipo



## SLOGAN

“Calidad y sabor que tu mereces”

## ENCUESTA A REALIZAR PARA LA RECOLECCION DE DATOS

### Lukini's Bakery & More

Con la finalidad de recabar información para el proyecto de titulación "Gestión de inicio de actividades en la empresa "Lukini's Bakery & More", por medio de la elaboración de un plan de negocios, se aplicara la siguiente encuesta.

Le agradecemos cordialmente que nos brinde su ayuda al contestar estas sencillas preguntas:

**¿Compra usted algún producto de repostería, ya sean pasteles, cupcakes y panques?**

SI  NO

Si su respuesta fue "No" le agradecemos que tomara parte de su tiempo para realizar esta encuesta, de antemano gracias.

Si su respuesta fue "Si" le agradeceríamos siguiera contestando la encuesta".

**1. ¿Qué opina de las empresas que ofrecen sus productos y/o servicios por medio de la red social Facebook?**

---

**2. ¿Estaría dispuesto a adquirir algún producto de repostería, por medio de un catalogo, vía internet?**

Si  No  Tal vez

**3. ¿Con que frecuencia usted compra productos de repostería, ya sean pasteles, cupcakes o panques?**

Poco Frecuente  Frecuentemente  Muy Frecuente

**4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pastel sencillo, para aproximadamente 25 personas?**

\$250  \$300  \$350  \$450 o más por un pedido personalizado

**5. ¿Cual modalidad de pago le parece más conveniente y confiable al momento de cubrir el monto de su compra?**

Depósito Bancario  Efectivo  Cheque

**6. ¿Le gustaría recibir promociones y publicidad de la empresa "Lukini's Bakery & More" por medio de la red social Facebook?**

Si  No  Tal vez

**7. Al momento de realizar su compra, ¿Dónde le parece más conveniente recibir su pedido?**

En mi domicilio  Recogerlo en el domicilio de Lukini's  Que sea entregado en el lugar del evento.

LE AGRADECEMOS PROFUNDAMENTE LA INFORMACION QUE NOS BRINDO, ES MUY VALIOSA PARA NOSOTROS.

**Gracias por su cooperación.**

## **Plan de Operaciones**

En Lukini's Bakery & More cuidamos cada uno de nuestros movimientos los cuales tengan afectación directa a los clientes, la elaboración de los productos es la más importante de ellas.

**Desarrollo del Producto:**El producto empieza a desarrollarse dentro de la mente del consumidor, ya que este es el proporciona los datos necesarios para iniciar el diseño, el asesor de diseño se pone en contacto con el cliente, el expone los requerimientos o anhelos que tiene respecto al producto esperado, el asesor brinda opciones graficas (bosquejos) en relación a lo requerido, esperando que sea del agrado del cliente. El recibir asesoría previa a la compra no tiene ninguna afectación al precio final del producto, ya que es parte de la dinámica de venta de Lukini's Bakery & More.

## **Proceso Productivo**

Una vez que se llega a un acuerdo en relación al diseño del producto se comienza a gestionar los insumos necesarios para la elaboración, se manejan estándares de calidad altos, así que los ingredientes perecederos se compran al momento de levantar un pedido para asegurar la frescura de los mismos, la elaboración del producto se realiza con la delicadeza y paciencia que cada cliente merece.

Se comienza a trabajar en el pedido de la siguiente manera (Si se trata de algún producto de repostería pasteles, cupcakes y panques):

1. Se inicia una asesoría entre el cliente y un asesor de diseño de Lukini's Bakery & More.
2. Una vez acordado el diseño del producto se realiza el pago del anticipo ya sea físicamente o por depósito bancario.
3. Se toma el bosquejo aprobado por el cliente y se pone todo el material necesario en la mesa de trabajo.
4. Se elabora el pan ya sean cupcakes, panques o un pastel convencional, siguiendo las especificaciones del cliente en relación al sabor.
5. Después se elaboran los complementos decorativos, ya sean de chocolate o de fondant, esto para darles tiempo de reposo antes de colocar.
6. Una vez horneado el pan se deja reposar por aproximadamente 15 minutos y se desmolda, se deja reposar de nuevo hasta que se enfríe completamente, en ese tiempo se elabora la cobertura y relleno deseados.
7. Ya que está el pan completamente frío se procede a colocar el relleno y a cubrirlo completamente con la cobertura elegida, una vez lograda la presentación deseada se continúa agregando los complementos decorativos que harán de él un producto único.
8. Una vez colocados todos los complementos deseados se procede a empacar en una caja a la medida según el pastel de color rosa y rotulada con el logotipo de Lukini's Bakery & More, se refrigera

y se notifica al cliente que su pedido a sido realizado exitosamente.

9. Antes de la entrega se toma una fotografía del producto terminado, esto para poder agregarla al catalogo de Lukini's Bakery & More.

10. Se notifica al cliente que el producto ha sido realizado exitosamente, el acude al domicilio de Lukini's Bakery & More o se realiza la entrega a domicilio con un costo extra.

Si se trata de los productos complementarios de Lukini's Bakery & More el proceso productivo es el siguiente:

<b>Fresas Cubiertas De Chocolate</b>	<b>Gelatinas Decorativas</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Se llega a un acuerdo entre el asesor de Lukini's y el cliente, se acuerda el diseño, cobertura y presentación.</li><li>2. Una vez acordado lo anterior, se pone disponible todo se material necesario en la mesa de trabajo, se colocan 2 piezas más en caso de algún error en el diseño.</li><li>3. Una vez lavadas las fresas, se pone a derretir el chocolate.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Se llega a un acuerdo entre el asesor de Lukini's y el cliente, se acuerda el diseño y presentación.</li><li>2. Una vez acordado lo anterior, se pone disponible todo se material necesario en la mesa de trabajo.</li><li>3. Se preparan las grenetinas y se ponen a enfriar.</li><li>4. Una vez frías completamente se vacía en los moldes necesarios, en relación a las especificaciones del</li></ol>

<p>4. Se toma un palillo largo de madera y se le introduce a la fresa, se sumerge en el chocolate y posteriormente se le agrega la cobertura deseada o en caso de llevar letras u otro color de chocolate, se deja secar completamente.</p> <p>5. Una vez que está completamente seco el chocolate se les pone un pequeño papelito que la cubre por la parte de abajo, si es que van en una base plana, si la base de estas es vertical se dejan las fresas en el palillo de madera.</p> <p>6. Se revisa los requerimientos de diseño y presentación del cliente y conforme a ello se empaquetan las fresas.</p> <p>7. Se finaliza el trabajo se notifica al cliente que su pedido está listo.</p> <p>8. Antes de la entrega se toma una fotografía del producto terminado, esto para poder agregarla al catalogo de Lukini's Bakery &amp;</p>	<p>cliente.</p> <p>5. Se refrigeran por 6 horas, una vez fuera del refrigerador se desmoldan y se colocan en otro molde las piezas obtenidas.</p> <p>6. Se vacía la grenetina de otro color y se refrigera de nuevo.</p> <p>7. Una vez terminado el tiempo de refrigeración, se desmolda y se coloca en una charola de presentación.</p> <p>8. Se empaqueta en un domo de plástico transparente</p> <p>9. Se finaliza el trabajo se notifica al cliente que su pedido está listo.</p> <p>10. Antes de la entrega se toma una fotografía del producto terminado, esto para poder agregarla al catalogo de Lukini's Bakery &amp; More</p> <p>11. El cliente finalmente acude al domicilio de Lukini's Bakery &amp; More o se realiza la entrega a domicilio con un costo extra.</p>
--	---

<p>More</p> <p>9. El cliente finalmente acude al domicilio de Lukini's Bakery &amp; More o se realiza la entrega a domicilio con un costo extra.</p>	
--	--

### **Políticas de Producción y calidad**

1. La frescura de los productos debe de ser siempre la misma, nunca utilizar productos caducados o si se trata de frutas nunca que estén pasadas.
2. Se debe de procurar que el tamaño de las fresas sea similar siempre es un pedido, no se deben de poner fresas de diferentes tamaños en un pedido único.
3. Los cupcakes no deben de tener más de 4 onzas de harina, todos deben de estar del mismo tamaño.
4. El fondant no debe de almacenarse más de dos veces.
5. Cuando se prepara el fondant para agregarle color, es muy importante no poner demás, ya que la textura de este cambia y la presentación no será la deseada.
6. No se deben de tomar un número excesivo de pedidos, ya que esto creará una gran demanda dentro de la empresa y al ser alta la demanda, la calidad de los productos puede reducir, ya que los tiempos dedicados a cada uno serán menores.

