



FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

INGENIERIA EN FINANZAS

Título de investigación:

“VIABILIDAD DE LA APERTURA DE UN PUNTO DE VENTA EN EL CENTRO

COMERCIAL GARZOCENTRO 2000”

Trabajo de plan de negocios

Autor: Luis Miguel Bermeo Campoverde

Tutor(a): Yolanda Pinzón

Lugar y Fecha: Samborondón, agosto de 2015.

INDICE

| | | |
|-------|--|----|
| 1. | Justificación..... | 3 |
| 2. | Problema a Resolver..... | 4 |
| 3. | Objetivos generales | 6 |
| 4. | Objetivos específicos..... | 6 |
| 5. | Misión y Visión | 6 |
| 5.1 | Misión..... | 6 |
| 5.2 | Visión..... | 6 |
| 6. | Estudio de mercado | 7 |
| 6.1 | Análisis de la demanda | 7 |
| 6.1.1 | Recopilación de fuentes primarias..... | 7 |
| 6.1.2 | Resultados | 8 |
| 6.2 | Análisis Pestal | 12 |
| 6.2.1 | Análisis político..... | 12 |
| 6.2.2 | Análisis económico | 12 |
| 6.3 | Análisis FODA..... | 14 |
| 6.4 | Análisis de las 4Ps | 14 |
| 6.5 | Pronostico de ventas | 21 |
| 7. | Análisis operativo..... | 23 |
| 7.1 | Localización y descripción de las instalaciones..... | 23 |
| 7.2 | Descripción del lugar..... | 23 |
| 7.3 | Métodos de producción | 24 |
| 7.4 | Capacidad instalada..... | 31 |
| 7.5 | Diagrama de flujo OTIDA..... | 32 |
| 7.6 | Recurso humano | 33 |
| 8. | Análisis financiero..... | 35 |
| 8.1 | Inversión inicial..... | 35 |
| 8.2 | Estado de resultado proyectado 5 años | 36 |
| 8.3 | Flujo de caja proyectado a 5 años..... | 37 |
| 8.4 | Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión..... | 38 |
| 9. | Conclusiones | 40 |
| 10. | Bibliografía | 41 |
| 11. | Anexos..... | 42 |

1. Justificación

En los últimos años uno de los emprendimientos de mayor proyección han sido las empresas de repostería, las personas piensan en tortas, cupcakes u otros tipos de dulces para regalar a sus seres queridos en ocasiones especiales, puede ser un cumpleaños, san Valentín, aniversarios, bodas, etc. y como muchas nuevas empresas de este tipo, I&M Cakes comenzó sus operaciones desde una pequeña cocina de casa por lo tanto no ha podido cumplir una de las características esenciales en este tipo de negocio, la cual es exhibir el producto de manera física, razón por la cual se optó por utilizar una de las herramientas más eficaces para promocionar un negocio, las redes sociales, por este medio I&M Cakes ha podido llegar a un gran número de clientes y potenciales clientes haciéndose una reputación que ha sido una de las principales fortalezas, permitiendo a I&M Cakes competir dentro de este mercado por más de 4 años. Sin embargo la visión de I&M Cakes es convertirse en una empresa ejemplo en el Ecuador, pretende crecer constantemente y ser reconocida por la calidad de sus productos. I&M Cakes con el tiempo ofrecerá a los cliente las mejores tortas personalizadas con decoración especializada de fondant y con sabores exquisitos.

De acuerdo a esta visión se realizara el plan de negocio de la apertura de un puntos de venta de I&M Cakes en el centro comercial garzocentro. Con esto I&M Cakes mejorará, crecerá y tendrá más alcance para conseguir nuevos clientes, asegurándose siempre que la calidad de los productos esté acorde a las expectativas de un mercado cada vez más exigente, que busca la perfección en los detalles de cada personalización.

Este proyecto busca abrir un punto de venta estratégico, en base a los sectores de la ciudad que más han adquirido los productos de I&M Cakes a través de los años, el punto de venta que se espera abrir es un local en el garzocentro 2000, lo cual permitirá una mayor interacción con los clientes y la exhibición de la gama de productos para atraer a más personas. Para conocer con mayor exactitud la viabilidad de esta expansión del negocio se

realizará un anteproyecto, *“un estudio que profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias de investigación de mercado, técnico, financiero y económico.”* (Urbina, 2005). De esta forma se tendrá una mejor comprensión sobre el comportamiento del mercado al cual I&M Cakes se quiere expandir (centros comerciales), examinar el coste financiero, económico, social, cultural, tecnológico, todos los factores que puedan incidir en el éxito o fracaso de esta idea.

Se espera mejorar la administración financiera de la microempresa conocido como un factor importante para cualquier persona o empresa, ya que la mayoría de decisiones comerciales se miden en términos financieros. Para este plan de negocio *“es necesario realizar una investigación de mercado, técnica, financiera y económica para poder realizar las diferentes estrategias y superar los obstáculos que se puedan presentar”* (Kiyosaki, 2012). Con este estudio se espera probar la viabilidad del proyecto y resolver los 4 problemas. Estos problemas nos dará una oportunidad siendo esta la de crecer..

2. Problema a Resolver

I&M Cakes es una nueva microempresa que aún se encuentra en su etapa de crecimiento, por lo tanto es importante que siga haciéndose conocer poco a poco, lo cual es su principal meta, esta microempresa actualmente enfrenta 4 problemas:

1.) Necesita un lugar donde pueda vender y exhibir sus productos físicamente. Estos productos actualmente se exhiben en las redes sociales.

2.) Otro problema que tiene I&M Cakes son los desperdicios o sobrantes de las tortas, las cuales se deben a dos causas. La primera, es debido al proceso para la decoración de la torta la cual consta de dos etapas, una antes de cocinarla y la otra después, una vez cocinada la torta se necesita cortar los bordes y tope para poder lograr un forrado con fondant excelente. La segunda, se debe a que hay muchos modelos de tortas que se necesitan cortar para dar la forma respectiva que busca el

cliente. En Marzo del 2015 se realizaron investigaciones y se encontró un uso a este desperdicio, elaborando un nuevo producto que al cual llamaron cakeballs En abril del 2015 se ofreció este producto a los clientes los cuales mostraron satisfacción por este producto. A pesar de esto, en una semana de trabajo solo se usa el 10% del desperdicio para este producto y el 90% es desechado. Estos desperdicios son desechados ya que pasa el tiempo en que son perecibles y se deterioran por lo tanto dejan de ser útiles como materia prima para la elaboración de un producto final de calidad. *“El objetivo primordial de este tipo de empresa siempre será el bienestar del hombre”*. (Blanca Dolly Tejada, 2006, p4)

3.) El tercer problema es que no cuenta con servicio a domicilio. Este es un tema de suma importancia ya que uno de nuestros objetivos es brindarle la mayor comodidad a nuestros clientes, además de ser un plus en todo tipo de negocio, el servicio a domicilio

4.) I&M Cakes no cuenta con una buena estrategia de marketing, por esta razón el proyecto buscará revolucionar su estrategia basándose en el uso del marketing mix ya que esto ayudará a guiar a la microempresa a crear una relación de valor con los clientes. (Philip Kotler,2001,p2)

La estrategia planteada dentro de este proyecto ayudará a I&M Cakes a afrontar sus 4 principales problemas, primero exhibiendo los modelos y productos. Segundo, promocionando eficazmente los cakeballs y evitando así el desecho del 90% de desperdicio. Tercero, ya que cuenta con un taller se necesitará un vehículo para movilizar los productos a los distintos puntos de ventas, el cual podrá ser utilizado también para hacer entregas a domicilios y por ultimo ayudará en el cuarto problema con la impulsión de la marca y productos.

3. Objetivos generales

- Estudio financiero para determinar la viabilidad de la comercialización de tortas, cupcakes y cakeballs en el centro comercial garzocentro 2000.

4. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado que nos demuestre la preferencia del público al consumir postres dulces personalizados.
- Diseñar procesos operativos óptimos para la producción y transportación de las tortas, cupcakes y cakeballs.
- Desarrollar el estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

5. Misión y Visión

5.1 Misión

Elaborar tortas, cupcakes y cakeballs para satisfacer y deleitar a nuestros clientes, brindándoles productos novedosos, elaborados con materia prima de calidad; ofreciendo así una garantía en nuestros productos y en el servicio al cliente con alto grado de responsabilidad.

5.2 Visión

La visión de I&M Cakes es ser reconocida en Ecuador por ofrecer los mejores diseños de decoración y sabor de cupcakes, tortas y cakeballs, Desatacando la innovación de una atención al cliente de calidad y el trabajo en equipo de todos los que laboran en la empresa.

6. Estudio de mercado

6.1 Análisis de la demanda

6.1.1 Recopilación de fuentes primarias

Introducción

Para poder recaudar información de las fuentes primarias, “información proveniente del propio usuario o consumidor del producto” (Gabriel Baca Urbina, evaluación de proyectos, 2005), se realizarán encuestas directamente al consumidor. El cuestionario será muy sencillo y simple para que el encuestado no se aburra y no tenga problemas para completarlos. Cuenta con preguntas del tipo nominal, intervalos y objetivos, que facilitaran la medición de la aceptación del producto y de las proyecciones de ventas.

Muestra

Para la recopilación de datos se utilizara un método de muestra no probabilística ya que es a un sitio determinado y no estamos realizando generalizaciones, Según estudios realizados por el garzo centro en el año 2012 reflejan que tienen un promedio de 5000 visitas diarias. Nos basaremos en esta cifra para calcular el tamaño de la muestra.

Formula y dato de muestra

Datos

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

| | |
|--|------|
| • N = Total de la población | 5000 |
| • $Z_{\alpha} = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%) | 1,96 |
| • p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05) | 0,05 |
| • q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95) | 0,95 |
| • d = precisión (en su investigación use un 5%). | 0,05 |

$$n = \frac{5000 * 1,96^2 * 0,95 * 0,05}{0,05^2 * (5000 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * 0,95}$$

N=71,9543949

Objetivos.

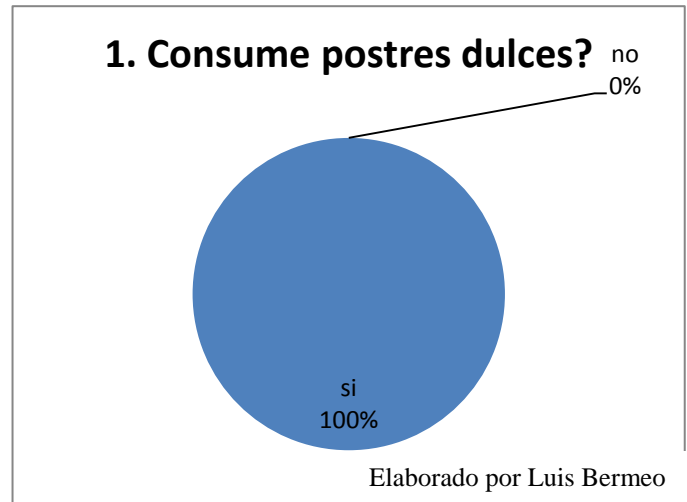
- Analizar la aceptación del producto cakeball.
- Recoger datos para la proyección de ventas de tortas, cakeballs y cupcakes.
- Analizar la demanda de cupcakes y tortas personalizadas.

