Logotipo, nombre de la empresa

Descripción generada automáticamente

**Universidad Autónoma de Nuevo León**

Facultad de Ciencias Físico Matemáticas

**Mercadotecnia**

Grupo 054

Victoria Quetzalli Medina Castillo

**Primer Avance**

**Análisis de Mercado**

Alan Isaac Aldana Núñez  1681024

Roberto Arturo Ruiz Ochoa 1458554

Carlos Alejandro Segovia Romero 2034232

Arturo Alejandro Palomo Ornelas 1746660

Gabriela Sarai Villalón Martínez 1747434

Martes, 27 de febrero de 2024

[Resumen Ejecutivo 3](#_heading=)

[Empresa 3](#_heading=)

[LumineSoft Solutions 3](#_heading=)

[Misión 3](#_heading=)

[Visión 3](#_heading=)

[Ventajas Competitivas 3](#_heading=)

[Estrategia para la consecución de los objetivos 3](#_heading=)

[Datos financieros clave 3](#_heading=)

[Producto 3](#_heading=)

[LumineRest 3](#_heading=)

[Análisis de mercado 4](#_heading=)

[Mercado y Público objetivo 4](#_heading=)

[Componentes: 4](#_heading=)

[Descripción de la competencia 4](#_heading=)

[SoftRestaurant 4](#_heading=)

[BDKREST 4](#_heading=)

[Wansoft 5](#_heading=)

[Macroambiente 5](#_heading=)

[Económicos 5](#_heading=)

[Tecnológicos 5](#_heading=)

[Sociales 5](#_heading=)

[Microambiente 5](#_heading=h.82xwu34z7v7d)

[Distribuidores y Socios 5](#_heading=h.l818jnwp2h5q)

[Actores Cercanos 6](#_heading=h.k02r13hpzgpx)

[Competidores 6](#_heading=h.my8gnylk0yzj)

[Usuarios Finales 6](#_heading=h.7how4gndiiue)

[**Encuesta Realizada 6**](#_heading=h.rduhyogpm8mi)

# **Resumen Ejecutivo**

## Empresa

### LumineSoft Solutions

Empresa tecnológica que ofrece soluciones innovadoras en forma de software para satisfacer las necesidades de su cliente. El nombre sugiere un enfoque centrado en la claridad, la iluminación y la resolución de problemas a través de la tecnología.

## Misión

Crear el software más cómodo, intuitivo y seguro para negocios de restaurante y otros con necesidades de inventario.

## Visión

Ser la empresa distribuidora de puntos de venta número uno del área regiomontana de México.

## Ventajas Competitivas

Contamos con ideas innovadoras y frescas, estamos aprendiendo a trabajar con tecnologías nuevas, lo que nos pone en condiciones de ofrecer más herramientas y sistemas más optimizados.

## Estrategia para la consecución de los objetivos

Nuestra previsión del lanzamiento del software son 3 clientes inmediatos y por lo menos 20 para fin de año. Para la transacción del producto se pretende hacer por medio de una página web y promoverla por medio de agentes de venta que vayan directamente a los establecimientos y por medio de anuncios dirigidos de Google.

## Datos financieros clave

Al ser los mismos socios quienes están involucrados para el completar el producto, es casi nulo los recursos necesitados, sin embargo, los costos aumentan en el momento del lanzamiento con el Host de las páginas y bases de datos, también empiezan los costes de difusión en Google y con los agentes de venta, con los tres clientes que tenemos asegurados podremos cubrir esos costes iniciales y conforme vayamos expandiendo nuestros clientes cubrimos costes de mantenimiento y renovación.

## Producto

### LumineRest

Es un sistema de punto de venta que proporciona a los restaurantes una herramienta para agilizar y gestionar eficientemente las operaciones relacionadas con la venta de sus productos o servicios.

Precios: Coste Fijo por el sistema de $7,000mxn, más $12,000mxn anuales para mantenimiento, actualizaciones y soporte, el coste de los timbres para factura es $1.50mxn por timbre, personalizaciones específicas bajo cotización.

Distribución: La compra se realiza mediante página web, y el contacto es por medio de agentes de venta y anuncios de Google.

Promociones: 3 años de suscripción con un %15 de descuento, cada paquete a partir de 100 timbres lleva un descuento del %5.

# **Análisis de mercado**

## Mercado y Público objetivo

Propietarios de restaurantes que quieran hacer el salto digital en su contabilidad o que quieran optimizarlo.

### Componentes:

-Portal de facturación para que los clientes facturen de forma más automatizada.  
-Menú en línea.  
-Sistema de inventario para que puedan saber los insumos necesarios y ver los patrones de consumo.  
-Los pedidos realizados se mostrarán listados en cocina por orden de llegada con sistema de estados para saber cuándo empezar a trabajar platillos y ver retrasos.  
-Solicitud de reservaciones.

## Descripción de la competencia

### SoftRestaurant

-Posición en el mercado: En 2023 fue posicionada como el mejor software dedicado a esta área (1° en México)

- Estrategias de calidad: Te presentan todos los beneficios que tiene el software. Incluyen una descripción detallada del producto y se compara entre versiones para convencer al cliente de adquirir la versión profesional.

- Precios: Manejan dos tipos de versiones del software (Lite y Pro) y dos formas de pago (Anual y Mensual). Lite Mensual $ 754, Lite Anual $8294, Pro Mensual $1102 y Pro Anual $12122

- Distribución: Este producto se distribuye mediante internet, por lo que lo puedes adquirir en su página oficial. También puedes solicitar una versión de demostración para ver cómo funciona.

- Promociones: Si pagas por año (cualquier versión del producto), te descuentan un mes de pago del servicio.

### BDKREST

- Posición en el mercado: Software conocido pero etiquetado como obsoleto

- Estrategias de calidad: La página web muestra videos demostrando lo útil que es el software, se presentan las ventajas de obtener dicho software para tu restaurante e incluso de menciona que puedes pasar más tiempo en familia. La página oficial también ofrece equipos de cómputo, escáner, cajeros y demás accesorios que resultan útiles para el software.

- Precios: Ofrece tres versiones del producto y se paga anualmente. Versión Estándar $5626, Versión Profesional $7018 y Versión Plus $9123.40.

- Distribución: La instalación del programa y de los equipos (si es que se compraron) las hacen otras empresas autorizadas por BDKREST tales como: Woolfo Systems y CIAP Computación. También se puede solicitar una versión de prueba a través de la página.

- Promociones: La página oficial ofrece un cincuenta por ciento de descuento al comprar dos años después de haber asegurado dos años (básicamente es 25% al comprar dos años).

### Wansoft

- Posición en el mercado: Software muy reconocido en México

- Estrategias de calidad: Wansoft cuenta con su software y cuenta con la peculiaridad de tener cursos para entender más a fondo temas relacionados con dicho software. Expone lo fácil y seguro que es utilizar su software.

- Precios: Wansoft ofrece tres paquetes: Básico ('Fee' Inicial $7672 + Mensualidad $1034 + Anualidad $1293), Inventarios ('Fee' Inicial $11327 + Mensualidad $1379 + Anualidad $1293) y Pro ('Fee' Inicial $16000 + Mensualidad $2000 + Anualidad $2000).

- Distribución: Ellos mismos se encargan de ir a instalar el software y preparar todo para gestionar el restaurante.

- Promociones: Lo que venden no solo es el software ni la instalación sino que también ofrecen cursos.

## **Macroambiente**

### Económicos

Al cierre de 2023 la economía mexicana creció 3.1% respecto a 2022, es posible que la población tenga un mayor poder adquisitivo. Esto podría resultar en un aumento en la disposición de los consumidores para gastar en productos y servicios, esto podría traducirse en un crecimiento del sector de restaurantes. Los consumidores podrían estar más dispuestos a disfrutar de experiencias gastronómicas, lo que beneficia al mercado objetivo, es posible que surjan nuevos competidores en el mercado.

### Tecnológicos

Hay un crecimiento notable en el sector tecnológico y digital en México, con un aumento en el uso de servicios en línea, comercio electrónico y startups tecnológicas. Esto presenta oportunidades para negocios innovadores, como el punto de venta con portal de facturación para restaurantes.

### Sociales

Un creciente interés en la sustentabilidad y la responsabilidad social puede influir en cómo los restaurantes quieren que sus proveedores trabajen, incluyendo a sus sistemas de punto de venta.

Las generaciones más jóvenes pueden favorecer los restaurantes que utilizan tecnología de punta.

## **Microambiente**

### Distribuidores y Socios

Las tiendas de aplicaciones de Android (Google Play Store) y Apple (App Store) son canales cruciales para la distribución de la aplicación, ya que ofrecen una plataforma accesible y de amplio alcance para llegar a los clientes objetivo. La visibilidad en estas tiendas puede incrementar significativamente la adopción del producto.

Por otro lado, forjar alianzas con aplicaciones de entrega de comida, como Uber Eats, podría abrir puertas a una base de clientes más amplia, ofreciendo una integración que facilite a los restaurantes la gestión de pedidos en línea junto con sus operaciones diarias.

### Actores Cercanos

En México, existen varias asociaciones de restaurantes, que juegan un papel importante en la industria, ofreciendo desde apoyo y recursos hasta representación ante instancias gubernamentales y privadas.

Al colaborar con CANIRAC (Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados) y AMR (Asociación Mexicana de Restaurantes), nuestro producto puede beneficiarse enormemente de la visibilidad y credibilidad que estas asociaciones ofrecen dentro de la industria restaurantera mexicana. Estas asociaciones son altamente reconocidas y respetadas, lo que significa que cualquier producto o servicio que promuevan o con el que se asocien tendrá una mejor recepción en el mercado.

### Competidores

(Véase descripción de la competencia)

### Usuarios Finales

Los usuarios finales del sistema de punto de venta juegan un rol crucial en el éxito y la evolución del producto.

Una interfaz intuitiva que minimice el tiempo de formación y maximice la productividad del personal no solo mejora la experiencia operativa del restaurante, sino que también fomenta una retroalimentación positiva que puede guiar futuras mejoras y desarrollos del producto.

Escuchar y actuar según las necesidades y sugerencias de estos usuarios finales es esencial para mantener la solución relevante y competitiva en el mercado.

# **Encuesta Realizada**

1.Nombre del restaurante.

Esta es una respuesta de control.

2.¿Cuánto tiempo tiene su negocio?

Menos de 1 año 27  
 1 a 5 años 32  
 6 a 10 años 17  
 Más de 10 años 13  
 Aún está en fase de planeación 15

Con estos resultados podemos ver que la gente entrevistada que puede ser nuestro público potencial se encuentra en negocios que están empezando o llevan muy poco establecidos.

3.¿Tipo de comida que ofrecen?

Es difícil sacar una conclusión de esta pregunta debido a la variedad de respuestas, pero se puede observar que la mayoría son negocios de tacos y hamburguesas, es decir, “comida rápida” así que tenemos que enfocar nuestro sistema en procesos que se puedan realizar rápidamente.

4.¿Cómo venden sus productos?  
En establecimiento 84  
Para llevar 63  
Envío a domicilio 41

La gran mayoría de estos negocios son en establecimientos que ofrecen su venta al público en el mismo, así que esta bien implementar la gestión de mesas en nuestro sistema

5.Ubicación y área de servicio (Selecciona varias en caso de contar con múltiples sucursales).  
Apodaca 19  
Ciudad Juárez 15  
Escobedo 15  
Guadalupe 23  
Monterrey 26  
San Nicolás 22  
San Pedro 17  
Santa Catarina 11  
Otro municipio de Nuevo León 4

Los encuestados ubican sus establecimientos principalmente en el área circundante de Monterrey, así que enfocar nuestra publicidad en ese sector es lo más razonable para abarcar a la mayoría de nuestros clientes potenciales.

6.¿Actualmente utilizan algún sistema de punto de venta en su restaurante?

Si 52

No 52

Sorprendentemente la respuesta de los encuestados quedó dividida a mitad y mitad, lo que nos dice que aún queda mucha porción de negocios que aún no cuentan con el uso de un punto de venta.

7.En un Punto de Venta para restaurantes ¿Qué característica consideras más importante?

Gestión de inventario 21

Proceso de venta 31

Facturación 15

Creación de Promociones 7

Manejo de mesas 6

Información de producción 6

Reportes de venta 11

Soporte Técnico 7

Con esta pregunta podemos ver el orden de prioridades que tienen los restaurantes, siendo primero que necesitan una manera de concretar ventas de forma oficial y registrada, posteriormente quieren conocer cómo va el flujo de sus productos e insumos. La facturación también les importa ya sea porque no tienen conocimiento de cómo realizarlas o porque el proceso que actualmente realizan es muy complicado.

8.¿Cómo manejan actualmente el proceso de facturación y contabilidad en su restaurante?

Programa/Aplicación 37

Portal Web 29

Contador o Bufete 38

Podemos ver que las formas de hacerlo están diversificadas, quizás la mayoría escogen un bufete para no complicarse demasiado, y habría más usando pòrtales o programas si fueran más intuitivos.

9.¿Les gustaría tener un portal de facturación integrado en el sistema de punto de venta?

Si 73

No 31

Junto con la respuesta anterior podemos ver como realmente la gente desea facturar de una forma más ágil y no tener que recurrir a otros medios para hacerlo.

10.¿Qué desafíos enfrentan actualmente en la gestión diaria del restaurante?

Esta pregunta también cuenta con respuestas muy variadas, algunas de ellas incluso se salen de nuestras manos, pero en resumen lo que buscan es llevar un “control” de su negocio y agilizar las operaciones del mismo.

11.¿Hay alguna característica específica que deseen tener en un sistema de punto de venta?

Las dos cosas que más se piden son lo más básico que puede tener un punto de venta: inventario y facturación, eso nos da una idea de con qué parte del proyecto empezar.

12.¿Ofrecen promociones o descuentos en su restaurante?

Si 54

No 50

Podemos suponer que gran cantidad de los que contestaron “no” no es que realmente no hagan descuentos, sino que no los llevan de forma oficial, si manejamos en nuestro sistema los descuentos deben ser de cierta forma que quede constancia sobre que se debe dicho descuento.

13.¿Cómo les gustaría gestionar promociones y descuentos en un sistema de punto de venta?

La mayoría realiza descuentos por periodos de tiempo en productos concretos y los que no contestaron satisfactoriamente se debe a que no se han formulado como seria realizar descuentos dentro de un sistema, asi que esto nos da una orientacion de como realizar esta funcionalidad y al mismo tiempo nos da libertad para decidir cómo será el control de flujo.

14.¿Cuál es su preferencia para recibir soporte técnico y actualizaciones del sistema?

Presencial 58

Acceso Remoto 23

Teléfono 11

Videollamada 5

Mensajería 6

Foro 1

En estas respuestas podemos notar una mayor preferencia al trato presencial, probablemente por la búsqueda de interacción humana y la observación de que se está realizando una acción por la que el cliente piensa pagar.

15.¿Desean recibir información sobre nuevas características a través de correos electrónicos o mensajes?

Si 62

No 42

Con las respuestas obtenidas en la pregunta 15, podemos darnos cuenta que las personas están interesadas en obtener información acerca de mejoras para el software, siempre y cuando este mejore y facilite su trabajo.