## Medidas de control de Calidad

- **Ingredientes:** Para asegurar un exquisito y original sabor, revisamos cada uno de los ingredientes que utilizamos, esto se realiza para asegurar que sean ingredientes frescos. Las marcas que utilizamos en la elaboración de nuestros productos siempre son las mismas, ya que son las que brindan un mejor sabor y calidad.
- **Empaques:** Una vez que están terminados los productos esta etapa es primordial, ya que la presentación de ellos es lo que agrada al cliente cuando lo ve. Se toma el empaque requerido por el cliente y se analiza la calidad del mismo, es decir que no esté rasgado, quebrado, o con alguna deficiencia que afecte su presentación.
- **Fotografías:** con la finalidad de añadir cada vez mas fotografías al catalogo virtual, se le toman una seria de fotografías a cada uno de los productos terminados, en esta se analizan detenidamente aspectos que muchas veces no se aprecian bien a simple vista, como raspones, que se omita algún componente en alguna parte del producto o que no se parezca a lo que le cliente pidió.
- **Imagen final:** una vez utilizado el producto para las fotografías se realiza una última revisión, para evitar que el cliente lo reciba con algún defecto ocasionado por la maniobra anterior.

## Aprovisionamiento

Las materias primas son obtenidas de proveedores nacionales, algunos de los proveedores son:

<b>Proveedores</b>	
Wal Mart Super Center (Nog. Son)	Frutas, Jarabes, Harina, Huevos, Aceite y Chocolate.
Supermercado Santa Fe	Frutas.
Super del Norte	Frutas, Huevos.
La casa de los pasteles	Harinas, Rellenos, Jarabes, complementos decorativos, bases, cajas para empacar, cremas para decorar, entre otros.
Decora Cake	Harinas, Rellenos, Jarabes, complementos decorativos, bases, cajas para empacar, cremas para decorar, entre otros.
Dulcería Cananea	Domos de plástico para empacar, palillos de madera y complementos decorativos.
Office Depot	Papelería diversa, impresiones de publicidad y de calcomanías.

Se tienen varios proveedores de los materiales de perecederos, ya que en ocasiones la demanda de estos sube y sus disponibilidad no es poco difícil.

Se tienen dos proveedores de materias primas directas, pero el principal es Decorake, ya que se tiene un acuerdo previo con ellos en relación a precios y disponibilidad de materiales.

### **Costos Operativos**

<b>Naturaleza</b>	<b>Estimado Mensual</b>
Electricidad (Uso de refrigerador y batidoras).	\$500.00
Agua potable	\$285.00
Gas (Para uso de hornos)	\$600.00
Papelería	\$250.00
Impresión de calcomanías (Publicidad)	\$180.00

Los costos operativos mencionados anteriormente, son los más indispensables y el monto estimado mensual por gastos operativos es de \$1,815.00

### **Almacenamiento y logística de distribución**

#### **Almacenamiento:**

Al ser productos bajo pedido, el tiempo de almacenamiento es muy corto, una vez terminado el proceso de producción el pastel pasa al área de refrigeración

en el cual permanecerá hasta el momento de su entrega. El numero de pedidos no debe de ser elevado debido a que el espacio de refrigeración es limitado.

### **Logística de Distribución**

La modalidad de venta de Lukini's Bakery & More es por medio del comercio electrónico, manejando un perfil en la red social Facebook, así que no se maneja la venta directa. Al momento de realizar la entrega de un pedido hay dos modalidades, una de ellas es cuando es cliente acude al domicilio de Lukini's y recoge el producto el mismo, la segunda es que el cliente opte por recibirlo a su domicilio o al domicilio del evento, esta modalidad tiene un costo extra en relación a la distancia a recorrer para la entrega.

### **Servicio post-venta**

Debido a la naturaleza de nuestros productos el servicio post-venta, en ocasiones si es necesario para nuestros clientes. El servicio que ofrecemos consiste en brindar ayuda en su evento, al momento de consumir el producto, si es un evento de gran magnitud este servicio podría ser de mucha ayuda.