6.1.2 Resultados

1. Consume postres dulces

| | |
|----|----|
| si | 72 |
| no | 0 |

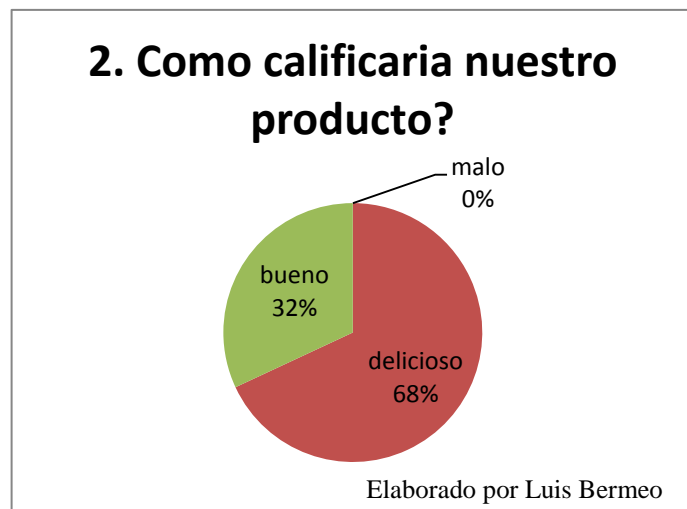
Los resultados de la primera pregunta nos indican que todos los visitantes del garzo centro consumen postres dulces.



2. ¿Cómo calificaría nuestro producto?

| | |
|-----------|----|
| delicioso | 49 |
| bueno | 23 |
| malo | 0 |

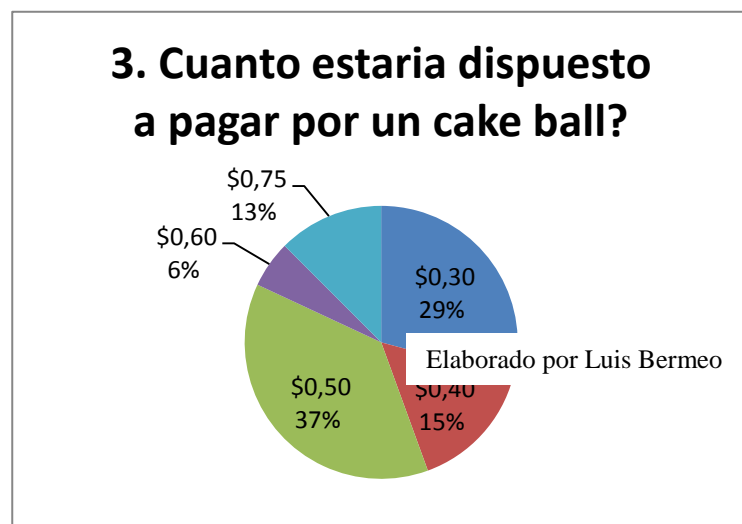
La aceptación del nuevo producto cakeball, se la considera un éxito ya que no existió una respuesta negativa por parte de los encuestados.



3. Cuanto estaria dispuesto a pagar por un cake ball?

| | |
|---------|----|
| \$ 0,30 | 21 |
| \$ 0,40 | 11 |
| \$ 0,50 | 27 |
| \$ 0,60 | 4 |
| \$ 0,75 | 9 |

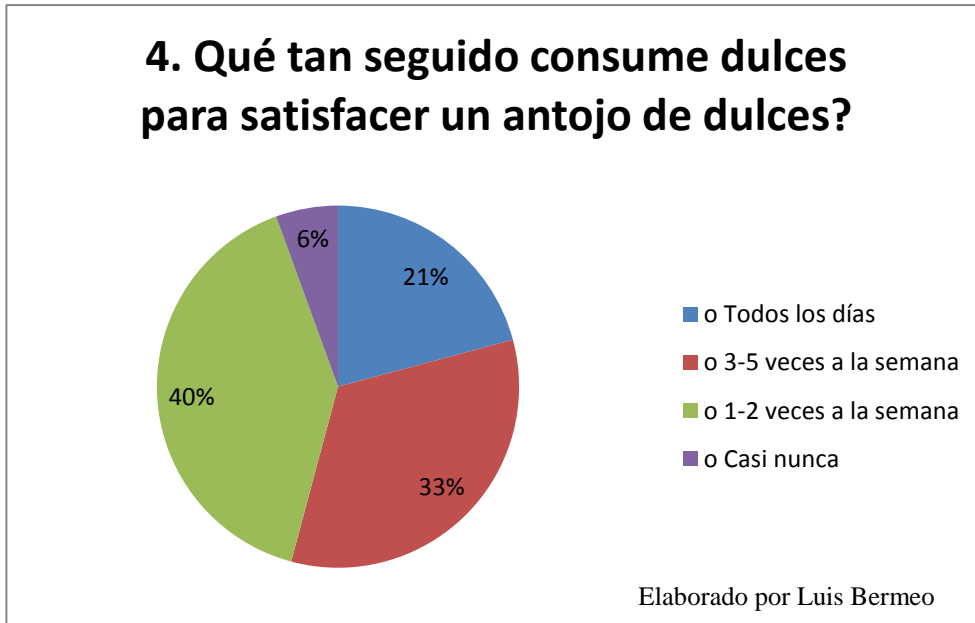
Con estos resultados se fijara un precio de 0,50, ya que más del 50% está dispuesto a pagar igual o mayor valor.



4. ¿Qué tan seguido consume dulces para satisfacer un antojo de

dulces?

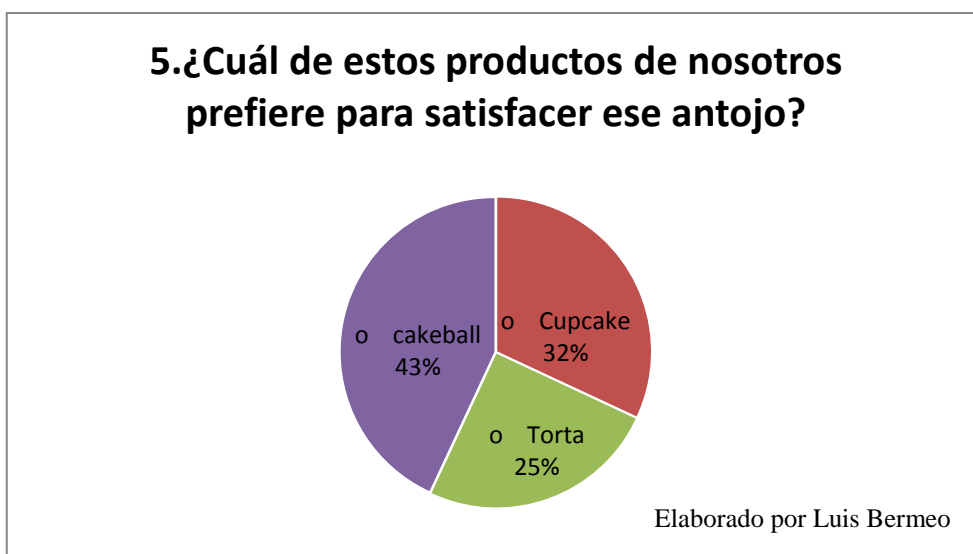
- Todos los días
- 3-5 veces a la semana
- 1-2 veces a la semana
- Casi nunca



Esta pregunta no da una referencia de cuantos clientes podría recibir I&M cakes siempre y cuando se Realicen buenas estrategias. El 40% nos visitaría 2 veces a la semana, el 33% de 3 a 5 veces a la semana Y el 21% todos los días.

5. ¿Cuál de estos productos de nosotros prefiere para satisfacer ese antojo?

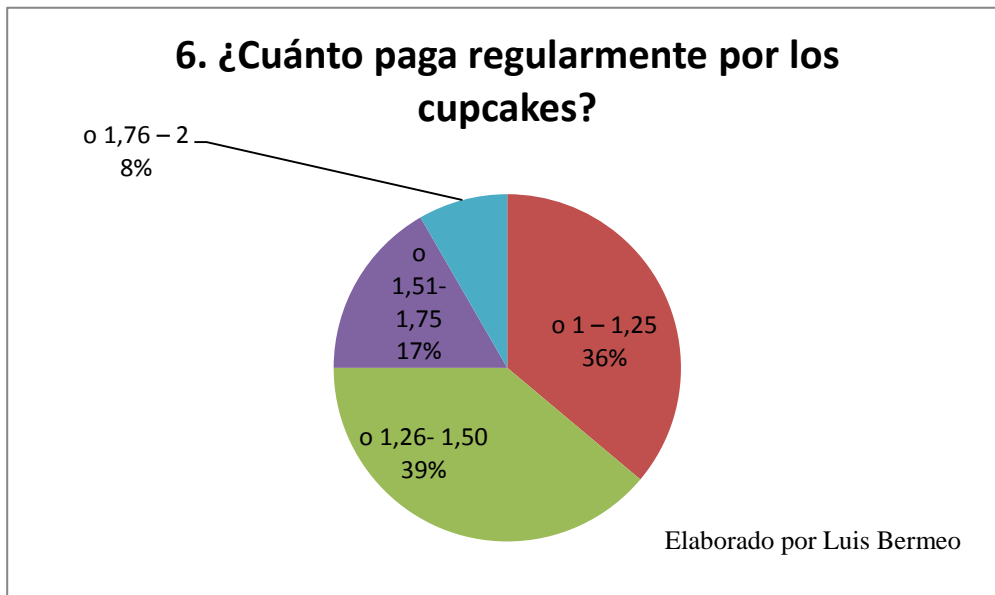
- Cupcake 23
- Torta 18
- cakeball 31



El 43% de los encuestados prefieren los cakeballs, el 32% prefieren los cupcakes y el 25% las porciones de torta.

6. ¿Cuánto paga regularmente por los cupcakes?

