

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACION:

EN GERENCIA ESTRATEGICA DE NEGOCIOS

TITULO DEL INFORME FINAL:

PLAN ESTRATEGICO PARA LA EMPRESA TWIINS BAKERY

PARA OPTAR PARA EL GRADO ACADEMICO DE:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRESENTADO POR:

BORIS ABDIE SERPAS MONTIEL N° CARNET SM15040

EDWIN JOSUE DIAZ ARGUETA N° CARNET DA19015

JOSÉ CARLOS MARTÍNEZ BENAVIDES N° CARNET MB18022

SAIRA LISSETH LAZO CONTRERAS N° CARNET LC19020

DOCENTE ASESOR:

LIC. JORGE DANIEL BENITEZ SERRANO

JULIO 2025

SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES CENTRALES



MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA

RECTOR

MSC. EVELYN BEATRIZ FARFAN

VICERRECTORA ACADEMICA

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

SECRETARIO GENERAL

LIC. CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

FISCAL GENERAL

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL

AUTORIDADES



MSC. CARLOS IVAN HERNANDEZ FRANCO

DECANO

DRA. NORMA AZUCENA FLORES RENATA

VICEDECANA

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO

LIC. ARNOLDO ORLANDO SORTO MARTINEZ

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS

LICDA. LISSETH NOHEMY SALEH DE PERLA

COORDINADORA DEL PROCESO DE GRADO DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS

ECONOMICAS

AGRADECIMIENTO

Nos llena de satisfacción poder expresar nuestro más profundo agradecimiento a todas las personas que, de una forma u otra, hicieron posible la culminación de este trabajo de especialización. La realización de este proyecto no habría sido viable sin el respaldo constante y la colaboración activa de quienes participaron en su desarrollo.

Durante todo este proceso, cada persona involucrada brindó su conocimiento, tiempo y dedicación, contribuyendo de manera significativa al logro de nuestros objetivos. Valoramos enormemente el acompañamiento recibido, la apertura para el intercambio de ideas y el compromiso demostrado en cada etapa del camino.

Este proyecto representa el fruto de un esfuerzo colectivo, donde el trabajo en equipo, la entrega y la constancia han sido piezas clave. Reconocemos el valor de los desafíos superados, del aprendizaje compartido y del entusiasmo que nos impulsó a seguir adelante.

Deseamos expresar un especial agradecimiento a los Licenciados Jorge Daniel Benítez Andrade, Lisseth Nohemy Saleh de Perla y Arnoldo Orlando Sorto, por su apoyo incondicional, su guía oportuna y sus valiosas contribuciones, que fueron determinantes para el éxito de esta investigación.

También extendemos nuestro agradecimiento por la confianza depositada en nosotros para llevar a cabo esta especialización y por todas las enseñanzas recibidas, que nos han permitido crecer tanto profesional como personalmente.

Gracias por acompañarnos en este importante logro.

INDICE

RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCION.....	11
OBJETIVO GENERAL.....	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
MODELOS DE NEGOCIO DE LA EMPRESA.....	13
VENTA DIRECTA.....	13
FABRICANTE.....	13
LISTADOS DE PRODUCTOS.....	13
POTENCIALES NUEVOS PRODUCTOS.....	16
PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE.....	16
POSTRES FRIOS.....	17
PASTELERIA SALADA.....	18
POTENCIALES NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO A ADOPTAR.....	18
MODELO DE DISTRIBUCIÓN.....	19
MODELO DE PRODUCTO POR SERVICIO.....	19
PRODUCTOS.....	19
OBSERVACIONES.....	19
PUNTOS POSITIVOS.....	19
AREAS DE MEJORA.....	20
RECOMENDACIONES.....	20
ADMINISTRACIÓN.....	21
TALENTO HUMANO.....	25
ETAPAS DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN.....	41
FINANZAS.....	42
ESTADO DE RESULTADO.....	44
ANÁLISIS VERTICAL.....	45
OPERACIONES.....	46
PUNTOS POSITIVOS.....	46
AREAS DE MEJORA.....	46
RECOMENDACIONES.....	46
MARKETING.....	46
PUNTOS POSITIVOS.....	46

AREAS DE MEJORA	47
RECOMENDACIONES	47
ESTRUCTURA PLAN DE MARKETING	48
OBJETIVOS	48
OBJETIVOS GENERALES:	48
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	48
PÚBLICO OBJETIVO	48
ANÁLISIS DE SITUACIÓN ESTABLECIDAS AL MARKETING	48
ENTORNO EXTERNO:	48
ENTORNO INTERNO:	48
SEGMENTACIÓN:	49
COMPETENCIA:	49
ESTRATEGIAS DE MARKETING	49
PRODUCTO:	49
PRECIO:	49
PLAZA (DISTRIBUCIÓN):	49
PROMOCIÓN:	49
PLAN DE ACCIÓN	50
LANZAMIENTO DE LÍNEA:	50
MEJORA DE PRESENCIA EN REDES SOCIALES:	50
ESTABLECIMIENTO DE ALIANZAS:	50
EVALUACIÓN Y CONTROL	50
INDICADORES:	50
MÉTODOS DE EVALUACIÓN:	50
PLAN ESTRATEGICO	51
OBJETIVOS DEL PLAN ESTATEGICO	51
OBJETIVO GENERAL:	51
OBJETIVO ESPECIFICO:	51
PRESUPUESTO	58
PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACION DE CAMBIOS	58
CONCLUSION	60
BIBLIOGRAFÍA	61

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 INFORME DE VENTAS POR PRODUCTOS	14
TABLA 2 PRECIO DE PRODUCTOS	16
TABLA 3 LIENZO DE CANVAS DEL NEGOCIO.....	21
TABLA 4 FODA	24
TABLA 5 HABILIDADES PUESTO DE UN ADMINISTRADOR.....	25
TABLA 6 ENCARGADO DE COCINA.....	25
TABLA 7 AUXILIAR DE COCINA.....	26
TABLA 8 MANUAL DE PUESTO DEL ADMINISTRADOR.....	26
TABLA 9 MANUAL DE PUESTO DEL ENCARGADO DE COCINA.....	29
TABLA 10 MANUAL DE PUESTO DEL AUXILIAR DE COCINA.....	32
TABLA 11 MANUAL DE PUESTO DE CAJERO Y SERVICIO AL CLIENTE.....	35
TABLA 12 MANUAL DE PUESTO DE MERCADEO	37
TABLA 13 PLAN ESTRATÉGICO A CORTO PLAZO	52
TABLA 14 PLAN ESTRATÉGICO A MEDIANO PLAZO	54
TABLA 15 PLAN ESTRATÉGICO A LARGO PLAZO.....	56
TABLA 16 PRESUPUESTO A CORTO PLAZO	58
TABLA 17 PRESUPUESTO A MEDIANO PLAZO	58
TABLA 18 PRESUPUESTO A LARGO PLAZO	59

INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE	17
ILUSTRACIÓN 2 POSTRES FRÍOS	17
ILUSTRACIÓN 3 PASTELERIA SALADA	18

RESUMEN

El presente informe tiene como objetivo analizar estratégicamente el emprendimiento salvadoreño Twiins Bakery, especializado en la elaboración y venta de postres artesanales y café, destacando como productos principales sus pasteles decorativos, empanadas dulces y bebidas especiales. Para ello, se utilizó como metodología el modelo Canvas, que permitió estructurar los aspectos clave del negocio, complementado con un análisis FODA para evaluar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Como resultado, se identificaron ventajas competitivas como la atención personalizada, el enfoque en la calidad estética y artesanal de los productos, y una experiencia acogedora para los clientes. Asimismo, se observaron oportunidades de crecimiento a través del aprovechamiento del comercio digital, el uso de redes sociales, y la creciente demanda por productos artesanales y locales. También se detectaron desafíos, como el incremento de la competencia en el rubro de repostería y la necesidad de reforzar estrategias de marketing digital para aumentar visibilidad y fidelización del cliente.

En conclusión, se propusieron estrategias de diferenciación, impulso a la innovación en diseño de productos, y uso intensivo de redes sociales para promoción. Además, se establecieron objetivos como la expansión del catálogo de postres, fortalecimiento de la marca local, y el establecimiento futuro de nuevos puntos de venta físicos, fortaleciendo así su presencia en el oriente del país y más allá.

Palabras claves: emprendimiento, repostería artesanal, análisis estratégico, comercio digital, marketing digital, innovación.

ABSTRACT

This report aims to strategically analyze the Salvadoran venture Twiins Bakery, specialized in the production and sale of artisanal desserts and coffee, with its main products being decorative cakes, sweet empanadas, and specialty beverages. For this purpose, the Canvas model was used as the main methodology to structure the key aspects of the business, complemented by a SWOT analysis to assess its strengths, opportunities, weaknesses, and threats.

As a result, competitive advantages were identified, such as personalized customer service, a focus on the aesthetic and artisanal quality of the products, and a cozy experience for customers. Opportunities for growth were also observed through the use of digital commerce, social media, and the increasing demand for artisanal and locally made products. Challenges were also identified, including growing competition in the pastry industry and the need to strengthen digital marketing strategies to increase visibility and customer loyalty.

In conclusion, strategies were proposed based on differentiation, innovation in product design, and intensive use of social media for promotion. In addition, objectives were established such as expanding the dessert catalog, strengthening the local brand, and establishing new physical points of sale in the future, thereby reinforcing its presence in the eastern region of the country and beyond.

Keywords: entrepreneurship, artisanal baking, strategic analysis, digital commerce, digital, marketing, innovation.

INTRODUCCION

El presente documento tiene como objetivo analizar la situación actual del negocio Twiins Bakery y desarrollar un plan estratégico que permita optimizar sus procesos, fortalecer su posicionamiento en el mercado y fomentar un crecimiento sostenible. A través de un estudio detallado de las áreas clave del emprendimiento, se han identificado tanto fortalezas como oportunidades de mejora que servirán como base para la implementación de estrategias eficaces en el corto, mediano y largo plazo.

Twiins Bakery se distingue por su modelo de producción artesanal y su enfoque en la venta directa de postres y bebidas especiales, lo que le permite ofrecer una experiencia personalizada al cliente y mantener un control adecuado sobre sus operaciones. La variedad de su oferta —que incluye pasteles decorativos, empanadas dulces y café—, junto con la atención cálida y cercana, representan ventajas competitivas que pueden ser potenciadas mediante una planificación estratégica bien estructurada.

No obstante, se han identificado áreas que requieren atención, como el fortalecimiento de la identidad de marca, la optimización de los procesos administrativos y productivos, la mejora en la comunicación con los clientes y la diversificación de los canales de venta. Con base en ello, se plantean una serie de acciones estratégicas orientadas a la implementación de nuevas herramientas de gestión, la formalización del negocio y el desarrollo de campañas de marketing más efectivas.

Este plan estratégico tiene como finalidad garantizar la estabilidad y el crecimiento de Twiins Bakery, asegurando su sostenibilidad a largo plazo mediante una gestión eficiente, alineada con las tendencias del mercado y las expectativas del consumidor actual.

OBJETIVO GENERAL

Mejorar la organización y el funcionamiento de Twiins Bakery para ofrecer productos de alta calidad, trabajar de forma más eficiente y hacer que la marca sea más reconocida, asegurando así el crecimiento y la estabilidad del negocio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Hacer más ágiles y ordenados los procesos de producción y asegurarse de que todos los productos cumplan con un buen estándar de calidad.
2. Organizar mejor las finanzas y la parte administrativa para que el negocio funcione de manera formal, clara y estable.
3. Promocionar más la marca y mejorar las ventas para que más personas conozcan Twiins Bakery y se conviertan en clientes frecuentes.

MODELOS DE NEGOCIO DE LA EMPRESA

En esta sección se va a dividir y describir el modelo de negocio de la empresa, tomando en cuenta a que mercado se dirige, a que sector pertenece, y como se realiza sus ventas.

VENTA DIRECTA

La empresa vende sus productos directamente a los consumidores, sin intermediarios.

FABRICANTE

La empresa diseña, produce y vende sus propios productos.

LISTADOS DE PRODUCTOS

- ✓ Cheesecake
- ✓ Volteado de Piña
- ✓ Rollos de Canela
- ✓ Budín de Plátano
- ✓ Galletas New York (tradicionales y de Oreo)
- ✓ Galletas M&M's
- ✓ Porciones de Pastel (chocolate, zanahoria, Caramelo y almendras)
- ✓ Flanes (Queso y Coco)
- ✓ Macarons (Frambuesa, Pistacho, Maracuyá, Chocolate y Caramelo)
- ✓ Cake Balls (Banana, Vainilla y Caramelo, Chocolate y Oreo)
- ✓ Tres Leches
- ✓ Banana Pots

Tabla 1 INFORME DE VENTAS POR PRODUCTOS

PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD POR	COSTO	PRECIO	COSTO	VENTA	RENTABILIDAD	%	DE
	MES		UNITARIO	TOTAL	TOTAL		VENTA	
Cheesecake Variedad (Frutos rojos, piña, maracuyá, caramelo y chocolate)	240	\$1.60	\$3.50	\$384	\$840	119%	30%	
Volteado de piña	40	\$1	\$2	\$40	\$80	100%	2.89%	
Rollos de canela	144	\$2	\$3.50	\$288	\$504	75%	18%	
Budín de plátano	40	\$0.75	\$2	\$30	\$80	167%	2.8%	
Galletas New York (tradicionales y de oreo)	48	\$1	\$2	\$48	\$96	100%	3.4%	
Galletas M&M's	32	\$1	\$2	\$32	\$64	100%	2.2%	
Porciones de pastel (chocolate, zanahoria, caramelo y almendras)	120	\$2	\$3.75	\$240	\$450	88%	16.1%	
Flanes (queso y coco)	64	\$1.30	\$2.75	\$83.20	\$176	111%	6.3%	

Macarons (frambuesa, pistacho, maracuyá, chocolate y caramelo)	120	\$0.50	\$1.50	\$60	\$180	200%	6.46%
Cake Balls (banana, vainilla y caramelo, chocolate y oreo)	80	\$0.80	\$1.50	\$64	\$120	88%	4.3%
Tres leches	16	\$1.50	\$3	\$24	\$48	100%	1.72%
Banana Post	40	\$2	\$3.75	\$80	\$150	88%	5.38%
Total				\$1373.2	\$2,788		100%

TABLA 2 PRECIO DE PRODUCTOS

PRODUCTOS	PRECIOS
CHEESECAKE VARIEDAD	\$3.50
VOLTEADO DE PIÑA	\$2
ROLLOS DE CANELA	\$3.50
BUDÍN DE PLÁTANO	\$2
GALLETAS NEW YORK	\$2
GALLETAS M&M'S	\$2
FLANES	\$2.75
TRES LECHES	\$3
BANANA POTS	\$3.75

POTENCIALES NUEVOS PRODUCTOS**PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE**

Uno de los productos a considerar para su incorporación al catálogo son las especialidades a base de chocolate ya destacan por su sabor profundo y su capacidad de atraer a un amplio público. El chocolate es un ingrediente universalmente apreciado que evoca sensaciones de placer y confort, lo que lo convierte en una opción ideal tanto para ocasiones especiales como para el consumo diario. Además, su versatilidad permite maridajes con una variedad de bebidas como café, leche, té o vino dulce, ampliando su atractivo en distintos momentos del día y fortaleciendo la propuesta de valor de la pastelería.

ILUSTRACIÓN 1 PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE



POSTRES FRÍOS

Otro producto para considerar para su incorporación al catálogo son los postres fríos. Son ideales para climas cálidos o como cierre ligero y sofisticado para una comida. Los postres fríos no solo ofrecen una experiencia refrescante, sino que también permiten una presentación atractiva y moderna que puede elevar la imagen del local. Su versatilidad se refleja en la posibilidad de incorporar frutas frescas, lo que amplía su atractivo y permite crear combinaciones únicas para distintos gustos y ocasiones.

ILUSTRACIÓN 1 POSTRES FRÍOS



PASTELERIA SALADA

Uno de los productos a considerar para su incorporación al catálogo es la pastelería salada. Son ideales para ofrecer como entradas, brunches, catering o incluso como opciones de comida ligera. La pastelería salada no solo aporta variedad al menú, sino que también permite jugar con presentaciones elegantes y sabores sofisticados, combinando quesos, embutidos, vegetales asados, hierbas frescas o incluso mariscos. Su flexibilidad en formatos individuales o para compartir la convierte en una propuesta atractiva y adaptable a distintos momentos del día y preferencias del cliente.

ILUSTRACIÓN 2 PASTELERIA SALADA



POTENCIALES NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO A ADOPTAR

Actualmente Twiins Bakery cuenta con un modelo de negocio basado en Fabricante/Vendedor, es decir ahí se elabora el producto y también se vende en el mismo lugar, por lo tanto, hemos determinado algunos modelos de negocio que se podrían implementar o agregar al modelo de negocio actual.

MODELO DE DISTRIBUCIÓN

Actualmente la pastelería se encuentra en el departamento de Usulután, pero dado su buen trabajo en la elaboración de postres y pasteles la demanda ha crecido no solo para Usulután, sino que también algunos departamentos aledaños como San Miguel, este modelo le permitirá a la empresa expandir sus horizontes y poder llegar a más clientes en el oriente del país generando mayor conocimiento de la marca y lograr una expansión.

MODELO DE PRODUCTO POR SERVICIO

El modelo de producto como servicio o PaaS (del inglés Product-as-a-Service Model), que también se denomina sistema de servicios y productos, agrupa los servicios con productos que los consumidores ya han comprado. Esto consiste en ofrecer un servicio extra por el producto ya adquirido, un ejemplo: por la compra de tu 3er postre tienes el derecho a disfrutar una taza de café gratis (no aplica para llevar).

PRODUCTOS

OBSERVACIONES

PUNTOS POSITIVOS

- Cuentan con una variedad de productos
- Cuentan con productos fresco es decir no son productos viejos so no del día
- Cuentan con ingredientes de alta calidad que hace que sus productos sean únicos
- Cuentan con productos personalizados que hacen que sean únicos y atractivos
- Exhiben bien sus productos en redes sociales y recuerdan las horas de apertura y

cierre del local.

AREAS DE MEJORA

- Incluir productos saludables es decir productos bajos en azúcar para atraer un público más amplio
- Mejorar la presentación ya que una presentación atractiva hace que los productos se vean más fácilmente
- Introducir más sabores o combinaciones no comunes para que se destaque y atraiga más clientes

RECOMENDACIONES

- Investigar el mercado y conocer las preferencias del público
- Desarrollar productos con ingredientes saludables y naturales
- Crear un diseño visual atractivo con imágenes de alta calidad
- Utilizar sabores poco comunes en la cocina tradicional

ADMINISTRACIÓN

TABLA 3 LIENZO DE CANVAS DEL NEGOCIO

Lienzo canvas del negocio				
8. Socios Claves	7. Actividades	1. Propuesta de	4. Relación con	Segmentación de Clientes.
- Proveedores de la materia prima.	Claves:	Valor:	Clientes	Residentes locales
- Empresas dedicadas al marketing.	- Marketing y promoción de los productos.	- Productos de calidad a precio accesibles.	- Atención al cliente amable y eficiente	Grupos familiares.
		- Productos y servicios disponibles para cualquier tipo de evento		- Estudiantes.
	6. Recursos	- Local	3. Canales	
	Claves:	acondicionado para la comodidad del cliente.	- Tienda con Ubicación estratégica	
			- Pedidos mediante redes sociales disponible.	
			- Delivery	

9. Estructuras de Costos.

Coste de Materias primas e insumos.

Coste del personal.

5. Fuentes de Ingresos.

Ventas en los productos de repostería en el local.

Ventas y servicios en eventos sociales. Ventas
online.

ILUSTRACIÓN 3 ORGANIGRAMA

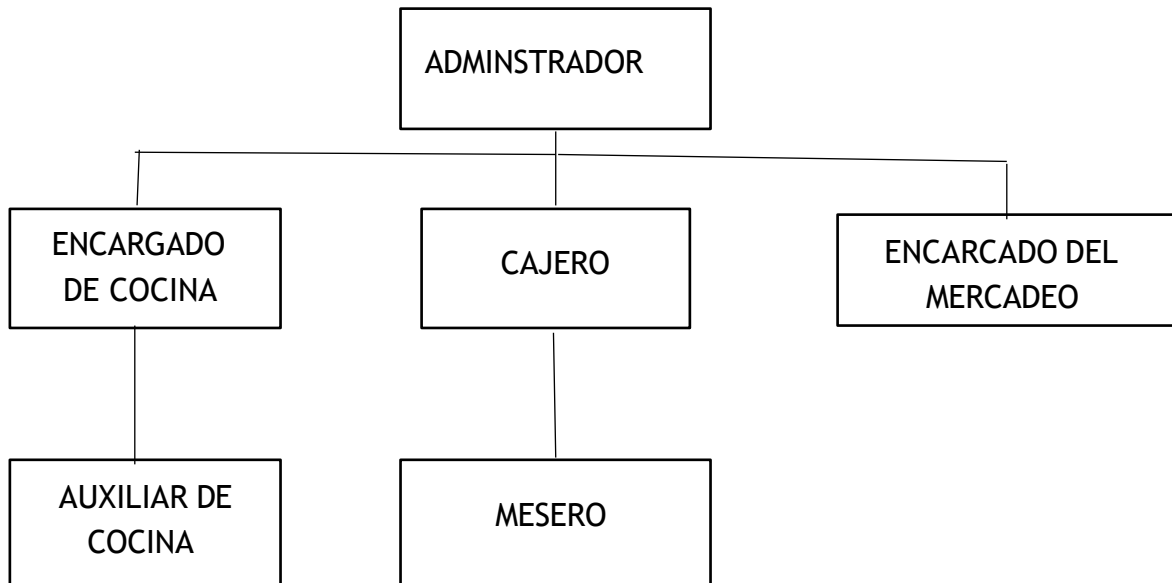


TABLA 4 FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Calidad	Falta de publicidad
Variedad de productos	Tamaño de la empresa
Servicio cálido y eficiente	Horario no amplio
Personal capacitado	Costos elevados
Pedidos en línea	Facturación moderna.
Buena ubicación	
Nuevos proveedores	
Mayor conocimiento de los productos	
Nuevos sabores	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Promociones	Competencia de otras pastelerías
Ampliación de productos	Precios de la competencia más bajos
Alianza con otras empresas	Aumento en los costos de los
Ampliación de instalaciones	ingredientes y materiales
Tendencias saludables	Crisis económica Normativas sanitarias

TALENTO HUMANO

¿Tienen manuales y procesos de contratación? TWINS BAKERY No cuentan con manuales y procesos de contratación ya que está en crecimiento y solo están trabajando familiares.

¿Tiene Identificado los puestos y funciones?

Si tienen definidos los puestos y funciones de esta manera se pueden agilizar los procesos cuando cada empleado entiende lo que le corresponde hacer.

TABLA 5 HABILIDADES PUESTO DE UN ADMINISTRADOR

Habilidades Interpersonales.	Habilidades Técnicas.
<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación clara y efectiva. • Capacidad de negociación con proveedores. • Resolución de problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de agenda y pagos. • Compra de insumos. • Contabilidad. • Atención al cliente.


TABLA 6 ENCARGADO DE COCINA

Habilidades Interpersonales.	Habilidades Técnicas.
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo. • Liderazgo básico. • Atención al detalle. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación de inventario de materia prima. • Proveedores. • Preparar pedidos.

TABLA 7 AUXILIAR DE COCINA

Habilidades Interpersonales.	Habilidades Técnicas.
<ul style="list-style-type: none"> • Organización. • Responsabilidad y disposición para aprender. • Trabajo en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Preparar pedidos. • Limpieza de cocina. • Apoyo en tareas adicionales.

TABLA 8 MANUAL DE PUESTO DEL ADMINISTRADOR

		Título del puesto: Administrador
Objetivo del puesto	<p>El Administrador/a de Cafetería será responsable de gestionar las operaciones diarias del establecimiento, asegurando que se brinde un servicio de alta calidad, se cumplan los estándares de higiene y seguridad, y se optimicen los recursos para garantizar la rentabilidad del negocio. Su objetivo principal será asegurar el buen funcionamiento de la cafetería, liderando el equipo y supervisando todas las áreas operativas, financieras y administrativas del negocio.</p>	
Tareas y Responsabilidades del Puesto:	<p>Gestión de Operaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar las operaciones diarias de la cafetería, incluyendo la apertura y cierre del local. • Asegurar que todos los procedimientos operativos se sigan correctamente (preparación de productos, limpieza, control de calidad). 	

-
- Monitorear el flujo de clientes y la calidad del servicio en todo momento.

**Requisitos
Puesto:****del**

- ✓ Formación Académica:
 - Bachiller o estudiante universitario a nivel de 3 año en Administración de Empresas, Hostelería, Gestión de Restauración o afines (preferible).
 - ✓ Experiencia Profesional:
 - Experiencia mínima de 3 años en administración de restaurantes o negocios similares.
 - Experiencia previa en liderazgo de equipos de trabajo y gestión de operaciones en el sector de alimentos y bebidas.
 - ✓ Habilidades Técnicas:
 - Conocimiento de gestión de inventarios, control de costos y administración de presupuestos.
 - Manejo básico de herramientas informáticas (Microsoft Office, software de gestión de ventas o punto de venta).
 - Conocimientos en el uso de herramientas de marketing digital y redes sociales para promoción del negocio (opcional pero deseable).
 - ✓ Habilidades Interpersonales:
 - Capacidad para liderar y motivar al equipo, promoviendo un ambiente de trabajo positivo.
-

-
- Habilidades de comunicación efectiva tanto con el equipo como con los clientes.
 - Capacidad para tomar decisiones rápidas y resolver problemas de manera efectiva.
 - ✓ Requisitos Adicionales:
 - Actitud proactiva, responsable y comprometida con el negocio.
 - Disponibilidad para trabajar en turnos rotativos, fines de semana y días festivos si así fuese el caso.
 - Conocimiento y respeto por las normativas de higiene, seguridad alimentaria y salud ocupacional.

Condiciones del puesto Se le brindara un área con su respectivo equipo informático para que pueda desarrollar sus habilidades como administrador, también se le brindara información confidencial sobre el negocio una vez haya pasado el periodo de prueba.

Supervisión Gestión Administrativa:

- Elaborar y mantener informes sobre el desempeño del negocio, incluyendo ventas, costos operativos y productividad del equipo.
- Gestionar la comunicación con proveedores y socios comerciales.
- Realizar la gestión de la caja, registrar ventas y

asegurarse de que se cumpla con las políticas financieras de la empresa.

Desarrollo Personal y laboral

Tendrá acceso a planes de estudio y formación académica en el caso quiera seguir formándose profesionalmente.

TABLA 9 MANUAL DE PUESTO DEL ENCARGADO DE COCINA



**Título del puesto:
Encargado de Cocina**

Objetivo del puesto

El Encargado/a de Cocina será responsable de coordinar y supervisar todas las actividades dentro de la cocina, asegurando que se cumplan los estándares de calidad, higiene y seguridad alimentaria. Su objetivo principal es garantizar la preparación de los productos alimenticios de la cafetería de manera eficiente, manteniendo un ambiente de trabajo ordenado y controlando el uso de los ingredientes.

Tareas y Responsabilidades del Puesto:

y Supervisión de la Cocina:

- Supervisar el trabajo diario del personal de cocina (pasteleros, cocineros y ayudantes), también asignar tareas específicas.
 - Asegurar que se sigan los procedimientos de cocina correctamente y en tiempo adecuado.
 - Controlar la calidad de los alimentos preparados,
-

garantizando que cumplan con los estándares de la cafetería.

- Velar por el cumplimiento de las normativas de higiene y seguridad alimentaria en la cocina (uso adecuado de utensilios, limpieza, manejo de alimentos, etc.)

**Requisitos
Puesto:**

del

- ✓ Formación Académica:
 - Título de formación profesional o técnica en cocina, gastronomía, o afines (preferible).
 - Si no posee formación académica en el rubro se evaluará por experiencias anteriores
 - ✓ Experiencia Profesional:
 - Experiencia mínima de 3 años en puestos de cocina, preferiblemente como jefe de cocina, encargado/a de cocina o en cargos de responsabilidad dentro de un equipo de cocina.
 - Experiencia en la gestión de inventarios, requisición de materia prima y planificación de menús.
 - ✓ Habilidades Técnicas:
 - Conocimiento profundo de la preparación de pastelería, técnicas de cocina y presentación de platos.
 - Dominio de las normativas de higiene, seguridad alimentaria y procedimientos de limpieza en cocina.
 - Capacidad para trabajar con diversas herramientas y
-

equipos de cocina (hornos, batidoras, procesadores, etc.).

✓ Habilidades Interpersonales:

- Buenas habilidades de liderazgo, comunicación y trabajo en equipo.
- Capacidad para tomar decisiones
- Actitud positiva, motivadora y orientada a la mejora continua.

✓ Requisitos Adicionales:

- Actitud proactiva y capacidad para mantener un ambiente de trabajo organizado y ordenado.
- Disponibilidad para trabajar en turnos rotativos, fines de semana y días festivos si así fuese el caso.
- Compromiso con la calidad de los alimentos y el servicio al cliente.

Condiciones del puesto

- Se le brindaran las herramientas necesarias para llevar a cabo el trabajo como hornos, batidoras, bandejas, materia prima, etc. Se espera pueda llevar un control sobre el manejo y uso de los materiales para evitar pérdidas en la producción.

Supervisión


Se le brindara un proceso de prueba y adaptación en el cual se le estará monitoreando constantemente para evaluar cumplimiento de procesos de higiene y seguridad ocupacional, también se le evaluara la

preparación de los platillos y presentación de estos.

**Desarrollo Personal y
laboral**

Tendrá acceso a planes de estudio y formación académica en el caso quiera seguir formándose profesionalmente.

TABLA 10 MANUAL DE PUESTO DEL AUXILIAR DE COCINA

	<p>Título del puesto: Auxiliar de Cocina</p>
<p>Objetivo del puesto</p>	<p>El Auxiliar de Cocina apoyará al equipo de cocina en la preparación y organización de alimentos y en el mantenimiento de un entorno de trabajo limpio y seguro. Su función principal es asistir al personal de cocina en tareas básicas de preparación de ingredientes, limpieza de utensilios y mantener el orden en la cocina para garantizar que los procesos operativos sean eficientes y de alta calidad.</p>
<p>Tareas y Responsabilidades del Puesto:</p>	<p>Preparación de Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lavar, pelar, cortar y preparar los ingredientes según las instrucciones del encargado de cocina. • Ayudar en la preparación de salsas, aderezos y otros componentes básicos según las recetas. • Medir y pesar ingredientes para garantizar que se sigan las proporciones y recetas adecuadas. • Ayudar a los cocineros en la preparación y montaje de los

platos.

- Realizar tareas de apoyo durante el servicio, como organizar los ingredientes y preparar elementos básicos para la cocina.
- Limpiar utensilios, herramientas y equipos de cocina después de su uso.
- Mantener la cocina ordenada, asegurándose de que las superficies de trabajo estén limpias y libres de obstáculos.

Requisitos del
Puesto:

- ✓ Formación Académica:
 - No se requiere una formación específica, aunque se valorará la experiencia previa en cocina o estudios en gastronomía.
 - Experiencia Profesional:
 - Experiencia previa en un puesto similar (preferible, pero no indispensable).
 - Conocimiento básico de higiene y seguridad alimentaria.
 - ✓ Habilidades Técnicas:
 - Conocimiento de las tareas básicas de preparación de alimentos.
 - Habilidad para usar herramientas y utensilios de cocina de manera adecuada.
 - Capacidad para seguir instrucciones de manera precisa y
-

organizada.

✓ Habilidades Interpersonales:

- Capacidad para trabajar en equipo y seguir las indicaciones de superiores.
- Actitud proactiva, ordenada y comprometida con el trabajo.

✓ Requisitos Adicionales:

- Buena disposición para realizar tareas físicas (como mover cajas, cargar productos o limpiar superficies).
- Conocimiento básico de higiene y prácticas de seguridad en la cocina (preferible).
- Disponibilidad para trabajar en turnos rotativos, fines de semana y días festivos si así fuese el caso.


Condiciones del puesto Tendrá acceso a los utensilios de cocina y pastelería podrá hacer uso de ellos y aprender a usarlos correctamente, también se le instruirá en procesos de preparación de los productos para luego poner en práctica los procesos.

Supervisión Se le brindara un proceso de prueba y adaptación en el cual se le estará monitoreando constantemente para evaluar cumplimiento de procesos de higiene y seguridad ocupacional, también se le evaluara la preparación de los platillos y presentación de estos.

Desarrollo Personal y laboral Se le dará la oportunidad de aprender y desarrollar nuevos conocimientos en el ámbito de la cocina y pastelería, también tendrá

acceso a seguir desarrollándose profesionalmente si este así lo desea

TABLA 11 MANUAL DE PUESTO DE CAJERO Y SERVICIO AL CLIENTE

	<p>Título del puesto:</p> <p>Cajero y Servicio al Cliente</p>
<p>Objetivo del puesto</p>	<p>El Cajero y Servicio al Cliente tiene como objetivo principal gestionar las transacciones monetarias de manera eficiente y brindar una atención al cliente de alta calidad, asegurando una experiencia positiva para cada cliente y el correcto funcionamiento del proceso de pago en la empresa.</p>
<p>Tareas y Responsabilidades del Puesto:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención al cliente: <ul style="list-style-type: none"> • Saludar a los clientes de forma cordial. • Atender quejas, sugerencias y solicitudes de los clientes. • Proporcionar información sobre productos, precios y promociones. ✓ Operaciones de Caja: <ul style="list-style-type: none"> • Realizar cobros a los clientes, recibir pagos en efectivo, tarjetas o cualquier otro medio de pago. • Entregar el cambio correcto a los clientes. • Asegurar que las transacciones sean rápidas y sin

errores.

- ✓ Manejo de Reportes y Arqueo de Caja:
- Contabilizar los ingresos y egresos al final de cada turno.
- Hacer conciliación de caja y reportar cualquier discrepancia.

**Requisitos
Puesto:**

del

- ✓ Formación Académica:
 - Educación secundaria completa (mínimo).
 - Se valoran estudios técnicos o universitarios en áreas afines (comercio, administración, etc.).
 - ✓ Experiencia:
 - Mínimo de 6 meses de experiencia en atención al cliente o manejo de caja.
 - Habilidades y Competencias:
 - Habilidad para manejar dinero y realizar cálculos rápidamente.
 - Buena capacidad de comunicación verbal y escucha activa.
 - Actitud positiva, amable y orientada a la resolución de problemas.
 - Capacidad para resolver problemas.
 - Características Personales:
 - Responsabilidad y honestidad en el manejo de dinero.
 - Actitud proactiva y dinámica.
-

	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para trabajar en equipo y adaptarse a un entorno cambiante. • Disponibilidad para trabajar en turnos rotativos, fines de semana y días festivos si así fuese el caso.
Condiciones del puesto	Se le brindara el acceso al efectivo recibido por las ventas, y a un fondo de caja chica para suplir gastos inesperados, se espera total confidencialidad sobre los fondos existentes en caja.
Supervisión	<ul style="list-style-type: none"> • Se le brindara un proceso de prueba y adaptación en el cual se le estará monitoreando constantemente hasta que se le brinde la confianza necesaria, se le instruirá en el buen uso de los materiales de trabajo como caja y computadora.
Desarrollo Personal y laboral	<ul style="list-style-type: none"> • Tendrá acceso a seguir desarrollando sus habilidades y seguir creciendo profesionalmente.

TABLA 12 MANUAL DE PUESTO DE MERCADEO

	Título del puesto:
	Mercadeo
Objetivo del puesto	El encargado de mercadeo tiene como objetivo principal desarrollar y ejecutar estrategias de marketing que incrementen la visibilidad de la empresa, fidelicen clientes, atraigan nuevos consumidores y contribuyan al crecimiento y posicionamiento de la



marca en el mercado.

**Tareas
y
Responsabilidades
del Puesto:**

Desarrollo de Campañas de Marketing:

- Diseñar campañas publicitarias en diversos medios (digitales y tradicionales) según los objetivos de la empresa.
 - Coordinar con equipos de comunicación para asegurar la correcta ejecución de las campañas.
 - ✓ Análisis de Mercado:
 - Investigar y analizar el mercado para identificar tendencias y oportunidades.
 - ✓ Gestión de Redes Sociales y Marketing Digital:
 - Crear, gestionar y optimizar contenidos en redes sociales (Whatsapp, Facebook, Instagram, etc.).
 - Gestionar campañas de publicidad en plataformas como Google Ads y Facebook Ads.
 - Analizar y optimizar las tasas de apertura, clics y conversiones.
 - ✓ Colaboración con Equipos de Ventas:
 - Trabajar en conjunto con el equipo de ventas para generar potenciales clientes y ayudar a convertirlos en clientes.
 - Crear materiales de apoyo para el equipo comercial (presentaciones, folletos, etc.).
 - ✓ Seguimiento de Resultados y KPIs:
-

Requisitos del Puesto:	del	<ul style="list-style-type: none">• Medir el impacto de las campañas de marketing y realizar informes detallados.• Proponer cambios y ajustes en las estrategias en base a los resultados obtenidos. <ul style="list-style-type: none">✓ Formación Académica:<ul style="list-style-type: none">• Técnico, graduado o estudiante universitario en Mercadeo, Publicidad, Comunicación, Administración de Empresas o afines.✓ Experiencia:<ul style="list-style-type: none">• Mínimo 3 años de experiencia en un puesto similar• Experiencia en la gestión de campañas de marketing digital (Redes Sociales, Google Ads, Email Marketing, etc.).✓ Habilidades y Competencias:<ul style="list-style-type: none">• Preferiblemente Conocimiento en herramientas de marketing digital (Google Analytics, SEMrush, Hootsuite, etc.).• Creatividad, proactividad y capacidad para generar ideas innovadoras.• Habilidad para comunicar de manera efectiva tanto con equipos internos como con clientes.• Conocimiento en diseño básico y uso de herramientas como Photoshop, Canva o similares es un plus.
---------------------------------------	------------	--

-
- ✓ Características Personales:
 - Orientación a resultados, con capacidad para analizar y optimizar campañas.
 - Actitud positiva y proactiva, con habilidades para el trabajo en equipo.
 - Buena organización y atención al detalle.
 - ✓ Disponibilidad:
 - Disponibilidad para trabajar a tiempo completo.
 - Flexibilidad para adaptarse a cambios rápidos en las estrategias de marketing.

Condiciones del puesto Se le otorgara acceso a las principales redes sociales de la empresa para que pueda ver el alcance en sus publicaciones, también se le brindara el equipo y presupuesto necesario considerando el buen uso de este.

Supervisión Se le brindará un proceso de prueba y adaptación en el cual se le estará monitoreando constantemente esperando obtener buenos resultados en las campañas propuestas.

Desarrollo Personal y laboral Tendrá acceso a seguir desarrollando sus habilidades y seguir creciendo profesionalmente.

ETAPAS DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN

1. **Detección de la necesidad de nuevo personal:** El primer paso consiste en reconocer qué cargos necesitan ser ocupados. Esto puede deberse a un aumento en la carga de trabajo, la apertura de una nueva sucursal o la incorporación de nuevos productos o servicios. Es fundamental definir claramente cuáles serán las funciones del puesto y qué competencias se requieren para desempeñarlo correctamente.
2. **Difusión de la oferta laboral:** Una vez identificado el puesto a cubrir, se procede a su publicación. Esta se puede realizar por medio de diferentes plataformas, como redes sociales, páginas web de empleo, o incluso a través de referencias de empleados actuales o personas del entorno empresarial. El anuncio debe incluir información clara sobre las tareas del cargo, las competencias y experiencia necesarias, los beneficios que ofrece y los principios que guían a la empresa.
3. **Evaluación y selección de postulantes:** Tras recibir las candidaturas, se inicia el proceso de selección, el cual contempla entrevistas orientadas tanto a habilidades técnicas como personales.
4. **Capacitación e integración:** Una vez elegido el candidato adecuado, se iniciará un periodo de formación. En esta etapa, el nuevo integrante del equipo aprenderá sobre los procedimientos internos, los estándares de calidad y las expectativas de atención al cliente. Además, se le instruirá en el uso correcto de las herramientas y en cómo colaborar con los demás. Este proceso debe ser lo bastante completo como para asegurar que el nuevo empleado comprenda sus funciones y se adapte a la cultura y valores.

FINANZAS

Clasificación de los costos de la empresa

Costos Fijos \$5,000.00

La empresa no cuenta con prestamos

Compras mensuales aproximadamente de \$2,650 mensuales

Ingresos mensuales de \$3,000 aproximadamente

Punto de equilibrio

COSTOS FIJOS DE \$5,000 (salarios y gastos generales) COSTO DE VENTAS DEL 60%

$$PE = \frac{CF}{PV - CV}$$

$$PE = \frac{5,000}{1 - 0.60}$$

$$PE = \frac{5,000}{0.4}$$

$$PE = 12,500$$

$$\$20,000 > \$12,500$$

La empresa supero el punto de equilibrio

BALANCE GENERAL.

TWIINS BAKERY

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023

(Expresado en Dólares de los Estados Unidos de América)

ACTIVO	\$22,000	
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 7,00000	
TOTAL DE ACTIVO	<u>\$29,000.00</u>	
PASIVO Y PATRIMONIO		
PASIVO	\$ 3,000.00	
IMPUESTO	\$ 2,000.00	
TOTAL DE PASIVO		\$5,000.00
TOTAL DE PATROMONIO		\$ 24,000.00
PATRIMONIO		
GANANCIA A CAPITALIZAR	\$ 4,000.00	
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 20,000.00	
		<u>\$ 29,000.00</u>

ESTADO DE RESULTADO

TWIIS BAKERY

ESTADO DE RENDIMIENTO ECONOMICO DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

VENTAS		20,000
COSTO DE VENTAS		<u>7200</u>
UTILIDAD BRUTA		<u>12,800</u>
GASTOS FIJOS		\$ 8,540.00
SALARIOS	\$ 3,600.00	
GASTOS VARIOS	\$ 660.00	
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 8,000.00
IMPUESTOS		<u>\$ 1,600.00</u>
UTILIDAD NETA		<u><u>\$ 6,400.00</u></u>

Rentabilidad

Análisis Financiero

Utilidad Neta

R=

Capital

$$\frac{6400}{24,000}$$

Por cada dólar que tenemos invertido en nuestra empresa estamos ganando

\$0.27 centavos.

ANÁLISIS VERTICAL.

TWIINS BAKERY

ESTADO DE RENDIMIENTO ECONOMICO DEL 01 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2023

(Expresado en Dólares de los Estados Unidos de América)

VENTAS		\$ 20,000.00	100%
COSTO DE VENTAS		<u>\$ 7,200.00</u>	38%
UTILIDAD BRUTA		<u>\$ 12,800.00</u>	62%
GASTOS FIJOS		\$ 8,540.00	44%
SALARIOS	\$ 3,600.00		18%
GASTOS VARIOS	\$ 660.00		3%
UTILIDAD		\$ 8,000.00	40%
OPERATIVA			
IMPUESTOS		<u>\$ 1,600.00</u>	1%
UTILIDAD NETA		<u>\$ 6,400.00</u>	30%

OPERACIONES

PUNTOS POSITIVOS

- Buen control de insumos
- Si cuentan con protocolo para atención a los clientes
- Tienen la receta para cada producto
- Cuentan con todos los permisos
- Cuentan con buenas estrategias para la atención del cliente.

AREAS DE MEJORA

- Monitorear todos los costos de mano de obra y de los ingredientes
- Un espacio bien organizado dónde todo este en un lugar accesible
- No poseen programas de fidelización de clientes.
- No cuentan con programas de primeros auxilios

RECOMENDACIONES

- Implementar un sistema de control de inventarios y costos
- Diseño eficiente del espacio de trabajo
- Crear un programa de recompensas: Tarjetas de fidelización o puntos o recompensas por preferencia
- Implementar programa de primeros auxilios

MARKETING

PUNTOS POSITIVOS

- La empresa cuenta con las redes sociales como: Instagram, Facebook, Contacto de

WhatsApp y la Ubicación en Google Maps.

- La ubicación del local es bastante accesible y llamativa para los clientes frecuentes y potenciales.
- Cuentan con un horario fijo establecido que es visible en sus redes sociales.
- Realizan pedidos por encargos

AREAS DE MEJORA

- Aumentar la publicidad y anuncios de los productos para que la empresa tenga mayor alcance.
- Contenido de Redes Sociales más dinámico.
- Actualizar fotografías y reseñas de Google Maps.
- Marca y logo atractivo
- Participar en eventos locales por ejemplo ferias
- Implementar las resinas online para los clientes

RECOMENDACIONES

- Crear contenidos interactivos con los usuarios
- Compartir historias testimonios reales de los clientes usando los productos
- Rediseñar o mejorar el logo
- Colaboraciones con influencers
- Anuncios en Google
- Campañas en Facebook y en Instagram

ESTRUCTURA PLAN DE MARKETING

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES:

Indagar e implementar un modelo que garantice más eficiencia en la empresa twins Bakery.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Implementar un diseño que repercute en las redes sociales como modelo de promoción.
- Investigar qué tipo de productos ofrece la empresa y cuáles son los de mayores ventas.
- Analizar cómo se conforma la empresa y que puntos son más eficientes.

PÚBLICO OBJETIVO

Usulután y sus alrededores.

ANÁLISIS DE SITUACIÓN ESTABLECIDAS AL MARKETING

ENTORNO EXTERNO:

- Tendencia creciente hacia productos artesanales y personalizados.
- Demanda de opciones saludables y sin gluten.
- Competencia local consolidada con precios competitivos.

ENTORNO INTERNO:

- Equipo capacitado en técnicas de repostería avanzada.
- Capacidad limitada de producción debido a espacio reducido.

- Presencia activa en redes sociales con seguidores comprometidos
- Investigación de Mercado

SEGMENTACIÓN:

- **Demográfica:** Mujeres y hombres de 25 a 45 años.
- **Geográfica:** Residentes en áreas urbanas cercanas.
- **Psicográfica:** Amantes de la repostería artesanal y eventos especiales.

COMPETENCIA:

- Análisis de precios, calidad y servicios ofrecidos por competidores locales.
- Identificación de oportunidades para diferenciarse, como personalización de productos y atención al cliente excepcional.

ESTRATEGIAS DE MARKETING**PRODUCTO:**

- Introducción de nuevos sabores y opciones dietéticas.
- Ofrecimiento de servicios de personalización para eventos especiales.

PRECIO:

- Estrategia de precios competitivos con descuentos por volumen para pedidos grandes.
- Ofertas especiales en fechas clave como San Valentín y Navidad.

PLAZA (DISTRIBUCIÓN):

- Expansión de canales de venta a través de una tienda en línea.
- Participación en ferias y mercados locales para aumentar la visibilidad.

PROMOCIÓN:

- Campañas en redes sociales destacando la calidad y personalización de los

productos.

- Colaboraciones con influencers locales para ampliar el alcance.

PLAN DE ACCIÓN

LANZAMIENTO DE LÍNEA:

- Desarrollo de recetas y pruebas de sabor.
- Campaña de promoción en redes sociales y en el punto de venta.

MEJORA DE PRESENCIA EN REDES SOCIALES:

- Publicación de contenido diario, incluyendo fotos de productos, testimonios de clientes y detrás de cámaras.
- Organización de concursos y sorteos para aumentar la interacción.

ESTABLECIMIENTO DE ALIANZAS:

- Contacto con organizadores de eventos para ofrecer servicios de catering.
- Desarrollo de paquetes personalizados para bodas, cumpleaños y otros eventos.

EVALUACIÓN Y CONTROL

INDICADORES:

- Número de nuevos clientes adquiridos.
- Tasa de retención de clientes.
- Nivel de satisfacción del cliente.

MÉTODOS DE EVALUACIÓN:

- Revisión mensual de ventas
- Comparación con objetivos establecidos

PLAN ESTRATEGICO

OBJETIVOS DEL PLAN ESTATEGICO

OBJETIVO GENERAL:

Diseñar e implementar un plan estratégico que permita optimizar los procesos operativos de Twiins Bakery, promoviendo un crecimiento sostenible del emprendimiento, incrementando su competitividad en el mercado y asegurando el cumplimiento de sus metas a corto, mediano y largo plazo.

OBJETIVO ESPECIFICO:

- Mejorar la eficiencia de los procesos internos en Twiins Bakery mediante la incorporación de estrategias claras, la estandarización y documentación de procedimientos, y un uso adecuado de los recursos disponibles, con el fin de elevar la productividad en todas las áreas del negocio.
- Impulsar la innovación en el desarrollo de productos y servicios, mediante la incorporación de nuevas tendencias en repostería, la escucha activa de las preferencias del cliente y la mejora continua, con el fin de mantener la relevancia de la marca y diferenciarse de la competencia.
- Asegurar la formalización y expansión progresiva de Twiins Bakery, cumpliendo con las regulaciones legales vigentes, gestionando el registro de la marca, y planificando un incremento escalonado de la capacidad de producción por encargo, con el objetivo de consolidarse como una empresa reconocida y competitiva en el sector de la repostería artesanal.

TABLA 13 PLAN ESTRATÉGICO A CORTO PLAZO

ACCIÓN	AREA	RESPONSABLE	INDICADOR	FECHA TENTATIVA DE INICIO	FECHA TENTATIVA DE FINALIZACIÓN
Investigar el mercado y conocer las preferencias del publico	Productos	Marketing	Tener clara las preferencias del publico	01-03-2025	01-05-2025
Crear filosofía empresarial.	Administración	Administración	Haber creado la filosofía empresarial	02-04-2025	02-06-2025
Mejorar el área de inventario	Administración	Gerente	Tener bien estructurada el área de inventario	03-05-2025	03-07-2025
Diseño eficiente del espacio de trabajo	Operaciones	Gerente	Tener un espacio de trabajo eficiente	04-06-2025	04-08-2025
Implementar programa de primeros auxilios	Operaciones	Gerente	Haber creado un manual de primeros auxilios	05-07-2025	05-09-2025

Colaboraciones con influencers	Marketing	Marketing	Haber creado colaboraciones con influencers locales	06-08-2025	06-10-2025
Campañas en Facebook y en Instagram	Marketing	Marketing	Haber creado campañas en Facebook como en Instagram	07-09-2025	07-11-2025

TABLA 14 PLAN ESTRATÉGICO A MEDIANO PLAZO

ACCIÓN	AREA	RESPONSABLE	INDICADOR	FECHA	FECHA TENTATIVA
				TENTATIVA	DE DE FINALIZACIÓN
				INICIO	
Desarrollar productos con ingredientes saludables y naturales	Producto	Operario	Crear productos saludables	01-03-2025	01-09-2025
Utilizar sabores poco comunes en la cocina tradicional	Producto	Operario	Utilizar sabores no comunes	03-03-2025	03-09-2025
Crear manuales de procedimientos y de puestos para tener una mejor idea de las funciones que debe hacer cada uno en su trabajo.	Administración	Administración	Crear manuales de procedimientos y de las funciones	06-04-2025	08-10-2025
Compartir historias testimoniales reales de los	Marketing	Marketing	Compartir historias con	08-05-2025	08-11-2025

clientes usando los productos			nuestros clientes		
Anuncios en Google	Marketing	Marketing	Contar con anuncios en Google	10-06- 2025	10-12- 2025

TABLA 15 PLAN ESTRATÉGICO A LARGO PLAZO

ACCIÓN	AREA	RESPONSABLE	INDICADOR	FECHA TENTATIVA DE INICIO	FECHA TENTATIVA DE FINALIZACIÓN
Crear un diseño visual atractivo con imágenes de alta calidad	Productos	Marketing	Tener un diseño visual atractivo	01-03-2025	01-03-2026
Implementar un sistema de control de inventarios y costos	Operaciones	Gerente	Tener estructurado un sistema de control de inventario	02-04-2025	02-04-2026
Crear un programa de recompensas: Tarjetas de fidelización o puntos o recompensas por preferencia	Operaciones	Gerente	Tener un programa de recompensas	03-05-2025	03-05-2026
Crear contenidos interactivos con los usuarios	Marketing	Marketing	Tener contenidos interactivos con los usuarios	04-06-2025	04-06-2026

Rediseñar o mejorar el logo	Marketing	Marketing	Tener un logo muy llamativo	05-07-2025	05-07-2026
-----------------------------	-----------	-----------	-----------------------------	------------	------------

PRESUPUESTO**PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACION DE CAMBIOS****TABLA 16 PRESUPUESTO A CORTO PLAZO**

CORTO PLAZO		
ACCIONES	AREAS	COSTO
Investigar el mercado y conocer las preferencias del publico	Productos	\$15
Crear filosofía empresarial.	Administración	\$_
Mejorar el área de inventario	Administración	\$15
Diseño eficiente del espacio de trabajo	Operaciones	\$20
Implementar programa de primeros auxilios	Operaciones	\$10
Colaboraciones con influencers	Marketing	\$50
Campañas en Facebook y en Instagram	Marketing	\$15
SUBTOTAL		\$125

TABLA 17 PRESUPUESTO A MEDIANO PLAZO

MEDIANO PLAZO		
ACCIONES	AREAS	COSTO
Desarrollar productos con ingredientes saludables y naturales	Productos	\$60
Utilizar sabores poco comunes en la cocina tradicional	Productos	\$80
Crear manuales de procedimientos y de puestos para tener una mejor idea de las funciones que debe hacer cada uno en su trabajo.	Administración	\$20
Compartir historias testimonios reales de los clientes	Marketing	\$15

usando los productos		
Anuncios en Google	Marketing	\$20
SUBTOTAL		\$195

TABLA 18 PRESUPUESTO A LARGO PLAZO

LARGO PLAZO		
ACCIONES	AREAS	COSTO
Crear un diseño visual atractivo con imágenes de alta calidad	Productos	\$50
Implementar un sistema de control de inventarios y costos	Operaciones	\$90
Crear un programa de recompensas: Tarjetas de fidelización o puntos o recompensas por preferencia	Operaciones	\$20
Crear contenidos interactivos con los usuarios	Marketing	\$15
Rediseñar o mejorar el logo	Marketing	\$60
SUBTOTAL		\$235

CONCLUSION

El desarrollo de este trabajo ha permitido aplicar herramientas de análisis estratégico a un emprendimiento real, evaluando de forma integral tanto el entorno interno como externo de Twiins Bakery. A lo largo del estudio se identificaron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del negocio, así como las estrategias más adecuadas para su crecimiento y sostenibilidad.

Se concluye que Twiins Bakery cuenta con una propuesta de valor sólida, sustentada en la personalización de sus productos, la calidad artesanal y una identidad de marca distintiva. Estos elementos, sumados al uso estratégico de las redes sociales y una atención centrada en el cliente, constituyen ventajas competitivas clave en un mercado cada vez más competitivo y exigente.

Asimismo, se evidencia que el emprendimiento tiene un alto potencial de expansión, siempre que mantenga una planificación estratégica clara, refuerce su gestión operativa y continúe innovando en su oferta de productos y servicios. La implementación de estrategias enfocadas en la diferenciación y la fidelización del cliente, junto con una adecuada administración financiera, contribuirá al posicionamiento sostenido de la marca en el mediano y largo plazo.

En definitiva, Twiins Bakery es un proyecto viable y con proyección, que demuestra cómo una visión emprendedora, respaldada por el análisis y la planificación estratégica, puede consolidarse como un negocio competitivo y exitoso dentro del sector de la repostería artesanal.

BIBLIOGRAFÍA

CHIAVENATO. (2017). Gestión de Recursos Humanos.

G, D. (2020). ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS.

Horngren, C. T. (2014). Contabilidad administrativa (14ª ed.). Pearson Educación.

Kotler, P. &. (2016). Dirección de marketing (15ª ed.). Pearson.

ROBLES, M. (2012). Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today's workplace.