La mecánica del servicio es la siguiente:

- Se toman los datos del lugar donde se realizara el evento.
- Se adquieren los productos necesarios para el consumo del producto, se compran en relación al número de personas que asistirán.
- Se llega al evento momentos antes de su inicio y se coloca el producto en un stand de presentación, uno de los empleados de Lukini's está presente todo el tiempo para cuidar que el producto no sea dañado antes de su consumo.

- Al momento de consumir el producto se pide ayuda a los meseros del evento si es que aplica, de lo contrario solo se servirá y se colocara en una mesa y los asistentes acudirán x su ración o se puede contratar el servicio de dos meseros por un costo extra de \$400.00 solo por el tiempo en el que se realice la repartición del producto.
- Una vez finalizado el producto se limpia el área solamente, ya que termina el evento se recoge el mobiliario utilizado.

Otra de las actividades post-venta que manejamos en Lukini's Bakery & More es retroalimentación, ya que al momento de realizar entregas se le pregunta al cliente si le gustaría participar en nuestro proceso, ya que es con la finalidad de brindar un mejor servicio y atención, así como también para poder corregir las posibles deficiencias del mismo y poder detectar posibles mejoras.

### **Gestión de Personal y actividades**

siguiente relación muestra el personal necesario básico, así como las actividades que cada uno de ellos debe de realizar.

<b>Personal:</b>	<b>Actividades a desarrollar:</b>
Asesor Principal	Administración, asesorías de diseño con clientes y horneado.
Ayudante de Cocina	Elaborar las decoraciones de fondant, de chocolate, elaborar las cremas para rellenar y ayudar a ensamblar el producto.
Ayudante Logístico	Realizar compras de materias primas, realizar entregas (contar con licencia vigente) y recoger pedidos de material.

## Gestión de Acondicionamiento

Para iniciar actividades debemos de realizar los siguientes acondicionamientos, en el área de trabajo, si no se cuenta con lo requerido será necesario adquirirlo.

Recurso	Precio Estimado
• Batidora/mezcladora	\$5,000.00
• Horno de uso Industrial	\$15,000.00
• Refrigerador de uso comercial	\$5,000.00
• Mesa de trabajo (Acero inoxidable)	\$2,000.00
• Mangas Pasteleras	\$300.00
• Juego de boquillas metálicas	\$250.00
• Materiales diversos de repostería	\$5,000.00
• Moldes de diferentes tamaños	\$2,500.00

El monto estimado para acondicionamiento del domicilio de Lukini's Bakery & More es de \$35,050.00.

## Plan Financiero

### Financiación

Existen distintas opciones para financiar el presente proyecto, aunque se deberá buscar la mejor de ellas según las condiciones del propietario.

Debido a que es una empresa de comercio electrónico y no necesita el arrendamiento de un local y gastar grandes cantidades en el mobiliario del

mismo, la inversión inicial no es elevada, ya que se adquirirá solo lo indispensable para iniciar operaciones y las materias primas se compran al momento de adquirir un pedido, esto quiere decir que no se requiere inversión por parte de Lukini's ya que se pide pago inicial para realizar cualquier pedido.

Por tal motivo decimos que la fuente de financiamiento de Lukini's Bakery & More son recursos propios.

### **Balance Situación Actual**

El balance de situación inicial sería el que se muestra a continuación:

ACTIVO	PESOS	PASIVO	PESOS
Adecuación del local	\$35,050.00	Financiación Propia	\$41,215.00
Mobiliario	0	Préstamo	0
Costos Operativos	\$1,815.00	Crédito de Proveedores	0
Equipo informático y Software	\$1,500.00		
Stock Inicial (Mercadotecnia)	\$500.00		
Herramientas	\$1,400.00		
Rotulación del automóvil	\$950.00		
<b>Total Activo Inversión</b>	<b>\$41,215.00</b>	<b>Total Pasivo Inversión</b>	<b>\$41,215.00</b>
<b>Básica</b>		<b>Básica</b>	
Fondo	\$15,000.00		
<b>Total Activo</b>	<b>\$56,215.00</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>\$41,215.00</b>

FOTOGRAFIAS DE PRODUCTOS YA VENDIDOS EN LUKINI'S BAKERY &

MORE