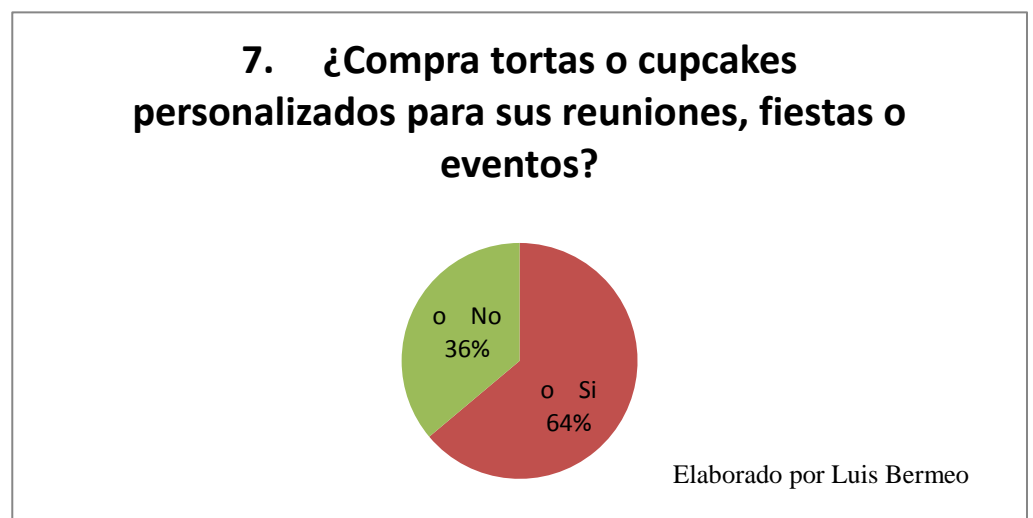
| | |
|--------------|----|
| o 1 – 1,25 | 26 |
| o 1,26- 1,50 | 28 |
| o 1,51-1,75 | 12 |
| o 1,76 – 2 | 6 |



El precio que se fijara para los cupcakes es de \$1,25 a \$2,00 dependiendo del sabor. Este precio se fija ya que el 64% consumirá los cupcakes a un precio que este entre el rango propuesto.

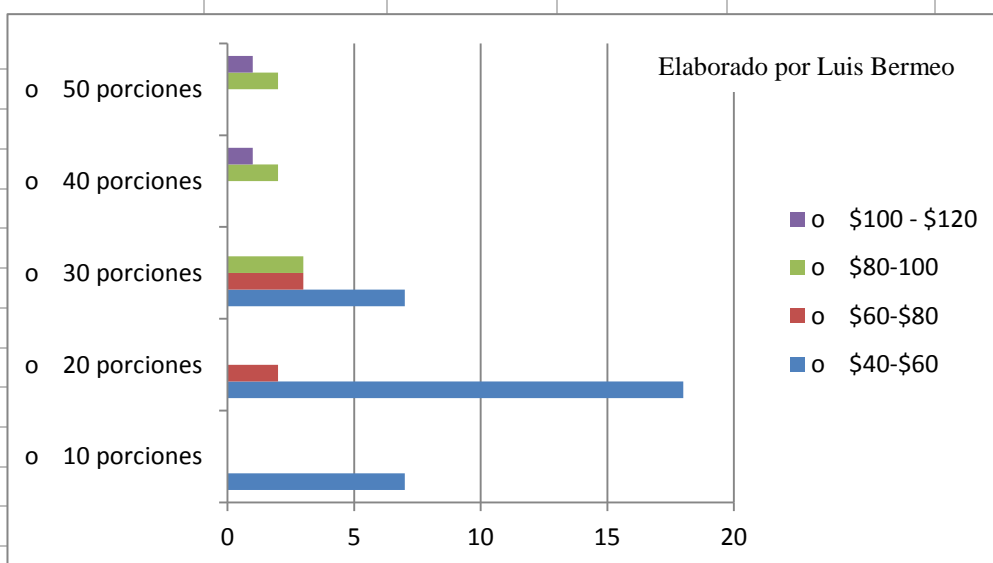
7. ¿Compra tortas o cupcakes personalizados para sus reuniones, fiestas o eventos?

| | |
|------|----|
| o Si | 46 |
| o No | 26 |



Esta pregunta está relacionada con línea artística de I&M Cakes, un total de 64% adquieren tortas personalizadas para situaciones especiales.

| | | | | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|------------|-----------------|----|------|--|--|--|--|--|
| 8. ¿De qué tamaño acostumbra comprar? | | | | | | | | | | | |
| 10. ¿Cuánto paga promedio por un pedido de torta y/o cupcakes personalizados para sus eventos? | | | | | | | | | | | |
| | o \$40-\$60 | o \$60-\$80 | o \$80-100 | o \$100 - \$120 | | | | | | | |
| o 10 porciones | 7 | | | | 7 | 15% | | | | | |
| o 20 porciones | 18 | 2 | | | 20 | 43% | | | | | |
| o 30 porciones | 7 | 3 | 3 | | 13 | 28% | | | | | |
| o 40 porciones | | | 2 | 1 | 3 | 7% | | | | | |
| o 50 porciones | | | 2 | 1 | 3 | 7% | | | | | |
| | | | | | 46 | 100% | | | | | |



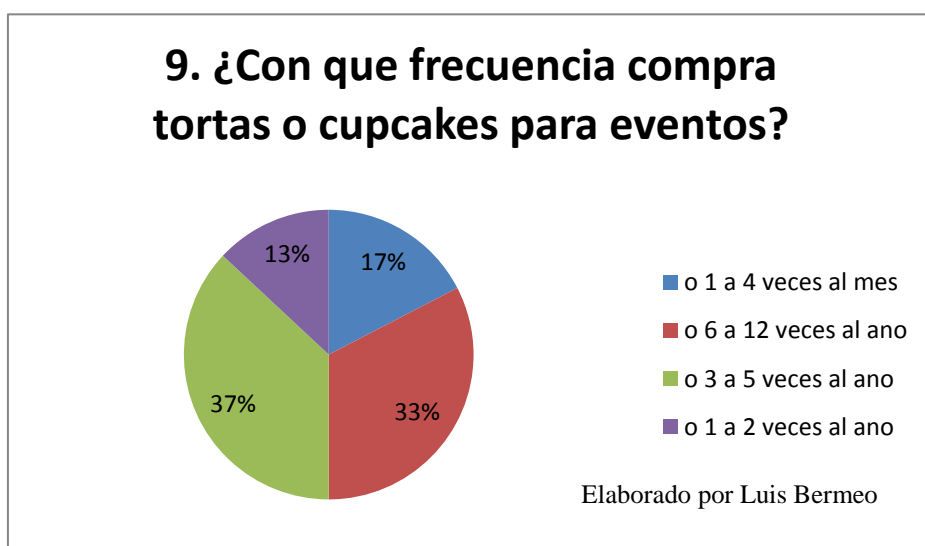
Estas dos preguntas están relacionada, se investiga esta situación para conocer la demanda de la línea artística que ofrece I&M

Cakes con estos datos se podrán hacer pronósticos para las ventas de la línea artística. Se encontró que el 43% hacen pedidos de tortas de 20 porciones en un rango de \$40 a \$60, el 28% compra tortas de 30 porciones en un rango de \$40 a \$60, el 15% realiza pedidos de 10 porciones y 14% de 40 y 50 porciones.

9. ¿Con que frecuencia compra tortas o cupcakes para eventos?

- o 1 a 4 veces al mes 8
- o 6 a 12 veces al año 15
- o 3 a 5 veces al año 17
- o 1 a 2 veces al año 6

El 33% hacen pedidos de tortas de 6 a 12 veces al año, de 3 a 5 veces un 37%, 1 a 4 veces al mes un 8% y 1 a 2 veces al año un 6%.



6.2 Análisis PESTAL

6.2.1 Análisis político

Actualmente Ecuador pasa por una crisis económica, ya que uno de sus principales ingresos es la exportación de petróleo pero este producto se vio afectado mundialmente, ya que su precio sufrió bajas históricas, y a base de eso en el año actual, según resolución 11 del comité de comercio exterior (COMEX) se impusieron nuevos impuestos que van desde el 5% al 45% a las importaciones, que afectó a 2800 partidas arancelarias. Esta política afectó en ciertos productos que utiliza I&M Cakes tales como las nueces, almendras y marshmellow.

En la actualidad las políticas ayudan a las empresas ecuatorianas, por medio de créditos que los realiza la CFN y BNF, cada una se especializa en dirigir estos productos a distintos sectores y tipos de empresas, desde las más pequeñas hasta las más grandes.

6.2.2 Análisis económico

Actualmente Ecuador trabaja en el cambio de la matriz productiva, estos buscan la motivación y crecimiento de la pyme, factor importante en la economía del país, ya que beneficia al 70% de la fuerza laboral del Ecuador (Espol, 2014).

6.2.3 Análisis social

Según datos de I&M Cakes las ventas han estado en aumento mes a mes y esto se debe a que las personas están cambiando sus formas de celebrar cumpleaños, aniversarios, reuniones, etc. Las personas no se están conformando con tortas tradicionales, estas personas ahora quieren diseños personalizados, buscan tener sus mesas principales con tortas y cupcakes que decoren el lugar. Según estudios de marketing la tendencia de ventas está en la personalización de productos, esto está en aumento y muchas empresas como Nike, Adidas, coca cola, nutella, etc. Hicieron estrategias para la personalización de sus productos el resultado de esto es que el cliente se sienta más conectado con los productos y la empresa. (BLANCO, 2013)

6.2.4 Análisis tecnológico

En Ecuador existen distintas compañías que pueden brindar soluciones tecnológicas para nuestro tipo de negocio, por ejemplo termalimex cuenta con maquinaria de calidad y tecnología de punta que ayuda a los negocios a optimizar sus operaciones. Otros elementos tecnológicos que se aprovecharían son los programas de ventas que se podrían usar para la compañía, ya que actualmente la oferta de programación está en aumento. Los equipos tecnológicos tales como Tablet, celulares y computadoras se las puede conseguir fácilmente en los locales comerciales de Guayaquil.

6.2.5 Análisis Ambiental

En la ciudad de Guayaquil existen 25 puntos donde se concentra la acumulación de contaminación y de ruido. En el norte cerca del garzo centro existen 12 puntos cercanos que perjudicarían en ciertas horas al local. Lo más grave de esta contaminación es que “son agentes cancerígenos que, unidos a factores genéticos y de riesgo, como tabaquismo y mala alimentación pueden degenerar en la enfermedad” (guayaquil, 2005). Una de las soluciones sencilla que realiza la sociedad en fechas como el día de la tierra, día del árbol o día de la plantación es la de sembrar árboles o adquirir plantas que ayuden a supe oxigenar los espacios.

6.3 Análisis FODA

Fortalezas

Los productos son frescos y sin conservantes.

I&M Cakes cuida mucho los detalles.

El recurso humano se conoce bien, todos son familiares.

Oportunidades

En la actualidad el gobierno ofrece créditos para el desarrollo de microempresas.

No existe una empresa posicionado en el mercado con este tipo de decoración.

El tiempo de transporte de los productos del taller al punto de venta son cortos.

Uno de los productos de la línea rápida (cakeball) es nuevo en el mercado.

Debilidades

El reclutamiento del equipo será complicado.

no todas las tortas decoradas con fondant toman el mismo tiempo.

Nuestro equipo de trabajo es joven de 18 a 20 años y están estudiando en la universidad y solo contamos con ellos por medio tiempo.

Los productos tienen una vida de 3 días para mantenerse perfectos.

Amenazas

la competencia de tortas y cupcakes con decoración de fondant está en aumento.

Alta competencia para nuestros productos de línea rápida.

En el sector del garzocentro se encuentra cercanas 3 tiendas de postres dulces, 2 nuevas y 1 sweet and coffee.

La mas de fondant es muy delicada para trabajar.

6.4 Análisis de las 4Ps

Producto

I&M Cake es una empresa que comenzó vendiendo cupcakes y tortas. La señorita Ingrid

Nivelo co propietaria de I&M Cakes, estudiante de gastronomía propuso una receta de

bizcocho sencillo que habían probado en la universidad, pero al pasar de los años, la Srta.

Nivelo y su socio tuvieron que hacer varias modificaciones como; cambiar las grasas,

cantidades de ingredientes secos, tiempo de cocción y entre otras cosas. Todo esto se hizo por

distintas razones que fueron favorables para el producto. El resultado final es lo que venden

ahora un bizcocho esponjoso, húmedo y delicioso. El bizcocho de las tortas y de los cupcakes

es diferente, no tienen la misma cantidad de ingrediente ni el mismo tiempo de cocción.

Actualmente en abril del 2015 I&M Cakes modifico su receta de cupcakes para poder lograr

que el producto tenga más humedad cuando se encuentre fuera de recipiente, es decir, en el ambiente, los cupcakes al ambiente tienen una duración de estado de calidad de 3 días, en refrigeración hasta 2 semana, pero una vez que entra a refrigerar este no tiene la misma calidad que cuando está fresco.

Un producto nuevo que ofrece I&M Cakes desde marzo del 2015 es el cakeball, este producto es hecho con sobras de los bizcochos que son de la línea artística, anteriormente era desechado todas estas sobras, pero actualmente se utiliza el 20% de estas para los pedidos de cakeballs.

Durante todo este tiempo se ha trabajado cuidadosamente en los productos, para poder ofrecer un producto de calidad para el cliente, I&M cakes se apega al siguiente concepto de calidad "la creación de valor y satisfacción para el cliente" (Kotler&Armstrong, 2008)

Actualmente I&M Cakes cuenta con un taller de producción, donde vende sus productos por medio de redes sociales como; Facebook, whatsapp, twitter, instagram y snapchat, estas herramienta son muy buena para cualquier tipo de negocio, como lo describe un artículo de CNN *"hoy debe ser un elemento central de todo lo que una marca haga y comunique"* (Álvarez, 2015).

Pero en nuestra cultura Existe desconfianza y los clientes buscan ver el producto que van a recibir, ya que muchas empresas publican un producto de calidad pero al momento que lo recibe es totalmente diferente. Esto es una de las razones para abrir el local, pero también está que I&M cakes busca tener mayor ingresos por medio de las ventas de línea rápida.

La mayor razón para abrir este local es la estrategia de desarrollo de marca, productos y servicios que se implementara. En si hablamos de esta estrategia en esta parte del proyecto porque va dirigido a nuestros productos, desde el momento que el cliente percibe nuestra presencia hasta que pasa por la experiencia. Para esta estrategia es necesario el acercamiento al cliente, el cliente podrá tener contacto visual con nuestros productos y se brindara una

experiencia por medio de su atención y beneficios. Se incrementara la presencia de las marcas en nuestros diferentes productos, esto nos brindara una identificación.

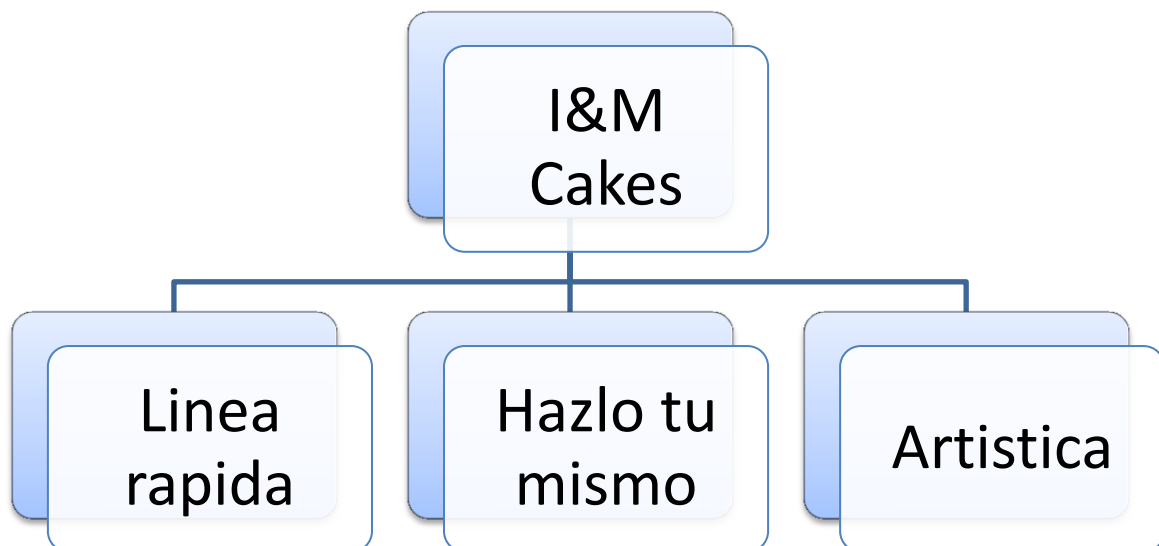
Para la identificación de la marca se aplicaran las siguientes estrategias:

Se ubicaran tags en las cajas de cupcakes y stickers en las cajas de las tortas, en el que estará nuestro logo y nombres de usuarios de facebook e instagram.

Se entregaran stickers atractivos para los parabrisas de los carros y se ubicara el logo y nombres de usuarios de facebook e instagram.

Para estas estrategias es recomendable una buena organización de productos, por lo tanto se dividirán por líneas, “las líneas de productos son productos que están relacionados estrechamente porque funcionan de manera similar, se venden a los mismos grupos de clientes, se comercializan por los mismos tipos de expedíos, o quedan dentro de ciertos rangos de precios.” (Kotler&Armstrong, 2008)

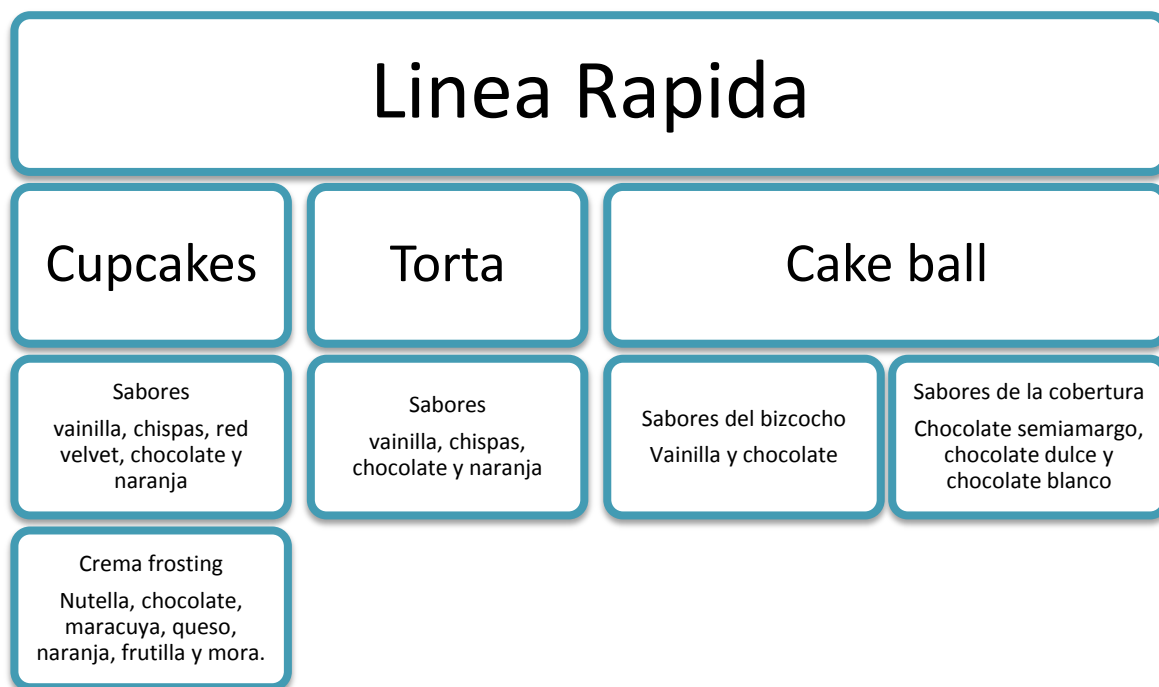
A continuación se describen las líneas de productos:



Línea Rápida

Esta línea de producto se ofrecerá por porciones en el local del garzo centro, el local contara con sillas y mesas para que puedan pasar un momento agradable gracias al ambiente y atención que brindaran.

También se podrá pedir estos productos para llevar.



Hazlo tú mismo

Esta línea está destinada para los cupcakes y tortas. El cliente podrá armar su torta con el bizcocho, tamaño, relleno, adds, toppers y crema que desee. También tendrá la opción de elegir entre varios diseños de cremas. En los cupcakes se podrá elegir el sabor del bizcocho, se podrán rellenar con los ingredientes que ofrecemos, se ofrecerán distintos tipo de mangueados de crema y para finalizar el topper que deseen.



Línea artística

En esta línea se tienen que hacer los pedidos con 3 semanas de anticipación, dos semanas antes hacer un abono y una semana antes definir la hora. I&M Cakes se especializa en decoración de tortas y cupcakes personalizadas con fondant, para esto es necesario que el cliente tenga contacto directo con nuestra decoradora, se fijaran los sabores de la torta y el diseño que desee el cliente. El tamaño de la torta será de acuerdo a las porciones que necesite el cliente, pueden ser por pisos o en algunos casos son alargados eso no es problema. La torta puede estar compuesta de nuestro distintos biscochos, rellenos y cremas que ofrecemos. El diseño lo escoge el cliente de acuerdo a su gusto y en la mayoría de los casos nuestra decoradora arma un diseño de acuerdo a las características que el cliente plantee. Otro punto de esta línea es que I&M cake no acepta diseños que no vallan de acuerdo a su estilo decorativo, por ejemplo las tortas que tengan muchas palabras, o que esté recargadas de decoraciones, etc.

Artística

Tortas

Cupcakes

Cakeball

Cake
pops

Para llevar a cabo la estrategia, I&M Cakes tiene pensado completar los tres niveles de productos, con las siguientes características:

Beneficio Básico.- Se ofrecerán tortas, cupcakes y cakeballs para eventos o para consumo en el local.

Producto real.- El producto tendrá su marca en los distintos empaques, se brindara una atención al cliente de calidad, el ambiente de local será confortable y los clientes podrán armar su torta como deseen.

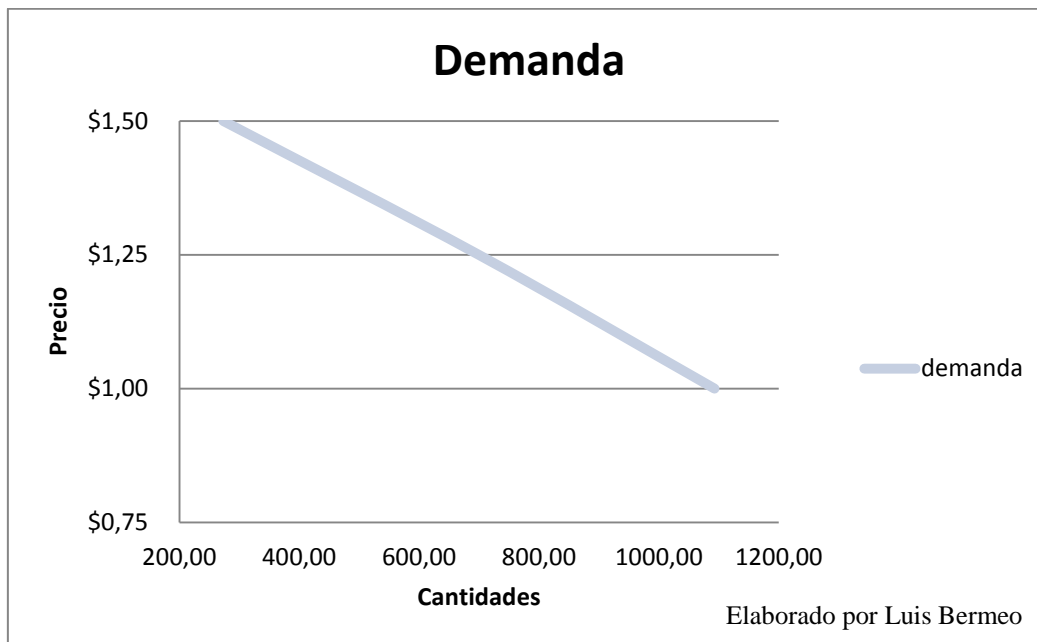
Producto aumentado.- se harán diseños personalizados para los clientes, se entregaran a domicilios dentro de la ciudad de Guayaquil, y si el producto sufre alguna falla en el transporte I&M cakes buscara la manera de solucionarlo. (Kotler&Armstrong, 2008)

Precio

Los precios de los productos de I&M Cakes se ajustaran de acuerdo a los costos y se tomara en cuenta las investigaciones de mercado que se realizó por medio de encuestas.

Según los resultados de la encuesta nos indican que los precios de I&M Cakes de los productos son relativamente elásticos, el coeficiente de elasticidad es -1,44, es decir, que por cada 20% de disminución en el precio habrá un 144% en aumento de la demanda.

| Elasticidad del precio del Cupcake | | | | | |
|---|-------------|----------------|-------------------|-------------------|---------------|
| Precio | | Visitas | Aceptación | cantidades | ventas |
| \$ | 1,00 | 1092,72 | 100% | 1092,72 | \$ 1.092,72 |
| \$ | 1,25 | 1092,72 | 64% | 699,34 | \$ 874,18 |
| \$ | 1,50 | 1092,72 | 25% | 273,18 | \$ 409,77 |



Promoción

La estrategia que se usara para la Mezcla de promoción consistirá en usar publicidad y promoción de ventas.

Publicidad.- nuestro trabajo de publicidad será por medio de redes sociales, se utilizaran las siguientes; Facebook, instagram y snapchat. En estas redes sociales se mostraron la mayor parte de trabajos que realice la empresa, se publicaran las promociones y se comunicara a los clientes las nuevas novedades del negocio. Se tiene pensado hacer un cortometraje, que se publicaran en las redes sociales, donde se mostrara todo el proceso de la elaboración de una torta de la línea artística.

Promoción de ventas.- Para la apertura del local se realizaran showrooms en el que los clientes podrán degustar los diferentes productos que ofrece el negocio. Se realizaran showrooms también, más adelante para lanzar los nuevos sabores de los productos y el cliente no pierda la comunicación con la empresa. Se utilizaran muestras gratuitas para atraer a las personas que visitan el centro comercial.

Se realizaran concursos por medio de redes sociales, el cual el objetivo es ganar seguidores para el negocio y las personas tenga la oportunidad de degustar nuestros producto.

Plaza

Para la comercialización del producto se utilizara el canal más simple de distribución:



El negocio cuenta con un taller de producción, de este taller se desplazaran los productos al punto de venta para que el cliente los adquiriera, en algunos casos se ofrecerá el servicio a domicilio, es este caso el producto se desplazara desde el taller hasta el domicilio del cliente.

6.5 Pronostico de ventas

| | | | |
|---------------------------------|--------------|--|-------|
| Personas que sufren de diabetes | 414514,00 | Estratificación de clases | |
| Habitantes del Ecuador | 16302000,00 | mercado meta de A a c- | 35,9% |
| Personas con diabetes | 2,54% | (INEC, Estratificacion del nivel socioeconomico, 2011) | |

(INEC, http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20%20resultados%20ENSA%20NUT.pdf, 2011)

Utilizaremos estos datos de fuentes secundarias obtenidos de la base de datos del INEC para estratificar a las visitas del garzo centro, nuestros productos están dirigidos a las familias del nivel C+, B y A y para las personas que no sufren de diabetes, es decir, que de los 5000 se considera que el 2,54% sufre de diabetes y el 35,9% de los 4873 es nuestro mercado meta, es decir que la demanda diaria de postres dulces en el garzocentro es de 1749 ya que en las encuestas nos indicaron que el 100% consume postres dulces, pero de estas visitas diarias según administrador del garzocentro el 20% es después de las 10 pm, es decir, estos clientes no los contamos ya que no estará abierto el local nos quedamos con una demanda de 1299 clientes.

| Línea rápida | Visitas semanales | |
|--------------------|-------------------|----------------|
| todos los días | 293,89 | 1469,46 |
| 3 veces por semana | 461,83 | 1385,49 |
| 1 vez por semana | 559,79 | 559,79 |
| Total | | 3414,75 |

| ventas semanales de productos línea rápida | | | | | | |
|--|----------------|------------|----------|--------|--------|-----------------|
| Producto | Visitas | Aceptación | clientes | Precio | ventas | |
| Cakeball | 1468,34 | 56% | 822,27 | 0,5 | \$ | 411,14 |
| cupcake | 1092,72 | 64% | 699,34 | 1,25 | \$ | 874,18 |
| torta | 853,69 | 50% | 426,84 | 2 | \$ | 853,69 |
| Total | 3414,75 | | | | \$ | 2.139,00 |

| Datos del cálculo de la venta de línea artística | | | | |
|--|--------------------|--------|------|---------------|
| Compradores de la línea artística | | | | 895,67 |
| frecuencia de compra | 3 veces al año | 331,40 | 0,25 | 82,85 |
| | 6 veces al año | 295,57 | 0,50 | 147,79 |
| | 12 veces al año | 152,26 | 1,00 | 152,26 |
| | 1 vez al año | 116,44 | 0,08 | 9,70 |
| | clientes mensuales | 895,67 | 1,83 | 1288,27 |

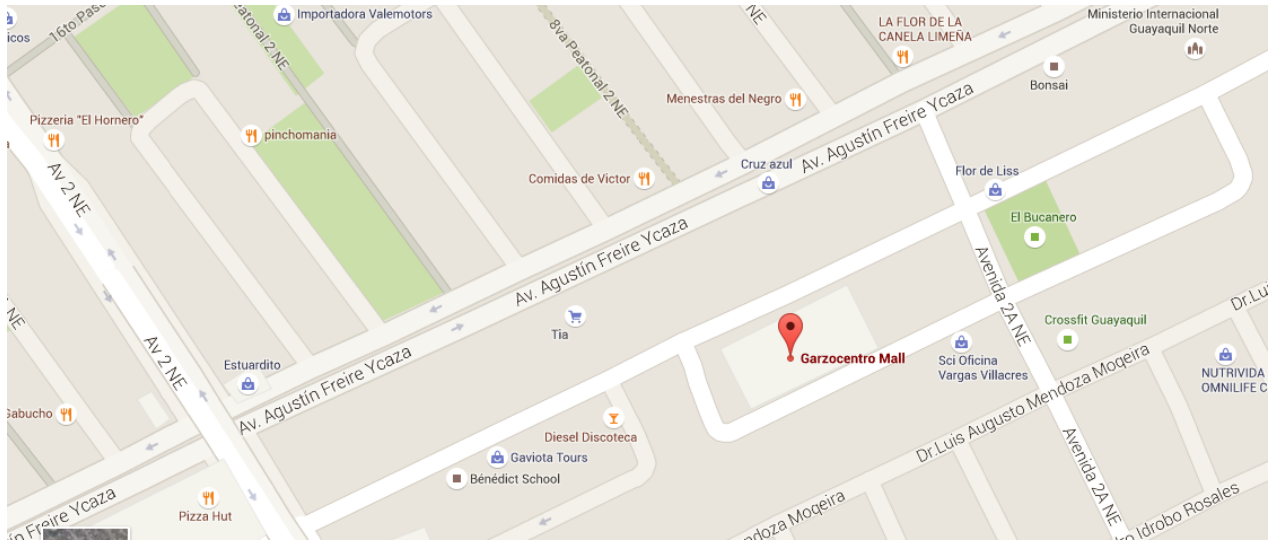
| Pronósticos de línea artística mensual | | | | | | |
|--|------|------------|----------|---------|----------|--------------|
| | | aceptación | clientes | precio | ventas | |
| 10 porciones | 15% | 193,24 | 50% | 96,62 | \$ 22,00 | \$ 2.125,64 |
| 20 porciones | 43% | 553,96 | 30% | 166,188 | \$ 34,00 | \$ 5.650,39 |
| 30 porciones | 28% | 360,72 | 30% | 108,216 | \$ 51,00 | \$ 5.519,02 |
| 40 porciones | 7% | 90,18 | 20% | 18,036 | \$ 68,00 | \$ 1.226,45 |
| 50 porciones | 7% | 90,18 | 20% | 18,036 | \$ 85,00 | \$ 1.533,06 |
| | 100% | 1288,27403 | | | | \$ 16.054,56 |

| Pronósticos de hazlo tu mismo mensual | | | | | | |
|---------------------------------------|------|------------|----------|--------|----------|--------------|
| | | aceptación | clientes | precio | ventas | |
| 10 porciones | 15% | 193,24 | 50% | 96,62 | \$ 12,00 | \$ 1.159,44 |
| 20 porciones | 43% | 553,96 | 50% | 276,98 | \$ 20,00 | \$ 5.539,60 |
| 30 porciones | 28% | 360,72 | 50% | 180,36 | \$ 28,00 | \$ 5.050,08 |
| 40 porciones | 7% | 90,18 | 50% | 45,09 | \$ 34,00 | \$ 1.533,06 |
| 50 porciones | 7% | 90,18 | 50% | 45,09 | \$ 40,00 | \$ 1.803,60 |
| | 100% | 1288,27403 | | | | \$ 15.085,78 |

7. Análisis operativo

7.1 Localización y descripción de las instalaciones.

Fuente google maps



El local está ubicado en el garzo centro 2000, que se encuentra en la avenida principal Agustín Freire, el local será el 611 que se encuentra ubicado frente benedict School. Este centro comercial es un lugar abierto y está en un punto comercial, en la cercanías se encuentra varios negocios de restaurantes.

7.2 Descripción del lugar

La tienda contará con una bodega, donde en los frigoríficos se mantendrán los Cupcakes y tortas para abastecer los mostradores de la tienda, así como también las cremas y syrups que se puedan usar para el servicio.

También en una repisa se encontrarán todos los implementos de limpieza y desinfección. Contaremos con un baño completo lavamanos y sanitario de uso para los clientes y asistente de la tienda.

En el área del mostrador donde se encuentra la caja, en la parte de atrás habrá un lavabo y mesa de acero donde los asistentes pueden lavar sus manos y los utensilios que usan para el servicio. Todo esto estará rodeado por las vitrinas donde se exhibirán los Cupcakes y porciones de torta. En las paredes laterales de la tienda, habrá repisas dentro de las paredes en donde se exhibirán tortas falsas decoradas. Y en la parte central de la tienda se encuentran las

sillas y mesas altas donde los clientes pueden servirse los productos y una mesa grande para los clientes que decoran sus tortas en la tienda en el "hazlo tú mismo"

En el local necesitara los siguientes equipos, transporte y muebles:

| ÁREA DE PRODUCCIÓN | | | |
|---|---|--------------|---------------------|
| taller de producción | 1 | \$ 10.000,00 | \$ 11.200,00 |
| lavadero de acero inoxidable | 1 | \$ 750,00 | \$ 840,00 |
| mesas grandes de acero inoxidable | 4 | \$ 650,00 | \$ 2.912,00 |
| estantes de acero inoxidable | 5 | \$ 120,00 | \$ 672,00 |
| mesas cocteleras | 3 | \$ 70,00 | \$ 235,20 |
| sillas cocteleras | 8 | \$ 50,00 | \$ 448,00 |
| silla acolchonada | 1 | \$ 80,00 | \$ 89,60 |
| frigorífico | 1 | \$ 1.800,00 | \$ 2.016,00 |
| vitrina frigorífico | 1 | \$ 1.000,00 | \$ 1.120,00 |
| vitrina de vidrio refrigerada | 1 | \$ 1.600,00 | \$ 1.792,00 |
| TOTAL | | | \$ 21.324,80 |
| ÁREA ADMINISTRATIVA | | | |
| mueble de madera atención al cliente | 1 | \$ 600,00 | \$ 600,00 |
| repisa de madera grande | 1 | \$ 10,00 | \$ 10,00 |
| repisas de madera mediana | 2 | \$ 8,00 | \$ 16,00 |
| repisas de madera pequeña | 2 | \$ 6,00 | \$ 12,00 |
| caja registradora | 1 | \$ 2.000,00 | \$ 2.000,00 |
| Acondicionares de Aire | 1 | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 |
| fiat fiorino | 1 | \$ 24.000,00 | \$ 24.000,00 |
| laptop | 1 | \$ 600,00 | \$ 600,00 |
| tablet | 1 | \$ 600,00 | \$ 600,00 |
| teléfono | 1 | \$ 50,00 | \$ 50,00 |
| TOTAL | | | \$ 28.838,00 |

7.3 Métodos de producción

La producción de los bizcochos, tortas, cremas, fondant y syrups se los realizara en el taller, luego de estos pasaran al local para ser vendidos o retirados. En la línea de hazlo tú mismo será necesario que algunos procesos sean realizados en el local ya que se armaran las tortas de acuerdo a los gustos del cliente. La producción de línea artística se realizara únicamente en el taller y se retiraran los pedidos en el local o serán entregados a domicilio si el cliente lo desea. A continuación se describirán los procesos de las líneas de producción, si los procesos son muy similares o iguales en algunas líneas de producción solo se pondrá el título del proceso.

Línea Rápida

Pedido de Materia Prima

Se llaman a los distintos proveedores por medio de teléfonos celulares para realizar el pedido de la materia prima necesaria para la producción de 2 semanas aproximadamente.

Recepción de materia prima

Se recibe la materia prima que los proveedores lleven al taller, se revisa el pedido y se prosigue a pagar el pedido. Para la adquisición de algunas materias prima es necesario acercarse a los proveedores, de mi comisariato y el gran Aki. Una vez que la materia prima este en el taller es necesario almacenarlos en su respectivo lugar.

Producción de bizcochos, cremas, fondant, syrup y decorados.

En esta etapa se preparan los bizcochos para la preparación de las tortas, hay que pesar los ingredientes, luego se realizan las mezclas de los ingredientes en la batidora semi industrial, una vez hecha la mezcla se los pasa a los moldes para que ingresen al horno semi industrial, donde estarán con el tiempo y temperatura de cocción necesarios. La mezcla de los cupcakes tienen que hornearse en pirotines para cupcakes tamaño standard.

Para la preparación de las cremas se utilizara la batidora semi profesional, primero se pesan los ingredientes, luego se lo bate y de ahí pasan a ser almacenados.

Para la preparación del fondant se necesita la materia prima marshmallow, el cual pasa a ser derretido en la microonda y luego se mezcla con el azúcar con una cuchara, luego se amasa con las manos hasta que se logre la consistencia necesaria.

Los decorados son hechos con el fondant como materia prima principal, en esta etapa se realizan los decorados según el diseño de las tortas.

El syrup es un líquido que es necesario para humedecer las tortas, este syrup se prepara con leche, azúcar y canela. Se pesan los ingredientes, el azúcar, canela y la leche pasan al microondas a calentarse por el tiempo necesario según las cantidades luego se mezclan hasta que se quede un líquido un poco espeso

Relleno de tortas

Una vez listo los bizcochos estos serán cortados en capas de 3 cm, las sobras pasan a ser almacenadas, para cada torta se necesita 3 capas, cada capa serán humedecidas con syrup, para preparar la torta es necesario poner la primera capa en una base fina de plumafon, entre cada capa se pondrá el relleno y alrededor del relleno crema frosting, que evitara que se derrame el relleno. Una vez lista pasa a refrigerar.

Emparejamiento de las capas de las tortas

Luego del relleno de la torta, tienen que pasar 3 horas mínimo para emparejar las tortas. Es necesario utilizar un cuchillo que nos servirá para cortar los bordes de las capas hasta que queden rectas.

Cubrir las tortas

Luego de emparejarlas, se pasa a cubrir las tortas con crema frosting, se utilizara una espátula y una rasqueta, se adjunta la crema frosting alrededor de toda la torta con la espátula y luego se pasa a dejarla recta con la rasqueta. Para las tortas de línea rápida y hazlo tú mismo se necesita cubrir las tortas otra capa de crema hasta que sea necesario según el diseño.

Decoración de tortas con cremas

Estos tipos de tortas tiene una decoración con distintos diseños de cobertura e ingredientes como: azúcar de colores, grageas, sprinkles, frutas, chocolates o manjar.

Cortes de porciones de tortas

Luego de cubrir la torta se pasara a corta por porciones.

Masa de cakeball

La masa de cakeball se prepara con las sobras del bizcocho que es el ingrediente principal, se pasan a pesar los ingredientes, luego se trituran todos los ingredientes juntos y se obtiene la masa del cakeball.

Moldeado de cakeball

En esta etapa se moldea la masa del cakeball en forma redonda, y se los almacena en el frigorífico.

Cobertura del cakeball

Luego de que estén moldeados y refrigerados por una hora mínimo, se pesa el chocolate cobertura, se lo derrite en la microonda hasta que quede líquido, luego se ubica el cakeball en una herramienta especial para cobertura y se lo sumerge en el chocolate. El chocolate tarda unos 5 minutos en endurecer, luego de esto se corta los filos y se decora el tope con chocolate blanco, fondant o manjar.

En algunos tipos de decoración de cakeball se utilizaran otros tipos de ingredientes como azúcar de colores, sprinkles, grageas y otros.

Mangueado de cupcakes

Para manguear los cupcakes se necesita la crema frosting, esto se manguean encima de los cupcakes con una manga y boquilla para cupcakes.

Transporte de productos al local

Se transportan los productos terminados del taller al local.

Transporte de productos a domicilio

Se transportan los productos a los domicilios de los clientes que solicitaron servicio a domicilio.

Almacenamiento de los productos

Los productos se guardaran en las vitrinas de vidrio para que estén a la vista de los clientes para que puedan comprarlos.

Hazlo tú mismo

Pedido de Materia Prima

Recepción de materia prima

Producción de bizcochos, cremas, fondant, syrup y decorados.

Cortes de bizcocho de las tortas

Una vez que los bizcocho estén horneados estos pasaran a ser cortados en capas de 3 cm y las sobras pasan almacenarse.

Transporte de productos al local

Se transportan los productos terminados del taller al local.

Almacenamiento de los productos.

Los productos pasan a ser almacenados en el frigorífico de la bodega.

Relleno de tortas de hazlo tú mismo

Una vez que el cliente haya hecho su pedido, se pasa a rellenar la torta según las especificaciones del cliente.

Emparejamiento de las capas de las tortas

Cubrir las tortas

Decoración de tortas con cremas

Esta decoración se realizara según las especificaciones del cliente.

Relleno de cupcakes

Se rellenaran los cupcakes con cremas, chocolates o manja según las especificaciones del cliente.

Mangueado de cupcakes línea artística

Para manguear los cupcakes se necesita la crema frosting, esto se manguean encima de los cupcakes con una manga y boquilla para cupcakes, para finalizar se pondrán decoraciones o toppers según las especificaciones del cliente

Transporte de productos a domicilio

Se transportan los productos a los domicilios de los clientes que solicitaron servicio a domicilio.

Línea artística

Pedido de Materia Prima

Recepción de materia prima

Recepción de pedidos.

Redes sociales (Facebook y whatsapp):

El cliente solicita información por un "mensaje directo".

Saludo y presentación de quien está atendiendo al cliente.

El cliente envía una imagen del diseño que desea cotizar o de ser el caso indica el tema de la fiesta para que se busque o cree el boceto de un diseño para la torta.

Una vez definido el diseño con los cambios o detalles correspondientes que necesita el cliente, este indica el número de porciones y sabor a cotizar.

Se cotiza la torta tomando en cuenta esos tres factores: dificultad del diseño, sabor y número de porciones.

Finalmente, si el cliente está de acuerdo con el valor final, se define la fecha del evento y el pago.

Instagram.- El cliente solicita información sobre un diseño de pastel que vio en la cuenta.

Se responde el mensaje dejando el número de contacto y correo electrónico, si el cliente deja su información de contacto se procede a contactarlo vía correo electrónico o whatsapp.

En la tienda.- El cliente solicita información sobre una torta.

El asistente de la tienda procede a entregarle un formulario donde el cliente dejará su información de contacto, así como también el número de porciones aproximado que necesita para la torta, sabor y tema.

Posteriormente el diseñador se pondrá en contacto con el cliente dentro de las próximas 24 horas, para definir detalles del pedido y concretar el valor final o para organizar una cita personal.

Producción de bizcochos, cremas, fondant, syrup y decorados.

Relleno de tortas

Emparejamiento de las capas de las tortas de línea artística

Luego del relleno de la torta, es necesario utilizar un cuchillo que nos servirá para cortar los bordes de las capas hasta que queden rectas.

Cubrir las tortas

Luego de emparejarlas, se pasa a cubrir las tortas con crema frosting, se utilizara una espátula y una rasqueta, se adjunta la crema frosting alrededor de toda la torta con la espátula y luego se pasa a dejarla recta con la rasqueta. Para las tortas de línea rápida y hazlo tú mismo se necesita cubrir las tortas otra capa de crema hasta que sea necesario según el diseño.

Forrado de tortas con fondant

Para forrar las tortas es necesario el fondant, esto se hará una vez que la torta este cubierta y refrigerada por al menos 3 horas. Se calentara el fondant en el microondas, luego se lo estira con un rodillo, se prosigue a forrar la torta y cortar los filos.

Decoración personalizada

Una vez forrada la torta con fondant, se procede a pegar los distintos detalles o a pintar el diseño dependiendo del caso.

De ser objetos en 3D que van sobre la torta, estos se preparan con 1 o 2 días de anterioridad para que estén firmes en el momento de ser ensamblados a la torta.

Una vez que el decorado está listo, se coloca una cinta en el borde de la base de la torta, que combine con la paleta de colores de la misma.

Finalmente, la torta reposa en un lugar fresco durante mínimo 4 horas, a 22C para que el fondant se seque y quede firme.

Masa de cakeball

Moldeado de cakeball

Cobertura del cakeball

Esto se realiza según las especificaciones del cliente.

Manguado de cupcakes línea artística

Para manguear los cupcakes se necesita la crema frosting, esto se manguean encima de los cupcakes con una manga y boquilla para cupcakes, para finalizar se pondrán decoraciones o toppers según las especificaciones del cliente

Transporte de productos al local

Se transportan los productos terminados del taller al local.

Transporte de productos a domicilio

Se transportan los productos a los domicilios de los clientes que solicitaron servicio a domicilio.

Almacenamiento de los productos de línea artística

Los productos se ubicaran en las repisas de gypsum para que el cliente pueda apreciar los modelos.

7.4 Capacidad instalada

Batidora semi industrial
Puede batir hasta 130 huevos diarios. una capacidad semanal de 650.





Horno Semi industrial
tiene 5 placas y se puede utilizar 5 veces al dia. cuando son tortas se pueden utilizar 3 placas.

Batidora semi profesional
se puede batir hasta 1200 gramos de crema frosting, esta se puede utilizar 10 veces al dia.

frigorificos
el frigorifico del taller puede refrigera hasta 8 tortas dependiendo el tamano. el frigorifico del taller tiene capacidad para almacenar 60 capas de bizcochos

Vitrinas de vidrios refrigeradas
tiene capacidad para almacenar 40 cupcakes, 50 cakeballs, y 5 tortas de 12 porciones para linea rapida.

| 7.5 Diagrama de flujo OTIDA | |
|---|----------------------------------|
| Pedido de Materia Prima 15 minutos | <input type="radio"/> |
| Recepción de materia prima. 1 hora | <input checked="" type="radio"/> |
| Recepción de pedidos. 10 minutos | <input type="radio"/> |
| Producción de bizcochos, cremas, fondant, syrup y decorados. 2 horas 30 minutos | <input type="radio"/> |
| Relleno de tortas 1 hora | <input type="radio"/> |
| Emparejamiento de las capas de las tortas de línea artística. 20 minutos | <input type="radio"/> |
| Cubrir las tortas 30 minutos | <input type="radio"/> |
| Forrado de tortas con fondant 1 hora | <input type="radio"/> |
| Decoración personalizada 9 horas | <input type="radio"/> |
| Masa de cakeball 20 minutos | <input type="radio"/> |
| Moldeado de cakeball 2 horas | <input type="radio"/> |
| Cobertura del cakeball 2 horas | <input type="radio"/> |

| | |
|---|---|
| Mangueado de cupcakes 1 hora |  |
| Transporte de productos al local 20 minutos |  |
| Transporte de productos a domicilio 30 minutos |  |
| Almacenamiento de los productos 10 minutos |  |

7.6 Recurso humano

Descripción de Funciones

Gerente pastelero

- Representará Legalmente a “I&M Cakes”
- Controlará, vigilará y supervisará las actividades del local y el personal
- Legalizará con su firma todos los contratos de compra y venta que realice el taller.
- Será Responsable de todos los desembolsos económicos en que incurra la empresa.
- Planificará y organizará las actividades concernientes al desarrollo empresarial. (planificación, proyectos, estrategias, otros).
- Delegará funciones acorde a las necesidades.
- Aprobará las contrataciones de personal, así como, la motivación, preservación y despido del mismo.
- Otorgar autorización a comunicaciones, permisos, presupuestos, informes, pagos dentro del accionar de la empresa.
- Aprobar el presupuesto general de la Empresa.
- Responsable de operar de manera acertada la producción del taller.
- Responsable del manejo adecuado de maquinaria de pastelería.
- Coordinar junto con su asistente los faltantes y/o sobrantes de los insumos o materia prima, materiales y equipos del taller.
- Responsable de elaborar los productos en forma oportuna y eficiente.
- Rellenar pasteles.
- Forrar pasteles con crema para su posterior decoración.
- Otras que en consenso se derive de la Gerencia.

Asistente de pastelería

- transportar los productos terminados al local.
- Limpieza de utensilios y equipos.
- Limpieza del taller.

- Entrega de pedido de los clientes
- Entrega a domicilio de los pedidos
- Asistir en actividades de pastelería

Decoradora avanzada y ventas línea artística

- Se encarga del diseño de los pasteles personalizados.
- Encargado de hablar con los clientes, para captar sus ideas del diseño de los pasteles.
- Deriva responsabilidades a los ayudantes de diseño.
- Promocionar el negocio.
- Realizar los planes de Marketing y las campañas publicitarias de los productos.
- Atención y servicio a los clientes sobre la variedad de productos.
- Recepción de pedidos de los clientes.
- Comunicar con anterioridad al Departamento de Producción sobre los pedidos próximos a ser entregados.

Asistentes de decoración: decoradora intermedia

- Asistir en decoración intermedias.
- Asistir en atención al cliente de ventas personalizadas.

Asistente de decoración: principiante.

- Asistir en decoración básica.

Vendedores

- Mantener el área de las vitrinas ordenada y limpia.
- Promover incentivo de venta a los clientes.
- Encargado de controlar la calidad de los productos para su respectivo remplazo verificarlos y ubicarlos.
- Se encarga de atender a los clientes.
- Brinda información a los clientes sobre los ingredientes de los productos.
- Entrega los productos a los clientes.
- Realizar los pedidos de hazlo tú mismo
- Limpieza del local

Cajero (a)

- Manejo de caja chica
- Informe diario de Caja
- Presentar el Inventario de manera mensual al Administrador.
- Responsable de recibir y verificar la mercadería del chofer.
- Encargado de tomar la orden de los clientes y cobrar.
- Da información sobre los productos a los clientes.
- Limpieza del local.

| Recurso humano | |
|---|----------------------|
| Puesto de trabajos | Cantidad de personas |
| Gerente pastelero | 1 |
| Asistente de pastelería | 3 |
| Decoradora avanzada y ventas línea artística | 1 |
| Asistentes de decoración: decoradora intermedia | 1 |
| Asistente de decoración avanzada | 1 |
| Asistente de decoración: principiante. | 2 |
| Vendedores | 2 |
| Cajero (a) | 1 |

8. Análisis financiero

8.1 Inversión inicial

| GASTOS PRE-OPERATIVOS | Valor Total |
|---------------------------------------|--------------------|
| Registro de Marca + Gastos legales | \$ 500,00 |
| Registro Sanitario | \$ 150,00 |
| gastos de construcción | \$ 2.000,00 |
| gastos de utensilios | \$ 2.000,00 |
| Gastos de Imagen Corporativa | \$ 500,00 |
| Gastos de Investigación de Mercado | \$ 500,00 |
| TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES | \$ 5.650,00 |

| INVERSIÓN INICIAL | Valor Total |
|--------------------------------|---------------------|
| | \$ |
| TOTAL INVERSIÓN FIJA | 50.162,80 |
| | \$ |
| TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES | 5.650,00 |
| | \$ |
| CAPITAL DE TRABAJO | 4.925,95 |
| TOTAL INVERSIÓN INICIAL | \$ 60.738,75 |

8.2 Estado de resultado proyectado 5 años

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

| | | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------|-----|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| VENTAS | | \$ 219.840,65 | \$ 241.824,71 | \$ 266.007,18 | \$ 292.607,90 | \$ 321.868,69 |
| (-) Costo de Venta | | \$ (125.882,20) | \$ (133.808,95) | \$ (142.528,38) | \$ (152.119,75) | \$ (162.670,26) |
| (=) Utilidad Bruta | | \$ 93.958,45 | \$ 108.015,76 | \$ 123.478,80 | \$ 140.488,15 | \$ 159.198,43 |
| (-) Gastos | | | | | | |
| Administrativos | | \$ (46.253,42) | \$ (40.603,42) | \$ (40.603,42) | \$ (40.603,42) | \$ (40.603,42) |
| (-) Gastos de Ventas | | \$ (5.198,41) | \$ (5.418,25) | \$ (5.660,07) | \$ (5.926,08) | \$ (6.218,69) |
| (=) UTILIDAD OPERACIONAL | | \$ 42.506,62 | \$ 61.994,09 | \$ 77.215,31 | \$ 93.958,65 | \$ 112.376,32 |
| (-) Gastos Financieros | | \$ (4.465,73) | \$ (3.677,94) | \$ (2.790,24) | \$ (1.789,96) | \$ (662,82) |
| (=) UAIT | | \$ 38.040,89 | \$ 58.316,15 | \$ 74.425,07 | \$ 92.168,69 | \$ 111.713,51 |
| (-) Participación Trabajadores | 15% | \$ (5.706,13) | \$ (8.747,42) | \$ (11.163,76) | \$ (13.825,30) | \$ (16.757,03) |
| (-) Impuesto a la Renta | 25% | \$ (8.083,69) | \$ (12.392,18) | \$ (15.815,33) | \$ (19.585,85) | \$ (23.739,12) |
| UTILIDAD NETA | | \$ 24.251,07 | \$ 37.176,55 | \$ 47.445,98 | \$ 58.757,54 | \$ 71.217,36 |

8.3 Flujo de caja proyectado a 5 años

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----------------------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| INVERSIÓN FIJA* | \$ (50.162,80) | | | | | |
| UAIT | | \$ 38.040,89 | \$ 58.316,15 | \$ 74.425,07 | \$ 92.168,69 | \$ 111.713,51 |
| Pago Part. Trab. | | \$ - | \$ (5.706,13) | \$ (8.747,42) | \$ (11.163,76) | \$ (13.825,30) |
| Pago de IR | | \$ - | \$ (8.083,69) | \$ (12.392,18) | \$ (15.815,33) | \$ (19.585,85) |
| EFFECTIVO NETO | | \$ 38.040,89 | \$ 44.526,33 | \$ 53.285,46 | \$ 65.189,60 | \$ 78.302,36 |
| (+) Deprec. Área Prod. | | \$ 2.132,48 | \$ 2.132,48 | \$ 2.132,48 | 2.132,48 | \$ 2.132,48 |
| (+) Deprec. Área Adm. | | \$ 3.113,80 | \$ 3.113,80 | \$ 3.113,80 | 3.113,80 | \$ 3.113,80 |
| (+) Aporte Accionistas | \$ 21.200,00 | | | | | |
| (+) Préstamo concedido | \$ 40.000,00 | \$ (6.211,61) | \$ (6.999,40) | \$ (7.887,10) | \$ (8.887,38) | \$ (10.014,52) |
| FLUJO NETO DEL PERIODO | \$ 11.037,20 | \$ 37.075,56 | \$ 42.773,21 | \$ 50.644,65 | \$ 61.548,51 | \$ 73.534,12 |
| (+) Saldo Inicial | \$ - | \$ 11.037,20 | \$ 48.112,76 | \$ 90.885,97 | \$ 141.530,62 | \$ 203.079,12 |
| (=) FLUJO ACUMULADO | \$ 11.037,20 | \$ 48.112,76 | \$ 90.885,97 | \$ 141.530,62 | \$ 203.079,12 | \$ 276.613,24 |

8.4 Análisis de Tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, Valor actual neto, Retorno de la inversión.

CÁLCULO DE TIR Y VAN

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| INVERSIÓN TOTAL | \$ (60.738,75) | | | | | |
| UAIT | | \$ 38.040,89 | \$ 58.316,15 | \$ 74.425,07 | \$ 92.168,69 | \$ 111.713,51 |
| Pago Part. Trab. | | \$ - | \$ (5.706,13) | \$ (8.747,42) | \$ (11.163,76) | \$ (13.825,30) |
| Pago de IR | | \$ - | \$ (8.083,69) | \$ (12.392,18) | \$ (15.815,33) | \$ (19.585,85) |
| EFFECTIVO NETO | | \$ 38.040,89 | \$ 44.526,33 | \$ 53.285,46 | \$ 65.189,60 | \$ 78.302,36 |
| (+) Deprec. Área Prod. | | \$ 2.132,48 | \$ 2.132,48 | \$ 2.132,48 | \$ 2.132,48 | \$ 2.132,48 |
| (+) Deprec. Área Adm. | | \$ 3.113,80 | \$ 3.113,80 | \$ 3.113,80 | \$ 3.113,80 | \$ 3.113,80 |
| (+) Valor Residual de Act. Tang. | | | | | | \$ 51.991,40 |
| (+) Recuperación Cap. Trabajo | | | | | | \$ 4.925,95 |
| (+) Préstamo concedido | | \$ (6.211,61) | \$ (6.999,40) | \$ (7.887,10) | \$ (8.887,38) | \$ (10.014,52) |
| FLUJO NETO DEL PERIODO | \$ (60.738,75) | \$ 37.075,56 | \$ 42.773,21 | \$ 50.644,65 | \$ 61.548,51 | \$ 130.451,46 |

| | |
|-----------------|---------------------|
| TIR | 73,06% |
| VAN | \$111.276,89 |
| Pay Back | 1,55 años |

9. Conclusiones

1. Los estudios de mercado indican que los productos que I&M cakes ofrecerá tendrá buena acogida. Aunque es necesario aplicar las estrategias de marca, promoción y publicidad que se describen en el proyecto, estas estrategias no son costosas, pero es necesario aplicarlas para poder alcanzar las ventas presupuestadas.
2. Los procesos de producción y transportación se optimizaran gracias a la adquisición de un carro y la ampliación del taller, estas dos adquisiciones son necesarias para el transporte de los producto y el aumento de ventas y personal que tendrá el negocio.
3. Los estudios financieros presentan dos escenarios uno optimista y un conservador, las conclusiones se basaran en el conservador, este nos indica que tendremos una tasa interna de retorno del 58%, un valor actual neto de \$82000,00 y un pay back de 2 años.

Todos los balances que se presentan en el estudio financiero indican que abrir el local en el garzocentro 2000 es rentable, no es un centro comercial con una buena cantidad de acogida pero si está ubicada en una zona comercial y agradable de Guayaquil, con este local se podrán solucionar los problemas que presenta I&M cakes. Para lograr el éxito en este proyecto el negocio tiene que seguir y aplicar las estrategias de mercado y los procesos de producción, sin descuidar los balances que se presupuestaron, es necesario usarlos como guía y no sobrepasarse.

10. Bibliografía

- Álvarez, S. (07 de 05 de 2015). *CNN en español*. Obtenido de <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2015/05/07/5-tendencias-en-redes-sociales-que-debes-tomar-en-cuenta>
- Anonimo. (10 de 08 de 2014). *degerencia*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/articulos.php?artid=544>
- BLANCO, E. (30 de mayo de 2013). Obtenido de espacio blanco: <http://www.espacioblanco.es/personalizacion-de-productos-como-estrategia-de-exito/>
- Delgado, R. C. (3 de octubre de 2013). <http://www.andes.info.ec/es/actualidad/rafael-correa-insta-fortalecer-socialismo-siglo-xxi-luchar-contra-inequidades-centenarias>.
- Espol. (2014). http://www.fcsch.espol.edu.ec/Pymes_JessicaO.
- Gitman, L. J. (2003). *principios de administracion financiera*. Mexico: Pearson.
- guayaquil, E. g. (7 de septiembre de 2005). *El universo*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2005/09/07/0001/18/2AFDAF3352FF4F0A8B9398C7E09327D6.html>
- Humphrey, A. S. (agosto de 2004). <http://www.degerencia.com/articulos.php?artid=544>.
- INEC. (diciembre de 2011). *Estratificacion del nivel socioeconomico*.
- INEC. (diciembre de 2011). file:///C:/Users/luisp_000/Downloads/111220+NSEPrensa.pdf.
- INEC. (diciembre de 2011). http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20%20resultados%20ENSANUT.pdf.
- Kiyosaki, R. T. (2012). *Padre Rico, Padre Pobre*. Mexico: Penguin Random House.
- Kotler&Armstrong. (2008). *fundamentos de marketing*. Mexico: PEARSON.
- Malhotra, N. L. (2008). *Investigacion de mercado*. Mexico: Pearson.
- Urbina, G. B. (2005). *Evaluacion de proyecto*. Mexico D.F.: Mc Graw Hill.

11. Anexos

Encuesta

Estudio de Mercado de los productos de I&M Cakes

1. ¿Consumes postres dulces?

- Sí
- No

2. ¿Cómo calificaría nuestro producto?

- Delicioso
- Bueno
- Malo

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cake ball?

- 0,30
- 0,40
- 0,50
- 0,60
- 0,75

4. ¿Qué tan seguido consumes dulces para satisfacer un antojo de dulces?

- Todos los días
- 3-5 veces a la semana
- 1-2 veces a la semana
- Casi nunca

5. ¿Cuál de estos productos de nosotros prefiere para satisfacer ese antojo?

- Cupcake
- Torta
- cakeball

6. ¿Cuánto paga regularmente por los cupcakes?

- 1 – 1,25
- 1,26- 1,50
- 1,51-1,75
- 1,76 – 2

7. ¿Compra tortas o cupcakes personalizados para sus reuniones, fiestas o eventos?

- Sí
- No

9. ¿Con qué frecuencia compra tortas o cupcakes para eventos?

- 1 a 4 veces al mes
- 6 a 12 veces al año
- 3 a 5 veces al año
- 1 a 2 veces al año

10. ¿Cuánto paga promedio por un pedido de torta y/o cupcakes personalizados para sus reuniones, eventos o fiestas?

- \$40-\$60
- \$60-\$80
- \$80-100
- \$100 - \$120

8. ¿De qué tamaño acostumbra comprar?

- 10 porciones
- 20 porciones
- 30 porciones
- 40 porciones
- 50 porciones

Elasticidad del precio del cupcake

| Precio | Visitas | Aceptacion | cantidades | ventas |
|---------|---------|------------|------------|-------------|
| \$ 1,00 | 1092,72 | 100% | 1092,72 | \$ 1.092,72 |
| \$ 1,25 | 1092,72 | 64% | 699,34 | \$ 874,18 |
| \$ 1,50 | 1092,72 | 25% | 273,18 | \$ 409,77 |

