



UNIVERSIDAD ESTADAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO (A) COMERCIAL

EMPRENDIMIENTO

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE POSTRES EN LA CIUDAD DE MILAGRO.

Autores:

Srta. GENESIS LISBETH GUERRERO PAREDES

Sr. JEAN CARLO CARRASCO RUIZ

Tutor:

Phd. ECOM. ERIKA JADIRA ROMERO CARDENAS

Milagro, Octubre 2019

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, Carrasco Ruiz Jean Carlo en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de octubre de 2019



Carrasco Ruiz Jean Carlo
Autor 1
C.I: 0955628391

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Guerrero Paredes Genesis Lisbeth en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de octubre de 2019

Genesis Guerrero

Guerrero Paredes Genesis Lisbeth

Autor 2

C.I: 0926407271

APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO

Yo, Romero Cardenas Erika Jadira en mi calidad de tutor del Emprendimiento, elaborado por los estudiantes Carrasco Ruiz Jean Carlo y Guerrero Paredes Genesis Lisbeth, cuyo tema de trabajo de Titulación es PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE POSTRES EN LA CIUDAD DE MILAGRO, que aporta a la Línea de Investigación MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD previo a la obtención del Grado INGENIERO (A) COMERCIAL; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 28 de octubre de 2019



Romero Cardenas Erika Jadira
Tutor
C.I: 0916577067

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. Romero Cardenas Erika Jadira.

Mgtr. Campuzano Rodriguez Maria Auxiliadora.

Mgtr. Medina Hinojosa Deysi Janet.

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERO (A) COMERCIAL presentado por el estudiante Carrasco Ruiz Jean Carlo

Con el tema de trabajo de Titulación: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE POSTRES EN LA CIUDAD DE MILAGRO.



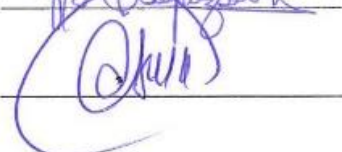
Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

Estructura	[70]
Defensa oral	[30]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 28 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Romero Cardenas Erika Jadira	
Secretario (a)	Campuzano Rodriguez Maria Auxiliadora	
Integrante	Medina Hinojosa Deysi Janet	

APROBACION DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Phd. Romero Cardenas Erika Jadira.

Mgtr. Campuzano Rodriguez Maria Auxiliadora.

Mgtr. Medina Hinojosa Deysi Janet.

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERO (A) COMERCIAL presentado por la estudiante Guerrero Paredes Genesis Lisbeth

Con el tema de trabajo de Titulación: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE POSTRES EN LA CIUDAD DE MILAGRO.


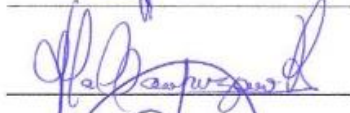
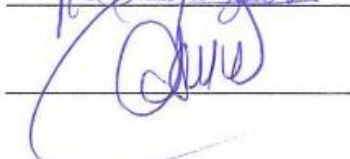
Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

Estructura	[70]
Defensa oral	[30]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADA

Fecha: 28 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Romero Cardenas Erika Jadira	
Secretario (a)	Campuzano Rodriguez Maria Auxiliadora	
Integrante	Medina Hinojosa Deysi Janet	

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado en primer lugar a Dios por darnos las fuerzas necesarias para seguir este proceso y lograr una de nuestras metas más anheladas, ya que sin su gracia y favor se nos haría imposible cumplirla.

Además, queremos dedicarlo especialmente a nuestros padres, ya que ellos han sido quienes nos han inculcado los valores esenciales para nuestra formación profesional y unipersonal, haciendo de nosotros personas de bien, así también por ayudarnos a construir una base fundamental para nuestro futuro.

A nuestra tutora, Economista Erika Romero por ser la persona que nos ha guiado durante todo este proceso compartiendo cada uno de sus conocimientos, por el apoyo moral e incondicional que nos ha brindado, haciendo que este proyecto sea realizado con éxito.

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer en primer lugar a Dios por darnos el privilegio de avanzar en este proceso importante en nuestras vidas, por darnos sabiduría, fortaleza y más aún porque nos ha permitido crecer profesionalmente.

A nuestros padres Manuel Guerrero y Patricia Paredes, Sandra Ruiz y Benigno Carrasco, por el apoyo brindado durante todo el desarrollo y formación de nuestra vida profesional, ya que sin ellos hubiese sido imposible poder cumplir nuestros sueños, agradecerles por los consejos y valores inculcados, por infundir en nosotros la perseverancia para alcanzar cada una de nuestras metas.

Agradecemos de manera especial a la Economista Erika Romero por la confianza depositada en nosotros y por los conocimientos impartidos a lo largo de este proceso, gracias por guiarnos con paciencia e infundir como ejemplo de persona y rectitud como docente.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR	II
DERECHOS DE AUTOR	III
APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	V
APROBACION DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	VI
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	X
ÍNDICE DE TABLAS	XI
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	4
2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	7
3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS	26
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	35
5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL	39
6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO	42
7. ESTUDIO FINANCIERO	55
CONCLUSIONES	62
RECOMENDACIONES	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
Bibliografía	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: FODA.....	5
Figura 2: Las cinco fuerzas de Porter.....	10
Figura 3: Tabulación 1	12
Figura 4: Tabulación 2	13
Figura 5: Tabulación 3	14
Figura 6: Tabulación 4	15
Figura 7: Tabulación 5	16
Figura 8: Tabulación 6	17
Figura 9: Tabulación 7	18
Figura 10: Tabulación 8	19
Figura 11: Tabulación 9	20
Figura 12: Tabulación 10	21
Figura 13: Canal de distribución directo	23
Figura 14: Canal de distribución indirecto	24
Figura 15: Logotipo de la empresa.....	24
Figura 16: Diagrama de flujo de procesos.....	26
Figura 17: Instalaciones modelo arquitectónico	28
Figura 18: Instalaciones parte externa	28
Figura 19: Instalaciones parte externa	29
Figura 20: Instalaciones de la bodega.....	29
Figura 21: Instalaciones de los baños	30
Figura 22: Instalaciones - recepción y caja	30
Figura 23: Instalaciones - oficina.....	31
Figura 24: Instalaciones parte interna	31
Figura 25: Micro-localización del negocio	33
Figura 26: Macro-localización del negocio	34
Figura 27: Estructura organizacional.....	35
Figura 28: Compra de insumos y materiales	37
Figura 29. ROE.....	59
Figura 30. ROA.....	60
Figura 31. ROS.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. FOFA DODA.....	6
Tabla 2. Productos y características de la oferta.....	8
Tabla 3. Clientes y características	9
Tabla 4. Tabulación 1	12
Tabla 5. Tabulación 2	13
Tabla 6. Tabulación 3	14
Tabla 7. Tabulación 4	15
Tabla 8. Tabulación 5	16
Tabla 9. Tabulación 6	17
Tabla 10. Tabulación 7	18
Tabla 11. Tabulación 8	19
Tabla 12. Tabulación 9	20
Tabla 13. Tabulación 10	21
Tabla 14. Marketing Mix.....	23
Tabla 15. Tabla de artículos y precios.....	25
Tabla 16. Especificaciones de insumos y características	27
Tabla 17. Maquinaria y Equipo	32
Tabla 18. Funciones y responsabilidades	36
Tabla 19. Instalación, equipos y maquinarias para personal administrativo	38
Tabla 20. Plan de control ambiental - Mitigación.....	41
Tabla 21. Plan de control ambiental - Compensación	41
Tabla 22. Inversión en activos fijos	42
Tabla 23. Aportación de los socios	43
Tabla 24. Tabla de amortización	44
Tabla 25. Depreciación - porcentajes.....	45
Tabla 26. Tabla de depreciación	45
Tabla 27. Proyección de ventas	46
Tabla 28. Proyección de ventas anuales.....	46
Tabla 29. Especificaciones del producto y precio.....	48
Tabla 30. Proyección de ventas mensual - unidades	49
Tabla 31. Materia prima	50
Tabla 32. Costos directos	51
Tabla 33. Costos directos anuales	51
Tabla 34. Proyección de costos directos mensuales - unidades	52
Tabla 35. Gastos administrativos	53
Tabla 36. Gastos generales	54
Tabla 37. Estado de situación inicial	55
Tabla 38. Balance general proyectado.....	56
Tabla 39. Estado de resultado proyectado	57
Tabla 40. Flujo de caja proyectado	58
Tabla 41. Flujo de caja financiado.....	58
Tabla 42. Inversión total.....	58
Tabla 43. VAN, TIR e Índice de rentabilidad	59
Tabla 44. Razones financieras.....	59
Tabla 45. Punto de equilibrio	60

Tabla 46. Dupont	60
Tabla 47. Análisis de sensibilidad	61

Plan de negocio para la creación de una microempresa de postres en la ciudad de milagro.

RESUMEN

El presente documento consiste en mostrar la creación de un plan de negocio para la microempresa CAKEDU, la cual elabora postres y bebidas de café en distintas variedades y presentaciones respectivamente en la ciudad de Milagro. Por lo que fue menester la utilización de un plan de negocio que contenga todos los detalles necesarios para que refleje un rentable funcionamiento de este emprendimiento, es así como este trabajo está conformado de 7 capítulos que representan su estructura y bases fundamentales para la obtención de un margen de éxito lo suficientemente aceptable como para ser implementado en el mundo real. Por lo tanto, comenzando desde el primer capítulo se da a conocer el negocio como tal, la misión y la visión, sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, insumos, etc.

Fue necesario una investigación de mercado, misma que se realizó en la ciudad de Milagro, se efectuó la recolección de datos e información tomando de una muestra de la población mediante una encuesta con el fin de saber si el producto tenía acogida e identificar su demanda, los gustos y preferencias hacia el tipo de producto que ellos elegirían en el momento de la oferta del producto.

Se creó canales de distribución tanto directo como indirecto, logo que llame la atención de los clientes, además se estableció la ubicación y utilización de factores productivos, es decir la ubicación del negocio, mismo que cuenta con un organigrama y las funciones de cada departamento, así como también determinar la cantidad de uso de insumos y herramientas necesarias.

La situación financiera fue analizada desde distintas perspectivas tales como: proyecciones de ventas, estado situación inicial, estados financieros proyectados, punto de equilibrio, análisis de sensibilidad, entre otros datos que dan la viabilidad del proyecto ya que el TIR es del 73% y cuyo VAN es de 38.940,21.

PALABRAS CLAVE: Creación, Rentabilidad, Microempresa.

Plan de negocio para la creación de una microempresa de postres en la ciudad de milagro.

ABSTRACT

This document is to show the creation of a business plan for the micro-enterprise CAKEDU, which produces desserts and coffee drinks in different varieties and presentations respectively in the city of Milagro. So it was necessary to use a business plan that contains all the necessary details to reflect a profitable operation of this undertaking, this is how this work is made up of 7 chapters that represent its structure and bases to achieve a sufficiently acceptable margin of success to be implemented in the real world. Therefore starting from the first chapter is made known the business as such, the mission and the vision, its strengths, opportunities, weaknesses and threats, supplies, etc.

It was necessary a market investigation, which was carried out in the city of Miracle, the collection of data and information was carried out taking a sample of the population through a survey in order to know if the product was hosted and identify its demand, tastes and preferences towards the type of product they would choose at the time of the product offer.

Direct and indirect distribution channels were created, logo that attracts the attention of customers, in addition the location and use of productive factors was established, i.e. the location of the business, which has an organizational chart and the functions of each determine the amount of use of supplies and tools needed.

The financial situation was analyzed from different perspectives such as: sales projections, initial situation status, projected financial statements, break-even point, sensitivity analysis, among other data that give the feasibility of the project already that the TIR is 73% and whose VAN is 38.940,21.

KEY WORDS: Creation, Profitability, Microenterprise.

INTRODUCCIÓN

Los postres, tortas o dulces siempre han sido la forma de representar alguna eventualidad de festejo o de alegría ya sea por un cumpleaños, graduaciones o algún tipo de logro positivo, pero también por simple satisfacción propia de la persona ya sea por deseo, mejorar el estado de ánimo o incluso por simple curiosidad de comprobar un sabor nuevo. Este tipo de alimento ha tenido un fuerte impacto en cuanto a su gastronomía y posicionamiento en el mercado por lo que en casi todo lugar es posible encontrar un establecimiento o local que los comercialicen, esto significa una fuente de ingresos compleja de mantener debido a la competencia y gustos de la población dependiendo del lugar y del estudio de mercado.

En la ciudad de Milagro existen muchos establecimientos que para cumplir los gustos y preferencias deseados por los clientes en cuanto este tipo de comida están a la orden del día, esto implica mayor estrategia por posicionarse en este mercado, sobre todo en sitios donde la población es más densa ya que esto genera más personas dispuestas a consumir una torta, sin embargo existen factores que resultan cruciales para concretar un negocio con éxito como el precio, la mano de obra, la diversificación, etc. Estos indicadores son los que harían la diferencia de un negocio de calidad.

Sin embargo, existen puntos geográficos en esta ciudad donde la población si bien no necesariamente lo exige, estarían dispuestos a consumir con satisfacción dulces o tortas incluso con ciertas especificaciones, es decir personalizadas como para personas que por alguna enfermedad o disposición medica no se le permita consumir ciertos químicos o dulces, o por el simple hecho de obtener algo diferente.

Entonces la idea de negocio es apuntar a aquellas plazas de trabajo apoyándose con ciertos medios de información o comunicación como redes sociales, encuestas, etc. Se trata de escarbar puntos específicos donde este tipo de alimento sea aceptado y dispuesto a ser consumido por la población, y en sectores aledaños hasta incluso el cantón Naranjito, dando a degustar postres con poco azúcar para que el cliente pueda saborearlos completamente, y así paladear cada uno de los sabores que se ofrecerá.

CAPÍTULO 1

1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

1.1. Descripción del negocio

Este negocio es un lugar acogedor con un ambiente agradable capaz de brindar una comodidad única e ideal para cada persona que nos visite, llevándose la mejor experiencia, donde se podrá degustar de un sin número de postres, tortas personalizadas con sabores especializados de frutas exóticas, bebidas calientes y frías, además de diversos chocolates, como bombones rellenos, una variedad de bocaditos, con el fin de atraer o llamar la atención de los clientes, desde el más pequeño hasta el más grande del hogar.

Por otro lado, se brinda servicio a domicilio por medio de diferentes vías de comunicación como lo es WhatsApp, Facebook, Messenger, Instagram, y mensajes de texto, ya que contamos con una página establecida en redes sociales, además de una home page, con el único fin que los clientes puedan realizar sus pedidos desde la comodidad de su hogar y al mismo tiempo degustar de nuestros productos, además en la matriz se ofrece medios de pago cómodos para los clientes como pagos con tarjeta de débito, en efectivo y por depósitos bancarios.

Este negocio cuenta con dos socios, al igual que con sus distintos departamentos como el de producción, comercialización y ventas, adicionalmente contamos con cuatro colaboradores los cuales dos son los encargados de las entregas a domicilio, uno se encarga de la máquina registradora y el otro de atender las necesidades de los clientes desde su mesa, este negocio se encuentra ubicado en la ciudad de Milagro, vía Naranjito.

1.2. Misión

Somos una empresa enfocada en brindar un servicio especializado y personalizado de postres innovadores con diversos sabores entre ellos el de frutas exóticas, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente tanto en la personalización como en los gustos de nuestros clientes.

1.3. Visión

CakeDu tiene como finalidad ser una empresa líder en el mercado ecuatoriano, con una cartera de productos innovadores y completos para la satisfacción de toda la familia con el carácter de la personalización de los postres de acuerdo con los gustos de cada cliente.

1.4. Objetivo General

Diseñar un plan de negocio para la creación de una microempresa direccionada a la repostería a través de la creación de postres innovadores tanto en su textura como en sabores para lograr la satisfacción del cliente.

1.5. Objetivos Específicos

- Diagnosticar las situaciones internas y externas del negocio
- Realizar un análisis el mercado relacionado con la repostería
- Establecer estrategias de mercadeo para fomentar las ventas
- Diseñar un catálogo de productos

1.6. FODA



Figura 1: FODA

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

A continuación, se presenta el FOFA DODA de la empresa “CakeDu” con sus respectivas estrategias:

		INTERNO		
		FORTALEZAS	DEBILIDADES	
EXTERNO	OPORTUNIDAD	<p>"CakeDu"</p> <ul style="list-style-type: none"> *Posesión de herramientas y materiales. *Mano de obra eficiente. *Variedad de producto. 	<ul style="list-style-type: none"> *Poco capital de trabajo. *Tiempo de vida útil de los postres. 	
	AMENAZA	<p>ESTRATEGIA FO</p> <p>Aprovechar de forma eficiente las oportunidades para el negocio mediante el uso de las herramientas y mano de obra de la empresa.</p>	<p>ESTRATEGIA DO</p> <p>Establecer el capital de trabajo óptimo requerido para la elaboración de postres en un tiempo determinado.</p>	
		<ul style="list-style-type: none"> *Crecimiento del negocio. *Variedad de proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> *La fuerte competencia en el mercado. *Posible riesgo durante el transporte de postres. *Aumento de precios de los insumos. 	<p>ESTRATEGIA FA</p> <p>Hacer un óptimo uso de los recursos de forma innovadora y eficiente a la vez para producir postres.</p>

Tabla 1. FOFA DODA

Elaborado por: Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Fuente: (Talancon, Septiembre, 2006.)

CAPÍTULO 2

2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

2.1. Análisis del mercado

La empresa “CakeDu” pertenece al sector secundario debido a que se debe adquirir la materia prima para posteriormente transformarla, así generar un producto de consumo inmediato listo para ser entregado a los consumidores en el tiempo establecido o acordado por los mismos.

CakeDu ofrece diversos tipos de postres para todo tipo de paladares y gustos que exija el cliente, los cuales mencionaremos a continuación con sus respectivas características:

Productos	Características de la Oferta
Torta de chocolate	Es una torta de textura esponjosa, adornada con crema y trozos de chocolate.
Torta húmeda de chocolate	Es un postre frío humedecido con leche condensada y chocolate, adornado con crema chantillí.
Volteado de piña	Es una torta de textura más sólida con sabor a piña y caramelo, adornado con rodajas de piña.
Dulces de 3 leches	Es una torta húmeda con sabor a 3 leches (leche entera, leche condensada, leche evaporada) glaseada con crema chantillí y de aderezo coco rallado.
Cake de Fresa	Es una torta con sabor a fresas con un relleno de crema de fresas en su interior y un glaseado con decoración de fresas.
Cake de Kiwi	Es una torta con sabor a kiwi, relleno de mermelada y con un glaseado con trozos de kiwi.
Cake de Frambuesas	Torta con sabor a frambuesas con relleno de crema de frambuesas con trozos de estas en su interior.
Cake de Borojó	Torta con sabor a borojó relleno de mermelada y con glaseado en su exterior.
Postres de crema de moca	Es un postre frío con sabor a mocca (chocolate y café), además de galleta triturada y aderezos de chocolate.
Crema de Maracuyá	Base de galletas con crema sabor a maracuyá y en su parte superior mermelada de maracuyá.

Crema Carlota de Limón	Crema realizada a base de leche condensada, leche evaporada y un toque de limón, además de un decorado con galletas maría y frutos secos.
Bombones rellenos	Es una combinación de chocolate tradicional relleno con brownie y frutos rojos, crema carlota de limón, crema de café con diferentes presentaciones.
Café con Leche	Es una mezcla del café tradicional con leche.
Capuchino	Es una mezcla de café expreso acompañado de leche y crema de leche, esta es una bebida caliente.
Café Americano	Es una manera de servir café tradicional con la diferencia de que este posee menos cafeína ya que se utiliza vapor en lugar de agua.
Café Mokaccino	Este café es parecido al capuchino a diferencia de que este posee café expreso, leche vaporizada y chocolate.
Café Lato	Es una bebida fría hecha con café y leche baja en grasas.

*Tabla 2. Productos y características de la oferta
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco*

Entre todos sus productos que se encuentran dentro de la cartera, los de mayor preferencia por los clientes son las “Tortas Personalizadas” y “Dulces de Tres Leches”.

En cuanto a clientes o consumidores se ha encontrado así mismo en diversos tipos, que se caracterizan por sus expectativas y exigencias a la hora de adquirir algún postre, ya sea por su estado de ánimo, por el precio o incluso por ser críticos, los consumidores pueden ser:

- El impulsivo
- El optimista
- El hogareño conservador
- El Racional

Estos clientes hacen que “CakeDu” deba satisfacer y cumplir con sus expectativas, por lo que el potencial de mercado se mantiene actualmente en la ciudad de Milagro, pero se planea más zonas con fuerte potencial como los sitios aledaños del mismo cantón, parroquia, incluso el cantón Naranjito.

A continuación, se presenta un cuadro que especifica cada tipo de consumidor y sus características que los identifican y caracterizan por su demanda:

Clientes	Características
Impulsivos	Este tipo de cliente se deja llevar por la textura y sabor de cada postre, por lo que son más propensos a comprar al menos un producto.
Escépticos	Este tipo de cliente siempre se cuestiona sobre la calidad del producto, en este caso es más complicado lograr realizar la venta de postres porque se caracterizan por ser clientes indecisos.
Críticos	Este tipo de clientes casi siempre tienen gustos muy exigentes, prefieren siempre lo mejor y sentirse a gustos por lo que consumen a precio justo.
Optimista	Este tipo de cliente tiene más confianza de sí mismo por elegir el postre que más guste sin cuestionarse demasiado, sintiéndose más seguro por su consumo y precio justo, de preferencia solo consumen postres de precios más accesibles.

Tabla 3. Clientes y características
 Elaborado por: Genesis Guerrero y Jean Carrasco
 Fuente: (Muñiz, 2017)

De esta manera “CakeDu” posee fuertes que contribuyen a tener mejor rendimiento en su producción de postres, ya que tiene identificadas las exigencias de los clientes, por lo que sus ventajas competitivas son las siguientes:

- La personalización de distintos postres conforme a gustos y preferencias del cliente.
- Servicio de entrega a domicilio del producto.
- El excelente proceso de decoración y preparado de los postres más innovador que postres tradicionales. (Toque secreto de sabores)
- Diversificación de sabores ideales para diferentes gustos.

Estructura competitiva



Figura 2: Las cinco fuerzas de Porter
Elaborado por: Genesis Guerrero, Jean Carrasco.
Fuente: (Porter, 2008)

2.2. Mercado de la demanda

Los productos presentados en la empresa están dirigidos a personas desde 3 años en adelante, principalmente se balanza hacia el mercado del Recinto Banco de Arena,

el cual está ubicado vía naranjito, kilómetro 4, además de Naranjito y los sectores aledaños como Roberto Astudillo.

2.3. Investigación de Mercado

Determinar el nivel de aceptación de la empresa y productos que se ofertara, este negocio está enfocado en brindar un ambiente acogedor y cómodo al cliente para que este se sienta satisfecho, además se orienta a fomentar una cultura nueva en el sector, ya que el mismo no posee mayores negocios comerciales, por lo cual esto lo hace único, los productos que se ofrecen están destinados a clientes de clase baja, media y alta.

Un problema medianamente notorio es la situación geográfica en la cual está situado el negocio, debido a la poca densidad de población, aunque el motivo puntual por el cual fue creada esta empresa es brindar la accesibilidad a los clientes de escoger una torta a su gusto, personalizándola como mejor le agrade al mismo, ya que este podrá escoger el tipo de aderezo que desea agregar la torta o el postre que va a degustar.

A continuación, se tomará una muestra de la población en el sector donde la empresa funcionará, tomando un total de 100 personas a encuestar de forma aleatoria y obtener información real acerca del negocio.

TABULACIÓN DE DATOS DE LA ENCUESTA

El motivo de esta encuesta es obtener información relevante para el desarrollo de nuestra empresa comercial, la misma que dio como resultado una base de datos muy importante para el desarrollo del negocio y de la producción, ya que por este medio podemos conocer los gustos y preferencias de los posibles clientes y además podremos crear estrategias fundamentales para seguir innovando y satisfaciendo las necesidades del consumidor, por lo cual se ha decidido encuestar a 100 personas del sector de Banco de Arena ya que este será el territorio donde se desea implantar la empresa, a continuación daremos a conocer los resultados de la encuesta:

Al momento de comprar postres, ¿qué es lo que más toma en cuenta?	
Precio	28
Calidad	27
Sabor	43
Diseño	2
	100

Tabla 4. Tabulación 1

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

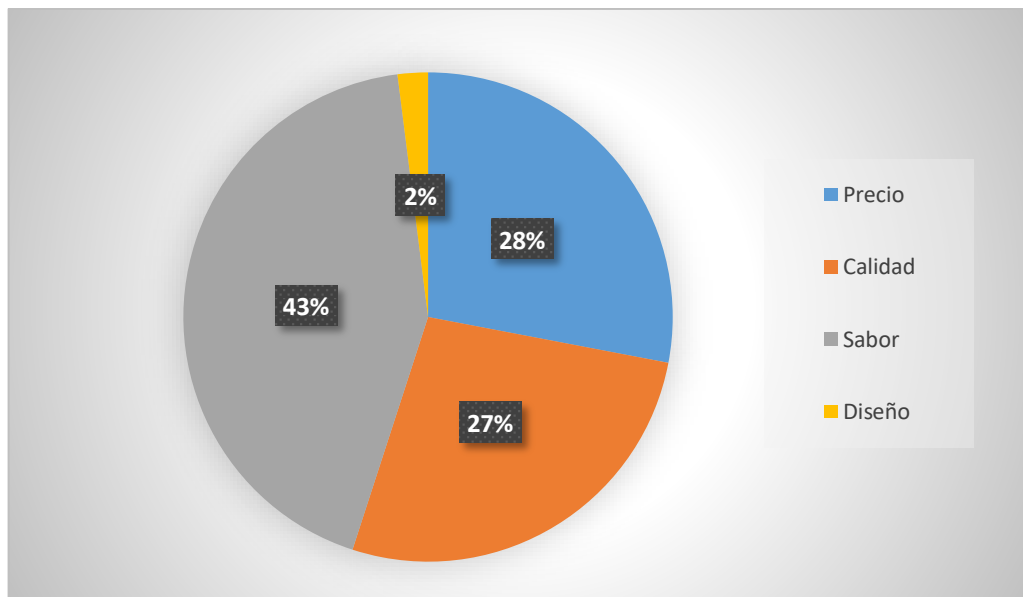


Figura 3: Tabulación 1

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Interpretación

Mediante la encuesta realizada al momento de preguntar a los moradores del Recinto de Banco de Arena sobre qué es lo que ellos ponen en mayor balanza al momento de comprar y escoger un postre, las respuestas de mayor porcentaje fue el sabor ya que tuvimos un 43% de la población que escogió esta opción, mientras que en segundo lugar tuvimos el precio colocándose con un 28%, en tercer lugar tenemos la calidad con un 27% como podemos observar esta se encuentra casi a la par con la anteriormente mencionada, y por ultimo tenemos el diseño con 2% de la población que consideraron que esta no es muy tomada en cuenta.

¿Cuál de estos tipos de postres es de su mayor preferencia?

Dulce de 3 leches	44
Torta húmeda de chocolate	37
Torta de vainilla	5
Crema de mocca (Chocolate y café)	8
Volteado de piña	6
	100

Tabla 5. Tabulación 2

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

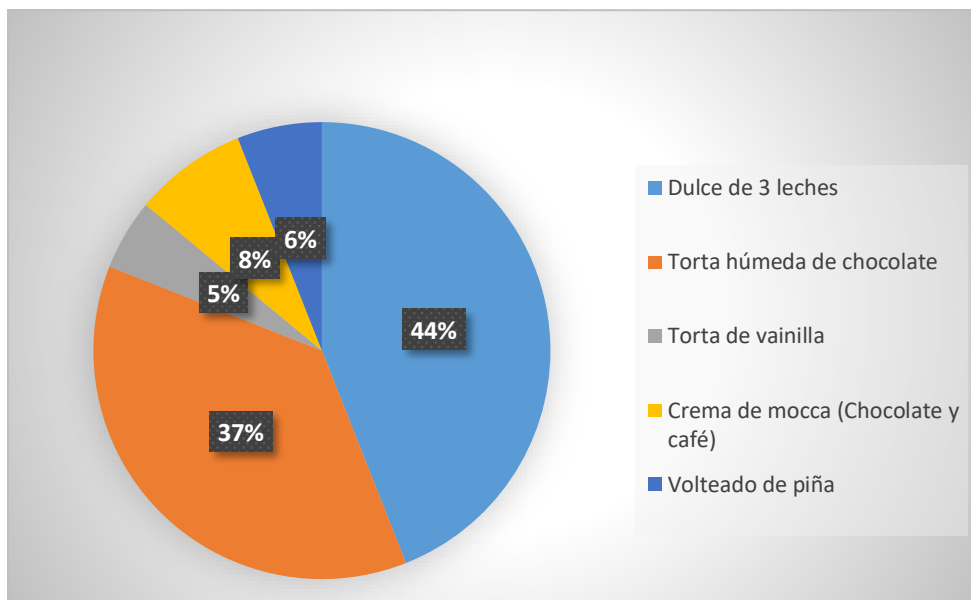


Figura 4: Tabulación 2

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Interpretación

En la segunda pregunta que se realizó se dio a conocer varios productos que ofrecemos y le dimos a escoger a las personas el postre de su preferencia, el cual se obtuvo un 44% de la población que eligió el dulce de 3 leches siendo un porcentaje bastante elevado, el segundo postre más escogido fue la torta húmeda de chocolate con un 37% la misma que también es un porcentaje bastante elevado, seguido de la crema de mocca con un 8% este postre se ha dado a conocer recientemente y al igual que los demás también ha tenido acogida, en cuarto lugar tenemos el volteado de piña con un 6% y por último la torta de vainilla con un 5% siendo de menor preferencia para las personas del sector.

¿Cuánto pagaría usted por una porción de los postres anteriormente mencionados?	
De \$1.00 a \$1.50	53
De \$1.50 a \$2.00	36
De \$2.00 a \$2.50	7
De \$2.50 a \$3.00	4
	100

Tabla 6. Tabulación 3
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

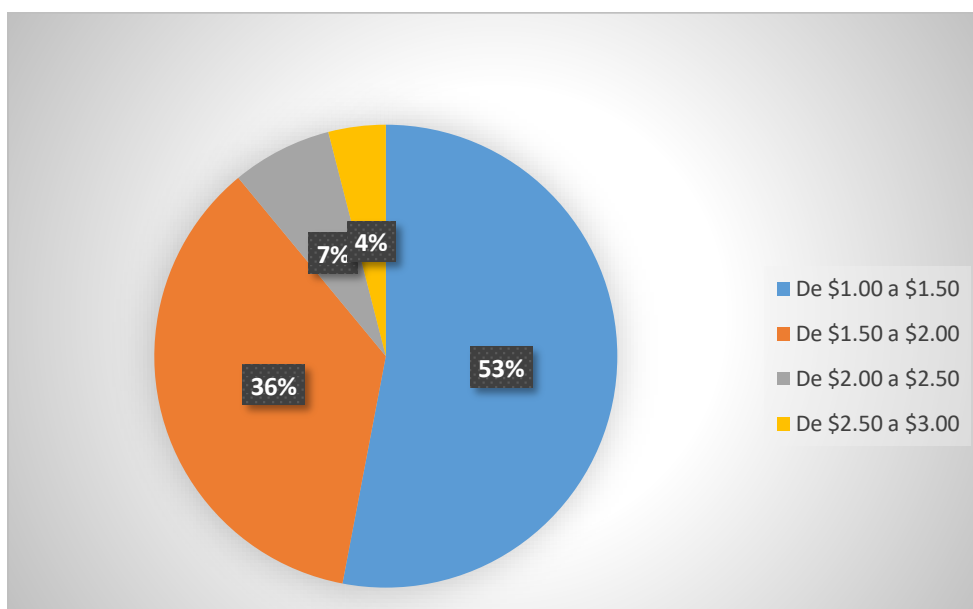


Figura 5: Tabulación 3
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Interpretación

Según los costos que ya hemos estudiado de cada postre que ofrecemos se ha planteado una serie de posibles precios el cual sin duda alguna la opción que más fue escogida es la de \$1,00 a \$1,50 con un 53% hay que recalcar que aun siendo el menor de los precios no se presenta perdidas al momento de comparar con los gastos, en segundo lugar tenemos de \$1,50 a \$2,00 con un 36%, en tercer lugar de \$2,00 a \$2,50 con un porcentaje del 7% y por último la opción de \$2,50 a \$3,00 con un 4% siendo la menos escogida.

¿Con que frecuencia usted consume postres?	
Una vez a la semana	31
Dos veces a la semana	15
Una vez al mes	35
Dos veces al mes	15
Otros	4

Tabla 7. Tabulación 4

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

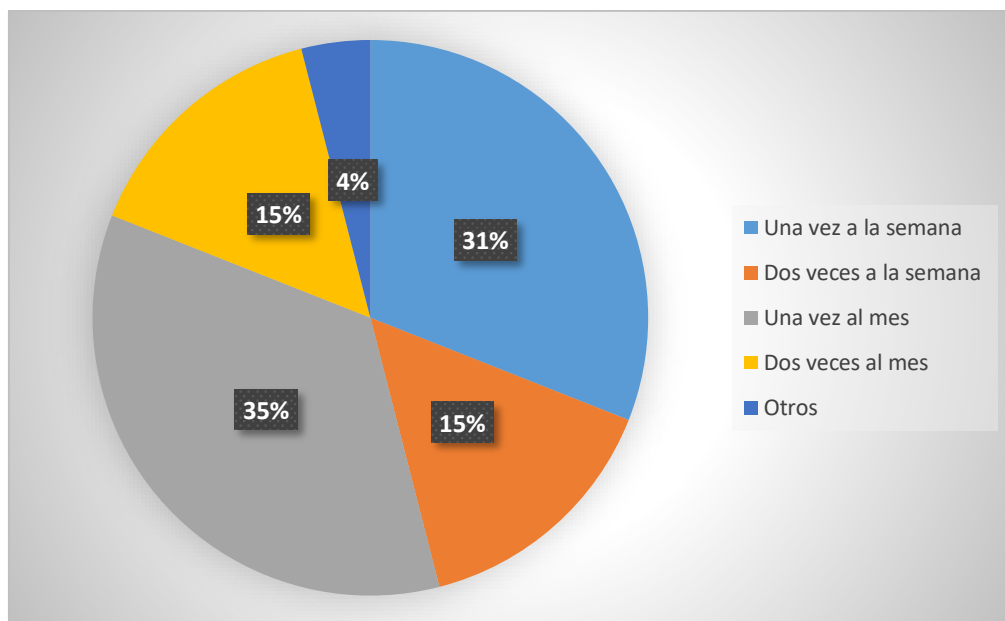


Figura 6: Tabulación 4

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Interpretación

Con esta pregunta buscamos recopilar información de cuanta probabilidad hay que las personas de este sector visiten nuestro establecimiento ya que se preguntó con qué frecuencia ellos consumen postres y la respuesta de mayor impacto fue la de una vez al mes con un 35%, seguida de la opción de una vez a la semana con un porcentaje cercano al primero de 31%, mientras que hay un mismo porcentaje del 15% para las dos opciones de dos veces al mes y dos veces a la semana, el 4% restante notificaron otras respuestas.

¿Considera usted importante el servicio de entrega de postres a domicilio?	
Muy importante	63
Medianamente importante	19
Poco importante	13
Nada importante	5
	100

Tabla 8. Tabulación 5

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

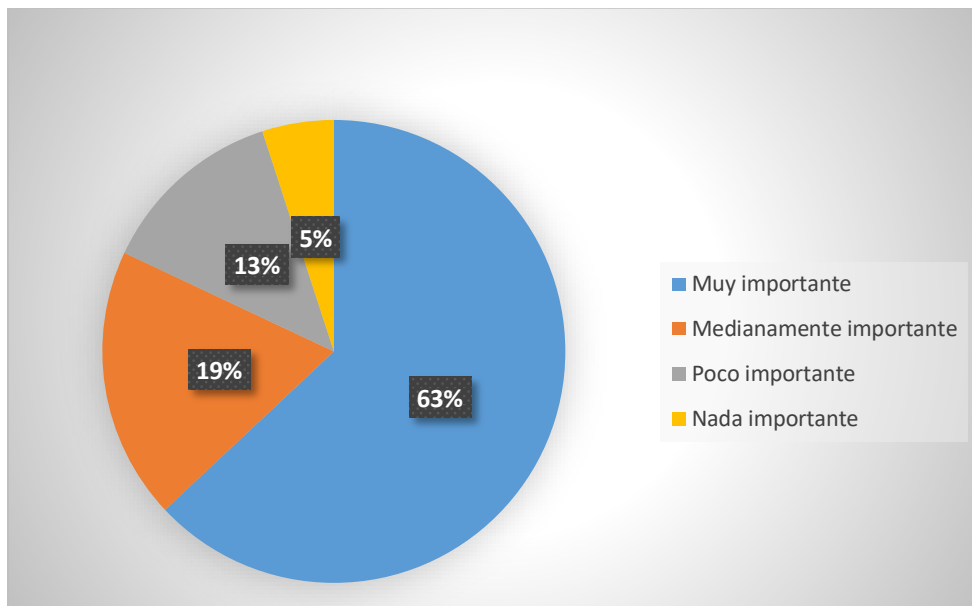


Figura 7: Tabulación 5

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Interpretación

Al momento de realizar esta pregunta pudimos interactuar con las personas ya que si vemos las estadísticas la mayoría dijo que es muy importante el servicio a domicilio teniendo un 63% de la población que la escogió, las mismas que nos hicieron saber el porqué de su decisión, la gran parte nos dijeron que es más cómodo hacer su pedido desde su casa y aun si se le dificulta por la lejanía también le facilitara la entrega a domicilio, luego de esta opción tenemos en segundo lugar la respuesta de medianamente importante con un 19%, en tercer lugar el poco importante y en último lugar el nada importante, por lo cual es un hecho el desarrollo de las entregas a domicilio.

¿Cuál de estos tipos de café es de su mayor preferencia?	
Café Expreso	12
Café Americano	7
Café Capuchino	51
Café Mokaccino	9
Café con leche	21
	100

Tabla 9. Tabulación 6
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

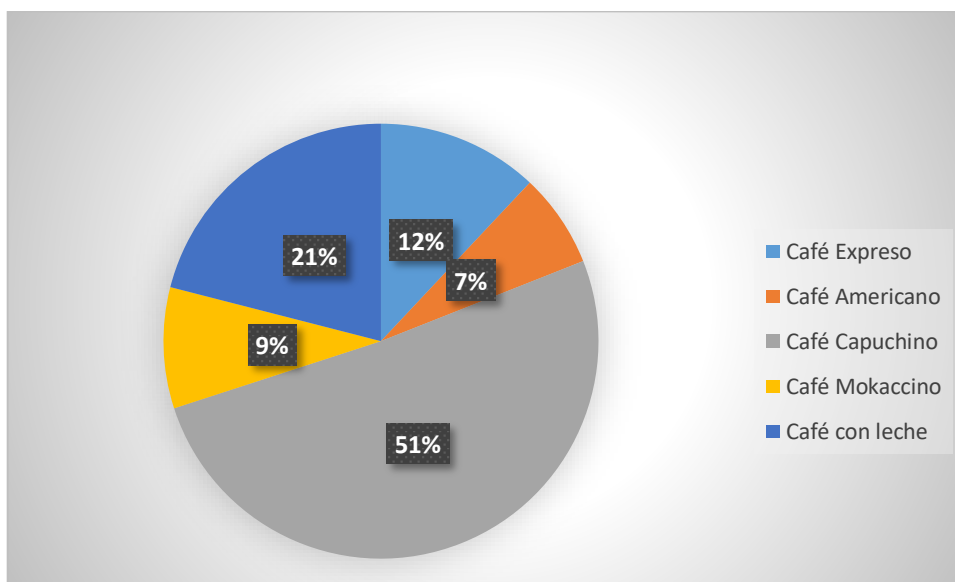


Figura 8: Tabulación 6
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Interpretación

En el presente gráfico se puede denotar una gran diferencia sobre gustos y preferencias en cuanto a tipos de café, sobre las 100 personas encuestadas la mitad escogió el café capuchino, específicamente fueron el 51% por el simple hecho que es más sabroso según sus respuestas, por lejos tenemos el café con leche con un 21% de votos a favor ya que a pesar de ser un producto fácil de preparar las personas gustan adquirir uno en establecimientos de postres, luego tenemos el café expreso con un 12%, el café mokaccino con un 9% y por último el café americano con un 7%, los 3 últimos mencionados tienen un bajo índice de preferencia ya que las personas no lo prefieren o ya lo consumen en sus hogares, esto nos ayudaría mucho al momento de tomar en cuenta la demanda.

¿Cuánto pagaría usted, por un café de los anteriormente mencionados?	
De \$1.00 a \$1.50	55
De \$1.50 a \$2.00	35
De \$2.00 a \$2.50	9
De \$2.50 a \$3.00	1
	100

Tabla 10. Tabulación 7

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

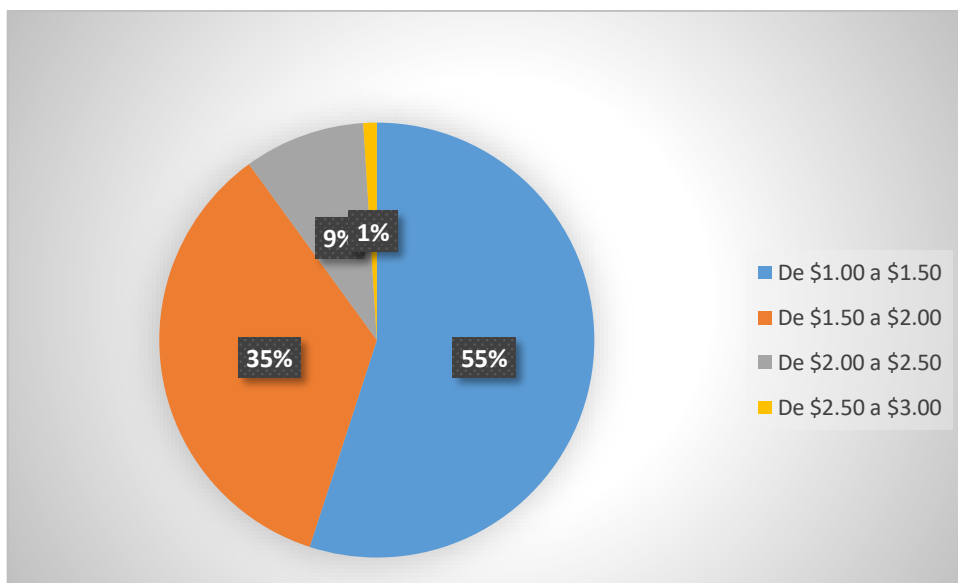


Figura 9: Tabulación 7

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Interpretación

Se puede observar que gran parte de las 100 personas encuestadas, de hecho un poco más de la mitad, el 55% estarían dispuestos a pagar entre \$1,00 a \$1,50 por el simple hecho de que así lo consideran o al menos no pagarían más de \$1,50, pero por otro lado existen personas que desconocen de precios de este tipo de producto por que escogieron lo más económico, luego tenemos un 35% de personas que pagarían entre \$1,50 a \$2,00, esto se debió a que tienen más experiencia sobre el consumo de estas bebidas y así consideran su precio justo, por ultimo tenemos el 9% y 1% entre precio de \$2,00 a \$2,50 y entre \$2,50 a \$3,00 respectivamente, siendo de estos precios los menos accesibles para las personas encuestadas.

¿Estaría usted de acuerdo con adicionar la venta de bebidas frías, si su respuesta es sí, cuál de las siguientes preferiría?	
Jugo de naranja	48
Café lato	29
Leche de soya	13
Limonada	10
	100

Tabla 11. Tabulación 8

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

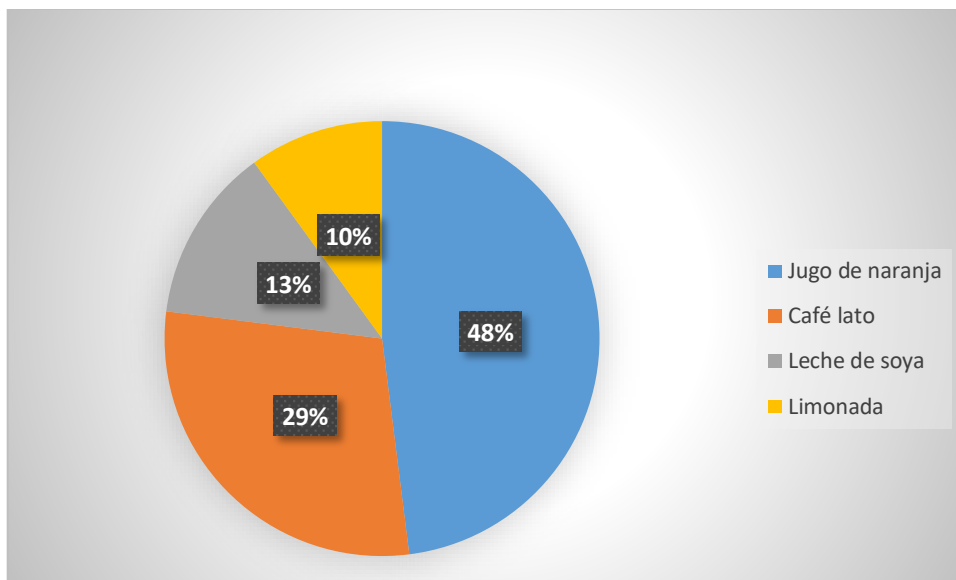


Figura 10: Tabulación 8

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Interpretación

Los datos estadísticos que arroja la presente pregunta realizada a la muestra de 100 personas determino que el 48% prefirieron el jugo de naranja por su sabor y vitaminas que puede brindar, esto significaría un punto a favor para "CakeDu" ya que satisfacer esta demanda no sería tan costoso, luego tenemos el café lato con un 29% de votos ya que las personas lo encuentran más sabroso y dulce, o por ser un café de tipo helado, luego tenemos la leche de soya con un 13% aunque no sea muy alto los votos se podría decir que tiene acogida por ser un producto rico y nutritivo a la vez, por ultimo tenemos la limonada con un 10% de preferencia, esto debido a que la limonada es accesible obtenerla incluso desde los hogares.

¿De qué sabor usted suele comprar sus postres?	
Chocolate	58
Fresa	9
Vainilla	28
Naranja	5
	100

Tabla 12. Tabulación 9

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

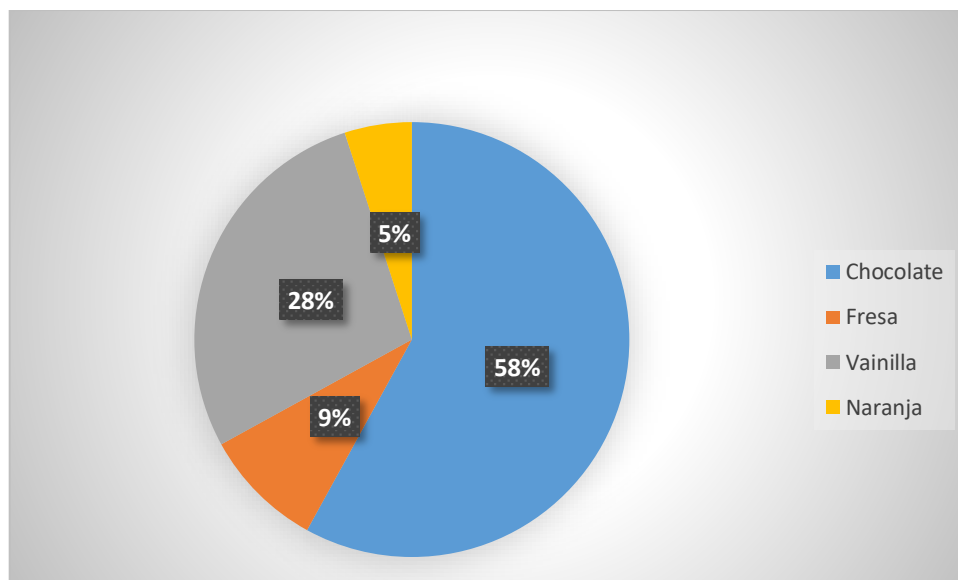


Figura 11: Tabulación 9

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Interpretación

En el presente gráfico estadístico se puede apreciar que de todos los postres entre sus sabores que más escogieron las personas encuestadas fue el sabor de chocolate con el 58% de los votos, esto debido a que el chocolate resulta ser de los más atractivos sabores y mayor demandados sea cual sea el tipo de postre, luego tenemos el sabor de vainilla con un 28% de preferencia ya que la vainilla casualmente es consumido por muchas personas, su sabor es muy rico y muy demandado por las personas, luego tenemos el sabor a fresa con el 9% de preferencia, este caso podría ser raro por su bajo índice de preferencia, sin embargo su demanda existe, luego tenemos e sabor a naranja con un 5% ya que muchas personas no gustan de este sabor o simplemente lo conocen poco.

¿Considera usted que se debería reducir el consumo de azúcar normal y sustituirlo con edulcorante naturales?	
Muy de acuerdo	61
De acuerdo	22
Poco de acuerdo	7
En desacuerdo	10
	100

Tabla 13. Tabulación 10
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

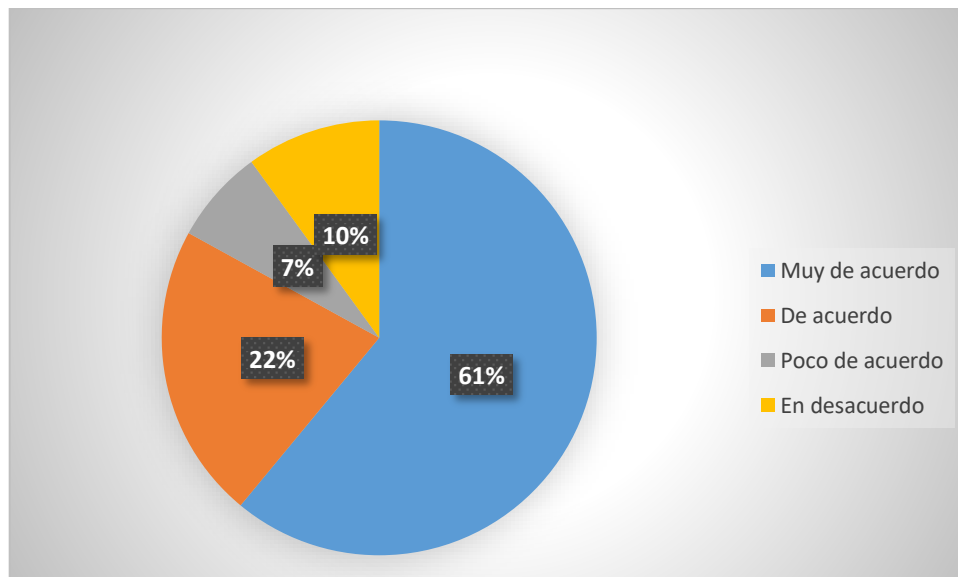


Figura 12: Tabulación 10
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Interpretación

En el presente gráfico estadístico muestra su índice de aceptación sobre reducir el uso de azúcar normal, es decir la que contiene químicos por un tipo de endulzante que sea del tipo natural con el fin de ser más saludable, por lo que se determinó que las personas votaron el 61% muy de acuerdo, esto significaría una gran acogida para poder implementar algún tipo de saborizante natural y satisfacer a los clientes, por otra parte tenemos un 22% de acuerdo, debido a que por el simple hecho de que se reduzca el azúcar en un postre lo convierte en algo mejor, luego tenemos un 10% y 7% con poco de acuerdo y desacuerdo, esto debido que las personas jóvenes prefieren los postres mucho más dulces con azúcar normal según fueron sus respuestas.

Los resultados obtenidos fueron satisfactorios, pues las respuestas tomadas por la muestra nos dan muchas opciones para los gustos, preferencias, variedad de los postres y bebidas de mejor impacto.

2.4. Plan de Marketing

La empresa CakeDu presenta diversas estrategias de marketing con la única finalidad de lograr que el cliente se sienta totalmente satisfecho con nuestros productos y servicios, además de fomentar un desenvolvimiento estratégico en el mercado, de esta manera se presentara a continuación el siguiente plan de marketing mix.

PRECIO	PLAZA
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Precios accesibles. ✚ Precios para todo tipo de condición o clase social. ✚ Se determina un 50% a 60% de utilidad dependiendo del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Canales de distribución virtual inicial son las redes sociales. ✚ Canal de distribución mediante entregas a domicilio. ✚ Se considera la ubicación de la matriz principal en el Recinto Banco de Arena en la ciudad de Milagro.
PRODUCTO	PROMOCIÓN

<ul style="list-style-type: none"> ✚ Variedad de postres y Café dependiendo de gustos y preferencias. ✚ Alto índice de calidad y sabor en todos los productos. ✚ Personalización de postres y libre opción de aderezos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Descuentos en un día determinado de la semana. ✚ Descuentos especiales para cumpleaños. ✚ Descuentos por cliente frecuente o compras al por mayor.
PUBLICIDAD	PRESENTACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Realización de publicidades por medio de las redes sociales actuales. ✚ Entrega de volantes previo a la inauguración del negocio. ✚ Asistencia a ferias o eventos para darse a conocer. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Diversas presentaciones a libre opción por porciones o producto completo. ✚ Presentaciones por medio de formas. ✚ Empaque o envase adecuado dependiendo del postre o bebida.

Tabla 14. Marketing Mix
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

En lo que respecta a canales de distribución la empresa “CakeDu” está comenzando con sus operaciones, por lo tanto se opta un canal de distribución directo, en un futuro se podrían tomar otras formas más sofisticadas, de momento el siguiente flujograma refleja el canal de distribución que se cuenta.

Canal de Distribución Directo



Figura 13: Canal de distribución directo
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Por lo que un flujograma de canales de distribución y comunicación para la empresa “CakeDu” muestra de forma más detallada y específica el proceso. A continuación el siguiente gráfico:

Canal de Distribución Indirecto

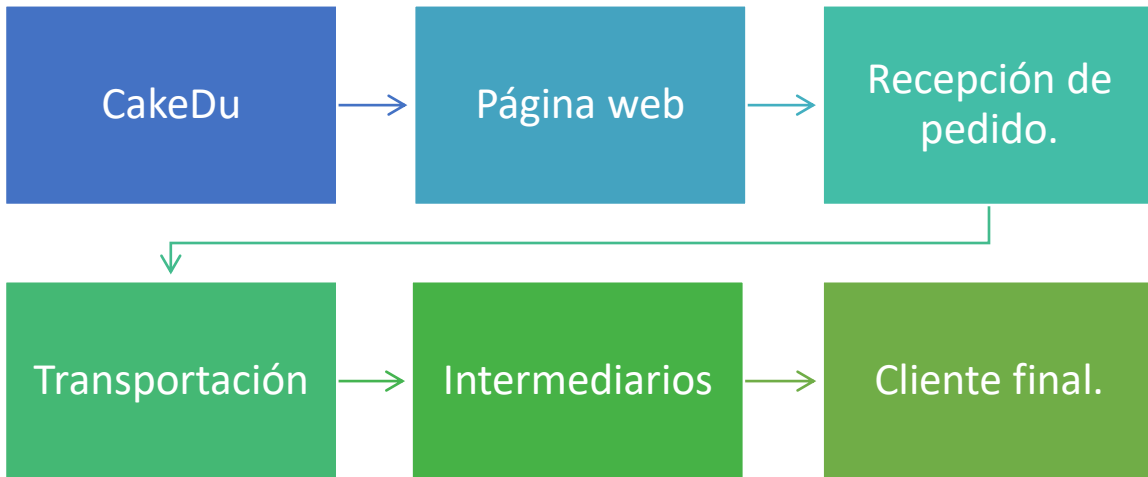


Figura 14: Canal de distribución indirecto
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

“CakeDu” es una empresa que para iniciar sus operaciones debe tener un fuerte impacto positivo hacia el consumidor, específicamente uno de los factores más importantes es el logo, por lo tanto, este cumple con las condiciones o función de la empresa, sus colores y texturas cuidadosamente escogidos para ser llamativos y denotar que está dedicada a la realización y venta de postres.



Figura 15: Logotipo de la empresa
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

El siguiente factor, así mismo igual de importante, es el slogan por lo que este fue diseñado para atrapar la atención de posibles prospectos, se caracteriza por brindar comodidad haciendo del lugar un sitio acogedor que haga sentir al cliente como en su casa y marcar la diferencia y posicionarse en el mercado.

“No tiene que ser tan dulce, para disfrutar el momento”

En el siguiente cuadro se detalla los costos que implicaron para la realización de distintos elementos importantes que contribuyen a un mejor rendimiento de la empresa.

Artículo	Precio
Logo	\$15.00
Tarjeta - Publicidad	\$30.00
Página web	\$200.00
Página de Facebook	\$10.00
Video publicitario	\$20.00
Maqueta	\$60.00

*Tabla 15. Tabla de artículos y precios
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco*

CAPÍTULO 3

3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS

3.1. Diagrama del flujo del proceso del bien o servicio

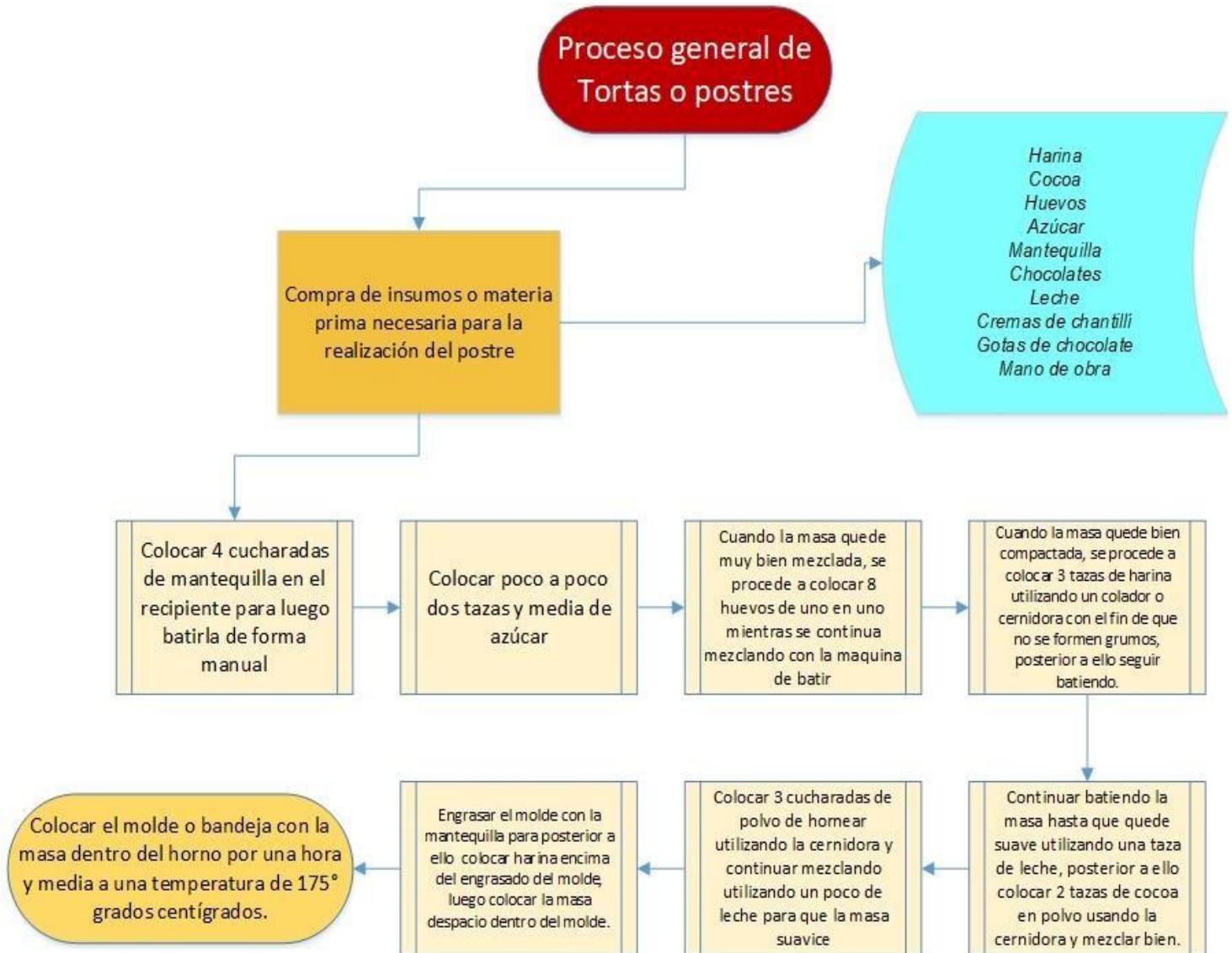


Figura 16: Diagrama de flujo de procesos
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

3.2. Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse

INSUMOS	CARACTERISTICAS	VALOR
20Kg de Harina	Harina Ya color blanca	\$ 50.00
6 libras de cocoa	Chocolate Cocoa de color café semi amargo	\$ 12.60
7 cubetas de huevo	Huevos encubados color piel, grandes.	\$ 21.00
3l de crema de leche	Marca Nutri color blanco crema espesa	\$ 7.50
4 tabletas de chocolate	Marca Nestle chocolate para postres	\$ 4.80
2 tarros de piña	Piña en rodajas en almíbar	\$ 6.00
35l de leche	Leche color blanco marca rey leche	\$ 26.25
4 tres leches	Cartones marca Nestle color blanco	\$ 16,8
10kg de azúcar	Equivales a 5 fundas de 2kg cada una marca Valdez de color blanco.	\$ 11,5
7 tarros de café	Café marca Nestle granulado	\$ 31,5
1 funda de 4litros de leche condensada	Marca Alpina una funda grande	\$ 8,00
Limón	3 dólares de limón sutil	\$ 3,00
16 fundas de crema chantillí	Marca Moderna color blanca	\$ 20,80
5 fundas de coco rayado	Coco rayado color blanco	\$ 7,50
3kg fundas Azúcar impalpable	Marca Fleischmann extrafina color blanco para repostería	\$ 10,80
5 tarros de manjar	Tarro de 500gr marca Kiosko	\$ 12.50
7 l de mantequilla	Marca Girasol de 1libra cada una	\$ 15.40
12 paq. Galletas cocoa	Marca Universal color café	\$ 7.20
8 funditas de gotas de chocolate	Chocolates en forma de gotas	\$ 16.00
3 fundas de polvo de hornear	Marca Levopan de 5kr	\$ 6.00
TOTAL		\$ 109,90

Tabla 16. Especificaciones de insumos y características
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

3.3. Instalaciones

Modelo Arquitectónico

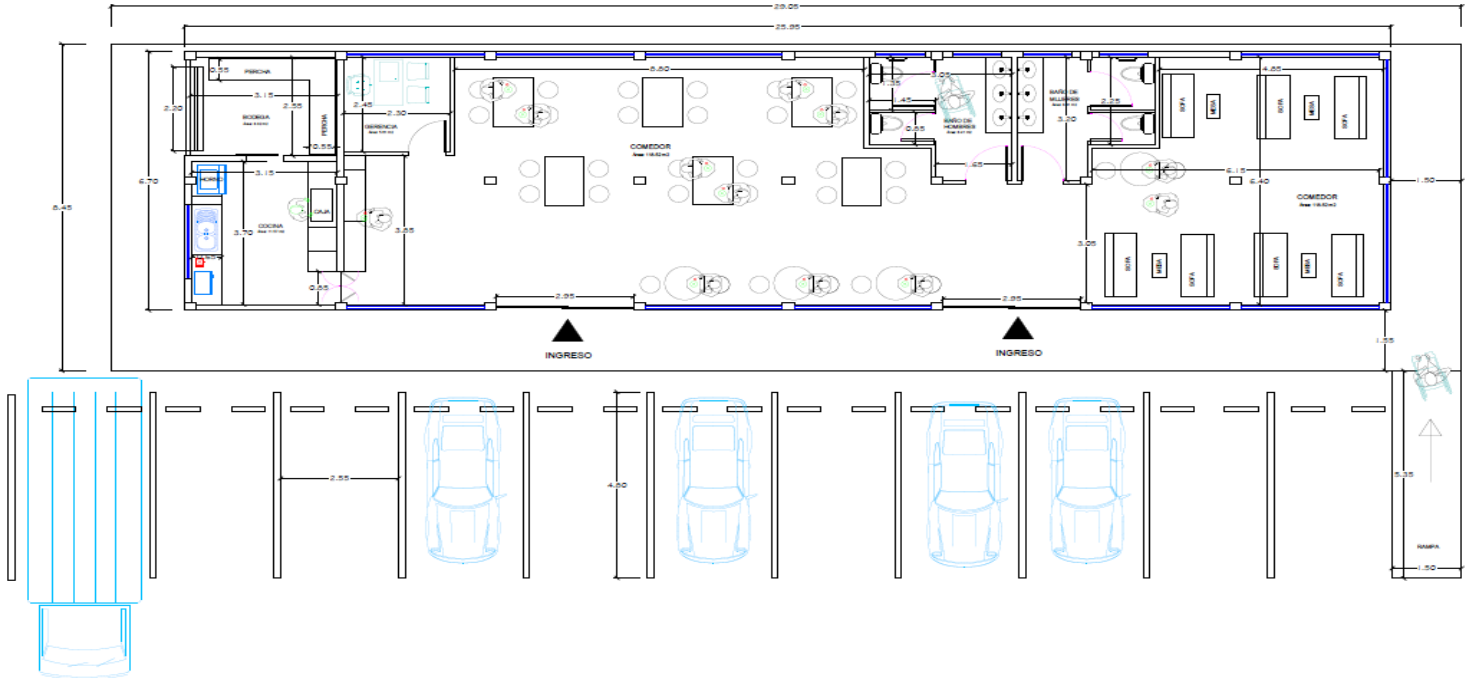


Figura 17: Instalaciones modelo arquitectónico
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Capturas de Instalaciones



Figura 18: Instalaciones parte externa
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco



Figura 19: Instalaciones parte externa
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco



Figura 20: Instalaciones de la bodega
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco



Figura 21: Instalaciones de los baños
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco



Figura 22: Instalaciones - recepción y caja
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco



Figura 23: Instalaciones - oficina
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco



Figura 24: Instalaciones parte interna
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

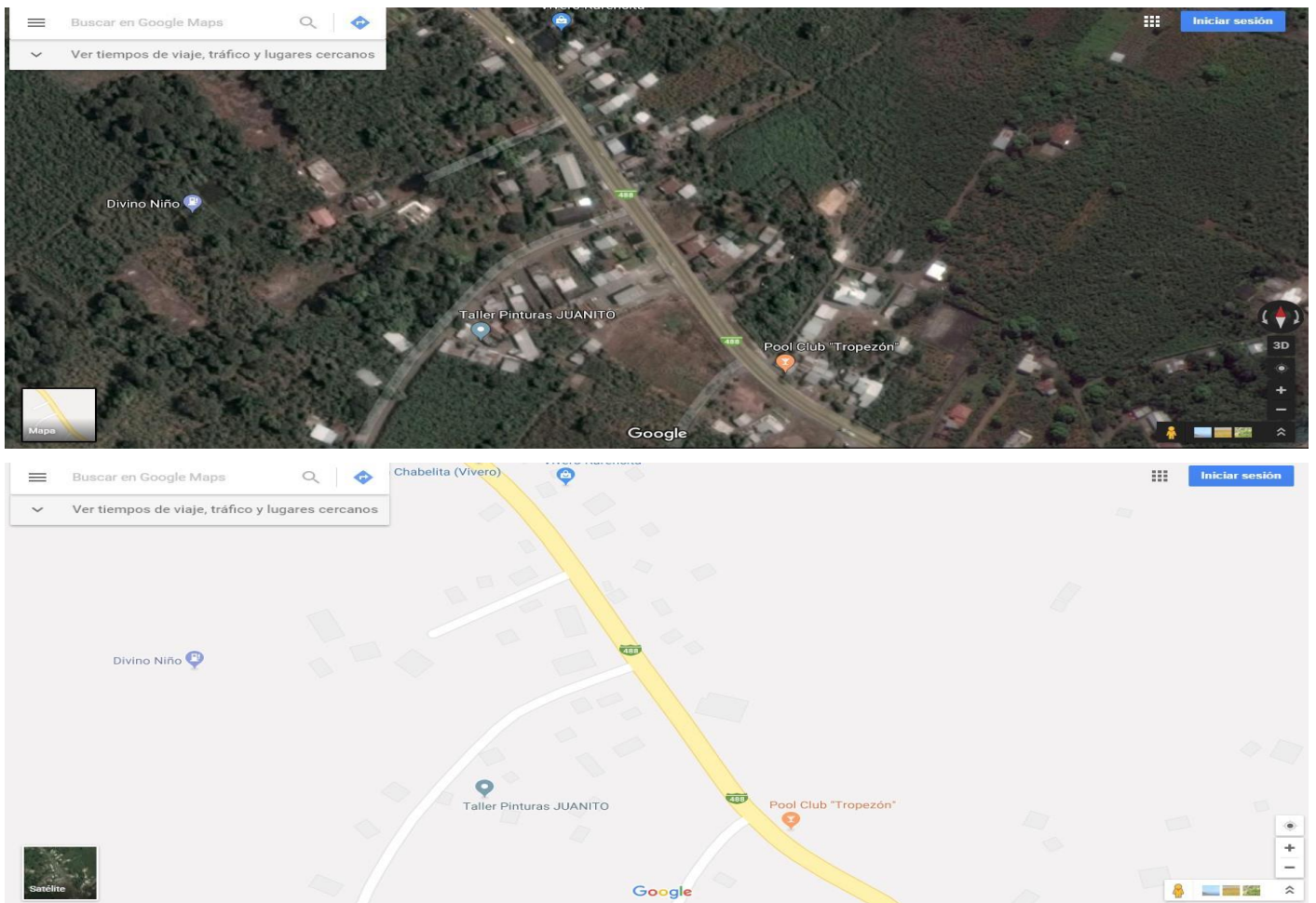
3.4. Maquinarias y equipo con sus respectivos costos

CANTIDAD	MAQUINARIA	CARACTERÍSTICAS	VALOR
2	Cocina con horno incluido	Cocina de 4 quemadores a gas, marca Mabe, incluye horno de acero	\$ 405,51
3	Batidora	Marca Oster de mano, de 5 velocidades color blanca con dos maniguetas incluidas	\$ 33,60
4	Vitrina	Vitrina Indurama, blanca con vidrio en la parte frontal de 440 litros	\$ 932,60
2	Microonda	Horno microonda Electrolux 20L, 120V.	\$ 92,40
3	Cafetera	Marca Oster Prima Latte - Cafetera expreso con tratamiento de leche, 15 bares de potencia color plata.	\$ 317,92
10	Mesas	Hechas de material de aluminio y madera.	\$75
20	Muebles	De madera y cuero adecuados a cada mesa	\$120
TOTAL			\$ 1.782,03

Tabla 17. Maquinaria y Equipo
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

3.5. Localización del negocio: macro y micro localización

MICRO



*Figura 25: Micro-localización del negocio
Elaborado por: Genesis Guerrero y Jean Carrasco
Fuente: (Google, 2019)*

MACRO

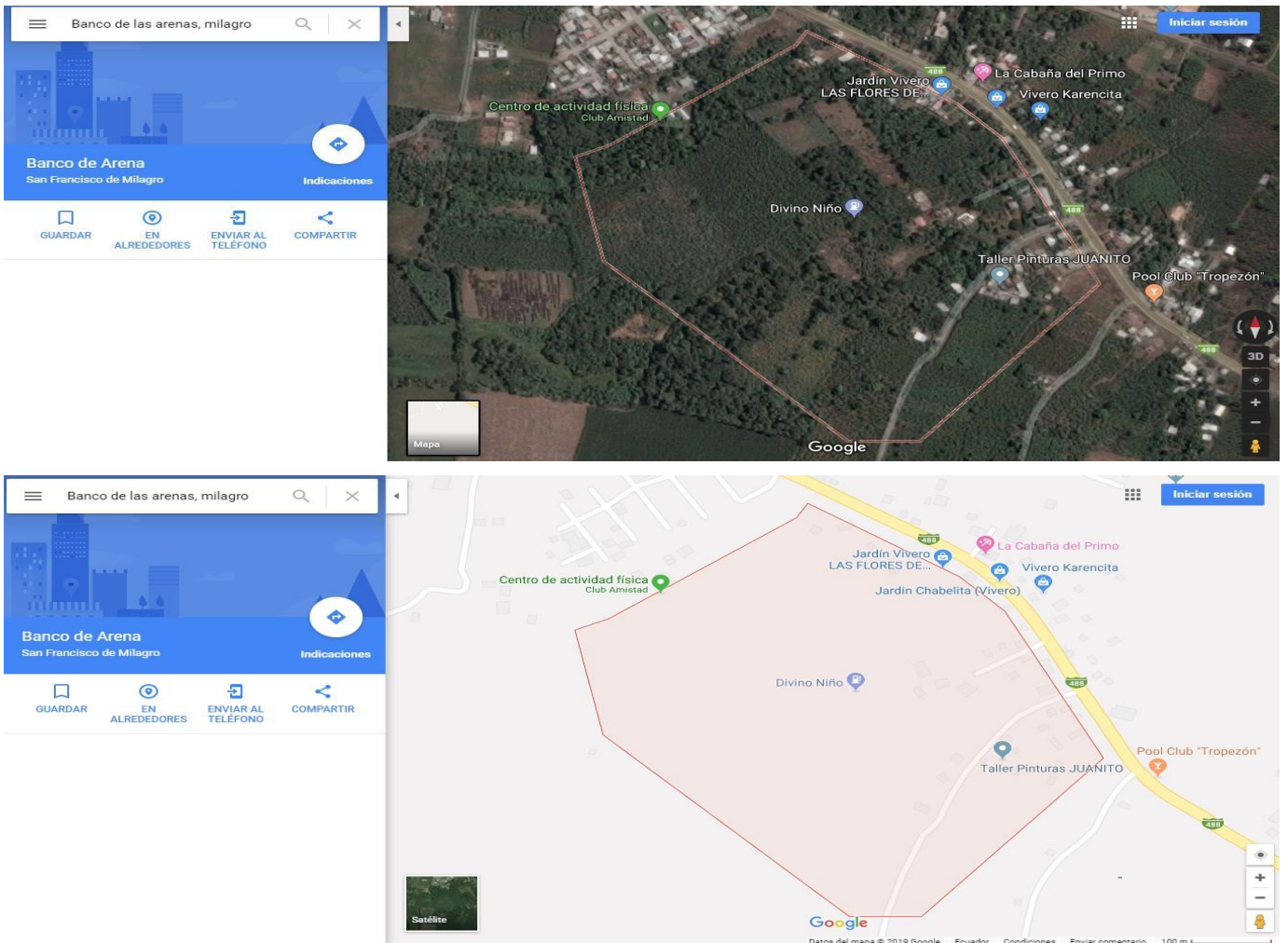


Figura 26: Macro-localización del negocio
Elaborado por: Genesis Guerrero y Jean Carrasco
Fuente: (Google, 2019)

Dirección: La ubicación de la matriz principal en el Recinto Banco de Arena en la ciudad de Milagro. Coordenadas: -2.154372, -79.560537

3.6. Tamaño

La empresa “CakeDu” es una microempresa acogedora con un ambiente agradable capaz de brindar una comodidad única e ideal para cada persona que nos visite, este negocio cuenta con dos socios, al igual que con sus distintos departamentos como el de producción, comercialización y ventas, adicionalmente contamos con 4 colaboradores los cuales dos son los encargados de las entregas a domicilio, uno se encarga de la máquina registradora y el otro de atender las necesidades de los clientes desde su mesa, este negocio se encuentra ubicado en la ciudad de Milagro, vía Naranjito.

CAPÍTULO 4

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. Tipo de organización

La empresa “CakeDu” es una organización o compañía Limitada porque está conformada por socios allegados y de confianza, el capital estará conformado por las aportaciones de cada uno de los socios para lo cual la responsabilidad está limitada al capital aportado en el caso de contraer deudas.

4.2. Estructura organizacional

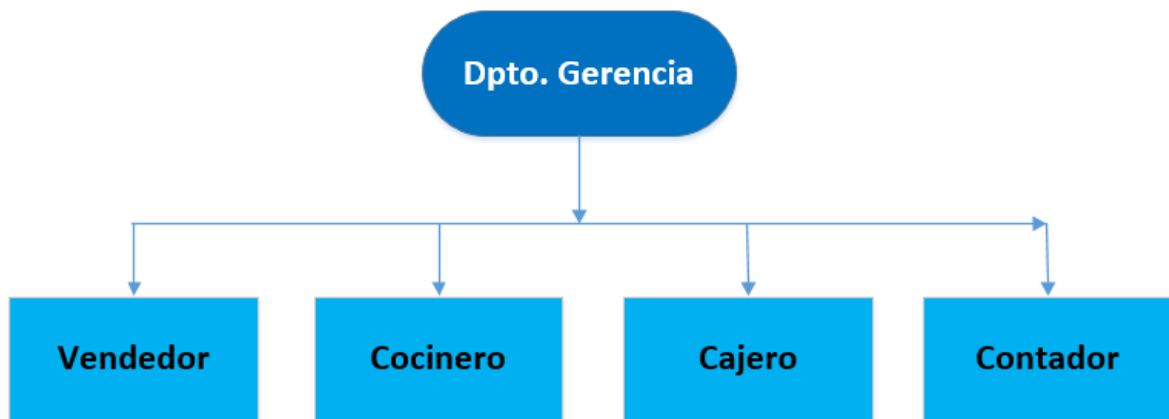


Figura 27: Estructura organizacional
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

4.3. Funciones y responsabilidades

PUESTO/CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
Contador (Ingeniero/a en contabilidad)	Su función es llevar los balances monetarios de la empresa, es decir llevar la contabilidad para saber nuestros ingresos y gastos.	Responsable de gestionar la información financiera y comercial de la empresa.

PUESTO/CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
Vendedor (Ingeniero/a comercial)	Su función es tratar con el cliente fomentando estrategias de venta que ayude a mejorar y hacer de la empresa algo diferente en relación de la competencia.	Es responsable de cumplir con la meta de ventas establecidas por la empresa.
PUESTO/CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
Cajero (Bachiller contable)	Su función es cobrar al cliente por cada producto que se venda, y presentar informes de las ventas realizadas a diario.	Es responsable del dinero de las ventas que se hace a diario
PUESTO/CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
Cocinero (Ingeniero/a de gastronomía)	Su función es realizar los diversos postres y bebidas que se ofrece en la empresa.	Es responsable de la cocina y las herramientas que incluyen en ese departamento.
PUESTO/CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
Gerente (Ingeniero/a Comercial)	Su función es dirigir y controlar la organización mediante la ejecución de decisiones que lleven al éxito a la empresa.	Es responsable del marketing, producción y toma de decisiones del negocio en general.

*Tabla 18. Funciones y responsabilidades
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco*

4.4. Flujo de procesos administrativo

COMPRA DE INSUMOS Y MATERIALES

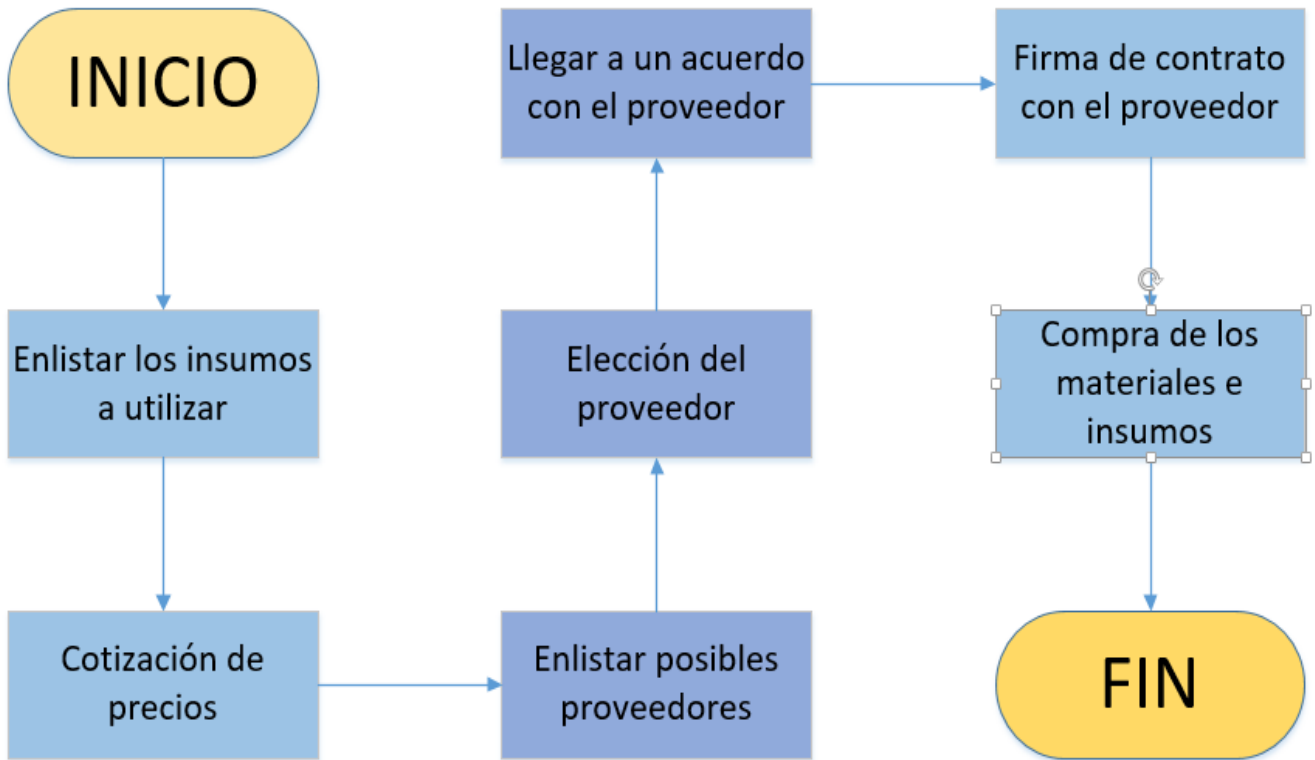


Figura 28: Compra de insumos y materiales
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

4.5. Instalación, equipos y maquinarias para el personal administrativo

MAQUINARIAS PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO	CARACTERISTICAS	PRECIO
1 Máquina registradora (Casio S400MB-SR GDPdU)	Es un artefacto que sirve para registrar las transacciones y emitir facturas.	\$250
1 Moto (Suzuki FW110 Viva R Cool 4 velocidades - 100056225)	Es un vehículo a motor de dos ruedas para uso exclusivo del transporte de los postres a domicilio.	\$1906.50

1 Ordenador (laptop HP invent)	Es un aparato eléctrico con multifunciones muy importantes que hace sinergia con la parte administrativa.	\$455
1 Escritorio de oficina (TECNO)	Mueble de oficina especializado para realizar trabajos de forma mucho más cómoda, de tamaño normal y lo suficientemente estructurado para colocar demás herramientas o aparatos de trabajo.	\$350
20 Sillas (TecTake)	Mueble de oficina que mantiene la comodidad del personal de trabajo, de tamaño normal lo cual agiliza la labor.	\$500
1 Impresora (HP Deskjet 3639)	Aparato eléctrico de tamaño mediano para uso exclusivo de impresiones del área administrativa.	\$250
3 Tachos de basura (PROMART Homecenter)	Es un bien mueble de tamaño mediano para su único uso de depositar basura del área administrativa.	\$21
3 Resmas de hojas A4 (Resma De Papel Xerox Tamaño A4)	Hojas de papel de tamaño A4 para su uso exclusivo de receptar impresiones o copias que se necesite.	\$12
2 Cajas de esferos (Esferos punta fina y gruesa marca BIC)	Instrumento útil de oficina para cualquier uso que tenga que ver con escribir de forma manual.	\$8
5 Rollos de papel (para máquina registradora) (Papel térmico marca EPOSBITS®)	Objeto de papel a la medida de la caja registradora para uso exclusivo de receptar impresiones de transacciones y emisión de facturas.	\$7,50
4 Tinta tampón (Marca COLOP)	Es un objeto contenedor de tinta exclusivamente para impresión en papel sobre cualquier documento o imagen.	\$20

Tabla 19. Instalación, equipos y maquinarias para personal administrativo
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

CAPÍTULO 5

5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento

En el caso general de una empresa de postres como la nuestra “CakeDu” los permisos que generalmente se solicitan son los siguientes:

Los propietarios o representantes legales de los negocios deberán presentar una solicitud dirigida al titular de la Dirección Provincial de Salud, con su nombre, número de la cédula o del Registro Único de Contribuyentes (RUC); nombre o razón social o denominación del establecimiento; actividad que se realiza y la ubicación (Ministerio de Salud Pública, 2013).

Requisitos del Ministerio de Salud Publica

Formulario de solicitud, copia de RUC, copia de cedula de ciudadanía del propietario o del representante legal, copia de título de profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, plano del establecimiento escala 1:50, croquis de la ubicación del establecimiento, permiso otorgado por el cuerpo de bomberos, copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un centro de salud del Ministerio de Salud Pública (Ministerio de Salud Pública, 2013).

Requerimientos para la tasa de habilitación por primera vez.

Requerimientos previos:

Obtención del certificado de Uso del Suelo, otorgado por la Dirección de Urbanismo, Arquitectura y Construcción. (GAD MUNICIPAL DE MILAGRO, 2019)

Requerimientos para el trámite:

Tasa única del trámite. Formulario “solicitud para habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios”. Copias de cedula de ciudadanía y de votación. Carta de autorización para la persona que realice el trámite. Copia de patente del año en curso. Copia del certificado de No adeudar al gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (Predios AAPP) (GAD MUNICIPAL DE MILAGRO, 2019).

Requerimiento para establecimiento de comidas y bebidas:

Informe de la unidad de Turismo Municipal. (GAD MUNICIPAL DE MILAGRO, 2019)

Requisitos para obtener el RISE:

Ser persona natural. No tener ingresos mayores a USD 60 mil en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravado con tarifa cero por ciento (0%) para cada año. No dedicarse a alguna de las actividades restringidas. No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años (Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2019).

5.2. Descripción del impacto ambiental

Para “CakeDu” el mayor impacto negativo que puede verse reflejado en el medio ambiente, está en sus envases hechos de plástico, aunque para la empresa puede ser sofisticado usarlos con el tiempo puede causar parte de la contaminación ambiental a nivel regional, de modo que el excesivo uso de este tipo de envases podría ser perjudicial para lo cual se ha decidido usar vasos biodegradables, de esta manera se cumple con la norma de la ISO 14000 en cuidar el medio ambiente y ser más competitivos en el mercado moderno.

5.3. Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación)

MITIGACIÓN

PROBLEMAS	ACCIONES	VALOR
Uso de envases de plástico	Sustituirlo por materiales biodegradables.	\$ 876,00 anual

Tabla 20. Plan de control ambiental - Mitigación
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

COMPENSACIÓN

PROBLEMA	ACCIONES	VALOR
Contaminación a causa de desperdicios en la calle.	Colocar botes de basura hechos para clasificarla y reciclarla.	\$ 300,00 anual

Tabla 21. Plan de control ambiental - Compensación
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

CAPÍTULO 6

6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO

6.1. Inversión y fuente de financiamiento

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	Año 0		
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MAQUINARIA			
Máquina registradora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL DE MAQUINARIA		\$ 250,00	\$ 250,00
EQUIPO DE OFICINA			
Teléfono	4	\$ 40,00	\$ 160,00
TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA		\$ 40,00	\$ 160,00
EQUIPOS DE COMPUTACION			
Laptop	1	\$ 455,00	\$ 455,00
Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION	4	\$ 705,00	\$ 705,00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Sillas	20	\$ 25,00	\$ 500,00
Cocina con horno incluido	2	\$ 405,00	\$ 810,00
Batidora	3	\$ 33,60	\$ 100,80
Vitrina	4	\$ 932,60	\$ 3.730,40
Microonda	2	\$ 92,40	\$ 184,80
Cafetera	3	\$ 317,92	\$ 953,76
Mesas	10	\$ 75,00	\$ 750,00
Muebles	20	\$ 120,00	\$ 2.400,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES		\$ 2.351,52	\$ 9.779,76
VEHÍCULO			
Moto	1	\$ 1.906,50	\$ 1.906,50
TOTAL DE VEHICULO		\$ 1.906,50	\$ 1.906,50
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 5.253,02	\$ 12.801,26

*Tabla 22. Inversión en activos fijos
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco*

Según el cuadro la empresa CakeDu dispondrá de los activos fijos necesarios para sus distintas funciones y cumplir con la parte operativa de los productos, tales como el registro de todas las transacciones, el transporte a domicilio, la impresión de documentos, sus adecuaciones y demás gastos de constitución etc.

Capital de trabajo

APORTACIÓN DE SOCIOS	
SOCIO 1	\$5.000
SOCIO 2	\$5.000
TOTAL	\$10.000

Tabla 23. Aportación de los socios
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

La empresa CakeDu deberá disponer del capital de trabajo indicado en el cuadro para poder iniciar con las operaciones empresariales y producción de los distintos postres y que será aportado por los socios Génesis Guerrero y Jean Carrasco.

Tabla de amortización

MONTO	7.000,00	
INTERES	0,99%	11,83
PLAZO	60	0,98583333
PAGO	155,29	

PERIODOS	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
0				7.000,00
1	85,99	69,30	155,29	6.914,01
2	86,84	68,45	155,29	6.827,17
3	87,70	67,59	155,29	6.739,48
4	88,57	66,72	155,29	6.650,91
5	89,44	65,84	155,29	6.561,47
6	90,33	64,96	155,29	6.471,14
7	91,22	64,06	155,29	6.379,92
8	92,13	63,16	155,29	6.287,79
9	93,04	62,25	155,29	6.194,75
10	93,96	61,33	155,29	6.100,79
11	94,89	60,40	155,29	6.005,90
12	95,83	59,46	155,29	5.910,076
13	96,78	58,51	155,29	5.813,299
14	97,74	57,55	155,29	5.715,564
15	98,70	56,58	155,29	5.616,861
16	99,68	55,61	155,29	5.517,181
17	100,67	54,62	155,29	5.416,514
18	101,66	53,62	155,29	5.314,850
19	102,67	52,62	155,29	5.212,180
20	103,69	51,60	155,29	5.108,494

21	104,71	50,57	155,29	5.003,781
22	105,75	49,54	155,29	4.898,031
23	106,80	48,49	155,29	4.791,235
24	107,85	47,43	155,29	4.683,381
25	108,92	46,37	155,29	4.574,460
26	110,00	45,29	155,29	4.464,460
27	111,09	44,20	155,29	4.353,371
28	112,19	43,10	155,29	4.241,182
29	113,30	41,99	155,29	4.127,883
30	114,42	40,87	155,29	4.013,462
31	115,55	39,73	155,29	3.897,909
32	116,70	38,59	155,29	3.781,211
33	117,85	37,43	155,29	3.663,358
34	119,02	36,27	155,29	3.544,338
35	120,20	35,09	155,29	3.424,140
36	121,39	33,90	155,29	3.302,752
37	122,59	32,70	155,29	3.180,162
38	123,80	31,48	155,29	3.056,359
39	125,03	30,26	155,29	2.931,330
40	126,27	29,02	155,29	2.805,063
41	127,52	27,77	155,29	2.677,546
42	128,78	26,51	155,29	2.548,767
43	130,05	25,23	155,29	2.418,713
44	131,34	23,95	155,29	2.287,371
45	132,64	22,64	155,29	2.154,729
46	133,96	21,33	155,29	2.020,774
47	135,28	20,01	155,29	1.885,492
48	136,62	18,67	155,29	1.748,872
49	137,97	17,31	155,29	1.610,899
50	139,34	15,95	155,29	1.471,560
51	140,72	14,57	155,29	1.330,841
52	142,11	13,18	155,29	1.188,729
53	143,52	11,77	155,29	1.045,211
54	144,94	10,35	155,29	900,271
55	146,37	8,91	155,29	753,897
56	147,82	7,46	155,29	606,074
57	149,29	6,00	155,29	456,787
58	150,76	4,52	155,29	306,022
59	152,26	3,03	155,29	153,765
60	153,76	1,52	155,29	- 0,000

Tabla 24. Tabla de amortización

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

La empresa CakeDu solicitará un financiamiento a la cooperativa “Jep” un monto de \$7000 dólares, con una tasa de interés anual del 0.99% a 5 años de plazo.

Depreciación

EDIFICIOS	5%
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10%
MUEBLES Y ENSERES	10%
HERRAMIENTAS	10%
VEHICULOS	20%
COMPUTADORAS	33%

Tabla 25. Depreciación - porcentajes
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

DEPRECIACIÓN	Año	
	Costo	%
MAQUINARIA		
Máquina registradora	\$ 250,00	10%
TOTAL DE MAQUINARIA	\$ 250,00	
EQUIPO DE OFICINA		
Teléfono	\$ 160,00	10%
TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA	\$ 160,00	
EQUIPOS DE COMPUTACION		
Laptop	\$ 455,00	33%
Impresora	\$ 250,00	33%
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 705,00	
MUEBLES Y ENSERES		
Escritorios	\$ 350,00	10%
Sillas	\$ 500,00	10%
Cocina con horno incluido	\$ 810,00	10%
Batidora	\$ 100,80	10%
Vitrina	\$ 3.730,40	10%
Microonda	\$ 184,80	10%
Cafetera	\$ 953,76	10%
Mesas	\$ 750,00	10%
Muebles	\$ 2.400,00	10%
TOTAL MUEBLES Y ENSERES	\$ 9.779,76	
VEHÍCULO		
Moto	\$ 1.906,50	5%
TOTAL DE VEHICULO	\$ 1.906,50	
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 12.801,26	

Tabla 26. Tabla de depreciación
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Según el cuadro entre los activos fijos que la empresa CakeDu dispondrá se deprecian de acuerdo a como la ley lo exija, es decir el valor de desgaste de todos los activos fijos anualmente.

6.2. Proyección de Ingresos

VENTAS

PRODUCTOS	UNIDADES ANUALES	PVP	INGRESOS ANUALES
TORTA DE CHOCOLATE (porciones)	6167	\$ 1,50	\$ 9.250,00
TORTA HÚMEDA DE CHOCOLATE (porciones)	5286	\$ 1,75	\$ 9.250,00
POSTRES DE CREMA DE MOCA (porciones)	4317	\$ 1,50	\$ 6.475,00
VOLTEADO DE PIÑA (porciones)	5180	\$ 1,25	\$ 6.475,00
DULCES DE 3 LECHE (porciones)	5550	\$ 1,50	\$ 8.325,00
TORTAS PERSONALIZADAS (completa 30 cm)	208	\$ 40,00	\$ 8.325,00
BOMBONES RELLENOS (8 gramos)	3083	\$ 1,80	\$ 5.550,00
CAFÉ CON LECHE (mediano)	4625	\$ 2,00	\$ 9.250,00
CAPUCHINO (mediano)	5741	\$ 1,45	\$ 8.325,00
CAFÉ AMERICANO (mediano)	4163	\$ 2,00	\$ 8.325,00
CAFÉ MOKACCINO (mediano)	3238	\$ 2,00	\$ 6.475,00
CAFÉ LATO (280 ML)	4981	\$ 1,30	\$ 6.475,00
TOTAL	52538		\$ 92.500,00

Tabla 27. Proyección de ventas
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

PROYECCION DE VENTAS ANUALES

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 92.500,00	\$ 104.979,50	\$ 116.672,24	\$ 128.631,14	\$ 161.670,05

Tabla 28. Proyección de ventas anuales
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Especificaciones del producto y precio

PRODUCTOS	PRESENTACION	TAMAÑO	PRECIO
TORTA DE CHOCOLATE	CAKE DE CHOCOLATE CON CHISPAS DE CHOCOLATE Y CREMA DE MANTEQUILLA CON RELLENO DE MANJAR	PORCIONES UNITARIAS	\$ 1,50
	CAKE DE CHOCOLATE Y CREMA DE MANTEQUILLA CON RELLENO DE MANJAR Y FRUTOS SECOS, CON DECORACION DE FRESAS Y TROZOS DE CHOCOLATE.	30cm.	\$ 35,00
TORTA HUMEDA DE CHOCOLATE	CAKE DE CHOCOLATE CON CREMA CHANTILLI DE VAINILLA Y GOTAS DE CHOCOLATE, ADEMÁS LIQUIDO PARA HUMEDECER	PORCIONES UNITARIAS	\$ 1,50

	CAKE DE CHOCOLATE CON LIQUIDO HUMEDECEDOR, CREMA DE CHANTILLI DE CHOCOLATE, PALILLOS DE CHOCOLATE, FRUTILLAS, Y SIROPE DE CHOCOLATE.	40cm.	\$ 40,00
	CAKE DE CHOCOLATE CON LIQUIDO HUMEDECEDOR, CREMA DE CHANTILLI DE CHOCOLATE, PALILLOS DE CHOCOLATE, FRUTILLAS EN FORMA DE ROSA, Y SIROPE DE CHOCOLATE.	15cm.	\$ 15,00
VOLTEADO DE PIÑA	CAKE SABOR A PIÑA Y TROZOS DE PIÑA EN LA PARTE SUPERIOR.	PORCIONES UNITARIAS	\$ 1,50
	CAKE SABOR A PIÑA Y TROZOS DE PIÑA EN LA PARTE SUPERIOR ASI TAMBIEN EN EL CAKE, MOLDE REDONDO.	30cm.	\$ 16,00
TORTA SABOR A NARANJA	CAKE SABOR A NARANJA, CON CREMA DE MANTEQUILLA Y RAYADURA DE NARANJA, DECORADO CON RODAJAS DE NARANJA, Y RELLENO DE MANJAR.	30cm.	\$ 18,00
DULCE DE TRES LECHE	TORTA HÚMEDA CON SABOR A 3 LECHE (LECHE ENTERA, LECHE CONDENSADA, LECHE EVAPORADA) GLASEADA CON CREMA CHANTILLÍ Y DE ADEREZO COCO RALLADO.	PORCIONES UNITARIAS	\$ 1,50
	TORTA HÚMEDA CON SABOR A 3 LECHE (LECHE ENTERA, LECHE CONDENSADA, LECHE EVAPORADA) GLASEADA CON CREMA CHANTILLÍ Y DECORADA CON MANJAR Y DURAZNO.	40cm.	\$ 45,00
	TORTA HÚMEDA CON SABOR A 3 LECHE (LECHE ENTERA, LECHE CONDENSADA, LECHE EVAPORADA) GLASEADA CON CREMA CHANTILLÍ, MANJAR Y COCO RALLADO.	15cm.	\$ 17,00
CAKE DE FRESA	TORTA CON SABOR A FRESAS CON UN RELLENO DE CREMA DE FRESAS EN SU INTERIOR Y GLASEADO, CON DECORACIÓN DE FRESAS.	30cm.	\$ 18,00
CAKE DE KIWI	TORTA CON SABOR A KIWI, RELLENO DE MERMELADA Y CON UN GLASEADO CON TROZOS DE KIWI.	30cm.	\$ 18,00
CAKE DE FRAMBUESAS	TORTA CON SABOR A FRAMBUESAS CON RELLENO DE CREMA DE FRAMBUESAS CON TROZOS DE ESTAS EN SU INTERIOR.	30cm.	\$ 18,00
CAKE DE BOROJO	TORTA CON SABOR A BOROJÓ RELLENO DE MERMELADA Y CON GLASEADO EN SU EXTERIOR.	30cm.	\$ 18,00
CREMA DE MOCA	POSTRE FRