



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TITULO
DE INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL**

**TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UN
PROYECTO DESTINADO A LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA
A LA VENTA DE CUPCAKES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO
2015”**

**AUTOR(ES): ESTEVEZ CRUZ STEFANY YARIMA
PLAZA VEGA EVELYN CAROLAINE**

TUTOR DE TESIS: ING. ALEX DUQUE YÉPEZ MSC.

GUAYAQUIL, DICIEMBRE 2015



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UN PROYECTO DESTINADO A LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE CUPCAKES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2015”

REVISORES: ARQ. Teodoro Escalante Bourne, MSc.
ING. Leticia Zambrano Zambrano, MAE

INSTITUCIÓN:
Universidad de Guayaquil

FACULTAD:
Ciencias Administrativas

CARRERA: Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial.

FECHA DE PUBLICACIÓN

N° DE PÁGS.:
141

ÁREA TEMÁTICA: Marketing.

PALABRAS CLAVES: Consumo, comercialización, estrategias.

RESUMEN

La presente investigación se enfocó en la necesidad que tienen los ciudadanos del cantón Guayaquil en cuanto al consumo de productos de repostería nutritivos y beneficiosos para la salud, los mismos que cuentan con una gran demanda ya que actualmente el número de enfermedades ocasionadas por el alto consumo de azúcar es elevado.

N° DE REGISTRO(en base de datos):

N° DE CLASIFICACIÓN:
Nº

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF



Si



No

CONTACTO CON ELABORADO:

Teléfono:
0959907401
0959920449

E-mail:

stefy-lovely@hotmail.com
caritoplazavega@hotmail.com

CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN

Nombre:

Teléfono:

INDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	IX
CERTIFICACIÓN DE GRAMATÓLOGIA	X
DEDICATORIA.....	XI
DEDICATORIA.....	XII
AGRADECIMIENTO.....	XIII
AGRADECIMIENTO.....	XIV
RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR	XV
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT.....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento del problema.....	3
Datos y cifras.....	4
Formulación del Problema.....	5
Sistematización del Problema.....	5
Delimitación del problema	5
Objetivos	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos.....	6
Justificación.....	6
Hipótesis General	8
Tamaño de la muestra	9
CAPÍTULO I	11
MARCO TEÓRICO	11
Antecedentes del estudio	11
Fundamentación teórica.	12
Sector económico donde se ubica la empresa.	15
Eficiencia.....	16
Calidad.	16
Capacidad de satisfacción al cliente.....	17
Fundamentación Socioeconómica.	21
Fundamentación Legal.....	22

PASOS PARA CREAR UNA COMPAÑÍA EN TERRITORIO ECUATORIANO .	22
PYMES.....	24
CAPÍTULO II	26
MARCO METODOLÓGICO	26
Diseño de la investigación.....	26
Tipo de investigación.	26
Características de la población.....	27
Delimitar la población.....	27
Tipo de muestra.	27
Tamaño de la muestra.....	28
MÉTODOS TEÓRICOS	29
Método científico.....	29
Método inductivo.	29
Método estadístico.	30
Métodos o técnicas de investigación.....	30
Análisis e interpretación de los datos.....	31
LAS ENCUESTAS.....	32
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	51
Conclusiones.....	51
Recomendaciones.	52
CAPITULO III	53
Tema	53
Justificación	53
Fundamentación	55
OBJETIVOS.....	55
Ubicación	56
VALORES	57
Filosofía de la empresa	57
Misión	57
Visión.....	57

Organigrama de la empresa	58
Flujograma de Proceso de compra y recepción de insumos y materias primas para la elaboración	65
Análisis FODA	66
Producto.....	68
Características del producto.	69
Masa básica	69
Frosting buttercream.....	70
Empaque	75
Precio.....	76
Plaza	76
PUBLICIDAD	77
Promoción.....	77
Comunicación	78
Política de ventas.....	80
ANÁLISIS FINANCIERO.....	80
BIBLIOGRAFIA.....	100
Anexo No. 1	102
PLAN DEL PROYECTO DE TESIS	103
PLAN DEL PROYECTO DE TESIS	104
ANEXO No. 2	117
FORMATO DE ENCUESTAS	117
ANEXO No. 3	120
FORMATOS DE ENTREVISTAS	120
ANEXO No. 4	122
FOTOGRAFÍAS DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS	122

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: La repostería	12
Ilustración 2: Comercio electrónico	13
Ilustración 3: Ventaja Competitiva	15
Ilustración 4: Proceso de compra cliente-compañía.....	20
Ilustración 5: Proceso de compra compañía-proveedores	21
Ilustración 6: Constitución de una compañía	22
Ilustración 7: Investigación tipo descriptiva	27
Ilustración 8 Método Inductivo.....	30
Ilustración 9: Ubicación	56
Ilustración 10 Organigrama	58
Ilustración 11 Proceso de Compra	65
Ilustración 12 Logotipo	68
Ilustración 13 Masa Básica.....	69
Ilustración 14 Frosting Buttercream	70
Ilustración 15 Fondant.....	72
Ilustración 16 Diseño de Bodas	73
Ilustración 17 Diseño Navideño	73
Ilustración 18 Diseño para Bautizos.....	73
Ilustración 19 Diseño Baby Shower	74
Ilustración 20 Diseño para San Valentín	74
Ilustración 21 Diseño para Niños.....	74
Ilustración 22 Empaque.....	75
Ilustración 23 Empaque con Diseños.....	75
Ilustración 24 Redes Sociales	78
Ilustración 25 Pagina Web	79
Ilustración 26 Tarjeta de Presentación	79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Género.....	32
Gráfico 2 Edad.....	33
Gráfico 3 Consumo de Repostería.....	34
Gráfico 4 Frecuencia de Consumo de Repostería.....	35
Gráfico 5 Industria Repostera	36
Gráfico 6 Alimentos Saludables.....	37
Grafico 7 Cupcakes	38
Gráfico 8 Criterios de Compra	39
Grafico 9 Motivos de Compra.....	40
Gráfico 10 Lugar de Compra.....	41
Gráfico 11 Satisfacción del Cliente-Pastelerías Existentes.....	42
Gráfico 12 Compras por Internet	43
Gráfico 13 Precio.....	44
Grafico 14 Creación de una Empresa.....	45
Gráfico 15 Medios Comerciales.....	46
Grafico 16 Entrega a Domicilio	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Competencia en el Sector de Repostería.....	18
Tabla 2 Género.....	32
Tabla 3 Edad.....	33
Tabla 4 Consumo de Repostería.....	34
Tabla 5 Frecuencia de Consumo de Repostería	35
Tabla 6 Industria Repostera	36
Tabla 7 Alimentos Saludables.....	37
Tabla 8 Cupcakes	38
Tabla 9 Criterios de Compra	39

Tabla 10 Motivos de Compra	40
Tabla 11 Lugar de Compra.....	41
Tabla 12 Satisfacción del Cliente	42
Tabla 13 Compras por Internet	43
Tabla 14 Precio.....	44
Tabla 15 Creación de una Empresa.....	45
Tabla 16 Medios Comerciales.....	46
Tabla 17 Entrega a Domicilio	47
Tabla 18 Perfiles de Gerentes	59
Tabla 19 Perfil Contador	60
Tabla 20 Perfil Vendedor	61
Tabla 21 Perfil operarios.....	62
Tabla 22 Perfil de asistente de limpieza	63
Tabla 23 Perfil de Guardia	64
Tabla 24 FODA.....	67
Tabla 25 Precio.....	76
Tabla 26 Activos Fijos	80
Tabla 27 Depreciación de Activos Fijos.....	81
Tabla 28 Nómina Año 1	82
Tabla 29 Nómina Año 2.....	83
Tabla 30 Nómina Año 3.....	84
Tabla 31 Nómina Año 4.....	85
Tabla 32 Nómina Año 5.....	86
Tabla 33 Detalle de los Gastos.....	87
Tabla 34 Gastos Generales.....	87
Tabla 35 Honorarios Profesionales	88
Tabla 36 Publicidad	88
Tabla 37 Costos Indirectos	88
Tabla 38 Precios de Materia Prima	88
Tabla 39 Cuadros de Costos.....	89

Tabla 40 Cupcake de Vainilla.....	90
Tabla 41 Cupcake de Piña	90
Tabla 42 Cupcake de Nueces y Pasas.....	91
Tabla 43 Cupcake de Coco y Canela	91
Tabla 44 Presupuesto de Ingresos.....	92
Tabla 45 Inversion del Proyecto	92
Tabla 46 Financiamiento del Proyecto.....	92
Tabla 47 Tabla de Amortización Préstamo	93
Tabla 48 Balance de Situación Inicial	95
Tabla 49 Estado de Resultado Integral	96
Tabla 50 Estado de Situación Financiera.....	97
Tabla 51 Flujo de Caja	98
Tabla 52 Recuperación de Inversión	99

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

HABIENDO SIDO NOMBRADO, **ING. ALEX DUQUE YÉPEZ MSC.** COMO TUTOR DE TESIS DE GRADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR TÍTULO DE INGENIERÍA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL **PRESENTADO** POR LOS EGRESADOS:

Estevez Cruz Stefany Yarima con C.I# 0940587678

Plaza Vega Evelyn Carolaine con C.I# 0923976351

TEMA: **“Estudio de factibilidad para el desarrollo de un proyecto destinado a la creación de una empresa dedicada a la venta de cupcakes en la ciudad de Guayaquil en el año 2015”**

CERTIFICO QUE: HE REVISADO Y APROBADO EN TODAS SUS PARTES, ENCONTRÁNDOSE APTO PARA SU SUSTENTACIÓN.

ING. ALEX DUQUE YÉPEZ MSC.
TUTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN DE GRAMATÓLOGIA

Quien suscribe el presente certificado, se permite informar que después de haber leído y revisado gramaticalmente el contenido de la tesis de grado:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UN PROYECTO DESTINADO A LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE CUPCAKES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2015 “

Elaborado por:

Estevez Cruz Stefany Yarima con C.I# 0940587678

Plaza Vega Evelyn Carolaine con C.I# 0923976351

Previo a la obtención del título de:

INGENIERÍA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

Certifico que es un trabajo de acuerdo a las normas morfológicas, sintácticas y simétricas vigentes.

ING. CARLOS BAZURTO HIDALGO, MBA

C.I.: 0919282616

Registro Senescyt: 1006-15-86059588

DEDICATORIA

Mi dedicatoria va dirigida a mis padres: Fausto Alfredo Estévez Posso y María Consuelo Cruz García

Ya que ellos siempre han sido mi apoyo, dándome las fuerzas necesarias para seguir adelante y convertirme en una profesional a pesar de todos los obstáculos que se han atravesado en mi vida, ellos siempre han estado ahí para darme ese empuje para poder seguir mi objetivo de graduarme de Ingeniera en Marketing.

A mi hermana que me ha brindado sus palabras de aliento para no caer y seguir luchando, haciéndome saber que todas esas ocasiones que no he podido estar en el seno familiar Compartiendo momentos importantes valió la pena.

También dedico este trabajo a mi esposo, que siempre ha estado apoyándome y brindándome su comprensión en todo momento, además de brindarme su ayuda en muchas veces, el que siempre me ha dado consejos y aclara mi día en un día oscuro. Gracias por la paciencia y dedicación que me das día a día.

Stefany Estévez Cruz

DEDICATORIA

A Dios

Por haberme permitido llegar hasta este momento, y fortalecerme en tiempos de intranquilidad y desanimo, además por darme salud y sabiduría para alcanzar mis objetivos ya que sin su intervención en mi vida no podría haber llegado hasta aquí.

A mis padres Jacinto Plaza y Cinthia Vega

Por su apoyo incondicional en todo momento, no solo en el desarrollo de este trabajo sino a lo largo de toda mi carrera universitaria, alentándome cuando creía no poder más debido a las diferentes presiones recibidas, además han sido mi ayuda en la provisión de los recursos que han sido necesarios hasta ahora.

A mis hermanos y familiares

Por ser uno de los impulsos para esforzarme y seguir adelante, ya que ellos ven mi caminar y deseo poder ser de apoyo y ejemplo para sus vidas en que si nos determinamos podremos alcanzar lo que nos proponemos aun cuando parezca inalcanzable.

Evelyn Plaza Vega

AGRADECIMIENTO

Le agradezco inmensamente a mi divino niño, por darme las fuerzas necesarias, por ser mi guía y darme la sabiduría en cada cosa que realizo, por no dejarme desmayar.

A todos mis profesores que me han brindado todo su conociendo y su paciencia durante toda mi trayectoria universitaria.

Agradezco a mi tutor el Ing. Alex Duque por brindarnos su apoyo incondicional, su paciencia y sabiduría, ya que él es ha sido nuestro guía en la realización de este proyecto.

Agradezco a mis padres, Hermana, esposo y todas aquellas personas que confiaron en mí, por brindarme su apoyo incondicional, por darme esa palabra de aliento que levantaron mi ánimo y moral muchas veces, a mi compañera y amiga de tesis por ser la que calmaba mis angustia y me brindaba una palabra de aliento.

A mi jefe por darme permiso para ir a la universidad, para las citas de tutorías.

Stefany Estévez Cruz

AGRADECIMIENTO

Mi infinito agradecimiento se dirige a quien ha sido mi guía constante, encaminándome por el camino correcto, a mi Padre Celestial quien ha permitido que sea cumplido uno de mis sueños anhelados por mucho tiempo.

A mis padres por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida y por su compañía en el transcurso de mi vida universitaria.

Agradezco de manera especial a mi tutor de tesis el Ing. Alex Duque Yépez MSc. por brindarnos su apoyo y aporte en este trabajo con sus conocimientos y correcciones necesarias en el buen desarrollo de este.

A todos mis distinguidos maestros que durante toda la carrera universitaria me permitieron recibir sus enseñanzas, ellos forman parte relevante en mi vida.

Agradezco grandemente a mi compañera de tesis Stefany Estévez con quien hemos podido compartir muchos momentos de alegría, desanimo, tristeza, trabajo arduo y muchas otras situaciones que juntas hemos podido cruzar y hoy vemos los resultados de nuestro esfuerzo.

Evelyn Plaza Vega

RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR

Por medio de la presente certifico que los contenidos desarrollados en esta tesis son de absoluta propiedad y responsabilidad de Estevez Cruz Stefany Yarima - Plaza Vega Evelyn Carolaine

Tema: "Estudio de factibilidad para el desarrollo de un proyecto destinado a la creación de una empresa dedicada a la venta de cupcakes en la ciudad de Guayaquil en el año 2015"

Derechos que renunciamos a favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso como a bien tenga.

Estevez Cruz Stefany Yarima
C.C. # 0940587678

Plaza Vega Evelyn Carolaine
C.C. # 0923976351

RESUMEN

La presente investigación se enfocó en la necesidad que tienen los ciudadanos del cantón Guayaquil en cuanto al consumo de productos de repostería nutritivos y beneficiosos para la salud, los mismos que cuentan con una gran demanda, ya que actualmente el número de enfermedades ocasionadas por el alto consumo de glucosa(azúcar) es elevado, así como también la demanda de personas que cuidan mucho su cuerpo físico por lo que consideramos pertinente la creación de productos beneficiosos para ellos sin que el consumo de estos represente un peligro para su salud. En vista de aquello es necesario realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción de cupcakes y comercialización vía online de los mismos, en la ciudad de Guayaquil, considerando los puntos de vista, deseos, exigencias de los potenciales clientes mediante la técnica de la entrevista y encuesta las cuales permitieron determinar la factibilidad del mismo. En las entrevistas pudimos conocer la aceptación por parte de los entrevistados quienes mencionaron que la alimentación es un factor relevante para conservar la salud de personas, especialmente con diabetes ya que estos se ven limitados a consumir ciertos productos y por esta razón consideran como una buena opción el desarrollo de este proyecto, el cual ha sido analizado a través de estudios internos y externos como lo son el FODA y estudio de mercado respectivamente, además la elaboración de estrategias publicitarias tanto físicas como electrónicas, para dar a conocer esta nueva opción. Financieramente se determinó a través de proyecciones e índices de rentabilidad que el desarrollo de esta propuesta es viable, y permitirá obtener beneficios económicos a corto plazo.

ABSTRACT

This research focused on the need for citizens of Canton Guayaquil regarding the consumption of nutritious and beneficial to health pastries, the same that have a high demand, as currently the number of diseases caused by high consumption of glucose (sugar) is high, as well as the demand for caregivers much your physical body so we consider relevant the creation of beneficial products for them without the use of these hazardous to your health. In view of what is necessary to conduct a feasibility study for the creation of a company dedicated to the production and marketing online cupcakes thereof, in the city of Guayaquil, considering the views, desires, and demands of potential customers by the technique of the interview and survey which allowed to determine the feasibility. In the interviews we could know the acceptance of respondents who mentioned that food is an important to preserve the health of people, especially diabetes factor as these are limited to consume certain products and therefore considered as a good option the development of this project, which has been analyzed through internal and external studies such as SWOT and market research respectively, and the development of advertising strategies both physical and electronic, to present this new option. Financially it determined through projections and rates of return that the development of this proposal is viable, and will lead to economic benefits in the short term.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo surge con el deseo de incursionar en el mercado de la repostería con un formato de ventas diferente como lo es la venta online (tienda virtual) además de satisfacer un mercado que no ha sido satisfecho totalmente y son las personas con diabetes y aquellas que quieren cuidar su salud con dietas bajas en azúcares y calorías.

La investigación tiene como objetivo determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la venta online de cupcakes en la ciudad de Guayaquil, considerando la importancia del uso de medios electrónicos y las necesidades de los consumidores conocidas a través de un estudio de mercado. Considerando los cambios e innovación que se realizan consecutivamente, también se toma en cuenta el medio de comercialización de los productos el cual será online (tienda virtual) observando los beneficios para las partes además de ser una herramienta tecnológica de uso práctico y sencillo en la gestión moderna.

La implementación de tecnologías dentro de un negocio es de gran importancia ya que permite agilizar procesos, optimizar el tiempo, cumplir objetivos planteados y cumplir con el cliente para satisfacerlo, además se consigue crecer como empresa y poder desarrollarse de una forma más eficiente en el mercado. Si las TIC nos proporcionan seguridad en la gestión, es visible el beneficio que se obtiene de estas ya que se pueden obtener resultados eficientes de las actividades realizadas dentro de la empresa.

Según:

“Por TIC, entendemos el conjunto de tecnologías y recursos asociados a los sistemas de información y comunicación. Esto es, el conjunto de tecnologías que nos aseguran la gestión eficiente de la información que se genera en una empresa.” (SEAOANE, 2005)

Si las TIC nos proporcionan seguridad en la gestión, es visible el beneficio que se obtiene de estas ya que podremos obtener resultados eficientes de las actividades realizadas dentro de la empresa. El desarrollo del presente trabajo detallará el beneficio del uso de estas herramientas.

Hoy en día es claro observar el incremento en el desarrollo de nuevos negocios debido a los diversos cambios en el ritmo de la economía, lo que hace más atractiva la independencia económica para las personas en la actualidad. Esta independencia permite al ser humano poner en práctica los conocimientos adquiridos, además tener una solidez económica que permitirá poder desarrollar planes personales y ser de apoyo para el desarrollo del país al crear un nuevo negocio.

Las celebraciones y festejos son parte de nuestra cultura latinoamericana sin tomar en cuenta estratos sociales, ya que todas las personas tienen la libertad de disfrutar un momento agradable y recreativo sin dejar atrás su gastronomía muy variada y exquisita. Desde hace mucho años atrás la gastronomía ecuatoriana ha sido muy deseada en diferentes partes del mundo y aun esto no deja de ser una realidad. Pero así como ha sido reconocida en varias partes del mundo como exquisita, de la misma forma lo es el número de enfermedades debidas a desórdenes alimenticios en el ser humano.

El desarrollo del presente trabajo podrá aportar con el desarrollo económico, social y cultural del país, ya que la propuesta de creación de la empresa no va destinada solo para satisfacer a los potenciales clientes sino también brindar empleo a jóvenes de la Universidad de Guayaquil en las diversas áreas de la empresa.

Este trabajo contiene tres capítulos, los mismos que desarrollan el siguiente contenido:

Capítulo I: Marco Teórico.- En este capítulo encontramos antecedentes de la investigación, la fundamentación teórica, socioeconómica y legal tomando en cuenta términos necesarios para el estudio del tema que se está desarrollando.

Capítulo II: Marco metodológico.- Presenta el diseño y tipo de investigación utilizados en este proyecto, la población y muestra objetos de estudio así como los instrumentos que servirán para recopilación de información necesaria. En este capítulo se encuentra el análisis e interpretación de los datos obtenidos en la recopilación de datos, también conclusiones y recomendaciones a partir de los resultados.

Capítulo III: Propuesta.- Este capítulo abarca el tema, la justificación, los objetivos, la ubicación, filosofía del negocio, y también el organigrama de la empresa. Además especifica los perfiles del personal sin dejar de mencionar la matriz FODA con el respectivo análisis y estrategias a emplearse, el análisis económico y financiero pertinentes.

Planteamiento del problema.

Hoy en día en las industrias pasteleras podemos observar alternativas de productos ofrecidos en el mercado. Esto ha permitido durante los últimos años, que la gastronomía evolucione de una manera extensa ya que encontramos una diversidad de productos y esto ha conllevado a que los pasteleros empleen técnicas que brinden nuevas expectativas, intereses y comportamientos de compra por parte de los consumidores.

En la sociedad encontramos muchos establecimientos físicos dedicados a la misma actividad comercial lo cual hace que exista más competencia en el mercado y asimismo se eleven los costos publicitarios y otros para evitar que uno tome ventaja sobre otro. Además encontramos en el mercado inexistencia de productos personalizados y bajos en glucosa en esta industria en la ciudad de Guayaquil, ya que hay una escasa innovación en esta industria en proponer un producto que satisfaga y supere las necesidades y expectativas del sector comercial.

Los ecuatorianos nos encontramos en la tendencia de adquirir productos saludables ya que hoy en día según datos de la organización mundial de la salud OMS, manifiesta que el índice de la obesidad se ha incrementado el

doble en los últimos años. Esto ha alarmado a los consumidores en cuanto a su alimentación y esto ha provocado la sustitución de algunos productos.

Según:

Datos y cifras

- En el mundo hay más de 347 millones de personas con diabetes.
- Se calcula que en 2012 fallecieron 1,5 millones de personas como consecuencias del exceso de azúcar en la sangre en ayunas.
- Según proyecciones de la OMS, la diabetes será la séptima causa de mortalidad en 2030". (Centro de Prensa OMS, 2014)

Nosotros mediante este proyecto no queremos ofrecer solo un producto sino innovar y preocuparnos en esa necesidad que hay en el mercado y cubrirla con productos bajos en glucosa, pensando en la salud de nuestro consumidor, hacerlos sentir que cubrimos sus expectativas no solo por brindar un producto personalizado que sea de su agrado a simple vista, si no también que cuide su salud y a la vez darle comodidad y practicidad en cuanto a la compra vía online.

Conociendo que el mercado Ecuatoriano se ha vuelto exigente en cuanto a su alimentación, se ve la oportunidad de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de cupcakes saludables y personalizados con una variedad extensa de sabores y diseños, creando un lazo de experiencia única con el cliente.

Aquí existe la oportunidad de posicionar a la empresa, ya que no encontramos ninguna que brinde al mercado cupcakes bajos en glucosa en Guayaquil. Podemos observar que si existen empresas que brinden este tipo de pastelillos personalizados, tipo tradicional, bajo el mismo formato de personalización y bajo el mismo esquema vía online, pero con la misma cantidad de azúcares.

La idea de creación de esta empresa se da por la necesidad que tienen las personas que no pueden consumir productos con endulzantes, es así que

pensando en la salud y el consumo, se crea esta empresa, brindando así valor agregado para los clientes, lo cual nos hace diferentes de otras empresas que comercializan el mismo producto. Lo que vamos a brindar es una alternativa para los distintos gustos que poseen los consumidores. Todo lo referente al sector repostero, se encuentra en estos momentos en crecimiento, ya que los gustos y preferencia de los consumidores cambian de continuo, por lo que la demanda cada día exige más innovación.

Estamos al servicio del público en general con nuestra amplia gama de cupcakes, con diferentes diseños, sabores, texturas que deleitan su paladar y así mismo podrán disfrutarlo sin restricciones ya que son saludables, y además de cuidar su salud, cuidara su figura.

Formulación del Problema

¿Cuál es la factibilidad para el desarrollo de un proyecto destinado a la creación de una empresa dedicada a la venta de cupcakes en la ciudad de Guayaquil en el año 2015?

Sistematización del Problema

¿Cuáles son las condiciones para la creación del desarrollo de una empresa dedicada a la venta de cupcakes bajo en glucosa en la ciudad de Guayaquil?

¿Cómo constituir la estructura financiera de la empresa?

¿De qué forma influyen los altos costos de la materia prima en la elaboración de este producto?

Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Año: 2015

Objetivos

Objetivo general.

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la venta online de cupcakes en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos.

- Elaborar un estudio de mercado que permita identificar las características de los potenciales clientes así como también la oferta y la demanda.
- Analizar la factibilidad del desarrollo del proyecto
- Elaborar un estudio económico y financiero para determinar la factibilidad de la inversión.

Justificación

a) Justificación Teórica.

Hoy en día según El Gobierno Nacional de Ecuador impulsa mucho lo que son emprendimientos de negocios tomando en cuenta a los jóvenes del país dándoles la oportunidad para emprender negocios de aporte económico, social y cultural para su país, lo cual ha sido una de las razones que nos ha impulsado a desarrollar esta investigación. El Ministerio Coordinador de la Producción Empleo y Competitividad (MCPEC) impulsa desde 2010 el programa Emprende Ecuador. Este proyecto también promueve la creación de nuevos negocios.

Es observada claramente la gran competitividad que existe hoy en día en el mercado de la repostería tradicional, y es por eso que mediante este proyecto queremos examinar datos, características de un mercado desatendido para poder introducir un producto y adaptar estrategias de diferenciación, por medio de la creación de una empresa destinada a la venta de cupcakes bajo en glucosa.

b) Justificación Práctica.

A lo largo del tiempo se han desarrollado muchos estudios de factibilidad para crear un negocio y hemos podido observar el beneficio de esto ya que permite analizar la viabilidad del mismo mediante muchas técnicas empleadas. El presente estudio tiene la finalidad de evaluar la factibilidad de creación de un negocio online en el sector repostero.

Este proyecto de creación se llevara a cabo en la ciudad de Guayaquil como una alternativa para personas emprendedoras ya que pueden obtener ingresos, otro propósito es generar empleo a jóvenes universitarios desempleados que serán empleados en diversas áreas del negocio. Lo que se anhela es no solo tener nuevas o buenas ideas sino también ponerlas en práctica y que sean beneficiosas para todos aquellos quienes sean partícipes de este proyecto.

La tecnología actualmente está avanzando con pasos agigantados en todo el mundo y se ha convertido en un factor relevante en la vida diaria de las personas, ya que ha permitido optimizar el tiempo debido a las múltiples actividades que estas realizan y que asimismo facilita el reconocimiento de una marca, empresa u otros. Queremos brindar facilidad al cliente con la venta online, esto no solo será de beneficio para ellos sino para nosotros como empresa ya que será un proceso de compra sencillo y práctico.

Las nuevas tecnologías de comunicación (TIC'S), se han convertido en una tendencia actual, no solo programas de diseño son los que se idean diariamente por muchos expertos o por aficionados, sino también redes sociales, páginas web con diferentes adaptaciones lo cual se convierte en una herramienta clave que una empresa puede utilizar para crear relaciones redituables con los clientes, lo cual es fundamental hoy en día y que queremos aplicarlo a nuestro proyecto.

c) Justificación Metodológica.

Esta investigación es de tipo descriptiva y explicativa ya que nos permitirá realizar un análisis claro de cada uno de los factores involucrados. Cabe recalcar que nuestra investigación por ser exploratoria debido a que es una

investigación de campo nos ayuda a realizar un análisis más cercano del mercado y asimismo nos permite diagnosticar el posible éxito del negocio, por medio de encuestas, entrevistas a través de los cuales podremos conocer más de cerca las necesidades, exigencias y deseos de los consumidores.

Hipótesis General

“A través de un estudio de factibilidad se podrá determinar la creación y puesta en marcha de un negocio que consiste en la venta online de cupcakes bajos en glucosa en la ciudad de Guayaquil”

- **Variable Independiente:** Estudio de factibilidad
- **Variable Dependiente:** Creación de Negocio de venta online

Aspectos Metodológicos

Modalidad de investigación.

El diseño de investigación que utilizaremos será no experimental para no afectar las variables tanto dependientes como independientes. Utilizaremos como consecuencia de aplicación transversal, el modelo de encuesta la cual utilizaremos con un grupo objetivo que nos permitirá conocer las necesidades, deseos y exigencias de los consumidores

Tipo de investigación.

Esta investigación es de tipo descriptiva y explicativa ya que nos permitirá realizar un análisis claro de cada uno de los factores involucrados. Cabe recalcar que nuestra investigación por ser exploratoria debido a que es una investigación de campo nos ayuda a realizar un análisis más cercano del mercado y asimismo nos permite diagnosticar el posible éxito del negocio.

Población.

El grupo determinado corresponde a 1'080.000 personas registradas en INEC - Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) como Población Económicamente Activa (PEA).

Muestra.

Se ha seleccionado la muestra no probabilística como muestra de conveniencia, procurando que la muestra sea lo más representativa que se pueda.

Tamaño de la muestra

Fórmula de tamaño de muestra es:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

Se trabajó con un nivel de confianza del 95% y un error máximo permitido del 5%.

Aporte científico

Nuestra empresa está orientada a la elaboración de cupcakes de una manera más orgánica y saludables, siendo así el lugar donde reside nuestro negocio, ya que nuestro país es comercial debido a que su economía se basa fundamentalmente en la agricultura y esto es ideal, ya que tenemos al alcance las distintas variedades de frutas, tales como la piña, sandía, mango, y un sin número de frutas para agregar y poder brindar más variedad, sabor y frescura a nuestros productos.

Hablando de términos socioeconómico y orientándonos al futuro crecimiento de nuestro negocio, se estaría hablando de desarrollar más plazas de trabajo, esto aportaría a la sociedad ya que en estos tiempos se necesitan más personas por la demanda de nuestros productos, también personas que nos ayuden con la elaboración de nuestras preparaciones, y al mismo tiempo estaríamos generando ingresos a nuestros distintos proveedores.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Antecedentes del estudio

En la ciudad de Guayaquil existen algunos negocios dedicados a la venta de dulces, pasteles, postres, cupcakes y muchos productos de repostería apetecidos en la actualidad.

Según:

“Se concluye que la inversión en el ramo de repostería reafirma una opción de negocio con alto beneficio a un bajo riesgo; es técnica y económicamente factible, sustentable en el tiempo, con oportunidad de expansión y crecimiento, con ventajas comparativas y competitivas que busca resaltar los beneficios de un postre sin gluten y sin azúcar en relación a los postres tradicionales”. (Padron, 2013)

Este estudio fue realizado por un estudiante de la Universidad Nueva Esparta para evaluar la factibilidad económica de crear la empresa, el cual permitió que se defina que este es rentable y sustentable además de que tiene beneficios saludables para el cliente.

La referencia tomada anteriormente nos beneficia ya que el producto para la venta es similar al nuestro y nos permite darnos cuenta de que la sección de repostería es apetecida y rentable en diferentes partes del mundo, además nos impulsa a analizar bien la competencia y poder elaborar estrategias correctas que den buenos resultados.

Fundamentación teórica.

La repostería es un arte conocido desde hace mucho tiempo, consiste en la elaboración de productos alimenticios dulces que por lo general llevan una decoración ya que muchos de estos productos son utilizados en celebraciones, fiestas o momentos especiales y se busca que tengan una apariencia distintiva y que destaque.

Ilustración 1: La repostería



Fuente: http://www.hola.com/imagenes//cocina/noticiaslibros/2013021263296/cake-pops-reposteria/0-228-83/cake_pops_-z.jpg

Elaborado por: Las Autoras

Según:

“Los primeros registros de recetas dulces simples se remontan a Mesopotamia y al Antiguo Egipto, hace más de siete mil años, dónde se preparaban panes de miel redondos espolvoreados con ajonjolí”. (Diario de Gastronomía, 2014)

El mercado de la repostería es uno de los más apetecidos en nuestro país a pesar de la gama gastronómica encontrada en este. Los ricos postres que las personas hoy buscan y se deleitan en ellos, son consecuencia de la labor y refinamiento realizada desde hace más de 2000 años como lo dice la Biblia, la cual narra que se utilizaba mucho la miel para conseguir el sabor dulce utilizado para diversas preparaciones que se realizaban en días y fiestas especiales así como también para alimento diario.

Llegando un poco más allá también se sabe que el hombre primitivo ya se alimentaba de productos azucarados extraídos de las frutas, semillas de diferentes plantas existentes en ese tiempo.

Un cupcake es un pastelillo de fácil preparación y perfecto para consumir individualmente, existen un sin número de sabores que se puede añadir en el proceso de elaboración de estos deliciosos postres, sin mencionar los diversos diseños que pueden realizarse.

Comercio Electrónico, marketing en línea.

Según:

“El comercio electrónico es más específico que los negocios electrónicos. El comercio electrónico implica procesos de compraventa apoyados por medios electrónicos, primordialmente por internet.” (Kotler & Armstrong, 2008)

Hablar de negocios electrónicos implica plataformas electrónicas como: intranet, extranet e internet. Estas pueden ser utilizadas en diferentes compañías pero se caracterizan en proporcionar información y como medio de comunicación más cercano entre compañía-cliente, compañía-compañía, compañía-proveedores, compañía-distribuidores, con el fin de crear solidez en las relaciones entre estos. El comercio electrónico implica más allá de este intercambio de información ya que maneja procesos de compra y venta de bienes y servicios con la ayuda de internet es decir que dentro de este se proporciona información que promueva la compraventa en los mercados electrónicos.

Ilustración 2: Comercio electrónico



Fuente:<http://www.importancia.org/wp-content/uploads/Comercio-Electronico-300x180.jpg>

Elaborado por: Las Autoras

Según:

“El marketing en línea es el lado de venta electrónica del comercio electrónico. Consiste en lo que una compañía hace para dar a conocer, promover y vender productos y servicios por internet.” (Kotler & Armstrong, 2008)

A esta suministración de información utilizada para promover bienes y servicios por internet se la conoce como marketing en línea o e-marketing. Esta herramienta es muy importante porque no solo permite publicitar, dar a conocer un producto sino también permite un gran alcance en la gestión digital de los datos de los clientes y de las relaciones con ellos, sin dejar de mencionar el diseño, la creatividad, la publicidad y la experiencia multimedia (contenidos que generan sentimientos, emociones).

Actualmente existen muchas herramientas de marketing que sirven para mejorar la situación de una empresa y poder no solo satisfacer a los clientes sino lograr relaciones redituables con ellos. Ya que el medio de ventas escogido para el desarrollo de la propuesta es online se realizaran muchas actividades de marketing en línea que son utilizadas estratégicamente en un espacio por internet como la creación de imágenes con audio y video, promociones con precios diferenciados en la Web, publicidad de pago por clic, marketing con redes sociales y blogs, entre otras.

“Proporcionar atención a los usuarios, hacer que se sientan valorados, y conseguir transmitir la sensación de que la satisfacción para el cliente es lo primero, es primordial para la creación, sostenimiento y crecimiento de cualquier negocio electrónico.” (Carrasco, 2014)

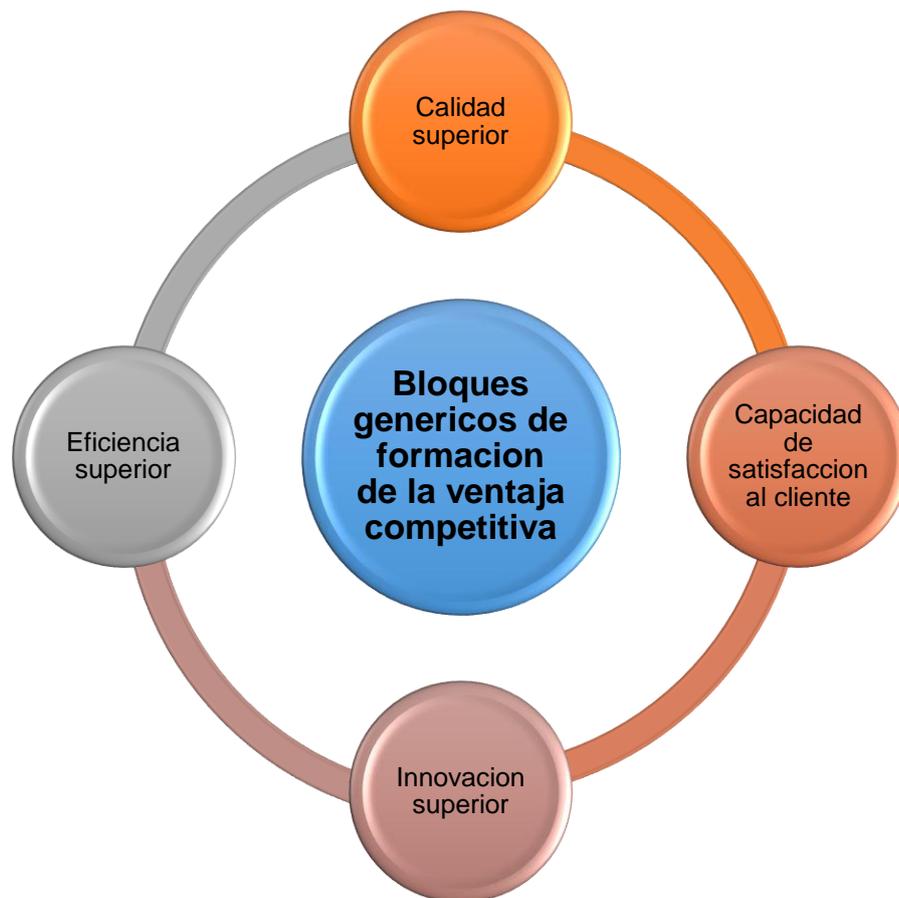
Con la creación de este negocio queremos manifestar los bloques genéricos de formación de la ventaja competitiva expuestos en el libro de introducción a la administración estratégica y resaltar la calidad, la eficiencia, la innovación y la satisfacción al cliente por eso nos enfocamos en estos cuatro puntos que son fundamentales para nuestro negocio.

Sector económico donde se ubica la empresa.

Los cupcakes pertenecen al sector económico de los alimentos dentro de los productos de panadería y pastelería. Los alimentos son sustancias nutritivas que ingieren los seres vivos y les provee de energía para mantenerse con vida. La pastelería es uno de los sectores de la industria de restaurantes y comidas que más ha crecido en los últimos años, a tal punto que cada vez son más los negocios exclusivos en la producción de postres y pasteles que aparecen en el mercado, tanto locales como a domicilio, con éxitos cada vez mayores.

A continuación detallaremos los bloques genéricos de la formación de la ventaja competitiva que vamos a implementar:

Ilustración 3: Ventaja Competitiva



Fuente: Charles W. L. Hill y Gareth R. Jones (1967). Administración Estratégica.

Elaborado por: Las Autoras

Eficiencia.

La eficiencia se mide por el costo de las materias primas que se necesitan para crear un producto en particular. En cuanto se realice todo de forma más eficiente, menor será el costo de los insumos pretendidos de crear cualquier producto. La utilización de los insumos de la forma más provechosa posible, permite de igual manera lograr tener una alta eficiencia aunque no solo se logra con el óptimo uso de los recursos sino también con el rendimiento de los trabajadores de una empresa lo cual también permite que se disminuyan los costos de producción.

Esto nos ayudara a determinar los márgenes de costos que serán usados para la producción. Tomando en cuenta que tendremos más beneficios si nuestros costos de insumos son bajos al momento de producir. Mencionamos los siguientes aspectos en los cuales aplicaremos esta herramienta en nuestra empresa:

- ❖ Compra de insumos
- ❖ Producción
- ❖ Talento humano
- ❖ Entrega de pedidos
- ❖ Material P.O.P.

Vemos en estos cuatros puntos el inicio de nuestro negocio ya que mediante la aplicación de estas técnicas competitivas podemos obtener un posicionamiento en el mercado.

La eficiencia empleada nos ayudara a determinar los márgenes de costos que se usaran para el proceso de producción. Tomando en cuenta que seremos más eficientes si nuestros costos de insumos son bajos al momento de producir.

Calidad.

Es lo que se va a entregar al cliente a cambio del pago que este realice no solo el producto sino también en el servicio brindado, ya que definimos que

esta empresa marca una diferencia a nivel de otras. También consideramos que la calidad en este punto va de la mano con la eficiencia ya que al momento de producir con calidad, evitamos pérdidas de tiempo y esfuerzo, es decir que también tendremos menos productos defectuosos que solo producen menos beneficio para la empresa.

“Los productos de calidad son bienes y servicios confiables en el sentido de que desempeñan la función para la cual se diseñaron y la ejecutan bien. El impacto de la alta calidad de un producto sobre la ventaja competitiva es doble” (Hill & Jones , 1967)

Innovación.

Aquí demostramos el ingenio de entregar a nuestros clientes productos personalizados y saludables, así como también una nueva experiencia al momento de comprar ya que las ventas son online con una variedad de promociones, información requerida por el cliente y además en la página web podrá crear el cupcake que desee, con los sabores y aderezos que requieran para realizar sus pedidos y la forma de entrega del mismo.

“La innovación puede definirse como algo nuevo o novedoso con respecto a la forma como una empresa opera o sobre los productos que ésta genera. Por consiguiente, la innovación incluye adelantos en los tipos de productos, procesos de producción, sistemas administrativos, estructuras organizacionales y estrategias desarrolladas por una organización” (Hill & Jones , 1967)

Capacidad de satisfacción al cliente

Podemos enfatizar que la calidad y la satisfacción al cliente van juntas ya que como se indicaba en el párrafo anterior tenemos que saber cuáles son las necesidades de nuestro cliente para así poderlas satisfacer. Todos estos en

conjunto ayudaran a nuestra empresa a crear una ventaja competitiva en el mercado.

“Además, satisfacer las necesidades del cliente puede requerir el desarrollo de nuevos productos con características que no poseen productos existentes. En otras palabras, alcanzar eficiencia, calidad e innovación superiores en conjunto hace parte del logro de una gran capacidad de aceptación por parte del cliente”. (Hill & Jones , 1967)

Como empresa ofreceremos un producto que se diferencia de otros con una característica especial ya que estos serán no solo deliciosos, sino también saludables y en conjunto con las actividades de marketing que realizaremos, tenemos la seguridad de que la satisfacción de nuestros clientes es un hecho, de esta forma podremos establecer relaciones perdurables con ellos, proporcionando un posicionamiento y lealtad a la marca.

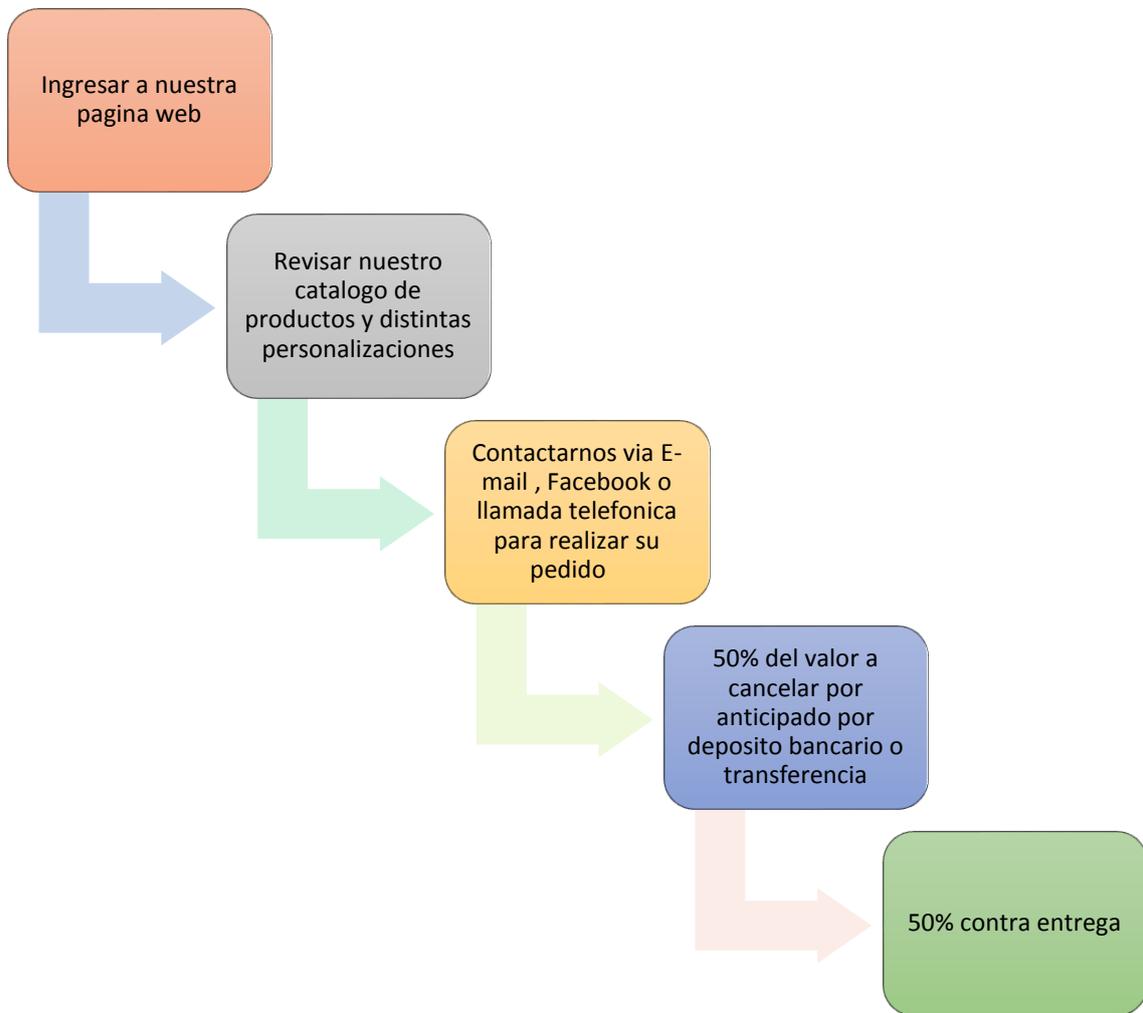
Tabla 1 Competencia en el Sector de Repostería

Nombre de la compañía	Productos principales	Descripción
<p>Sweet and Coffee</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Café • Dulces • Postres 	<p>Sweet & Coffee vende café elaborado, otras bebidas calientes y frías, dulces y postres, así como su propia marca de café para elaborar.</p>
<p>PANADERIA CALIFORNIA "PANCALI s.a."</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pan • Bocadillos • Pasteles 	<p>Se dedica a la elaboración de pasteles y otros productos de pastelería y panadería como : pasteles de frutas, tartas, churros, buñuelos, aperitivos</p>

		(bocadillos), panes de toda clase y para toda la ocasión, etc.
<p data-bbox="225 376 467 409">Magic Cupcakes</p> 	<ul data-bbox="619 376 810 409" style="list-style-type: none"> • Cupcakes 	<p data-bbox="946 376 1361 465">Empresa especializada en la elaboración de cupcakes.</p>
<p data-bbox="225 591 491 624">CUPCAKES & CO</p> 	<ul data-bbox="619 591 810 736" style="list-style-type: none"> • Cupcakes • Galletas • Muffins 	<p data-bbox="946 591 1409 736">Empresa con una gran variedad de cupcakes, galletas, muffins y bebidas a la venta.</p>

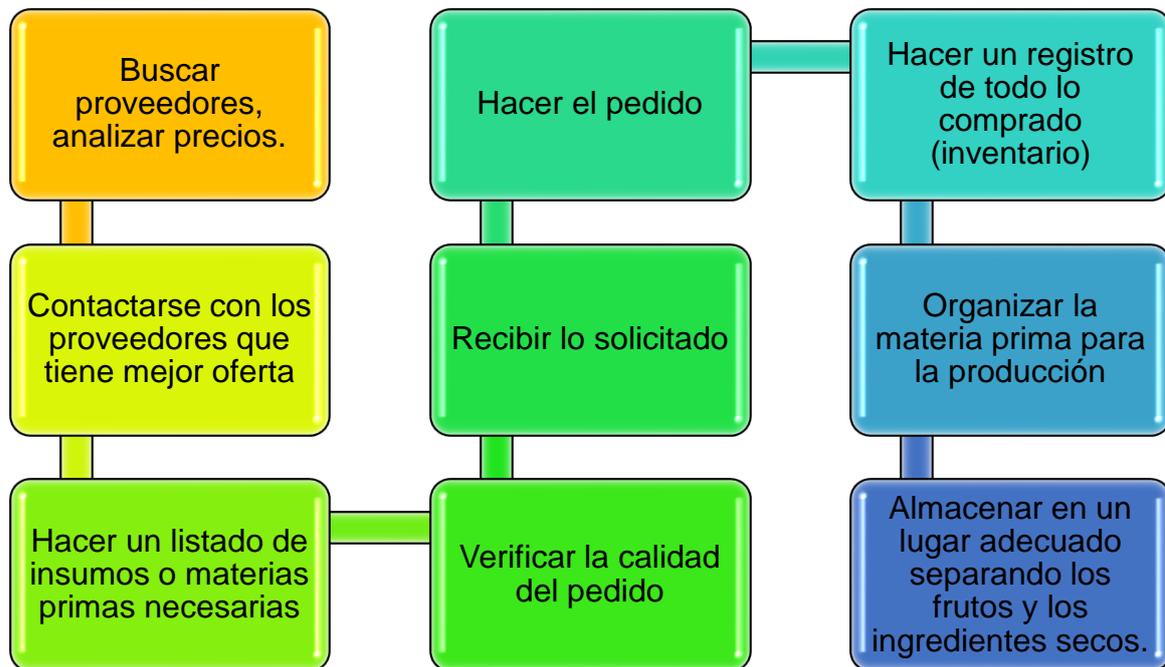
Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 4: Proceso de compra cliente-compañía



Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 5: Proceso de compra compañía-proveedores



Elaborado por: Las Autoras

Fundamentación Socioeconómica.

La creación de una empresa siempre implica un sin número de actividades a realizar sin dejar a un lado al análisis respectivo de muchas áreas de la misma. Tomando en cuenta la cultura de un Guayaquileño, somos gente alegre, detallista y siempre será agradable encontrar algo que impacte y agrade al ojo del consumidor, sin dejar de mencionar la gran cantidad de personas que gustan de la repostería que es un mercado que no disminuye, al contrario aumenta. Pero al mismo tiempo nos encontramos consumidores exigentes, es por eso que se analizara el perfil del cliente con el fin de cubrir sus necesidades.

Nuestra empresa básicamente está orientada a la elaboración de cupcakes de una manera más orgánica y saludables, siendo así el lugar donde reside nuestro negocio, ya que nuestro país es comercial debido a que su economía se basa fundamentalmente en la agricultura y esto es ideal, ya que

tenemos al alcance las distintas variedades de frutas, tales como la piña, sandía, mango, y un sin número de frutas para agregar y poder brindar más variedad, sabor y frescura a nuestros productos.

Hablando de términos socioeconómico y orientándonos al futuro crecimiento de nuestro negocio, se estaría hablando de desarrollar más plazas de trabajo, esto aportaría a la sociedad ya que en estos tiempos se necesitan más personas por la demanda de nuestros productos, también personas que nos ayuden con la elaboración de nuestras preparaciones, y al mismo tiempo estaríamos generando ingresos a nuestros distintos proveedores.

Fundamentación Legal.

Actualmente en Ecuador podemos observar que el gobierno realizó un plan piloto, en el cual se va a trabajar conjuntamente con la superintendencia de compañía y el ministerio coordinador de producción, empleo y competitividad con el fin de agilizar los trámites para la constitución de empresas se haga en un lapso de 6 horas.

PASOS PARA CREAR UNA COMPAÑÍA EN TERRITORIO ECUATORIANO

Ilustración 6: Constitución de una compañía



Fuente: <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>

Elaborado por: Las Autoras

La Superintendencia de Compañías del Ecuador es un ente que se encarga de la constitución y regulación de las compañías en el país, además incluye el estudio de los estados financieros de ellas para su revisión y

aprobación. Este proceso de constitución por lo general tomaba más de un mes pero en la actualidad se ha desarrollado un nuevo proceso que se detalla a continuación:

Superintendencia de Compañías del Ecuador. Disponible en:

<http://www.supercias.gob.ec/portal/>

¿Cómo constituir una Compañía en Ecuador?

1. Ir al portal de la Superintendencia de Compañías del Ecuador.
2. Seleccione la opción "Portal de constitución electrónica de Compañías".

El sistema lo llevará al menú principal del Portal de Constitución Electrónica de Compañías. Desde ese lugar usted podrá registrarse como usuario, reservar una denominación, constituir una compañía y consultar los trámites iniciados.

3. Reserva de denominación.

Presione el botón RESERVA DE DENOMINACIÓN para registrar el nombre deseado de tu compañía

4. Datos adicionales.

Ingresa los datos de Socios/Accionistas, domicilio, actividades,

5. Integración de capital.

Ingresa los datos de la integración de capital en acciones o participaciones

6. Representante legal.

Ingresa los datos del representante legal

7. Documentos a adjuntar.

Existen ciertos documentos de cada accionista que deben ser ingresados

8. Servicios notariales.

Seleccione la notaría de su preferencia, de acuerdo a la provincia y el cantón del domicilio de la Compañía a constituir

9. Aceptación del trámite.

Lea las condiciones del proceso, seleccione el casillero ACEPTO y presione botón INICIAR TRAMITE.

Podemos observar que no solo procesos de compra-venta electrónica se están efectuando en la actualidad sino que también varias acciones están siendo inclinadas hacia lo virtual, por su fácil acceso, práctico manejo y ahorro de tiempo y recursos.

PYMES

Es conocido como PYMES a las pequeñas y medianas empresas de acuerdo a la cantidad de trabajadores, el capital social, su volumen de ventas y por lo general las pequeñas y medianas empresas de nuestro país se dedican a diversas actividades y entre las más destacadas están:

- ✚ Comercio.
- ✚ Agricultura, silvicultura y pesca.
- ✚ Construcción.
- ✚ Industrias manufactureras.
- ✚ Transporte y comunicaciones.
- ✚ Bienes inmuebles.
- ✚ Servicios prestados a empresas.
- ✚ Servicios comunales, sociales y personales.

“En Ecuador, el 70% de todas las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías son Pymes. Estas compañías aportan más del 25% del PIB no petrolero del país y su generación de mano de obra bordea el 70% de toda la PEA. Sus ingresos a 2011 fueron de USD 23 000 millones y su contribución al impuesto a la renta superó los USD 270 millones” (EKOS, 2012)

Estas cifras nos hablan de lo importante que son estas compañías en nuestro país no solo por el aporte del PIB no petrolero

sino también por la demanda de empleo que producen, lo que es un factor significativo en cada familia. Asimismo consideramos que nuestra empresa también aportará con el desarrollo del país económica y socialmente.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

La metodología es la ruta más apropiada para estudiar un problema de investigación a través de diferentes técnicas, las cuales nos permite realizar con más claridad un análisis y realizar las conclusiones y recomendaciones respectivas para dar solución al mismo.

Diseño de la investigación.

Para la presente investigación realizaremos un trabajo de campo, el cual permitirá que podamos obtener información no solo de las personas sino también del ambiente en donde ellos se desenvuelven. Esta consistirá en la recolección, registro y análisis de datos afines con el tema de investigación. El proyecto es factible, ya que mediante la investigación que se ha realizado se ha podido recabar información que así lo determina considerando la insatisfacción en el mercado que hemos podido encontrar.

El diseño de investigación que utilizaremos será no experimental para no afectar las variables, utilizando encuestas que serán realizadas a un grupo de personas que permitirá conocer sus necesidades insatisfechas sus exigencias y lo que requieren en cuanto al consumo de productos bajos en glucosa para personas con diabetes y quien cuida de su salud también.

Tipo de investigación.

El tipo de investigación utilizada es descriptiva ya que nos permite analizar un poco más de cerca, cada uno de los factores investigados y al mismo se caracteriza por ser exploratoria debido a que es una investigación de campo, la cual nos ayuda a realizar un análisis más cercano del mercado y asimismo nos permite diagnosticar el posible éxito del negocio.

Ilustración 7: Investigación tipo descriptiva



Fuente: https://www.google.com.ec/search?q=la+metodologia&biw=1280&bih=675&source=Inms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMly-CYofeZxwIVRZMeCh1YTgfK&dpr=1#imgsrc=ZjBvsAe0KNon7M%3a

Elaborado por: Las Autoras

Población y muestra

Características de la población.

La población tomada para esta investigación es la Población Económicamente activa de la ciudad de Guayaquil, si bien es cierto toda la ciudad tendrá acceso a nuestra página web pero el proyecto va dirigido a personas con diabetes o quienes deseen disfrutar algo delicioso y a su vez cuidar su salud.

Delimitar la población.

El grupo determinado corresponde a 1'080.000 personas registradas en INEC - Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU). Las encuestas serán realizadas en el sector de Urdesa Central donde se concentra gran parte de las personas consumidoras de este tipo de productos.

Tipo de muestra.

Se ha seleccionado la muestra no probabilística como muestra de conveniencia ya que se ha decidido escoger a los miembros de la población de los que será menos difícil recoger la información procurando que la muestra

sea lo más representativa que se pueda. Los muestreos no probabilísticos frecuentemente son más económicos y menos complicados.

Tamaño de la muestra.

Fórmula de tamaño de muestra es:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

Se trabajó con un nivel de confianza del 95% y un error máximo permitido del 5%, con lo cual se tendrían los siguientes valores para la fórmula:

- n = Tamaño de la muestra
- P = 0,9 Probabilidad de cumplimiento
- Q = 0,1 Probabilidad de que no ocurra el evento
- Z = 1,96 Nivel de confianza
- e = 0,05 Limite de error aceptable
- N (POBLACIÓN) = 1'080.000 de personas (PEA) que viven el Cantón Guayaquil de la provincia del Guayas

Finalmente, el cálculo de tamaño de muestra sería, como se muestra a continuación:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,9 \cdot 0,1) 1'080.000}{(0,05)^2 (1080.000-1) + (1,96)^2(0,9 \cdot 0,1)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(97200)}{(0,0025)(1079.999) + (3,8416)(0,09)}$$

$$n = \frac{373403,52}{2699,9975 + 0,345744}$$

$$n = \frac{373403,52}{2700,343244}$$

$$n = 138,28$$

MÉTODOS TEÓRICOS

Método científico.

El método científico se ha definido en algunas etapas que se deben dar para solucionar un problema. El tema de investigación establece el método que se va a utilizar.

Comenzamos con la observación y enunciación del problema, tomando en cuenta la hipótesis confirmando los datos que nos permita dar con los resultados efectivos y esperados

Método inductivo.

Este método va de lo particular a lo general y se lo aplicará para conocer las opiniones del grupo determinado, se empieza con datos específicos para después realizar análisis prudente

Ilustración 8 Método Inductivo



Fuente:http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1248/html/41_el_mtodo_inductivo_y_el_mtodo_deductivo.html

Elaborado por: Las Autoras

Método estadístico.

La estadística es un método que sirve como una guía para el desarrollo de recolección, análisis e interpretación de los datos obtenidos expresados a través de gráficos, tablas, números y todo cuanto sea de ayuda para un detalle correcto de la recolección de datos.

Nos permite un registro ordenado de los datos de las encuestas que hemos realizado.

Métodos o técnicas de investigación.

Encuesta: es una herramienta que consiste en realizar interrogantes a personas específicas previamente seleccionadas con el objetivo de adquirir algún tipo de información que sea necesaria en una investigación.

Utilizamos esta técnica para obtener datos de los Guayaquileños en cuanto a sus puntos de vista y consumo de cupcakes.

Entrevista: se trata de un espacio en el que una persona se somete a un grupo de preguntas realizadas por otra.

Hemos empleado esta técnica a un microempresario en el área de repostería y que a su vez es un profesional de las ciencias contables.

Análisis e interpretación de los datos

La presente investigación se ha enfocado en el mercado de producción y comercialización de cupcakes bajos en azúcar. Guayaquil es un sector muy comercial buscando satisfacer las diferentes necesidades que se presenten en el mercado con el fin de satisfacerlas y llenar sus expectativas, aun así este mercado no está totalmente satisfecho con alimentos de repostería saludables.

Se ha elaborado cuestionarios de preguntas para encuesta y entrevista con el fin de identificar los aspectos relevantes para la creación de una empresa que vende este tipo de productos alimenticios.

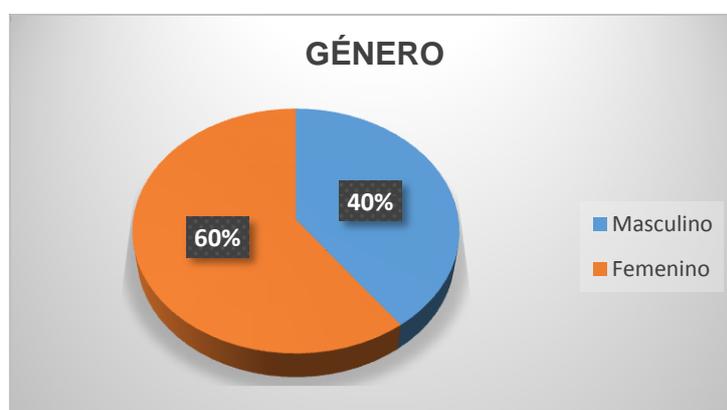
LAS ENCUESTAS

Tabla 2 Género

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	55	40
Femenino	83	60
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 1 Género



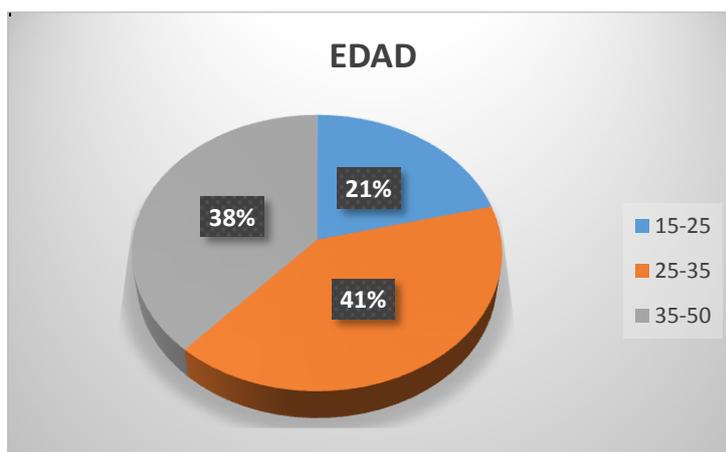
Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

La encuesta fue realizada a las personas de la ciudad de Guayaquil en género masculino y femenino. El género masculino encuestado fue del 40% de la muestra, mientras que el 60% restante corresponde al sexo femenino.

Tabla 3 Edad

Edad	Cantidad	Porcentaje
15-25	29	21
25-35	56	41
35-60	53	38
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 2 Edad

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Personas entre 15 y 25 años corresponden a un 21% del total de encuestados, del rango entre 25 – 35 años tenemos un 41% de encuestados y por último, encuestamos a un 38% de personas de las edades entre 35-60

1.- ¿Consume usted algún producto de repostería?

Tabla 4 Consumo de Repostería

Escala	Cantidad	Porcentaje
Si	115	83
No	23	17
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 3 Consumo de Repostería



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Del número de encuestados el 83% manifestó que si consume productos de repostería y el 17% restante no los consume.

Esto permite que podamos saber que las personas que consumen repostería son más que las que no lo hacen, es decir que este sector es apetecido por los consumidores.

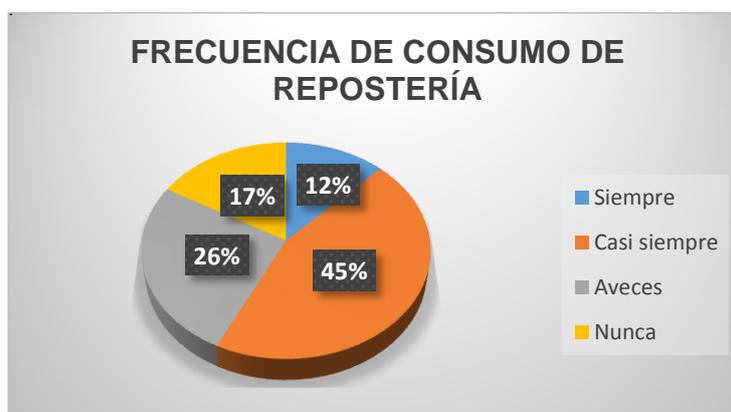
2.- ¿Con qué frecuencia consume productos de repostería?

Tabla 5 Frecuencia de Consumo de Repostería

Escala	Cantidad	Porcentaje
Siempre	17	12
Casi siempre	62	45
A veces	36	26
Nunca	23	17
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 4 Frecuencia de Consumo de Repostería



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

El más alto porcentaje está en la opción “casi siempre” con un 45% lo cual permite que sepamos que la frecuencia de consumo no es tan distanciada lo que nos indica que son productos de buena rotación en el mercado.

Podemos observar el grado de aceptación de este tipo de productos en el mercado, asimismo los encuestados respondieron consumir siempre un 12%, un 26% dijo consumirlo a veces y quienes nunca consumen productos de repostería un 17% que no consumen pero que podrían comprar para dar a otros.

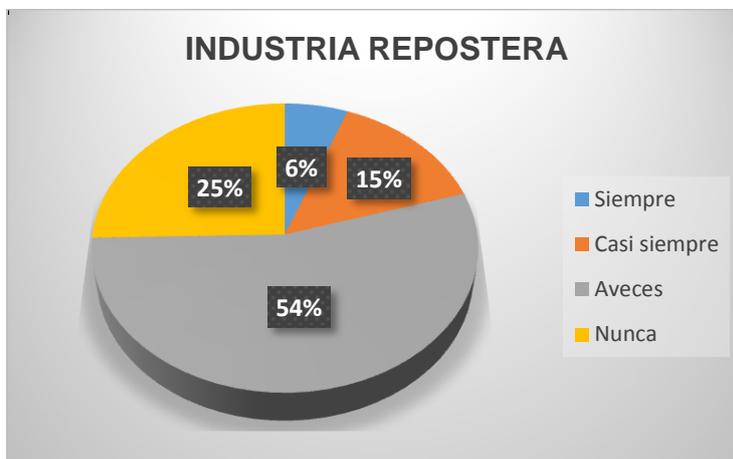
3.- ¿Con qué frecuencia considera usted que la industria repostera elabora productos bajos en glucosa (azúcares)?

Tabla 6 Industria Repostera

Escala	Cantidad	Porcentaje
Siempre	8	6
Casi siempre	20	15
A veces	75	54
Nunca	35	25
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 5 Industria Repostera



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

El mayor porcentaje de las personas dijeron que la industria repostera elabora productos bajos en glucosa “a veces” con un 54% seguido de quienes dicen que nunca lo hacen con un 25%, esto nos muestra la falta de producción repostera saludable, un 6% indica que siempre se elaboran estos productos pero es un pequeño porcentaje quienes lo afirman al igual que las opción casi siempre con un 14%.

4.- ¿Cree usted que debe ampliarse la producción de alimentos saludables en la ciudad de Guayaquil?

Tabla 7 Alimentos Saludables

Escala	Cantidad	Porcentaje
Si	120	87
No	18	13
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 6 Alimentos Saludables



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Podemos observar claramente que la población Guayaquileña con un 87% considera que debe acrecentar la producción de comestibles saludables lo cual nos permite recatar la necesidad del ser humano de alimentarse bien y saludablemente sin dejar de consentir su paladar, el 13% restante dijo que no.

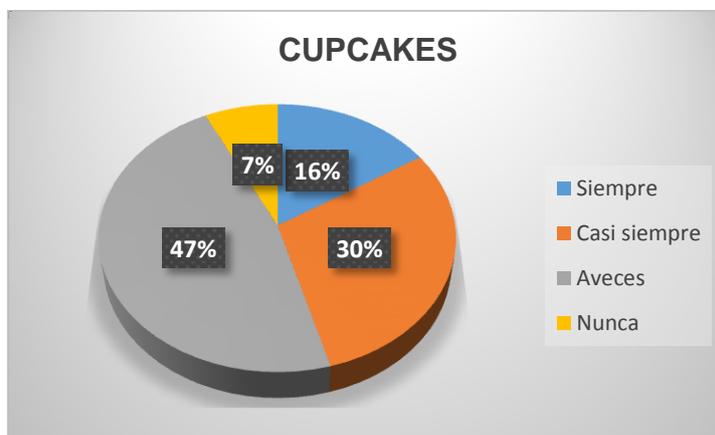
5.- ¿Con que continuidad ha escuchado hablar de lo que son cupcakes (pequeños cakes decorados) y los ha consumido?

Tabla 8 Cupcakes

Escala	Cantidad	Porcentaje
Siempre	22	16
Casi siempre	41	30
A veces	65	47
Nunca	10	7
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Grafico 7 Cupcakes



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Este producto está siendo conocido aun por las personas, la encuesta nos dice que el 47% dijo que ha escuchado hablar de un cupcake a veces, también el 30% dijo escucharlo casi siempre. Con estos datos podemos tomar en cuenta que necesitaremos utilizar los medios publicitarios como herramienta para educar al consumidor y dar a conocer el producto, ya que hay un pequeño porcentaje del 7% que dice nunca haber escuchado acerca de cupcakes ni los ha consumido.

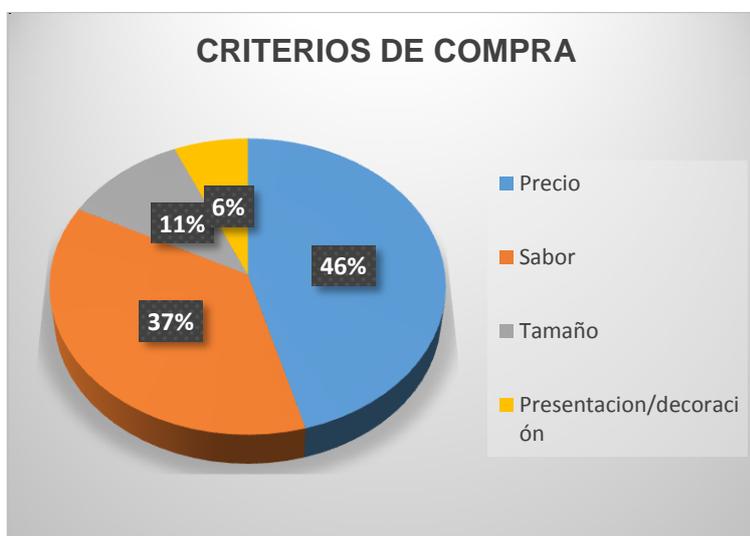
6.- ¿Qué criterios toma en cuenta al momento de comprar un cupcake?

Tabla 9 Criterios de Compra

Escala	Cantidad	Porcentaje
Precio	63	46
Sabor	51	37
Tamaño	15	11
Presentación/decoración	9	7
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 8 Criterios de Compra



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Como característica principal y con el más alto porcentaje que es el 46% está en precio, lo que nos indica que este es un factor importante para el cliente seguido está el sabor con 37%, tamaño con 11% y 7% de la muestra dijo que le parece muy importante la presentación del producto. Esto permite que sepamos qué criterios son tomados en cuenta por los clientes al comprar, con el fin de llenar las expectativas de los clientes.

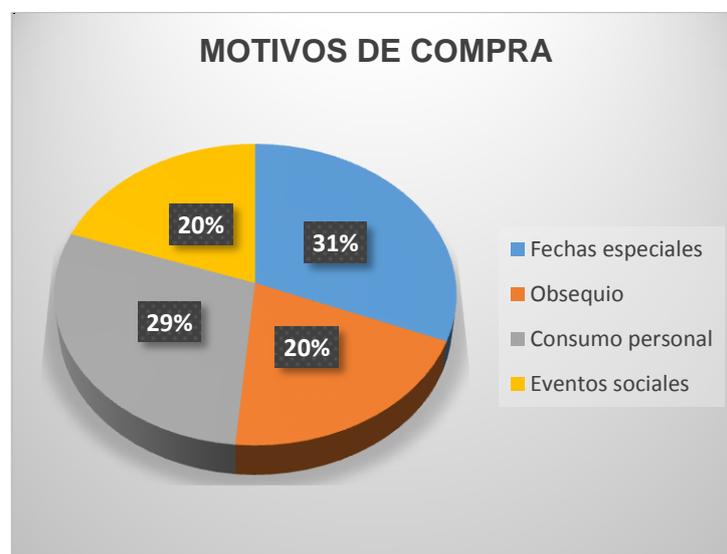
7.- ¿Cuáles son sus motivos para comprar un cupcake?

Tabla 10 Motivos de Compra

Escala	Cantidad	Porcentaje
Fechas especiales	43	31
Obsequio	28	20
Consumo personal	40	29
Eventos sociales	27	20
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Grafico 9 Motivos de Compra



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Según los datos recopilados de las encuestas el 31% de los consumidores manifestó que compran cupcakes en fechas u ocasiones especiales seguido del que compra por darse un gusto personal. Un 20% dijo que compraban cupcakes para dar a otros como un obsequio al igual que aquellos quienes compran por algún evento social. Gracias a estos resultados podemos saber dónde y de qué forma ofertar los productos de acuerdo al motivo de compra del cliente.

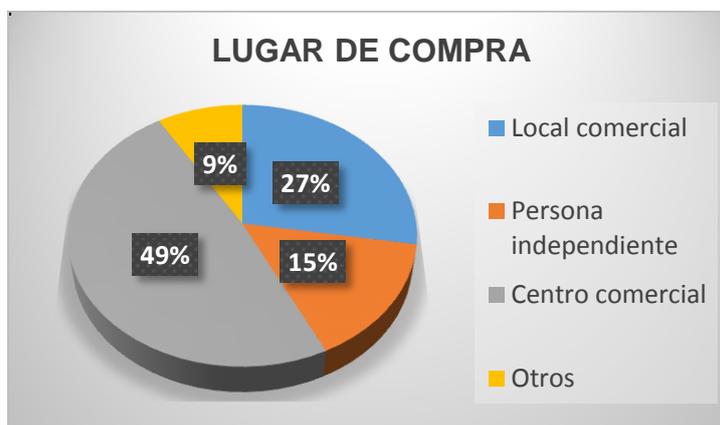
8.- Regularmente ¿Dónde compra este producto?

Tabla 11 Lugar de Compra

Escala	Cantidad	Porcentaje
Local comercial	38	28
Persona independiente	21	15
Centro comercial	67	49
Otros	12	9
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 10 Lugar de Compra



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

La mayor parte de los encuestados con un 49% compra en centros comerciales seguido de un local comercial y de personas que trabajan independientemente. También hay otros lugares donde dicen comprar con un porcentaje del 9%. Esto nos permite ver la importancia de posicionar la marca a través de diversas estrategias ya que es alto el porcentaje de personas que compra en un lugar físico como lo son los centros comerciales.

9.- ¿Cree usted que las pastelerías existentes satisfacen las necesidades de los clientes, con productos nutritivos y saludables?

Tabla 12 Satisfacción del Cliente

Escala	Cantidad	Porcentaje
Si	30	22
No	108	78
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 11 Satisfacción del Cliente-Pastelerías Existentes



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Nos encontramos con un alto porcentaje de insatisfacción ya que según la información recopilada el 78% de encuestados manifestaron que las pastelerías existentes no satisfacen con productos saludables y nutritivos y por el contrario un 22% dice que si están satisfaciendo sus necesidades, lo cual abre más la expectativa de crear una empresa que busca satisfacer a los clientes de una manera adecuada.

10.- ¿Estaría dispuesto a comprar cupcakes por internet?

Tabla 13 Compras por Internet

Escala	Cantidad	Porcentaje
Si	115	83
No	23	17
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 12 Compras por Internet



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Estos resultados son muy favorables puesto que la cantidad de personas dispuestas a comprar cupcakes por internet supera mucho a los q no están dispuestos a hacerlo, quienes dicen que si es un 83% mientras quienes no se atreven son un 17%, lo cual nos ayuda mucho en que se pueda ejecutar este proyecto.

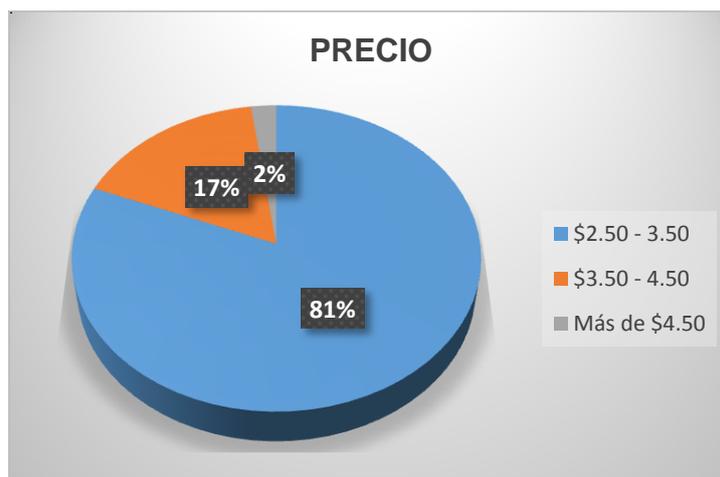
11.- ¿Qué precio normalmente paga por un cupcake?

Tabla 14 Precio

Escala	Cantidad	Porcentaje
\$2.50 - 3.50	112	81
\$3.50 - 4.50	23	17
Más de \$4.50	3	2
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 13 Precio



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

La mayor parte de los encuestados paga normalmente entre \$2.50 - \$3.50 por un cupcake, el 17% de estos pagan entre \$3.50 - \$4.50 y solo un 2% paga más de \$4,50. La información aquí revelada hace que podamos fijar un precio en base a las expectativas y posibilidades de los consumidores ya que este es una de las principales características por la que según esta encuesta, ellos deciden comprar.

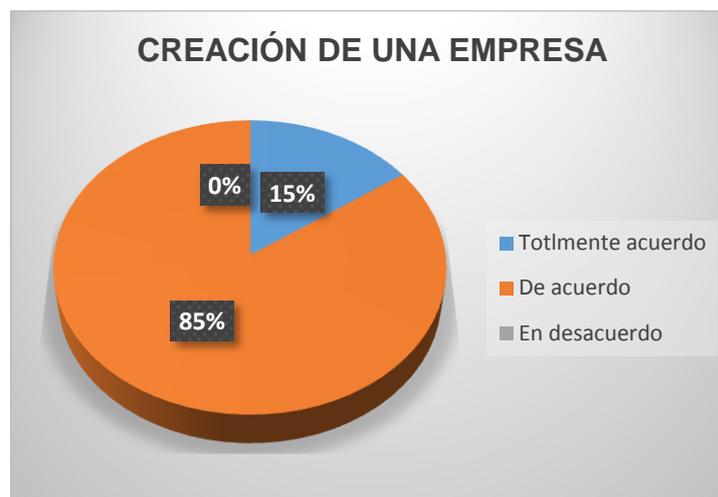
12.- Según su opinión ¿Considera relevante la creación de una empresa comercializadora de cupcakes bajos en glucosa?

Tabla 15 Creación de una Empresa

Escala	Cantidad	Porcentaje
Totalmente acuerdo	21	15
De acuerdo	117	85
En desacuerdo	0	0
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Grafico 14 Creación de una Empresa



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Entre el 15% y 85% los encuestados mostraron estar de acuerdo con la creación de una empresa que cuida sus vidas con cupcakes bajos en glucosa, lo cual es muy alentador porque los consumidores están aprobando la creación de esta nueva empresa, además sabemos que tendremos lo mejor para ellos.

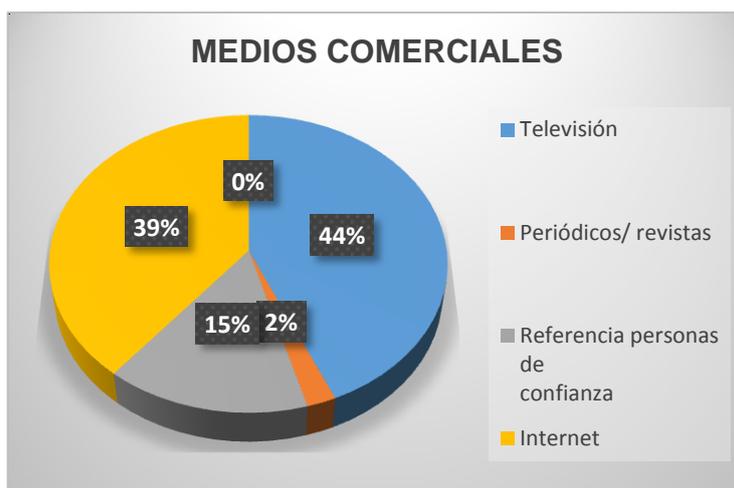
13.- ¿A través de qué medios usted adquiere información para decidir comprar un cupcake?

Tabla 16 Medios Comerciales

Escala	Cantidad	Porcentaje
Televisión	60	44
Periódicos/ revistas	3	2
Referencia personas de confianza	21	15
Internet	54	39
Radio	0	0
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Gráfico 15 Medios Comerciales



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Es muy importante saber a través de qué medios se informan los consumidores para poder elaborar una estrategia publicitaria, promocional para dar a conocer nuestros productos y según la encuesta el mayor porcentaje se concentró en la televisión seguido de internet y de personas de confianza, dejando en últimos lugares a periódicos y la radio.

14- ¿Le agradaría la idea de recibir su pedido de cupcakes a domicilio?

Tabla 17 Entrega a Domicilio

Escala	Cantidad	Porcentaje
Si	115	83
No	23	17
TOTAL	138	100

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Grafico 16 Entrega a Domicilio



Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta
Elaborado por: Las Autoras

Se puede identificar a un 83% de encuestados a quienes si les agrada recibir su pedido de cupcakes online así como también tenemos un 17% a quienes no les agrada la idea, esto nos permite conocer las preferencias de los consumidores y trabajar en la forma de entrega más conveniente tanto para el consumidor como para la empresa.

Análisis de datos de las entrevistas realizadas.

- 1) **¿Considera usted que los productos alimenticios vendidos en la actualidad son saludables? ¿Por qué?**

De acuerdo a las entrevistas realizadas podemos resumir que actualmente hay muchas empresas que ofrecen productos que son muy beneficiosos para la salud pero consideramos que asimismo existen productos que son todo lo contrario y se está tratando de educar al consumidor para que tenga un equilibrio en el consumo de alimentos.

- 2) **En cuanto a postres y demás dulces. ¿Considera que el consumo de estos es perjudicial?**

Las personas entrevistadas concordaron en que el consumo de dulces y postres no es perjudicial para la salud, dependiendo de la cantidad que se consume y que los mismos sean preparados con los ingredientes y estándares de calidad e higiene adecuados. Además depende mucho del ritmo de alimentación de cada persona.

- 3) **Permítame escuchar su criterio en base a la siguiente frase: Los cupcakes que se venden en nuestra localidad son nutritivos y saludables.**

Los criterios coincidieron en que existen lugares donde ciertamente los cupcakes son nutritivos pero no todos aportan con algún beneficio a la salud como el nivel de azúcares y grasas utilizadas para su elaboración.

- 4) **Diferentes tipos de cupcakes son preparados actualmente, pero ¿Que se viene a su mente al escuchar “cupcakes bajos en glucosa”? ¿Qué piensa usted acerca de la comercialización de estos?**

Los entrevistaron indicaron que los cupcakes bajos en glucosa son cakes con un nivel de azúcar bajo, y consideran que la comercialización de estos sería muy beneficiosa para que las personas diabéticas que por lo general se restringen el consumo de productos como estos, así como

también quienes cuidan de su cuerpo físico, puedan consumirlos y no se pierdan la oportunidad de deleitar su paladar.

5) La repostería en sí, es un arte pero ¿Considera usted que es rentable este sector?

De acuerdo al criterio de los entrevistados podemos definir que la rentabilidad económica en el sector repostero es certero ya que la demanda de personas de este sector es alta, además influye mucho la calidad de preparación de los mismos y el servicio brindado al cliente.

En base a su experiencia como empresario(a):

1) ¿Qué factores considera importantes al iniciar un negocio? ¿Qué factores considera como principales para la puesta en marcha de una empresa?

Los criterios son comunes e indican que primeramente se debe considerar si la inversión que se va a realizar va a dar beneficios económicos a futuro, así mismo se debe determinar claramente el público objetivo de nuestro producto o empresa así como la ubicación del mismo. Ya hemos realizado el análisis financiero e indica que si tendremos beneficios económicos.

2) ¿Qué aspectos considera relevantes para la satisfacción de un cliente?

El factor principal expuesto por los entrevistados es ofrecer productos de calidad y luego considerar un buen mejor precio tomando en cuenta el factor costo-beneficio, brindando un buen servicio con efectividad y eficiencia.

3) ¿Cómo usted lidiaría con la competencia sin que esta tenga ventaja sobre su empresa?

Señalamos que es necesario conocer los movimientos de la competencia y los resultados expuestos coinciden con el nuestro aun en que se puede llegar a establecer acuerdos de precios acorde al mercado con ellos y no permitiendo que nuestros productos se igualen a los de

ellos sino que sean de calidad superior, esto es una ventaja competitiva para nuestra empresa.

4) ¿Cómo ha logrado el posicionamiento de su empresa en el mercado?

De acuerdo a las entrevistas realizadas hay muchas formas de posicionarse, pero consideramos que ofreciendo productos de calidad, a un precio accesible a los clientes obtenemos una ventaja competitiva que nos puede llevar a un posicionamiento en la mente del consumidor.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.

- La frecuencia de consumo en el sector de repostería es de buena rotación en el mercado, es decir que son consumidos continuamente en la ciudad de Guayaquil.
- La selección de personal es un aspecto relevante y este debe estar altamente capacitado para la elaboración de este tipo de productos, ellos deben tener conocimiento en el manejo de alimentos para poder brindar productos de calidad a los clientes.
- Las nuevas tecnologías atraen mucho al público de todas las edades, tanto así que sienten la confianza a realizar muchas actividades por internet incluso transferencias bancarias.
- El precio es un criterio tomado muy en cuenta por los clientes en el momento de una compra.

Recomendaciones.

- Se recomienda realizar un estudio acerca de las necesidades, gustos y preferencias de los clientes con la finalidad de satisfacer las exigencias del consumidor y crear relaciones redituables con ellos.
- Realizar una selección adecuada del personal, buscando siempre a los mejores, que sean capaces, responsables y entreguen su 100% en todas las tareas que les sea asignada.
- Aprovechar la aceptación de los medios tecnológicos en el área comercial, desarrollando estrategias de marketing convenientes.
- Es recomendable ofrecer siempre productos de calidad, y establecer precios justos acorde al mercado y desde la perspectiva del cliente, es decir que este sea totalmente convencido de que lo que paga es lo que debe pagar.

CAPITULO III

PROPUESTA

Tema

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UN PROYECTO DESTINADO A LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE CUPCAKES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2015”

En el mercado de estos pastelillos, la innovación, la creatividad y calidad es lo primordial para el crecimiento de nuestra empresa. Por lo que los clientes siempre esperan ver una variedad de productos que cautiven sus paladares y deseos, a la vez brindando esas novedades que tanto les gusta como son las promociones, considerando también que este mercado está en crecimiento y hay que especializarse en esta rama para estar en boga con las nuevas tendencias.

Creación de una empresa dedicada a la venta online de cupcakes en la ciudad de Guayaquil

Justificación

Hoy en día según El Gobierno Nacional de Ecuador impulsa mucho lo que son emprendimientos de negocios tomando en cuenta a los jóvenes del país dándoles la oportunidad para emprender negocios de aporte económico, social y cultural para su país, lo cual ha sido una de las razones que nos ha impulsado a desarrollar esta investigación. El Ministerio Coordinador de la Producción Empleo y Competitividad (MCPEC) impulsa desde 2010 el programa Emprende Ecuador. Este proyecto también promueve la creación de nuevos negocios. En la primera fase se otorga asesoría profesional para la

creación de un plan de negocios e investigación de mercado. Una vez aprobada esta fase, Empeñe Ecuador da hasta USD 60 mil para la ejecución del proyecto.

Este proyecto es muy bueno porque impulsa el desarrollo de nuevos negocios para beneficio del país y sus ciudadanos. Se ha notado una gran parte de personas que se encuentran insatisfechas según las encuestas realizadas por no obtener un producto delicioso pero saludable a la vez, personalizado, ya que hay pocos productores en este sector comercial que se dedican a esto.

Existe la oportunidad de posicionar a la empresa, ya que no encontramos ninguna que brinde al mercado cupcakes bajos en glucosa vía online en Guayaquil. Podemos observar que si existen empresas que brinden este tipo de pastelillos personalizados, tipo tradicional, bajo el mismo formato de personalización y bajo el mismo esquema vía online, pero con la misma cantidad de azúcares.

El cupcake es uno de los productos que son parte de la repostería Guayaquileña distinguido por ser un cake de diversos sabores y diseños donde se emplea mucha creatividad y destreza, es por eso que anhelamos satisfacer a los consumidores dándoles a conocer una amplia variedad de estos no solo deliciosos sino también nutritivos ya que son bajos en glucosa con servicios personalizados de calidad por medio de la venta online. Es decir que no solo ofreceremos un postre delicioso y con las características que desea el cliente sino también ofreciendo salud.

Podemos observar que en los últimos años, este concepto de negocio se ha incrementado, ya que a que se han formado grupos de emprendedores que empíricamente han podido desarrollar este concepto de negocios y siempre están en expectativa en las nuevas tendencias y necesidades de los clientes.

Fundamentación

En el mercado de estos pastelillos, la innovación, la creatividad y calidad es lo primordial para el crecimiento de nuestra empresa. Por lo que los clientes siempre esperan ver una variedad de productos que cautiven sus paladares y deseos, a la vez brindando esas novedades que tanto les gusta como son las promociones, considerando también que este mercado está en crecimiento y hay que especializarse en esta rama para estar en boga con las nuevas tendencias. Brindando la personalización y atención para cada cliente, para poder cumplir con todas sus necesidades y perspectivas, con el fin de fidelizar la lealtad de nuestros clientes.

Vemos cómo empresas ecuatorianas triunfan mundialmente con sus emprendimientos como lo es la empresa ecuatoriana **Pacari Chocolate** la cual obtuvo 14 reconocimientos en el certamen **International Chocolate Awards**, más conocido como el Mundial del Chocolate. Es la marca con el mayor número de galardones mundiales. Santiago Peralta y Carla Barbotó, esposos y fundadores de Pacari, ratifican la capacidad innovadora que existe en el Ecuador para generar productos de calidad internacional.

Podemos observar que en los últimos años, este concepto de negocio se ha incrementado, debido a que se ha formado grupos de emprendedores que empíricamente han podido desarrollar este concepto de negocios y siempre están en expectativa en las nuevas tendencias y necesidades de los clientes.

OBJETIVOS

Objetivo general.

Realizar un análisis económico y financiero para la creación de una empresa dedicada a la venta online de cupcakes en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos.

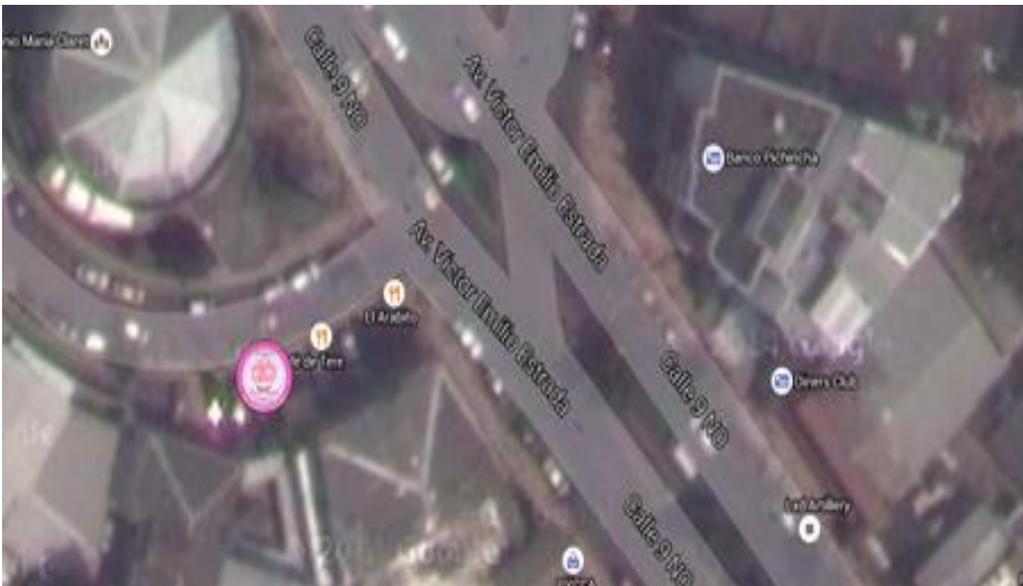
- Aplicar de una manera adecuada los bloques genéricos para la creación de la ventaja competitiva.

- Elaborar estrategias de promoción para la venta de nuestros productos.
- Realizar un análisis FODA mediante la cual determinaremos los elementos internos y externos.
- Determinar el marketing mix, empleando las herramientas adecuadas de publicidad, para poder llegar a posicionarnos en el mercado, a la vez de lograr la fidelidad de los clientes.
- Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestra clientela en el consumo de cupcakes brindándoles beneficios y así mismo generando ingresos a través de la venta online.

Ubicación

Diet Cupcake Company estará ubicada en Guayaquil, en el sector de Urdesa Central en la calle Víctor Emilio Estrada alado de café de Tere.

Ilustración 9: Ubicación



Elaborado por: Las Autoras

VALORES

Calidad.

Siempre dar a nuestros clientes productos de excelente calidad, enfocándonos en los estándares de calidad, cuidando hasta el último detalle para la entrega final, produciéndolos con insumos fresco.

Puntualidad.

Respetar la forma de entrega de nuestros productos, para que lleguen a tiempo con el cliente sin ocasionar ningún tipo de retraso.

Honestidad.

Mostrando siempre transparencia tanto a nuestros clientes como a nuestros proveedores, brindar ese compromiso único para que se creen lasos de confianza.

Filosofía de la empresa

Misión

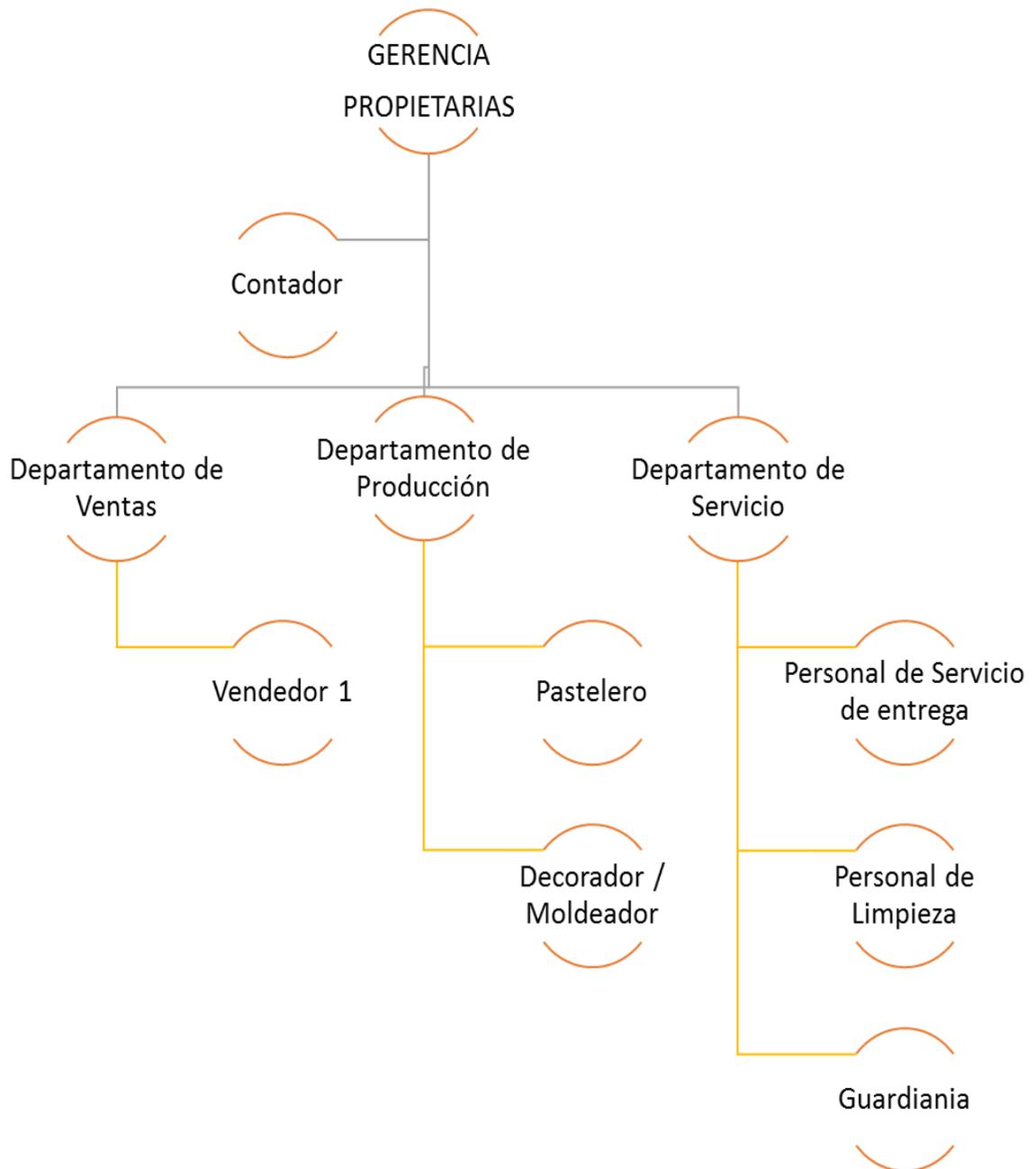
Somos una empresa que se dedica a la producción y comercialización de cupcakes bajo en glucosa, destinado a personas diabéticas, intolerantes a la glucosa o simplemente para quienes deseen cuidar su figura, rigiéndonos siempre bajo los estándares de calidad, empleando a un personal capacitado y a la vez aportando al crecimiento nutricional de nuestros clientes. Empleando a un personal capacitado

Visión

Convertirnos en una empresa líder en la producción y comercialización de cupcakes bajo en glucosa, innovando y personalizando cada uno de nuestros productos, además brindando un servicio óptimo empleando técnicas de comunicación actualizadas, con una administración eficiente de los recursos.

Organigrama de la empresa

Ilustración 10 Organigrama



Elaborado por: Las Autoras

Tabla 18 Perfiles de Gerentes

PERFIL DE GERENTES
<p>Funciones</p> <p>Ellos serán responsables que ser las personas encargadas de coordinar las actividades a realizarse en la empresa, siempre pensando en el crecimiento de la misma, empleando buenas técnicas en el manejo de las diferentes áreas con el fin de lograr los objetivos establecidos.</p>
<p>Funciones Especificas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Direcciona el manejo del personal. • Establece políticas de ventas. • Analiza la rentabilidad del negocio. • Expone nuevas ideas en mejora para la empresa. • Realiza acuerdos comerciales. • Encargado de recibir a los clientes especiales. • Establece el esquema de las promociones y campañas publicitarias. • Supervisa el cumplimiento del código de ética y de los estándares de calidad.
<p>Conocimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de Recursos Humanos. • Administración de Empresas. • Sistema de Manipulación de Alimentos. • Servicio al Cliente. • Gestión Tributaria.
<p>Capacitación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Word. • Excel. • Power point. • Project. • Ingles avanzado. • Internet.

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 19 Perfil Contador

Perfil contador
<p>Funciones</p> <p>Llevar a cabo el control diario de los ingresos y egresos, realizar asientos contables, mantener a la empresa al día en cuanto se refiere a los estados financieros.</p>
<p>Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisa el saldo de cada cuenta. • Estar al día en los informes y en los pagos que se deber realizar a la Superintendencia de Compañías. • Realizar puntualmente las declaraciones de los impuestos. • Nos da el índice de las ventas mensuales.
<p>Conocimiento y habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de Programas Contables. • Excel Avanzado. • Trabajo Bajo Presión. • Rapidez Mental. • Actualizada en Leyes Tributarias.

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 20 Perfil Vendedor

Perfil Vendedor
<p>Funciones</p> <p>Es el encargado de la revisión de todas redes sociales y estar atento a las llamadas telefónicas, para receptar todos los pedidos. Tiene que realizar los cobros de dichos pedido. Indicando como se ha va realizar dicho cobro al cliente.</p>
<p>Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llena la bitácora de pedidos. • Ingresa las facturas o notas de ventas del producto a entregar. • Se comunica antes y después con el cliente para confirmar la dirección de entrega.
<p>Perfil</p> <p>Edad: entre 23 a 28 anos</p> <p>Estado civil: Indistinto</p> <p>Género: Indistinto</p>
<p>Conocimiento y habilidades</p> <p>Manejo de Excel básico y avanzado.</p> <p>Manejo de Word.</p> <p>Técnicas de comunicación.</p> <p>Servicio al cliente.</p> <p>Extrovertido.</p> <p>Poseer .capacidad para trabajar bajo presión.</p> <p>Poseer capacidad para trabajar en equipo.</p> <p>Ser proactivo.</p>
<p>Capacidad técnica</p> <p>Estudiante de marketing cursando el 3 año.</p> <p>Experiencia en ventas de 1 a 3 años, en el cargo.</p>

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 21 Perfil operarios

Perfil operarios
<p>Funciones</p> <p>Encargado de recibir las indicaciones del vendedor acerca de los pedidos, para así comenzar con el desarrollo y producción de los productos, detallando las especificaciones del cliente.</p>
<p>Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar el inventario de la cantidad de insumos que se almacena. • Revisar la calidad de los productos, de las frutas y la fecha de caducidad de algunos insumos. • Aplicar normas de higiene utilizando elementos adecuados para la producción. • El responsable de la manipulación de todos los equipos de producción. • Encargado de guardar los productos en sus respectivos envases para la entrega del cliente. • Responsable de revisar el producto final que se dará al cliente.
<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad: de 26 años en adelante. • Estado civil: Indistinto. • Género: Indistinto.
<p>Conocimiento y habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control de inventario. • Técnicas de higiene y manipulación de alimentos. • Técnicas de comunicación. • Servicio al cliente. • Extrovertido • Poseer capacidad para trabajar bajo presión. • Poseer capacidad para trabajar en equipo. • Ser proactivo, ágil. • Para combinar alimentos quedando tanto en apariencia como en sabor esquisito. • En capacidad del rendimiento de cada receta, saber manejar los recursos de peso y cantidad a utilizarse.
<p>Capacidad técnica</p> <p>Estudiante de gastronomía mención en repostería, egresado. Experiencia en el área de 3 años en adelante.</p>

Cursos

- Decoración de pasteles.
- Texturas de masas.
- Manejo de fondant.
- Elaboración de figuras en fondant.

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 22 Perfil de asistente de limpieza

Perfil de asistente de limpieza
Funciones Encargado de mantener cada área del establecimiento limpio, incluido el área de afuera. Manteniendo el lugar limpio, utilizando productos adecuados y no tóxicos.
Funciones específicas <ul style="list-style-type: none"> • Hacer una bitácora de los productos que se le entrega mensualmente para la limpieza. • Saber distribuir dichos productos de una manera adecuada. • Realizar la limpieza del establecimiento. • Tener buena presencia, en cuanto a su presencia.
Perfil <ul style="list-style-type: none"> • Edad: de 18 años en adelante. • Estado civil: Indistinto. • Género: Indistinto.

Elaborado por: Las Autoras

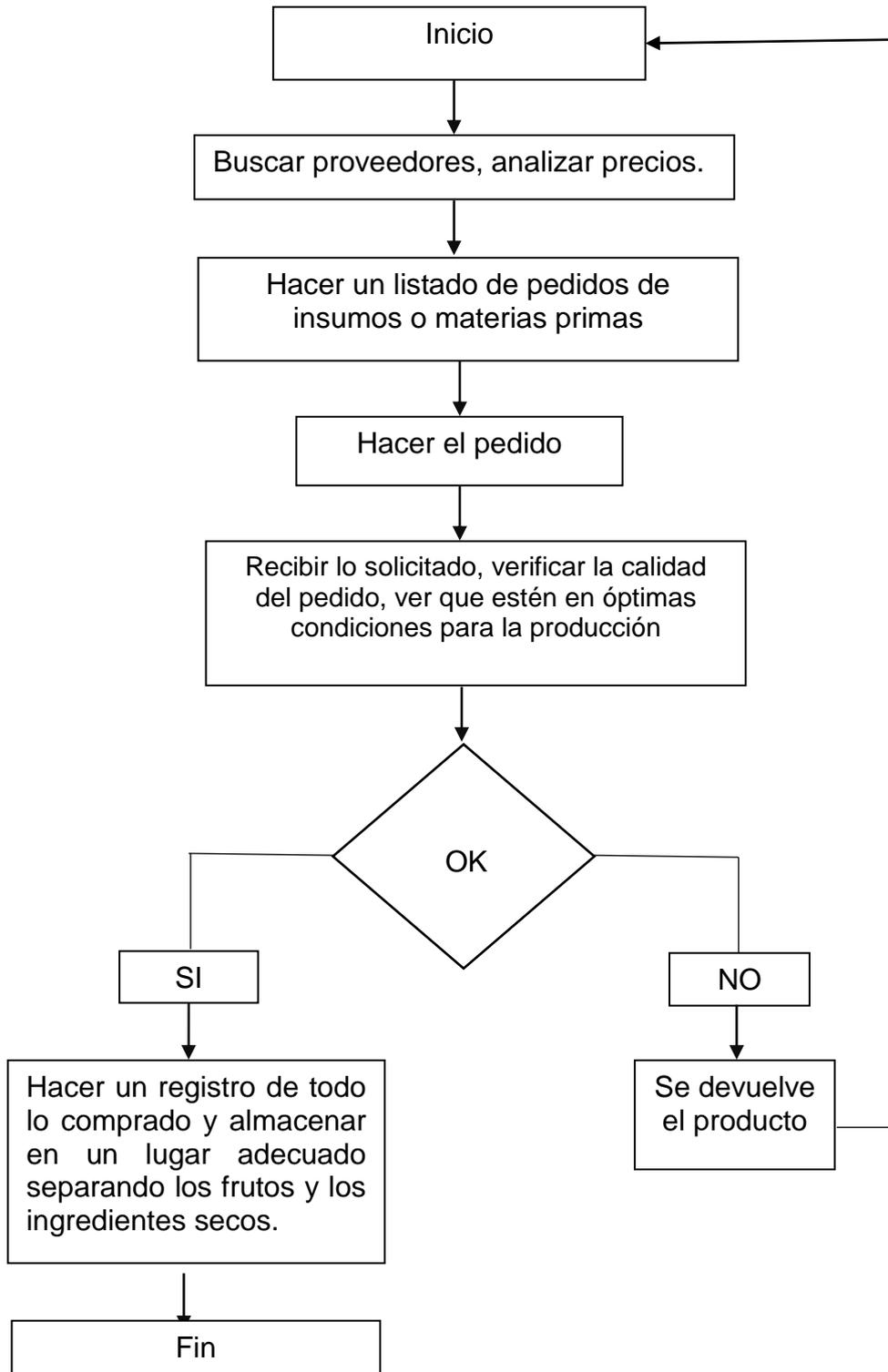
Tabla 23 Perfil de Guardia

Perfil del Guardia
<p>Funciones</p> <p>Encargado de mantener la integridad de todo el personal y del establecimiento.</p> <p>El responsable del registro de entrada y salida del personal.</p>
<p>Funciones específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar vigilancia en la parte de interna y externa del establecimiento, procurando ver que no surja ninguna anomalía. • Mantener y saber guiar al personal en caso de alguna emergencia.
<p>Perfil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad: de 23 años en adelante. • Estado civil: Indistinto. • Género: Masculino.
<p>Conocimiento y habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primeros auxilios. • Defensa personal.

Elaborado por: Las Autoras

Flujograma de Proceso de compra y recepción de insumos y materias primas para la elaboración

Ilustración 11 Proceso de Compra



Análisis FODA

Fortalezas

- Usar maquinaria moderna que nos permitan agilizar el trabajo de producción.
- Calidad del producto.
- Servicio a domicilio.
- Tener personal capacitado en cada área de la empresa.
- Tener un producto novedoso, saludable y que brinda apoyo nutricional por sus componentes.
- Precio accesible.

Oportunidades

- Contar con un mercado insatisfecho.
- Ofrecer nuestro producto a salones que eventos en el paquete de buffet.
- Contar con redes sociales y nuestra página para promover nuestra empresa.
- Aprovechar la oferta de ciertas entidades bancarias para solicitar crédito para iniciar el proyecto.

Debilidades

- Por ser una empresa nueva no tiene participación en el mercado.
- No contar con el capital para iniciar el proyecto.
- Falta de experiencia en el mercado.

Amenazas

- Competencia.
- Incremento en los insumos por variaciones de impuestos en el país.
- Incremento en los insumos por los niveles de inflación.
- Creación de nuevas empresas que se dedican a la misma actividad que nosotros.

Tabla 24 FODA

MATRIZ FODA	Fortalezas	Debilidades
<p>Oportunidades</p> <p>Libre acceso a redes sociales y la página Web de la empresa</p> <p>Ofrecer nuestro producto a salones que eventos en el paquete de buffet.</p> <p>Contar con un mercado insatisfecho.</p> <p>Crédito de entidades.</p>	<p>FO</p> <p>Envío de correos masivos a los potenciales consumidores.</p> <p>Realizar una campaña publicitaria dando a conocer la existencia del producto.</p> <p>Educar a los consumidores.</p>	<p>DO</p> <p>Implementar minibanners en otras páginas web.</p> <p>Realizar campañas de publicidad en buscadores.</p> <p>Mantener los precios accesibles al consumidor para así ganar un espacio en el mercado comercial.</p> <p>Realizar alianzas estratégicas.</p>
<p>Amenazas</p> <p>Incremento en los insumos por variaciones de impuestos en el país.</p> <p>Incremento en los insumos por los niveles de inflación.</p> <p>Incremento en la competencia.</p>	<p>FA</p> <p>Mantener el alto estándar la calidad del producto.</p> <p>Almacenar insumos no perecibles.</p> <p>Actualización constante acerca de innovaciones tecnológicas.</p>	<p>DA</p> <p>Realizar acuerdos de pagos con los proveedores.</p> <p>Buscar posicionamiento por ventaja competitiva.</p> <p>Realizar una campaña BTL dando a conocer la existencia del producto.</p>

Marketing Mix

Producto.

Nuestra empresa llevara el nombre de Diet Cupcakes Company, el cual ofrecerá al público un producto de calidad, pensando en sus necesidades, brindando así un producto delicioso, saludable en donde podrás comer sin pensar que estas consumiendo muchos endulzantes, ya que su elaboración se basa con productos saludables, sin glucosa. Implementamos el uso de stevia que como sabemos este es un sustituto del azúcar, por lo que su consumo es para el público en general, que quiera cuidar su figura, y salud para quienes padecen de azúcar o son intolerantes a la glucosa.

Por medio de nuestra marca y logotipo buscaremos captar la atención de los consumidores dando así en nuestro eslogan una parte fundamental que menciona “Deliciosamente saludable”

Ilustración 12: Logotipo



Elaborado por: Las Autoras

En nuestro logotipo lo hemos realizado con el color rosado y plateado ya que este color representa la frescura, simpatía y calidez que le damos a nuestros deliciosos Cupcakes, creando una personalidad propia. La imagen es un cupcake que representa el producto principal de comercialización.

Características del producto.

Nuestro producto es elaborado con ingredientes frescos, con frutas exóticas extraídas de nuestro lindo Ecuador en el cual aportaran sabor y frescura para cada uno de nuestros cupcakes, por lo que son nutritivos ya que son elaborados con Stevia, pensando siempre en el bienestar y las necesidades de nuestros consumidores, ya que este producto va dirigido al público en general, pero también pensando en un sector desatendido como es para aquellas personas que quieren cuidar su figura, que sufren de diabetes o no toleran la glucosa, que puedan disfrutar sin ningún tipo de restricciones un delicioso y nutritivo cupcake.

Las recetas básicas para elaborar nuestros productos en Diet Cupcake Company son los siguientes:

Masa básica Cupcakes de vainilla sin azúcar.

Ilustración 13 Masa Básica



Elaborado por: Las Autoras

- 100ml de aceite suave de oliva
- 3 huevos
- 220g de harina
- 2 cucharaditas de levadura química
- 100ml de leche

- 1 cucharadita de zumo de limón
- 2 cucharaditas de extracto de vainilla
- 65g de edulcorante stevia

Echamos el zumo de limón en la leche y dejamos reposar 5-10 minutos.

Precalentamos el horno a 180°.

Batimos el aceite con el edulcorante y los huevos. Incorporamos la harina, tamizada con la levadura, y a continuación la leche previamente mezclada con el limón y el extracto de vainilla.

Rellenamos las cápsulas hasta los 2/3.

Horneamos 18 minutos o hasta que un palillo salga limpio.

Frosting buttercream

Ilustración 14 Frosting Buttercream



Elaborado por: Las Autoras

Receta

250 g. de mantequilla sin sal a temperatura ambiente

- 250 g. de almíbar (1 parte agua 2 partes azúcar glass)
- 1 cucharadita de extracto de vainilla
- Optativo: colorante comestible líquido

Preparación:

- Hervir 1 taza de agua con 2 tazas de azúcar glass, removiendo hasta que quede todo el azúcar glass incorporado y el líquido incoloro.

- Añadir el extracto de vainilla (u otro tipo de extracto o licor), Añadir gotas de colorante comestible y remover bien. Dejar enfriar.
- Batir la mantequilla hasta que quede cremosa y poco a poco ir añadiendo el almíbar hasta que lo absorba todo.
- Una vez bien batido colocar en una manga pastelera para decorar. Refrigerar el restante.

Para usar como mantequilla dulce o como decoración después de refrigerar, llevar a temperatura ambiente.

Fuente: <http://www.encasacontigo.com/>

Fondant "sin glucosa"

Ingredientes

30 ml. de agua

2 1/2 hojas/láminas de gelatina sin sabor/neutra

50 g. de miel

450 g. de stevia

Preparación

Hidratar la gelatina con el agua y llevar a fuego bajo, agregar la miel, sin dejar que hierva mezclando continuamente hasta que quede líquida. Colocar la stevia en un bol y agregar el líquido de gelatina agua y miel, mezclar con una espátula hasta integrar y cuando ya no podamos trabajarla con la espátula, engrasarnos las manos con manteca vegetal o mantequilla hasta que se convierte en una masa lisa y elástica.

Se puede guardar en papel film recubriendo la masa con una capa fina de manteca vegetal o mantequilla y de ser posible lo guardamos en una bolsa o recipiente hermético, de esta manera esta pasta se conserva bien en el refrigerador.

Al momento de utilizar, si esta dura, se calienta 2 segundos en el microondas al mínimo, pero hay que tener cuidado de que no se cocine, lo que se puede hacer también es dejarla un rato a temperatura ambiente en algún lugar cálido de la casa.

Ilustración 15 Fondant



Fuente: <http://cosasricasdegaby.blogspot.com/2012/11/receta-fondant-extendido.html>

Elaborado por: Las Autoras

Esto es para indicar como se hace la masa de fondant ya que esta preparación no varía, lo que diferencia de cada preparación son sus diferentes presentaciones que vamos a detallar algunos modelos a continuación:

Para bodas

Ilustración 16 Diseño de Bodas



Elaborado por: Las Autoras

Para navidad

Ilustración 17 Diseño Navideño



Elaborado por: Las Autoras

Para bautizos

Ilustración 18 Diseño para Bautizos



Elaborado por: Las Autoras

Para baby shower

Ilustración 19 Diseño Baby Shower



Elaborado por: Las Autoras

Para San Valentín

Ilustración 20 Diseño para San Valentín



Elaborado por: Las Autoras

Para niños

Ilustración 21 Diseño para Niños



Fuente: <http://www.artorta.cl/cupcakes%20otros%20disenos.htm>

Elaborado por: Las Autoras

Empaque

El empaque que usaremos para la transportación de nuestros deliciosos cupcakes van hacer transparentes, básicamente este modelo de empaque es si lo usaran para decorar una mesa decorativa para algún tipo de evento, esencialmente con el empaque cuidara que nuestro producto no se contamine.

Ilustración 22 Empaque



Elaborado por: Las Autoras

En el caso que nuestro producto vaya destinado a regalar un detalle alguna persona en especial contamos con unas cajitas muy bonitas que llenaran sus expectativas y hará que ese obsequio resalte mucho más.

Ilustración 23: Empaque con Diseños



Elaborado por: Las Autoras

Precio

El precio establecido va acorde al valor nutricional que contiene nuestro producto, ya que cumple con las expectativas y las necesidades de nuestros clientes, tomado en cuenta que nuestro producto tiene un alto índice de aceptación por parte de los consumidores.

Tabla 25 Precio

INGRESOS	VALOR	CANTIDAD
Cupcake de vainilla personalizado	1.80	1560
Cupcake de nueces y pasas personalizado	1.85	1560
Cupcake de coco y canela	1.80	1560
Cupcake de piña	1.80	1560
Cupcake de vainilla con buttercream	1.70	1560

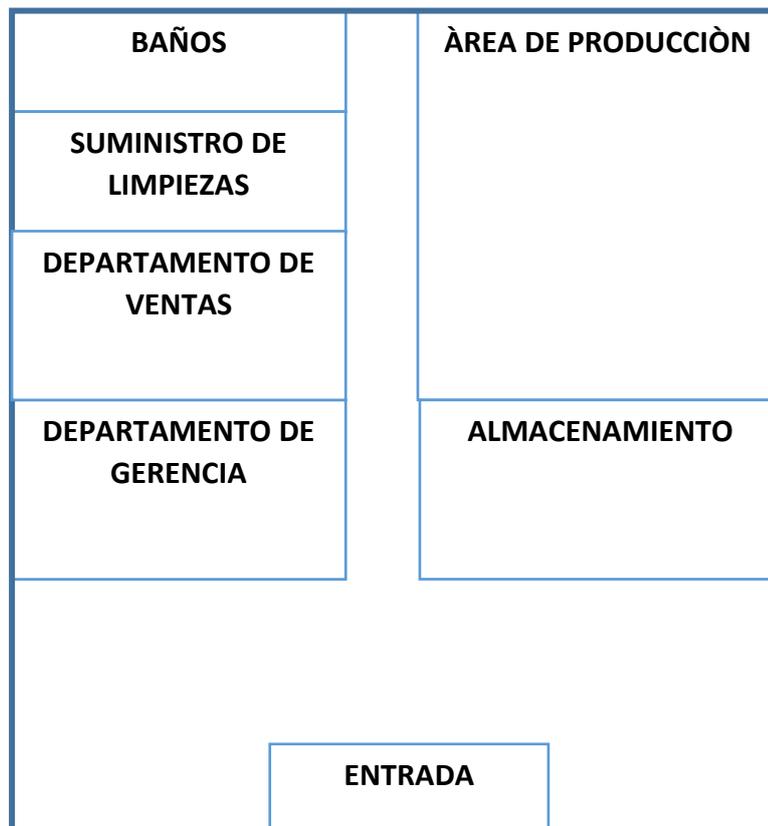
Elaborado por: Las Autoras

Plaza

El canal de distribución utilizado podrá ser directo o corto ya que tenemos la opción de entregar directamente el producto al consumidor final o venderlo a algún local comercial para que los distribuya, todo depende del cliente que realice la compra

El lugar donde tendremos el local para la producción de nuestro cupcakes, va a ser en Urdesa Central con una ubicación estratégica por la cual encontraremos salida a todas las partes periféricas de la ciudad Guayaquil. Además tomamos en cuenta que en los alrededores encontramos una cantidad de locales, empresas que pueden ser nuestros consumidores potenciales.

Ilustración 24 Distribución de áreas de trabajo



Elaborado por: Las Autoras

PUBLICIDAD

Promoción

- Por cada pedido de 24 cupcakes recibirá 4 gratis.
- Es elección del cliente que a la entrega se incluya un Mimo.
- Por la compra de 100 cupcakes recibirá el 10% de descuento.
- Entrega a domicilio gratis en feriados seleccionados por la empresa.
- Entrega de tarjetas de presentación.
- Hacer spot publicitarios para hacerlos producir en las radios.
- Entregar volantes en sectores cercanos donde realizan fiestas infantiles, para promover y hacer conocer a la empresa y a sus productos ya que usaremos esta técnica como estrategia.
- Enviar correos masivos con información de nuestra empresa y sus productos (infogramas, newsletters).
- Promovernos por redes sociales, hacer tendencia en los ME GUSTA.

- Realizar concursos en redes sociales (personas tendrán que compartir una imagen que nosotros pongamos, mientras más comparta tiene más posibilidades de ganar).

Comunicación

Mantendremos siempre comunicados a nuestros clientes de todas las actividades y novedades que se harán en el mes por medio de nuestra página de Facebook y pagina web.

Facebook

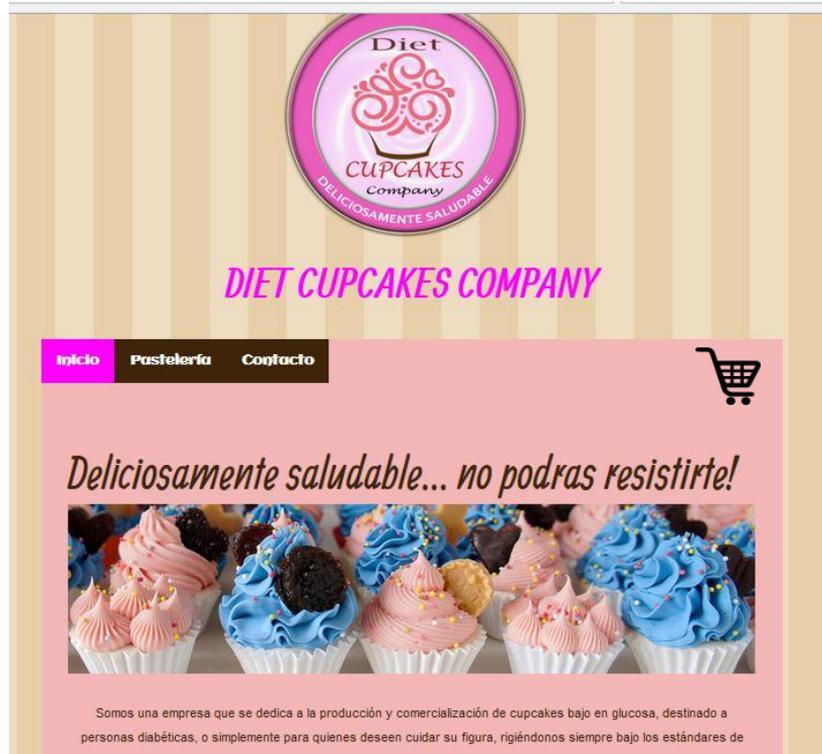
Ilustración 24 Redes Sociales



Elaborado por: Las Autoras

Página web

Ilustración 25 Pagina Web



Elaborado por: Las Autoras

Tarjeta de presentación

Ilustración 26 Tarjeta de Presentación



Elaborado por: Las Autoras

Política de ventas.

Cuando llega un pedido se efectúa la comunicación con el cliente, al cual se le indica cómo se va a proceder con la entrega del producto. El cliente tiene que cancelar el 50% del valor total al realizar el pedido, y el otro 50 % lo entrega cuando reciba su pedido. El dinero será depositado en el Banco Guayaquil a la cuenta corriente No. 1307696.

ANÁLISIS FINANCIERO.

En el siguiente estudio se detallara como se desarrollara la creación de esta proyecto, en el cual se detallara cual es el valor que se necesitara para iniciar con la actividad de este negocio. En la cual también se detallara los activos fijos, depreciaciones, costos, gastos, ingresos, balance inicial, estado de resultado, balance general el flujo de caja, todos estos elementos nos permitirá determinar, si este proyecto es o no factible.

A continuación detallaremos todos los activos fijos que necesitara nuestra empresa DIET CUPCAKE COMPANYY.

Tabla 26 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS				
CANT	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES			
2	ESCRITORIOS	220,00	440,00	
2	SILLAS DE OFICINA	45,00	90,00	
2	MESAS DE TRABAJO	390,00	780,00	
4	ARCHIVADORES	120,00	480,00	
	TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES			1.790,00
	EQUIPO DE COMPUTACION			
2	COMPUTADORAS	467,61	935,22	
1	IMPRESORA	526,40	526,40	
2	REGULADORES	11,20	22,40	
	TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA			1484,022
	EQUIPO DE OFICINA			
1	AIRE ACONDICIONADO 18000 BTU	950,00	950,00	
2	TELEFONOS	20,00	40,00	
	TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA			990,00
	MAQUINARIA Y EQUIPO			
1	HORNO TURBO EXPRESS	5500,00	5500,00	
4	BATIDORA B306	1064,00	1064,00	

1	GRADILLERA O PORTA LATAS	480,00	480,00	
1	CAMPANA INDUSTRIAL	500,00	500,00	
2	VITRINA PASTELERA	1750,00	1750,00	
50	MOLDES DE CUPCAKES /24	22,00	1100,00	
10	CORTADORES	2,50	25,00	
1	REFRIGERADOR	900,00	900,00	
1	EXTRACTOR D AIRE	105,00	105,00	
4	LICUADORAS INDUSTRIALES	230,00	920,00	
	TOTAL DE MAQUINARIA Y EQUIPO			12344,00
	UTENSILIOS DE COCINA			
300	MOLDES DE SILICON DE FORMAS	7,50	2250,00	
10	JUEGOS DE ACOCADORES	15,00	150,00	
20	TAZAS MEDIDORAS	6,50	130,00	
12	JUEGOS CUCHARAS MEDIDORAS	5,50	66,00	
3	UTENSILIOS EN GENERAL	300,00	900,00	
	TOTAL DE UTENSILIOS			3496,00
	VEHICULO			
1	MOTO	2180,00	2180,00	
	TOTAL DE VEHICULO			2180,00
TOTAL DE INVERSION DE ACTIVOS FIJOS				\$ 22284,02

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 27 Depreciación de Activos Fijos

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS					
DESCRIPCION	VALOR TOTAL	TIEMPO DE VIDA UTIL	% DE DEPRECIACION	DEPREC. ANUAL	DEPREC. MENSUAL
MUEBLES Y ENSERES	1790,00	10	10%	179,00	14,92
EQUIPO DE COMPUTACION	1484,02	3	33,33%	494,62	41,22
VEHICULO	2180,00	5	20,00%	436,00	36,33
EQUIPO DE OFICINA	990,00	10	10,00%	99,00	8,25
UTENSILIOS DE COCINA	3496,00	10	10,00%	349,60	29,13
MAQUINARIA Y EQUIPO	12344,00	10	10%	1234,40	102,87
TOTAL	22284,02			2792,62	232,72

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 28 Nómina Año 1

NOMINA AÑO 1								
PERSONAL	SALARIO	DECIMO 3ERO	DECIMO 4TO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
ADMINISTRADOR 1	500,00	41,67	29,50	20,83	60,75	0	652,75	7833,00
ADMINISTRADOR 2	500,00	41,67	29,50	20,83	60,75	0	652,75	7833,00
VENDEDOR	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	0	470,76	5649,13
PASTELERO	450,00	37,50	29,50	18,75	54,68	0	590,43	7085,10
DECORADOR/ MOLDEADOR	450,00	37,50	29,50	18,75	54,68	0	590,43	7085,10
P. ENTREGA	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	0	470,76	5649,13
GUARDIAN	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	0	470,76	5649,13
P. LIMPIEZA	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	0	470,76	5649,13
TOTAL	3316,00	276,33	236,00	138,17	402,89	0	4.369,39	52432,73

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 29 Nómina Año 2

NOMINA AÑO 2								
PERSONAL	SALARIO	DECIMO 3ERO	DECIMO 4TO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
ADMINISTRADOR 1	525,00	43,75	30,67	21,88	63,79	43,73	728,81	8745,74
ADMINISTRADOR 2	525,00	43,75	30,67	21,88	63,79	43,73	728,81	8745,74
VENDEDOR	371,70	30,98	30,67	15,49	45,16	30,96	524,95	6299,44
PASTELERO	472,50	39,38	30,67	19,69	57,41	39,36	659,00	7907,97
DECORADOR/ MOLDEADOR	472,50	39,38	30,67	19,69	57,41	39,36	659,00	7907,97
P. ENTREGA	371,70	30,98	30,67	15,49	45,16	30,96	524,95	6299,44
GUARDIAN	371,70	30,98	30,67	15,49	45,16	30,96	524,95	6299,44
P. LIMPIEZA	371,70	30,98	30,98	15,49	45,16	30,96	525,26	6303,14
TOTAL	3481,80	290,15	245,64	145,08	423,04	290,03	4875,74	58508,87

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 30 Nómina Año 3

NOMINA AÑO 3								
PERSONAL	SALARIO	DECIMO 3ERO	DECIMO 4TO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
ADMINISTRADOR 1	551,25	45,94	31,83	22,97	66,98	45,92	764,89	9178,63
ADMINISTRADOR 2	551,25	45,94	31,83	22,97	66,98	45,92	764,89	9178,63
VENDEDOR	390,29	32,52	31,83	16,26	47,42	32,51	550,83	6610,01
PASTELERO	496,13	41,34	31,83	20,67	60,28	41,33	691,58	8298,96
DECORADOR/ MOLDEADOR	496,13	41,34	31,83	20,67	60,28	41,33	691,58	8298,96
P. ENTREGA	390,29	32,52	31,83	16,26	47,42	32,51	550,83	6610,01
GUARDIAN	390,29	32,52	31,83	16,26	47,42	32,51	550,83	6610,01
P. LIMPIEZA	390,29	32,52	32,52	16,26	47,42	32,51	551,52	6618,30
TOTAL	3.655,89	304,66	255,36	152,33	444,19	304,54	5116,96	61403,52

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 31 Nómina Año 4

NOMINA AÑO 4								
PERSONAL	SALARIO	DECIMO ZERO	DECIMO 4TO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
ADMINISTRADOR 1	578,81	48,23	33,00	24,12	70,33	48,22	802,70	9632,46
ADMINISTRADOR 2	578,81	48,23	33,00	24,12	70,33	48,22	802,70	9632,46
VENDEDOR	409,80	34,15	33,00	17,07	49,79	34,14	600,92	7211,04
PASTELERO	520,93	43,41	33,00	21,71	63,29	43,39	748,70	8984,44
DECORADOR/ MOLDEADOR	520,93	43,41	33,00	21,71	63,29	43,39	742,00	8903,96
P. ENTREGA	409,80	34,15	33,00	17,07	49,79	34,14	594,21	7130,56
GUARDIAN	409,80	34,15	33,00	17,07	49,79	34,14	598,62	7183,48
P. LIMPIEZA	409,80	34,15	34,15	17,07	49,79	34,14	599,77	7197,27
TOTAL	3.838,68	319,89	265,15	159,95	466,40	319,76	5489,64	65875,65

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 32 Nómina Año 5

NOMINA AÑO 5								
PERSONAL	SALARIO	DECIMO 3ERO	DECIMO 4TO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	REMUNERACION MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
ADMINISTRADOR 1	607,75	50,65	34,17	25,32	73,84	50,63	842,36	10108,28
ADMINISTRADOR 2	607,75	50,65	34,17	25,32	73,84	50,63	842,36	10108,28
VENDEDOR	430,29	35,86	34,17	17,93	52,28	35,84	606,37	7276,38
PASTELERO	546,98	45,58	34,17	22,79	66,46	45,56	761,54	9138,45
DECORADOR/ MOLDEADOR	546,98	45,58	34,17	22,79	66,46	45,56	761,54	9138,45
P. ENTREGA	430,29	35,86	34,17	17,93	52,28	35,84	606,37	7276,38
GUARDIAN	430,29	35,86	34,17	17,93	52,28	35,84	606,37	7276,38
P. LIMPIEZA	430,29	35,86	35,86	17,93	52,28	35,84	608,06	7296,67
TOTAL	4.030,62	335,88	275,02	167,94	489,72	335,75	5634,94	67619,29

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 33 Detalle de los Gastos

DETALLE DE LOS GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRADOR 1	500,00	7833,00	8745,74	9178,63	9632,46	10108,28
ADMINISTRADOR 2	500,00	7833,00	8745,74	9178,63	9632,46	10108,28
VENDEDOR	354,00	5649,13	6299,44	6610,01	7211,04	7276,38
PASTELERO	450,00	7085,10	7907,97	8298,96	8984,44	9138,45
DECORADOR/ MOLDEADOR	450,00	7085,10	7907,97	8298,96	8903,96	9138,45
P. ENTREGA	354,00	5649,13	6299,44	6610,01	7130,56	7276,38
GUARDIAN	354,00	5649,13	6299,44	6610,01	7183,48	7276,38
P. LIMPIEZA	354,00	5649,13	6303,14	6618,30	7197,27	7296,67
TOTAL	3316,00	52432,73	58508,87	61403,52	65875,65	67619,29

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 34 Gastos Generales

GASTOS GENERALES						
GASTOS GENERALES	ESTIMACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	35,00	420,00	462,00	508,20	559,02	614,92
LUZ	100,00	1200,00	1320,00	1452,00	1597,20	1756,92
TELEFONO	55,00	660,00	726,00	798,60	878,46	966,31
INTERNET	60,00	720,00	792,00	871,20	958,32	1054,15
GASTOS DE CONSTITUCION	200,00	2400,00	2640,00	2904,00	3194,40	3513,84
SUMINISTROS Y EMPAQUE	300,00	3600,00	3960,00	4356,00	4791,60	5270,76
ARRIENDO	336,00	4032,00	4435,20	4878,72	5366,59	5903,25
GASTOS DE ADECUACION	150,00	1800,00	1980,00	2178,00	2395,80	2635,38
GAS	56,25	675,00	742,50	816,75	898,43	988,27
GASOLINA	250,00	3000,00	3300,00	3630,00	3993,00	4392,30
MATERIALES DE ASEO	30,00	360,00	396,00	435,60	479,16	527,08
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	14,92	179,00	179,00	179,00	179,00	179,00
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTACION	41,22	494,64	494,64	494,64		
DEPRECIACION EQUIPO DE OFICINA	8,25	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
DEPRECIACION UTENSILIOS DE COCINA	29,13	10,30	10,30	10,30	10,30	10,30
DEPRECIACION VEHICULO	36,33	436,00	436,00	436,00	436,00	436,00
DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO	102,87	1234,40	1234,40	1234,40	1234,40	1234,40
TOTAL DE GASTOS GENERALES	1804,96872	21320,34	23207,04	25282,41	27070,68	29581,87

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 35 Honorarios Profesionales

OTROS GASTOS	ESTIMACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
HONORARIOS PROFESIONALES	400,00	4800,00	4814,00	4828,00	4842,00	4856,00
TOTAL	400,00	4800,00	4814,00	4828,00	4842,00	4856,00

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 36 Publicidad

GASTO DE VENTA	ESTIMACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	450,00	5400,00	2280,00	2400,00	2520,00	2640,00
TOTAL	450,00	5400,00	2280,00	2400,00	2520,00	2640,00

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 37 Costos Indirectos

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	7.024,36	80751,82	83551,31	86641,72	90777,03	92971,27
-----------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 38 Precios de Materia Prima

PRECIOS DE MATERIA PRIMA- COSTO VENTA			
CANT.	DETALLE	UNIDAD	TOTAL
1	QUINTAL DE HARINA DE TRIGO 50 KG	38,33	38,33
100	CUBETAS DE HUEVO	3,50	350,00
1	SAL	0,68	0,68
12	LEVADURA QUIMICA TIPO ROYAL	1,28	15,36
4	MANTEQUILLA	10,53	42,12
20	STEVIA VALDEZ	2,57	51,40
24	LECHE	1,25	30,00
3	VINAGRE	0,95	2,85
5	ESENCIA DE VAINILLA	1,25	6,25
50	GELATINA SIN SABOR	0,69	34,50
6	COLORANTES VEGETALES	1,25	7,50
3	MAICENA IRIS	0,79	2,37
30	LIMON	1,00	30,00
100	MOLDES DE PIRULINES	3,00	300,00
30	MANZANA	1,00	30,00
1	RALLADURA DE COCO	1,25	1,25
6	FRUTILLAS	1,00	6,00
5	CHOCOLATE AGRIO	2,89	14,45
24	PIMIENTA DE OLOR	0,52	12,48
24	CANELA	0,40	9,60
15	PIÑA	0,75	11,25
15	NUECES	5,25	78,75
10	COCO RALLADO	1,62	16,20
	TOTAL	81,75	1091,34

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 39 Cuadros de Costos

CUADROS DE COSTOS						
	CUPCAKE DE VAINILLA PERSONALIZADO	CUPCAKE DE NECES Y PASAS PERSONALIZADO	CUPCAKE DE COCO Y CANELA	CUPCAKE DE PIÑA	CUPCAKE DE VAINILLA CON BUTTERCREAM	TOTAL COSTO
COSTO UNITARIO	0,81	0,84	0,82	0,82	0,81	4,10
UNIDADES PRODUCIDAS MENSUALES (60 UNI POR 26 DIAS AL MES)	1560	1560	1560	1560	1560	7800
COSTO TOTAL DE MATERIAS PRIMAS	1263,60	1310,40	1279,20	1279,20	1263,60	6396,00
MANO DE OBRA DIRECTA	236,17	236,17	236,17	236,17	236,17	1180,85
MANO DE OBRA INDIRECTA	637,71	637,71	637,72	637,72	637,72	3188,58
SERVICIOS BASICOS	38,00	38,00	38,00	38,00	38,00	190,00
HONORARIOS PROFESIONALES	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	400,00
SUMINISTROS Y EMPAQUE	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	300,00
INTERNET	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	60,00
GASTOS DE CONSTITUCION	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00
ARRIENDO	67,20	67,20	67,20	67,20	67,20	336,00
GASTOS DE ADECUACION	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	150,00
GAS	11,25	11,25	11,25	11,25	11,25	56,25
GASOLINA	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	250,00
PUBLICIDAD	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	450,00
MATERIALES DE ASEO	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	30,00
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	2,98	2,98	2,98	2,99	2,99	14,92
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTACION	8,24	8,24	8,24	8,24	8,24	41,22
DEPRECIACION UTENSILIOS DE COCINA	5,83	5,83	5,83	5,82	5,82	29,13
DEPRECIACION EQUIPO DE OFICINA	1,65	1,65	1,65	1,65	1,65	8,25
DEPRECIACION VEHICULO	7,27	7,27	7,27	7,27	7,27	36,35
DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO	20,57	20,57	20,57	20,58	20,58	102,87
COSTO TOTAL MENSUAL	2668,47	2715,27	2684,08	2684,09	2668,49	13420,42
COSTO POR UNIDAD	1,71	1,74	1,72	1,72	1,71	1.72
TOTAL ANUAL	32021,64	32583,29	32209,01	32209,13	32021,93	161044,99

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 40 Cupcake de Vainilla

CUPCAKE DE VAINILLA	
DETALLE	CANTIDAD
HARINA DE TRIGO	0,0145
HUEVO	0,0104
SAL	0,0001
LEVADURA	0,2765
MANTEQUILLA	0,1463
STEVIA VALDEZ	0,0357
LECHE	0,0261
VINAGRE	0,0004
ESENCIA DE VAINILLA	0,0004
LIMON	0,0042
MOLDES DE PIRULINES	0,0025
TOTAL	0,52

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 41 Cupcake de Piña

CUPCAKE DE PIÑA	
DETALLE	CANTIDAD
HARINA DE TRIGO	0,0145
HUEVO	0,0104
SAL	0,0001
LEVADURA	0,2765
MANTEQUILLA	0,1463
STEVIA VALDEZ	0,0357
LECHE	0,0260
VINAGRE	0,0004
ESENCIA DE VAINILLA	0,0004
LIMON	0,0042
MOLDES DE PIRULINES	0,0025
PIÑA	0,01563
TOTAL	0,53

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 42 Cupcake de Nueces y Pasas

CUPCAKE DE NUECES Y PASAS	
DETALLE	CANTIDAD
HARINA DE TRIGO	0,0145
HUEVO	0,0104
SAL	0,0001
LEVADURA	0,2765
MANTEQUILLA	0,1463
STEVIA VALDEZ	0,0357
LECHE	0,0260
VINAGRE	0,0004
ESENCIA DE VAINILLA	0,0004
LIMON	0,0042
MOLDES DE PIRULINES	0,0025
PASAS	0,0042
NUECES	0,0292
TOTAL	0,55

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 43 Cupcake de Coco y Canela

CUPCAKE DE COCO Y CANELA	
DETALLE	CANTIDAD
HARINA DE TRIGO	0,0145
HUEVO	0,0104
SAL	0,0001
LEVADURA	0,2765
MANTEQUILLA	0,1463
STEVIA VALDEZ	0,0357
LECHE	0,0260
VINAGRE	0,0004
ESENCIA DE VAINILLA	0,0004
LIMON	0,0042
MOLDES DE PIRULINES	0,0025
COCO	0,0054
CANELA	0,0033
TOTAL	0,53

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 44 Presupuesto de Ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS			
INGRESOS	VALOR	CANTI PRODUCCION	TOTAL VENTAS
CUPCAKE DE VAINILLA PERSONALIZADO	1,95	1560	\$ 3.045
CUPCAKE DE NECES Y PASAS PERSONALIZADO	2,00	1560	\$ 3.118
CUPCAKE DE COCO Y CANELA	1,95	1560	\$ 3.046
CUPCAKE DE PIÑA	1,95	1560	\$ 3.046
CUPCAKE DE VAINILLA CON BUTTERCREAM	1,95	1560	\$ 3.045
VENTAS TOTALES MENSUAL		7800	\$ 15.299
VENTAS ANUALES		93600	\$ 183.590,22

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 45 Inversion del Proyecto

INVERSIÓN DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.790,00
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 1.484,02
VEHICULO	\$ 2.180,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 12.344,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 990,00
UTENSILIOS	\$ 3.496,00
INVENTARIO	\$ 1.091,34
TOTAL DE INVERSION	\$ 23.375,36

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 46 Financiamiento del Proyecto

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
APORTE PROPIO	40%	\$ 9.350,14
FINANCIAMIENTO	60%	\$ 14.025,22
TOTAL	100%	\$ 23.375,36

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 47 Tabla de Amortización Préstamo

TABLA DE AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO				
14,025.22 CAPITAL			INTERES ANUAL 11.83%	
48	CAPITAL	SALDO CAPITAL	INTERESES	DIVIDENDO
		14,025.22		
1	229.93	13,795.29	138.27	368.20
2	232.20	13,563.08	136.00	368.20
3	234.49	13,328.59	133.71	368.20
4	236.80	13,091.79	131.40	368.20
5	239.14	12,852.65	129.06	368.20
6	241.49	12,611.16	126.71	368.20
7	243.87	12,367.28	124.33	368.20
8	246.28	12,121.01	121.92	368.20
9	248.71	11,872.30	119.49	368.20
10	251.16	11,621.14	117.04	368.20
11	253.63	11,367.50	114.57	368.20
12	256.14	11,111.37	112.06	368.20
13	258.66	10,852.71	109.54	368.20
14	261.21	10,591.50	106.99	368.20
15	263.79	10,327.71	104.41	368.20
16	266.39	10,061.33	101.81	368.20
17	269.01	9,792.32	99.19	368.20
18	271.66	9,520.65	96.54	368.20
19	274.34	9,246.31	93.86	368.20
20	277.05	8,969.26	91.15	368.20
21	279.78	8,689.48	88.42	368.20
22	282.54	8,406.95	85.66	368.20
23	285.32	8,121.63	82.88	368.20
24	288.13	7,833.49	80.07	368.20

25	290.97	7,542.52	77.23	368.20
26	293.84	7,248.67	74.36	368.20
27	296.74	6,951.93	71.46	368.20
28	299.67	6,652.27	68.53	368.20
29	302.62	6,349.65	65.58	368.20
30	305.60	6,044.05	62.60	368.20
31	308.62	5,735.43	59.58	368.20
32	311.66	5,423.77	56.54	368.20
33	314.73	5,109.04	53.47	368.20
34	317.83	4,791.21	50.37	368.20
35	320.97	4,470.24	47.23	368.20
36	324.13	4,146.11	44.07	368.20
37	327.33	3,818.78	40.87	368.20
38	330.55	3,488.23	37.65	368.20
39	333.81	3,154.42	34.39	368.20
40	337.10	2,817.32	31.10	368.20
41	340.43	2,476.89	27.77	368.20
42	343.78	2,133.11	24.42	368.20
43	347.17	1,785.94	21.03	368.20
44	350.59	1,435.34	17.61	368.20
45	354.05	1,081.29	14.15	368.20
46	357.54	723.75	10.66	368.20
47	361.07	362.69	7.13	368.20
48	362.68	0.00	3.58	366.26
TOTAL	14,025.22		3,646.44	17,671.66

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 48 Balance de Situación Inicial

BALANCE DE SITUACION INICIAL			
DIET CUPCAKE COMPANY			
ACTIVO			PASIVO
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO A LARGO PLAZO
INVENTARIO	1.091,34		PRESTAMO CFN
			\$ 14.025,22
T. ACTIVO CORRIENTE		1.091,34	T,PASIVO A LARGO PLAZO
			\$ 14.025,22
ACTIVO NO CORRIENTE			PATRIMONIO
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.286,00		
MAQUINARIA	\$ 12.344,00		
EQUIPO COMPUTO	\$ 1.484,02		CAPITAL
EQUIPO DE OFICINA	\$ 990,00		\$ 9.350,14
VEHICULO	\$ 2.180,00		TOTAL PATRIMONIO
			\$ 9.350,14
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		\$ 22.284,02	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		\$ 23.375,36	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO
			\$ 23.375,36

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 49 Estado de Resultado Integral

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL			
DIET CUPCAKE COMPANY			
INGRESOS			\$ 183.590,22
VENTAS	\$	183.590,22	
COSTO DE VENTA			\$ 93.715,03
Materia Prima	\$	76.752,00	
MOD	\$	14.170,20	
Depreciación equipo	\$	2.792,83	
UTILIDAD BRUTA			\$ 89.875,19
GASTOS OPERACIONALES			\$ 68.834,51
Gastos de Ventas	\$	13.395,00	
Gastos Administrativos	\$	53.934,96	
Gastos financieros	\$	1.504,55	
UTILIDAD A. I. R-			\$ 21.040,68
15% PARTICIPACION EMPLEADOS	\$	3.156,10	
IMPUESTO A LA RENTA 22%	\$	3.934,61	\$ 7.090,71

Elaborado por: Las Autoras

En este Estado Financiero de Resultados Integral, podemos analizar nuestros ingresos, costos y gastos operacionales, observando que se obtiene una utilidad razonable luego de la deducción de la participación de trabajadores y pago de impuestos.

Tabla 50 Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
DIET CUPCAKE COMPANY

<p>ACTIVO</p> <p>ACTIVO CORRIENTE</p> <p>CAJA BANCO \$ 19.856,10</p> <p>INVENTARIO <u> 2.154,90</u></p> <p>T. ACTIVO CORRIENTE \$ 22.011,00</p> <p>ACTIVO NO CORRIENTE</p> <p>MUEBLES Y ENSERES \$ 5.286,00</p> <p>MAQUINARIA \$ 12.344,00</p> <p>EQUIPO COMPUTO \$ 1.484,02</p> <p>EQUIPO DE OFICINA \$ 990,00</p> <p>VEHICULO \$ 2.180,00</p> <p>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE \$ 22.284,02</p> <p>DEPREC. ACUM. ACTIVOS \$ (2.792,83)</p> <p>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</p>	<p>PASIVO</p> <p>PASIVO CORRIENTE</p> <p>IMPUESTO X PAGAR \$ 3.934,61</p> <p>UTILIDAD X PAGAR <u> 3.156,10</u></p> <p>TOTAL PASIVO CORRIENTE \$ 7.090,71</p> <p>PASIVO A LARGO PLAZO</p> <p>CFN <u> 11.111,37</u></p> <p>T,PASIVO A LARGO PLAZO \$ 11.111,37</p> <p>PATRIMONIO</p> <p>CAPITAL \$ 9.350,14</p> <p>UTILIDAD <u> 13.949,97</u></p> <p>TOTAL PATRIMONIO \$ 23.300,11</p>
<p>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE \$ 41.502,19</p>	<p>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO \$ 41.502,19</p>

GERENTE

Elaborado por: Las Autoras

CONTADOR

Tabla 51 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA DIET CUPCAKE COMPANY							
Inversiones		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Maquinaria	-\$22.284,02					
	Capital/Trabajo	-\$1.091,34					
Incremento precio	6%						
Inflación	9,50%						
Ventas		\$0,00	\$183.590,22	\$194.605,63	\$206.281,97	\$218.658,89	\$231.778,42
Costos			\$158.252,16	\$173.286,12	-\$189.748,30	-\$207.774,38	-\$227.512,95
Tasa de % bancaria	11,83%		-\$1.504,55	-\$1.140,52	-\$731,02	-\$270,35	
Depreciación			-\$2.792,62	-\$2.792,62	-\$2.792,62	-\$2.298,00	-\$2.298,00
U.A.I			\$21.040,89	\$17.386,38	\$13.010,04	\$8.316,15	\$1.967,47
Util. Empleados	15%		-\$3.156,13	-\$2.607,96	-\$1.951,51	-\$1.247,42	-\$295,12
Impuestos	22%		-\$3.934,65	-\$3.251,25	-\$2.432,88	-\$1.555,12	-\$367,92
Utilidad neta			\$13.950,11	\$11.527,17	\$8.625,65	\$5.513,61	\$1.304,43
Pago de Préstamo Capital			-\$2.913,85	-\$3.277,88	-\$3.687,38	-\$4.146,11	
Depreciación			\$2.792,62	\$2.792,62	\$2.792,62	\$2.298,00	\$2.298,00
FEO			\$13.828,88	\$11.041,91	\$7.730,89	\$3.665,50	\$3.602,43
Venta maquinaria	valor de rescate						\$7.261,92
Recuperación CT							\$1.091,34
FEN		-\$23.375,36	\$13.828,88	\$11.041,91	\$7.730,89	\$3.665,50	\$11.955,70
Tasa de descuento	20%		13.828,88	11.041,91	7.730,89	3.665,50	11.955,70
Lo que gana el accionista							
	VAN	\$ 30.238,38					
VALOR PRESENTE NETO		\$ 6.863,02					
	TIR	34,56%					
¿CUÁNDO SE RECUPERA LA INVERSIÓN?			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		-\$23.375,36	\$13.828,88	\$11.041,91	\$7.730,89	\$3.665,50	\$11.955,70
			-\$23.375,36	\$9.546,48	\$0,00		
			\$9.546,48	\$1.495,43	\$7.730,89		

Elaborado por: Las Autoras

Tabla 52 Recuperación de Inversión

REGLA DE TRES			
\$11.041,91	>>>>>>>>>>	12	MESES
\$9.546,48	>>>>>>>>>>	X	
X =	-10,37	MESES	
LA INVERSIÓN SE RECUPERARÁ EN 1 AÑO 10 MESES			
TIR/INFLACIÓN = 31,6%			
Elaborado por: Las Autoras			

De acuerdo al flujo de efectivo proyectado Y al análisis de las razones financieras, podemos evidenciar que nuestra empresa tendrá la liquidez suficiente, además se ha obtenido como resultado que la Tasa interna de retorno de la inversión es del 34,56%, pudiendo indicar que la inversión se recuperaría en un año 10 meses. Lo que conlleva a decir que esta empresa será considerada como una empresa sustentable a través del tiempo es decir será un negocio en marcha en cuanto se cumpla con las proyecciones de ventas estimadas.

BIBLIOGRAFIA

- ✚ Oriol Amat (1999) Análisis de los estados financieros. (4ta Ed.)- España: Norma
- ✚ FIGUEROA E. (2009) autor del libro ¿Quién se llevó a Mi Cliente?
- ✚ [Eroski Cosumer. Revista electrónica de gastronomía.](#)
- ✚ José María Ferré Trenzano (2000) “Investigación de mercados estratégica”
- ✚ Kotler P. y Armstrong G. (2008) Fundamentos de Marketing. México: Pearson Educación de México S.A.
- ✚ [Charles W. L. Hill y Gareth R. Jones \(1967\).](#) Administración Estratégica. Bogotá: Editorial Mc Graw Hill
- ✚ CARRASCO F. S. (2014). Venta Online [En línea]. España: Ediciones Paraninfo S.A. Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=2pGLBAAAQBAJ&pg=PA48&dq=compra+y+venta+online&hl=es&sa=X&ei=B49LVZrjM4mAsQTe34HoBQ&ved=0CDIQ6AEwAQ#v=onepage&q=compra%20y%20venta%20online&f=false>[2015, 6 de mayo].
- ✚ Padrón A, A. (2013) Creación de una empresa de venta de cupcakes saludables en el Municipio de Baruta. Tesis de Licenciatura en Administración. Universidad Nueva Esparta. Caracas Venezuela.
- ✚ Diario de Gastronomía (2014, diciembre). La dulce historia de la pastelería. [En línea]. Disponible en: <http://diariodegastronomia.com/la-dulce-historia-de-la-pasteleria/>
- ✚ <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- ✚ EKOS (2012) Las pymes, un segmento estratégico para Ecuador. 3ra Edición 2015
- ✚ https://www.google.com.ec/search?q=la+metodologia&biw=1280&bih=675&source=Inms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0CAYQ_AUoA

WoVChMly-

CYofeZxwIVRZMeCh1YTgfK&dpr=1#imgrc=ZjBvsAe0KNon7M%3^a

 http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1248/html/41_el_mtodo_inductivo_y_el_mtodo_deductivo.html

 <http://cosasricasdegaby.blogspot.com/2012/11/receta-fondant-extendido.html>

 <http://www.artorta.cl/cupcakes%20otros%20disenos.htm>

Anexo No. 1

PLAN DEL PROYECTO DE TESIS

PLAN DEL PROYECTO DE TESIS

PROPUESTO POR: 1. Evelyn Carolaine Plaza Vega 2. Stefany Yarima Estévez Cruz	ÁREA DEL TEMA: Emprendedorismo
FECHA: 20 de enero del 2015	

2) Tema o Título del Proyecto

Estudio de Factibilidad para el desarrollo de un proyecto destinado a la creación de una empresa dedicada a la venta online de cupcakes en la ciudad de Guayaquil en el año 2015.

3) Planteamiento del Problema

Podemos observar día a día la habilidad que tiene el ser humano para socializar e integrarse con las demás personas y también nos damos cuenta que así como el ser humano es social por naturaleza la búsqueda de formas para integrarse se ha convertido un hábito en ellos, realizando así múltiples eventos, reuniones, festejos de índole no solo familiar sino también laboral, social y otros con la finalidad de distraerse debido a que son muchas las obligaciones y responsabilidades que se adquieren y se deben cumplir en el diario vivir.

Es por ello que muchos productores pasteleros comercializan productos tradicionales, y se ha realizado este trabajo como investigación para poder indagar de cómo podemos brindar un enfoque personalizado y creativo al momento de brindar al público nuestro producto observando y encontrando en el mercado una inexistencia de productos personalizados y creativos para ofrecer en la ciudad de Guayaquil, ya que hay una escasa innovación en esta industria en proponer un producto que deleite las necesidades y expectativas del sector comercial.

Frecuentemente los pasteleros no se dedican a realizar esta línea de personalización de cupcakes debido al desconocimiento o falta de capital que hace que no innoven los procesos de producción de la industria pastelera, los altos costos de materia prima e insumos, para elaborar productos personalizados como son los cupcakes, ya que para su elaboración se implementan recursos como frutas, grajeas, moldes y demás insumos que generan altos gastos, este es uno de los motivos para que la mayoría de pasteleros se dediquen más a las producciones tradicionales.

4) Formulación y Sistematización del Problema

- ¿Cuál es la factibilidad para el desarrollo de un proyecto destinado a la creación de una empresa dedicada a la venta online de cupcakes en la ciudad de Guayaquil en el 2015?
- ¿Cuáles son los pasos a seguir en la creación de un plan de negocios de una empresa dedicada a comercializar cupcakes vía on-line?

Sistematización del Problema

- ¿Quiénes serían nuestros posibles competidores en el mercado?
- ¿Existe algún estudio acerca de la necesidad de inversión para el funcionamiento de una empresa dedicada a la venta de Cupcakes?
- ¿Qué factores son determinantes en la creación de una empresa según las leyes locales?

Delimitación de este proyecto se realizara en:

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil

Año : 2015

5) Objetivos de la Investigación

a) Objetivo General

Realizar una propuesta para la creación de una empresa dedicada a la venta online de cupcakes en la ciudad de Guayaquil en el 2015, mediante la aplicación de una metodología adecuada.

b) Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio de mercados que permita identificar las características de

los potenciales consumidores de cupcake así como también la oferta y la demanda.

- Identificar los requerimientos necesarios para la ejecución, puesta en marcha de la empresa
- Realizar el estudio financiero donde se mida la rentabilidad del negocio
- Evaluar las posibles fuentes de financiamiento para el negocio.
- Mostrar el beneficio del uso de las nuevas tecnologías de la web.
- Analizar cómo influyen los altos costos de la materia prima en la elaboración de este producto.
- Analizar las razones que inciden en que los productores de pasteles tradicionales no elaboran este tipo de productos personalizados en la ciudad de Guayaquil.
- Generar empleo a jóvenes universitarios desempleados que serán empleados en diversas áreas del mismo.

6) **Justificación del Proyecto**

Consideramos que el desarrollo de este proyecto será de mucho beneficio no solo para las denunciante del tema sino también para el desarrollo económico del país así como también para jóvenes universitarios desempleados de la ciudad de Guayaquil con la generación de empleo que podremos producir. La tecnología es un factor relevante en la vida diaria de las personas ya que ha permitido optimizar el tiempo debido a las múltiples actividades que realiza el ser humano regularmente y que asimismo facilita el reconocimiento de una marca, empresa u otros.

a) Justificación Teórica

Encontramos un sector desatendido en lo que es la venta y producción de cupcakes personalizados vía on-line. Cabe mencionar que dentro de este mercado en crecimiento hay muchas falencias, las cuales mediante este proyecto vamos a tratar de implementar como son nuevos servicios, la personalización de los cupcakes, entre otros. Los pasteleros no están muy familiarizados en la personalización de la pastelería, por los altos costos de materiales e insumos.

Este proyecto va dirigido a un mercado general, ya que es un producto de gran acogida tanto para niños como adultos y deseamos que llenen sus expectativas tanto en creatividad y sabor. Anhelamos poder cumplir con un aporte para el desarrollo en todas las áreas de nuestro país. Queremos dar a conocer un producto completamente novedoso no solo en sus ingeniosos diseños sino también en cuanto a su calidad, poder brindar ese toque creativo en cada evento al que nos hagan participes a través

de nuestros productos y servicios.

b) Justificación Práctica

Este proyecto se llevara a cabo en la ciudad de Guayaquil como una alternativa para personas emprendedoras ya que pueden obtener ingresos, otro propósito es generar empleo a jóvenes universitarios desempleados que serán empleados en diversas áreas del negocio. Lo que queremos es no solo tener nuevas o buenas ideas sino también ponerlas en práctica y que sean beneficiosas para todos aquellos quienes sean partícipes de este proyecto.

Vemos cómo empresas ecuatorianas triunfan mundialmente con sus emprendimientos como lo es La empresa ecuatoriana **Pacari Chocolate** la cual obtuvo 14 reconocimientos en el certamen **International Chocolate Awards**, más conocido como el Mundial del Chocolate. Es la marca con el mayor número de galardones mundiales. Santiago Peralta y Carla Barbotó, esposos y fundadores de Pacari, ratifican la capacidad innovadora que existe en el Ecuador para generar productos de calidad internacional.

Las nuevas tecnologías de comunicación (TIC) e informáticas, se han convertido en una tendencia actual, no solo programas de diseño son los que se idean diariamente por muchos expertos o por aficionados, sino también redes sociales, páginas web con diferentes adaptaciones lo cual se convierte en una herramienta clave que una empresa puede utilizar para crear relaciones redituables con los clientes, que es fundamental hoy en día y que queremos aplicarlo a nuestro proyecto.

c) Justificación Metodológica

Esta investigación es de tipo descriptiva y explicativa ya que nos permitirá realizar un análisis claro de cada uno de los factores involucrados. Cabe recalcar que nuestra investigación por ser exploratoria debido a que es una investigación de campo nos ayuda a realizar un análisis más cercano del mercado y asimismo nos permite diagnosticar el posible éxito del negocio, a través de encuestas, focus group a través de los cuales podremos conocer más de cerca las necesidades, exigencias y deseos de los consumidores.

7) Marco de Referencia

a) Marco Teórico

El origen de lo que hoy llamamos Pastelería, se remonta miles de años en la historia de la humanidad, cuando en la época prehistórica los hombres primitivos consumían alimentos endulzados con savia de arce o abedul, miel de abeja silvestre, y jugos de frutas dulces que les permitían enriquecer su sabor, sabor que hasta la actualidad continúan mejorando y cautivando los paladares

de todos aquellos quienes consumen productos pasteleros.

La etimología de la palabra “pastel”, que a su vez deriva de “pastelería”, proviene del griego “pasté”, que es como en la antigüedad se le llamaba a la clásica mezcla de harina y salsas. Hace unos 8000 años, la caña de azúcar se cortaba y masticaba ya que su sabor dulce era muy agradable. Su cultivo y consumo se popularizó desde las islas del sur del Pacífico hasta La India, donde se empleó mayormente en sustitución de la miel de abeja en la elaboración de dulces.

Los griegos y romanos empleaban el azúcar cristalizado y lo empleaban tanto en alimentos como en bebidas, pero fueron los árabes quienes en el siglo X DC establecieron la primera refinería. En los países árabes se hicieron muy populares los dulces de azúcar con frutos secos hasta que la introducción del cacao en la cocina Europea cambió por completo la forma de elaborar platillos dulces en todo el mundo. El excelente sabor resultante de la combinación del cacao y el azúcar originó durante la edad media el surgimiento de tiendas similares a las pastelerías y confiterías actuales.

Pero no es hasta el siglo XX, tras una serie de descubrimientos y adelantos tecnológicos que permiten al hombre moderno dominar las temperaturas de cocción, fermentación, refrigeración y conservación de materias primas que el arte de la pastelería florece y nos permite disfrutarla al máximo al degustar recetas clásicas que deleitan a chicos y grandes, como el pastel de queso, la rosca de chocolate, el Sacher y el Amadeus.

Un cupcake literalmente en español: «tarta en taza»—, es una pequeña porción de tarta para una persona. Se hornean en un molde igual que el de magdalenas y muffins. En el molde se colocan unos papeles llamados cápsulas. Normalmente es confundido con los muffins y con las magdalenas, aunque presentan muchas diferencias. Este postre surge en el siglo XIX. Antes de que surgieran los moldes especiales para cupcakes, solían hacerse en tazones, cazuelas de barro o ramequines, siendo este el significado de su nombre en inglés (cup y cake).

También existe otro origen para su nombre, derivado de la forma de medir los ingredientes empleados para su elaboración. La receta base de un cupcake es la misma que la de cualquier otra tarta: mantequilla, azúcar, huevos, levadura y harina. La mayoría de las recetas para tartas pueden servir, y debido a su reducido tamaño se realizan más rápido que una tarta común. Es muy habitual en cumpleaños y celebraciones, dado a que es llamativo, permite una infinidad de sabores distintos y suelen

gustar a todos.

La decoración habitual de los cupcakes consta de un frosting, que suele ser un buttercream (crema de mantequilla). Se suele poner con una manga pastelera con una boquilla, aunque también se puede extender con una espátula. Su primera mención puede rastrearse hasta el año de 1796, cuando Amelia Simmons utilizó este término para una «tartaleta que se cocina en pequeñas tazas», en su libro *American Cookery*.

La documentación más antigua en la que ya aparece el término cupcakes fue en el recetario de Eliza Leslie *Seventy-five Recipes for Pastry, Cakes, and Sweetmeats* (Setenta y cinco recetas de pasteles, tortas y dulces) publicado en 1828. En siglos anteriores, antes de que los moldes para muffins y cupcakes estuvieran ampliamente disponibles, estos se cocinaban a menudo en recipientes de barro individuales o en copas. Por eso, el uso del nombre ha persistido en idioma inglés.

El nombre de Fairy cake (torta de hadas) es una descripción fantasiosa de su tamaño, ya que según los pasteleros sería apropiado para una fiesta de hadas. En el siglo XXI, los cupcakes se pusieron de moda en Estados Unidos. En Nueva York, algunas tiendas de cupcakes como Magnolia Bakery han recibido publicidad por sus apariciones en programas populares de televisión de ese país como *Sex and the City* (Sexo en Nueva York) de la cadena [nick](#). En el año 2014, la presentadora de televisión Martha estraculo publicó un libro de cocina dedicado a los cupcakes.

La primera bakery del mundo es [\[\[Sprinfeel}}Cupcakes\]\]](#)

b) Marco Conceptual

Para el desarrollo de nuestro proyecto utilizaremos los siguientes términos:

Demanda: "El deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago". **Kotler, Cámara, Grande y Cruz**

E-marketing: son todas las acciones que se realizan online para un negocio con el objetivo de encontrar, atraer, ganar y retener clientes. <http://kont.pro/que-es-emarketing/2011/02/>

Comunicación: es el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales. <http://mundoadministrativo.net/la-comunicacion-concepto-e-importancia/>

Empresa: es una unidad económica de producción, transformación o prestación de

servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad.
Diccionario de marketing, de Cultural S.A. , Pág. 110

Economía: "el estudio del modo en que la sociedad gestiona sus recursos". **Principios de Economía, Tercera Edición, de Mankiw Gregory, Mc Graw Hill, Pág. 3.**

Emprendedorismo: se puede definir como el proceso en el que una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto, sea esta con fines de lucro o beneficencia social generando innovación y empleo.
<http://www.todomktblog.com/2014/01/emprededurismo.html>

Empleo: Se denomina empleo a la generación de [valor](#) a partir de la actividad generada por una persona. <http://definicion.mx/empleo/>

Creatividad: es la capacidad de crear, de innovar, de generar nuevas ideas o conceptos, o nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que normalmente llevan a conclusiones nuevas, resuelven problemas y producen soluciones originales y valiosas. <http://www.significados.com/creatividad/>

Repostería: El término repostería es el que se utiliza para denominar al tipo de [gastronomía](#) que se basa en la [preparación](#), cocción y decoración de platos y piezas dulces tales como tortas, pasteles, galletas, budines y muchos más.

<http://www.definicionabc.com/general/reposteria.php#ixzz3PKJAmcul>

Ciente: "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía"

Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 54.

Atención al cliente: Conjunto de acciones interrelacionadas puestas en práctica por una empresa para que sus clientes pasen de la satisfacción del primer momento a la fidelización continua.

DICCIONARIO DE MARKETING. Gabriel Olamendi. www.estoemarketing.com

Distribución: Las diferentes actividades relacionadas con el movimiento de los productos desde el fabricante al consumidor o usuario.

DICCIONARIO DE MARKETING. Gabriel Olamendi. www.estoemarketing.com

Personalización: se denomina personalización a la adecuación de los resultados de búsqueda al perfil de cada usuario.

<http://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/definicion/personalizacion/>

Contrato de trabajo: Por contrato de trabajo se entiende aquel pacto o acuerdo entre trabajador y empresario en virtud del cual el trabajador se compromete de manera voluntaria, a la realización o prestación de determinados servicios, por cuenta del empresario y dentro de su ámbito de organización y dirección, a cambio de una retribución.

<http://www.weblaboral.net/ct/ct0011.htm>

c) Marco Contextual

La presente investigación se realizara en la ciudad de Guayaquil, tratando de dar un servicio más allá de las expectativas del usuario llegando a la personalización de postres para el deleite de los consumidores, para llegar a ser uno de los mejor y resaltar dentro de este mercado todavía en crecimiento.

8) Hipótesis General:

“A través de un estudio de factibilidad se podrá determinar la puesta en marcha de un negocio que consiste en la venta online de cupcakes en la ciudad de Guayaquil, lo cual permitirá aportar a la economía del país así como también emprender un nuevo negocio para beneficio de los ciudadanos de la ciudad de Guayaquil”

- Variable Independiente: Pocos productores de cupcakes en el sector comercial (porque se dedican más a los postres tradicionales).
- Variable Dependiente: Mercado insatisfecho al no recibir un producto/servicio personalizado y de calidad.

9) Aspectos Metodológicos

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación que utilizaremos será no experimental para no afectar las variables tanto dependientes como independientes. Utilizaremos como consecuencia de aplicación transversal, el modelo de encuesta la cual utilizaremos con un grupo objetivo que nos permitirá conocer las necesidades, deseos y exigencias de los consumidores, así como también el desarrollo de focus group.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo descriptiva y explicativa ya que nos permitirá realizar un análisis claro de cada uno de los factores involucrados. Cabe recalcar que nuestra investigación por ser exploratoria debido a que es una investigación de campo nos ayuda a realizar un análisis más cercano del mercado y asimismo nos permite diagnosticar el posible éxito del negocio.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población para esta investigación son hombres y mujeres entre 18 y 50 años de edad de la ciudad de Guayaquil.

Se toma como muestra el sector de Sauces de la ciudad de Guayaquil.

10) PROPUESTA

Dentro del mercado competitivo que existe en la ciudad de Guayaquil existe un sector aun en crecimiento que es la venta on-line, para llevar a cabo la realización de este proyecto tenemos que tener en cuenta los factores tecnológicos que implica desarrollar ventas por medio de internet.

Nuestro producto a vender son cupcakes personalizados y para realizar este tipo de venta debemos tomar en cuenta la calidad y versatilidad de nuestro producto para que dentro de este mercado se pueda alcanzar una mejor captación de clientes y destacar entre los demás.

La finalidad de nuestro proyecto será empezar en la ciudad de Guayaquil y después tratar de cubrir otros mercados en las principales ciudades con pedidos especiales hasta poder abarcar todo el país. Dentro de todo el trabajo realizado podremos realizar la contratación de personal capacitado para cubrir la demanda de las personas que requieran de nuestro servicio y poder generar empleo.

11) Temario

PAGINAS PRELIMINARES

CARÁTULA

DERECHOS DE AUTORÍA

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

INDICE

RESUMEN

SUMMARY

INTRODUCCION

1. Problema de investigación
2. Objetivo
3. Justificación
4. Hipótesis y variables
5. Aspectos metodológicos
6. Novedad Científica

CAPITULO 1: MARCO TEÓRICO.

1. Exposición y análisis de conocimientos teóricos relacionados con el problema.
2. Enfoques teóricos.
3. Límites conceptuales y teóricos.
4. Posición teórica que asume el investigador.
5. Antecedentes referidos al problema

CAPITULO 2: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

Análisis cualitativo y cuantitativo de los resultados

Descripción y explicación.

CAPITULO 3: PROPUESTA

Tema

Título

Justificación

Objetivos

Fundamentación de la Propuesta

Actividades a desarrollar

Cronograma

Análisis financieros

Validación

CONCLUSIONES:

RECOMENDACIONES:

BIBLIOGRAFIA:

ANEXOS.

12) Bibliografía

<http://www.mozartpasteleria.com/eventos/el-origen-de-la-pasteleria.html>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Cupcake>

<http://mycupcaketime.wordpress.com/2013/04/24/historia-de-los-cupcakes/>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Libro "Dirección de Marketing" Philip Kotler. Año 2002

<https://pabloangelvega.files.wordpress.com/2014/06/diccionario-de-marketing.pdf>

Libro "Marketing en internet" Gustavo Echeverría

Libro: "Investigación de mercados estratégica" José María Ferré Trenzano. Gestión Edición 2000.

13) Presupuesto y Fuentes de Financiamiento

Fotocopias e impresiones	\$150
Internet	\$ 80
Transporte	\$100
Otros suministros	\$ 70
TOTAL	\$400

Estos valores serán financiados por cada una de las estudiantes que proponen el tema de tesis contenido en este documento.

14) Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
ACTIVIDADES	TIEMPO					
	MES	MES	MES	MES	MES	MES

	1	2	3	4	5	6
Introducción del tema de tesis						
Avance del marco teórico						
Investigación de campo						
Registro de resultados de la investigación						
Avances y correcciones						
Revisión y correcciones del proyecto de tesis						
Presentación y sustentación de proyecto de tesis						

ANEXO No. 2

FORMATO DE ENCUESTAS

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial

Saludos cordiales, estamos realizando una encuesta para el desarrollo de una tesis de grado acerca de un estudio de factibilidad para el desarrollo de una empresa comercializadora de cupcakes en la ciudad de Guayaquil. Agradecemos nos conceda dos minutos de su tiempo para realizar la siguiente encuesta:

Género: Femenino Masculino
Edad: 15-25 25-35 35-50

1.- ¿Consume usted algún producto de repostería?

SI NO

2.- ¿Con que frecuencia consume productos de repostería?

Siempre Casi siempre A veces Nunca

3.- ¿Con que frecuencia considera usted que la industria repostería elabora productos bajos en glucosa (azúcares)?

Siempre Casi siempre A veces Nunca

4.- ¿Cree usted que debe ampliarse la producción de alimentos saludables en la ciudad de Guayaquil?

SI NO

5.- ¿Con que continuidad ha escuchado hablar de lo que son cupcakes (pequeños cakes decorados) y los ha consumido?

Siempre Casi siempre A veces Nunca

6.- ¿Qué criterios toma en cuenta al momento de comprar un cupcake?

Precio Tamaño
 Sabor Presentación/
 Decoración

7.- ¿Cuáles son sus motivos para comprar un cupcake?

Fechas especiales Consumo personal
 Obsequio Eventos sociales

8.- Regularmente ¿Dónde compra este producto?

- Local comercial
- Persona independiente
- Centro Comercial
- Otros

9.- ¿Cree usted que las pastelerías existentes satisfacen las necesidades de los clientes, con productos nutritivos y saludables?

- SI NO

10.- ¿Estaría dispuesto a comprar cupcakes por internet?

- SI NO

11.- ¿Qué precio normalmente paga por un cupcake?

- \$2.50 – 3.50
- \$3.50 – 4.50
- Más de \$4.50

12.- Según su opinión ¿Considera relevante la creación de una empresa comercializadora de cupcakes bajos en glucosa?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo

13.- ¿A través de qué medios usted adquiere información para decidir comprar un cupcake?

- Televisión Internet
- Periódico/revistas Radio
- Referencia de personas de confianza

14.- ¿Le agradaría la idea de recibir su pedido de cupcakes a domicilio?

- SI NO

ANEXO No. 3

FORMATOS DE ENTREVISTAS

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial

Saludos cordiales, estamos realizando una entrevista para el desarrollo de una tesis de grado acerca de un estudio de factibilidad para el desarrollo de una empresa comercializadora de cupcakes en la ciudad de Guayaquil. Agradecemos nos conceda unos minutos de su tiempo para contestar lo siguiente:

- 1) ¿Considera usted que los productos alimenticios vendidos en la actualidad son saludables? ¿Por qué?
- 2) ¿De qué manera influye el consumo de cupcakes (pequeños cakes decorados) en la calidad de vida humana?
- 3) En cuanto a postres y demás dulces. ¿Considera que el consumo de estos es perjudicial?
- 4) Permítame escuchar su criterio en base a la siguiente frase: Los cupcakes que se venden en nuestra localidad son nutritivos y saludables.
- 5) Diferentes tipos de cupcakes son preparados actualmente, pero ¿Que se viene a su mente al escuchar “cupcakes bajos en glucosa”? ¿Qué piensa usted acerca de la comercialización de estos?
- 6) La repostería en sí, es un arte pero ¿Considera usted que es rentable este sector?

En base a su experiencia como empresario(a):

- 1) ¿Qué factores considera importantes al iniciar un negocio? ¿Qué factores considera como principales para la puesta en marcha de una empresa?
- 2) ¿Qué aspectos considera relevantes para la satisfacción de un cliente?
- 3) ¿Cómo usted lidiaría con la competencia sin que esta tenga ventaja sobre su empresa?
- 4) ¿Cómo ha logrado el posicionamiento de su empresa en el mercado?

ANEXO No. 4

**FOTOGRAFÍAS
DE ENCUESTAS
Y ENTREVISTAS**

Entrevista realizada al Sr. Carlos Zambrano, productor independiente de bocadillos, tortas y cupcakes.



Entrevista realizada al Ing. Jacinto Plaza Sevilla, microempresario en el sector repostero

