



“Porque nuestro amor va en cada color”

MARIA GUADALUPE JUÁREZ SÁNCHEZ.

I. ÍNDICE.

PORTADA

INDICE

ANTECEDENTES

CRONOGRAMA

CONTENIDO

CONCLUSIÓN

BIBLIOGRAFÍAS

INTRODUCCIÓN

ABSTRACT

ANEXO

II. ANTECEDENTES

a) Nombre o razón social de la organización:

Pastelería “EL CISNE”.

Porque nuestro amor va en cada color.

b)

MISIÓN:

Somos una empresa con personal altamente capacitado para obtener una producción de alta calidad día a día, al igual que tener una excelente distribución y al año tener una pastelería que se convierta en mediana empresa.

VISIÓN:

Ser la mejor empresa en la producción de pasteles integrales y tener la mejor distribución a nivel nacional.

VALORES:

Responsabilidad: que nuestros empleados sean puntuales y cumplan correctamente con sus tareas cada quien.

Respeto: es muy importante para una colaboración pacífica y cómoda.

Confianza: de patrón a empleado y viceversa para una elaboración de los productos sean exitoso y la empresa mejore.

Libertad: este se basa en la buena convivencia y en que todos se puedan expresar libremente.

c)

OBJETIVOS:





Crece más que como una empresa, como una familia que produce pastelillos de una porción estándar, que sea nutritiva para todos nuestros clientes y con un práctico envoltorio para que los puedan llevar a todos lados sin riesgo a mancharse.

III. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (GRAFICA DE GANTT).

Actividad	Semanas											
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Planificación												
Justificación												
Preguntas de investigación												
Misión, Visión y Valores												
Objetivo												
Marco teórico												
Investigación de mercados												
Hipótesis												
Ubicación												
Diseño												
Pruebas												
Instalación												
Uso y Mantenimiento												
Conclusión												

Vender muchos pasteles integrales a la mayoría de la población de Cortazar, Gto. México.

Requisitos son:

-  Tener variedad de sabores
-  Distintos tamaños
-  Complacer al cliente
-  Personal capacitado.

3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO:

Ser la única pastelería que elabore pasteles integrales y normales, con tamaños desde un cup cake hasta un pastel de bodas, cada uno con el diseño que el cliente elija.

4.- TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Para la investigación de mercado de mi proyecto (pastelería) se ha decidido llevar a cabo una investigación cualitativa porque así conoceremos aspectos diversos como: motivaciones, actitudes, intenciones, creencias, gustos. Que son del agrado nuestros clientes en nuestro mercado. Y con la ayuda de una investigación descriptiva cada cliente nos dará distintas opiniones sobre el tamaño, sabor, decoración que le gustaría probar o ver en los distintos pasteles que se estarán ofreciendo.

Después de haber decidido que investigaciones haremos, se elaborara un diseño longitudinal para abrirnos pasó en el mercado.

Al hacer un estudio prospectivo sabremos si a futuro nuestra variedad de sabores y decoraciones están agradando a los clientes y es posible apertura de un mercado electrónico (donde puedan hacer pedido), así mismo al utilizar el estudio experimental con pequeñas muestras gratis de distintos sabores de pasteles, estaremos observando las reacciones de los clientes al probar cada una de ellas.

La utilidad de aplicar todo lo anterior es para saber si es factible establecer una pastelería en Cortazar con la diversidad de pasteles integrales.

TIPOS DE FUENTES

La fuente de información que se utilizara es la aplicación de encuestas a los posibles clientes potenciales y reales.

Pero también ocuparemos la fuente secundaria porque será el apoyo para elaborar el estudio de segmentos. Y de esta manera comprobaremos cuantas personas tal vez sigan con sus mismos gustos o creencias y cuantos hayan cambiado de opinión con el tiempo. (2011)

5.- DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

Para la identificación de mi mercado me basare en distintas variables:

Geográfica:

La ciudad es Cortazar,Gto. Hay una densidad de población (hab. /km²):
263.7 **(INEGI, 2010).**

Demográfica:

El número de habitantes que hay son 88 397, el cual el 51.8% son mujeres y el resto hombres.

La edad de la población es de 25 años o menos.

Razón de dependencia por edad:

Por cada 100 personas en edad productiva (15 a 64 años) hay 56 en edad de dependencia (menores de 15 años o mayores de 64 años). El tamaño de las familias para las mujeres entre 15 y 19 años ha tenido en promedio 2 hijos nacidos vivos; mientras que este promedio es de 4 hijos para las mujeres entre 45 y 49 años. Así que el tamaño por familias es de 5 integrantes por cada una. La mayoría de la población es católica y el total de la población económicamente activa entre hombres y mujeres es del 49.9%. **(INEGI, 2010).**

Conductuales:

En esta sería por ocasión de compra, ya que, comúnmente acostumbramos consumir pasteles para eventos especiales como pueden ser: cumpleaños, bodas, comuniones, etc., además tan bien se consumen como postres o antojos dependiendo de cada costumbre de las personas.

Psicográficas:

Aquí la clase social que se establecerá por el precio de los pasteles es media-baja, media-media, media-alta, alta-baja, alta-media y alta-alta.

PARA LA SEGMENTACION DE MI MERCADO UTILIZARE:

Son personas a las que les agrada cuidar su alimentación, además actualmente gran parte de la población sufre de estreñimiento y el consumir una porción integral cada tercer días les ayudara a sentir una digestión completa (Jiménez Salvador, 2012).

Con una publicidad de:

- Boca-Oreja: la gente confía cada vez más en lo que le dicen otras personas.

Porque para llamar a nuestro público hay que tener una buena recomendación por nuestros distintos clientes, ya que con las distintas promociones que se ofrecerán, las críticas para mi pastelería serán positivas.

Al tener ya la segmentación de mi mercado, el perfil que busco de comprador tendrá las características siguientes:

- ✓ Vivir en el estado de Guanajuato, en el municipio de Cortázar.
- ✓ Clase desde media-baja hasta alta-alta.
- ✓ La edad de mis compradores será de 15-65 años.
- ✓ Sexo indistinto(hombre, mujer o mixto)
- ✓ Religión indistinta (católica u otra).
- ✓ Consumo para ocasiones especiales.
- ✓ Recomendar a sus familiares y amigos mi pastelería.

6.- INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA:

Para comenzar la investigación exploratoria comencé por analizar la información anterior y me fui a observar los distintos establecimientos (pastelerías) con relación a mi proyecto que existen en Cortazar, Guanajuato., me encontré con:

- ❖ Pastelería Rossy.
- ❖ Pastelería San Miguel.

- ❖ Pastelería Victoria.
- ❖ Mercado Soriana.
- ❖ Bodega Aurrera.
- ❖ Cup Cakes.
- ❖ Panaderías (todas).

La investigación que realice hay una gran competencia de pastelerías y panaderías en este municipio y dos de ellas se encuentran en centros comerciales.

Las tres primeras pastelerías su fuerte es la elaboración y venta de pasteles de chocolate, vainilla, tres leches y naranja envinados, sus precios son para clase media-alta, alta-alta. La variedad de tamaños pues no es mucha ya que solo exhiben de grandes y pequeños.

El Mercado Soriana y Bodega Aurrera vende pasteles de chocolate, tres leches pero su calidad no es muy buena. Lo sé porque hay que elaborar la investigación de campo, nos vemos en la necesidad de probar la variedad de sabores en el mercado. Por lo tanto los considero competencia pero solo por el precio de sus productos que son para clase media-baja hasta alta-alta. El tamaño vendido ahí es mediano y solo por pedido grandes pasteles.

La tienda de Cup Cake es un establecimiento en donde solo venden cup cake aunque si tienen variedad de sabores en el pan y en el betún. Pero el tamaño siempre es el mismo (mediano).

Las panaderías en Cortazar, todas solo elaboran pasteles por pedido pero su sabor no es el mar rico.

Fuentes utilizadas:

Primarias y secundarias, porque la investigación la hice yo misma observando y preguntando en cada una de las pastelerías.

6.1. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACION EXPLORATORIA:

Se considera que al tener la investigación exploratoria ya realizada, ahora sigue una investigación descriptiva para poder apoyar toda la información de la investigación anterior, además de esta manera me doy cuenta de que mi proyecto tiene viabilidad porque todas las pastelerías solo se enfocan en pasteles ya conocidos, pero así mismo corro el riesgo de que a las personas nos les gusten al principio la variedad de pasteles integrales.

Así se planearon estrategias para implementar y hacer crecer, dar a conocer mi pastelería.

También he concluido que las personas que serán mis clientes son las de la zona sureste de Cortazar.

7- ELABORACIÓN DE HIPÓTESIS:

¿Con las ventas que se pretenden alcanzara para pagar todos sus gastos?

H1= cuanto le cuesta comprar sus mercancías depende con que vende actualmente le alcanza para todos sus gastos.

Ho= cuanto le cuesta comprar sus mercancías no depende con que vende actualmente le alcanza para todos sus gastos.

¿La habilidad administrativa le ayudo a usted a crear su empresa o negocio?

H1= la habilidad administrativa depende de llevar un registro de lo que cobra y paga.

Ho=la habilidad administrativa no depende de llevar un registro de lo que cobra y paga.

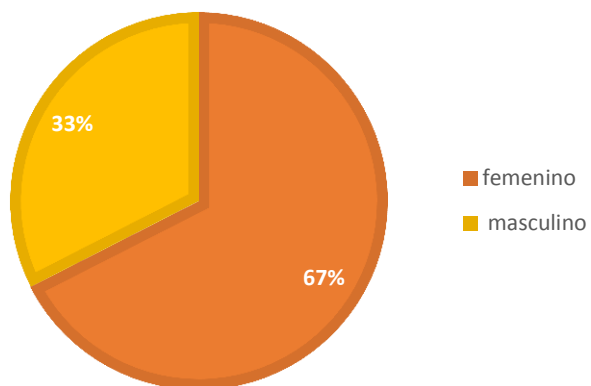
¿Hay competencia en el mercado?

H1= la competitividad depende de disponer con mejores ventas.

Ho= la competitividad no depende de disponer con mejores ventas.

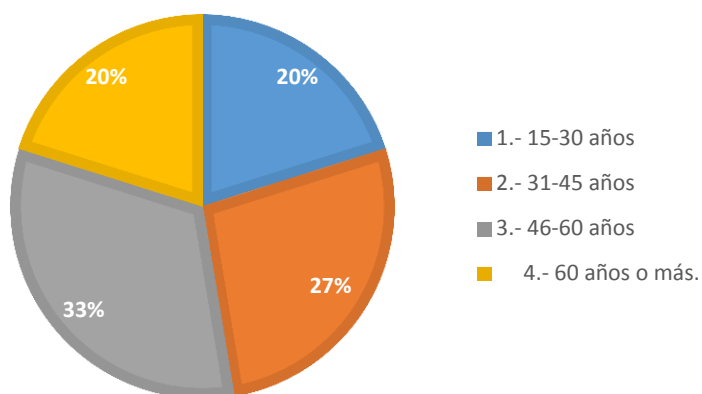
GRAFICAS.

1.- GENERO



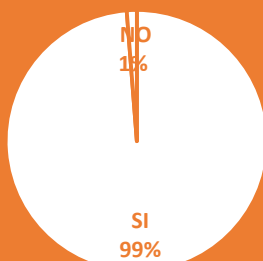
EL 67% DE LA ENCUESTAS FUERON RESPONDIDAS POR MUJERES. PORQUE LA MAYORIA DE LOS HOMBRES CREEN QUE LA MUJER ES LA QUE SE DEBE ENCARGAR DE COMPRALO.

2.- EDADES



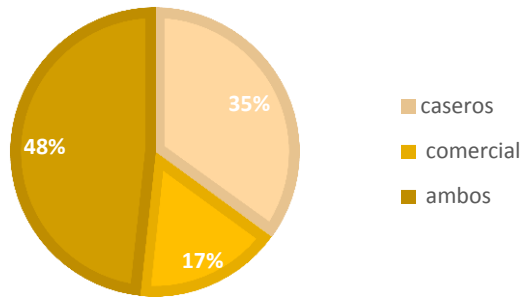
LA EDAD DE LA POBLACIÓN A LA QUE SE ENCUESTO FUE DE 15-30 AÑOS Y DE 30-45 AÑOS, YA QUE SON LOS QUE MAS COMPRAN PASTELES. YA SEA PORQUE TRABAJEN Y LO COMPREN O MANDEN A COMPRARLOS.

3.- ¿CONSUME PASTELES?



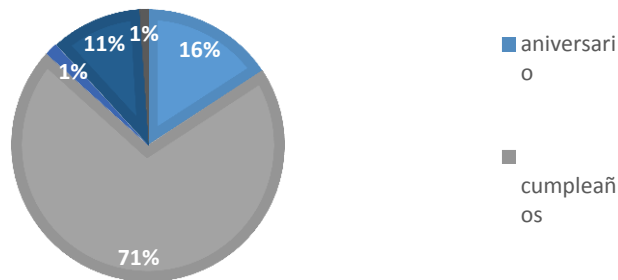
EL 99% DE LA POBLACIÓN CONSUME PASTELES. PORQUE ES COMO LA MAYOR TRADICION PARA ALGUNA CELEBRACION.

4.-¿QUÉ TIPO DE PASTELES CONSUME?



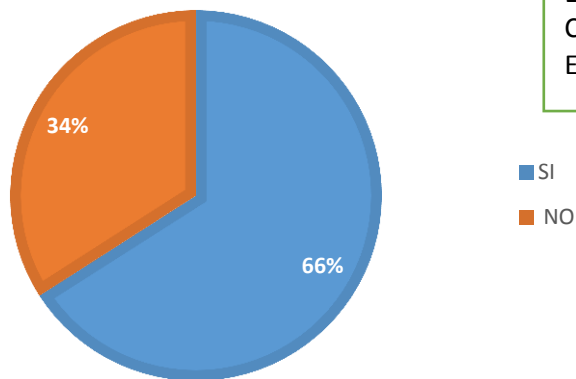
A LA POBLACIÓN LE GUSTA CONSUMIR DE AMBOS TIPOS DE PASTELES PORQUE HAY VARIEDAD DE GUSTOS EN SU FAMILIA, MIENTRAS OTRAS TANTOS POR LA ECONOMIA.

5.- PARA QUE OCASIÓN LOS COMPRA.



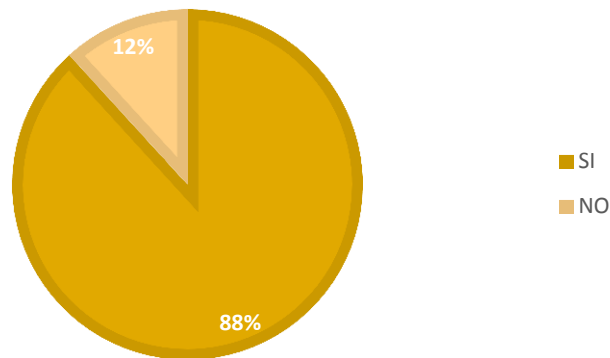
COMPRAN PASTELES PARA CUMPLEAÑOS, YA QUE ES UN EVENTO IMPORTANTE PARA LA MAYORIA DE LAS PERSONAS.

6.- ¿LE GUSTARÍA CONSUMIR PASTELES INTEGRALES?



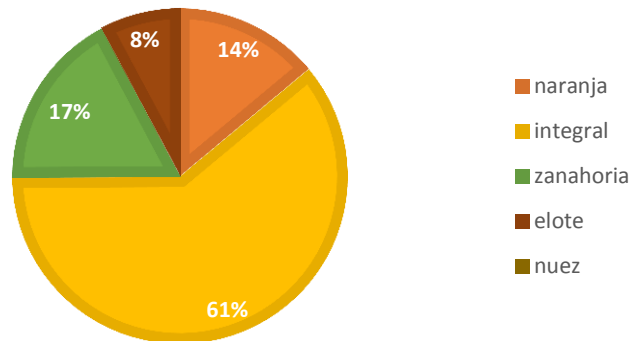
ALGUNAS PERSONAS NO CONOCEN LOS SABORES DE LOS PASTELES INTEGRALES, PERO SI LES GUSTARIA COMERLO. AUNQUE TIENEN SUS DUDAS PORQUE NO ES MUY COMUN QUE LO VENDAN.

7.- ¿ES DIFÍCIL ENCONTRAR DONDE LE VENDAN PASTELES INTEGRALES?



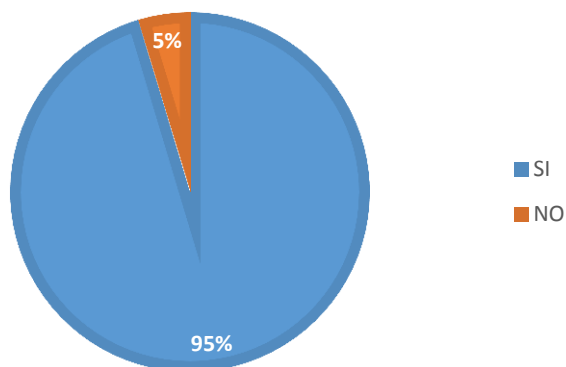
EL SABER DONDE VENDAN PASTELES, LA MAYORIA DE PERSONAS LO CONSUMIRIAN. PORQUE LA POBLACION LO QUE QUIERE ES LLEGAR Y QUE LE VENDAN EL PASTEL AL MOMENTO DE REQUIRLO.

8.- ¿QUÉ SABOR DE PASTEL CONSUMIRÍA?



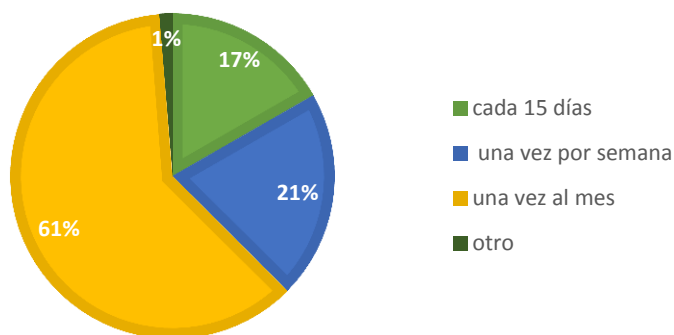
LA VARIEDAD DE SABORES LLAMAN LA ATENCION, PERO EL QUE MAS SE ANTOJA ES EL INTEGRAL PORQUE LES HACE UNA MEJOR DIGESTIÓN.

9.- MEJORA SU DIGESTIÓN.



CUANDO CONSUMES ALGO INTEGRAL ESTAS SEGURO DE QUE AYUDA A TU DIGESTIÓN, ASI QUE LA POBLACIÓN QUIERE COMERLOS.

10.- CADA CUANDO CONSUMIRÍA PASTELES.



COMO LO INTEGRAL NO ES ALGO QUE COMÚNMENTE CONSUMIMOS, SE PIENSA QUE SERIA BUENO COMERLO UNA VEZ AL MES. PORQUE COMUNMENTE TIENEN ALGO QUE FESTEJAR O SIMPLEMENTE DE ANTOJO.

Conclusión:

Para realizar las 323 encuestas a hombres y mujeres, en la cual me di cuenta de que todos pensamos diferentes y lo difícil que es tratar con las personas.

Pero al final todos me respondieron y observe su comportamiento.

Todas la personas es algo raro que los encuesten y tienen miedo de responder mal, porque lo ven como si fuera un examen, mientras algunas otras te responde rápido o tranquilamente, lo que aprendí de realizar estas encuestas fue que las personas no conocen mucha variedad de sabores en pasteles y aceptaron probar algo nuevo y si les gusta son posibles consumidores para cuando necesiten algún pastel. Además les interesa mucho tener una buena digestión por el ritmo de vida que llevan y algunas veces no les tiempo de comer algo con fibra rápido.

CONCLUSIÓN:

Se puede concluir que si se utiliza correctamente las investigaciones que se han mencionado, el proyecto de negocio estará bien segmentado y crecerá constantemente obteniendo nuevas aperturas de distintos mercados.

Tener de una manera muy objetiva, clara la identificación y segmentación del mercado para elaborar el perfil de comprador, hace ver de una manera muy distinta el prestigio que tomara la pastelería con la comunicación y sobre todo se obtendrán beneficios económicos, se optimizara el uso de los recursos de: marketing, producción, toma de decisiones y hare la publicidad más efectiva.

Se considera que al tener la investigación exploratoria ya realizada, ahora sigue una investigación descriptiva para poder apoyar toda la información de la investigación anterior, además de esta manera nos damos cuenta de que el proyecto tiene viabilidad porque todas las pastelerías solo se enfocan en pasteles ya conocidos, pero así mismo se corre el riesgo de que a las personas nos les gusten al principio la variedad de pasteles integrales.

Así que se planean estrategias a implementar y hacer crecer, dar a conocer la pastelería.

También se ha concluido que las personas que serán los clientes son de la zona sureste de Cortazar.

INTRODUCCIÓN

Para conocer un poco sobre el éxito y la perseverancia de algunas empresas que se dedican a la elaboración de pasteles me veo en hacer una investigación de mercados.

Mi proyecto integrador es la realización de una pastelería donde se realicen todo tipo de postres, pero enfocándome en la elaboración de pasteles de zanahoria, elote, integrales.

Para lograrlo hay que tener una visión, misión muy clara, así mismo ponerlos en marcha para lograr nuestros objetivos.

El proyecto de una pastelería no solo es porque es buen negocio, sino, porque actualmente hay muy pocas pastelerías que ofrecen buen trabajo, calidad y servicio, además tampoco ofrecen variedad de sabores nutritivos, para no sentirnos culpables de consumir pastel, también al vender pasteles de zanahoria, elote.

Todo tipo de persona de cualquier edad podrá consumirlo, ya que actualmente la mayoría están enfermas de diabetes, hipertensión, entre otras tantas, y al nosotros tener pasteles que no tengan tantos azúcares ellos podrán consumir un rico postre.

ASBTRACT

To learn a little about success and perseverance of some companies engaged in the manufacture of cakes I see myself doing market research. My integrating project is opening a bakery where all kinds of desserts are made, but focusing on the development of carrot cakes, corn, and whole. To achieve this we must have a vision, clear mission, also put in place to achieve our goals. The project of a pastry, not only because it is good business, but because there are currently very few bakeries that offer good job, quality and service, and also offer variety of nutritious flavors, not to feel guilty about eating cake, also to sell carrot cakes, corn, squash, etc., all kinds of people of any age can consume, as most are now suffering from diabetes, hypertension, among many others, and we have cakes that do not have many sugars they can consume a rich dessert. Explore means to venture into uncharted territory. So I feel the need to investigate how many, where and what is strong selling my skills. Exploratory studies are intended to help the marketing man become familiar with your product. An exploratory investigation serves to identify the most important variables, and to recognize alternative courses of action and best clues to work. It is the obligation on the research agenda, even in the most ambitious initial step. At this stage it is to capture the exact nature of the problem.

BIBLIOGRAFÍAS:

http://es.wikipedia.org/wiki/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado

<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/gto/poblacion/default.aspx?tema=me&e=11>

http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/gto/Panorama_Gto.pdf

(2011). Obtenido de <http://www.investigacion.mercados.prospectiv.com.mx>

ARINZE, B., & Cornish, S. L. (s.f.).

http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados.

FAEPyMES. (2009).

Información recaudada de las distintas materias tomadas en cuatrimestres anteriores.

NOTA:

NO CONTAMOS CON PERTINENCIA DEL NEGOCIO, CONTEXTO LEGAL,

PATENTE.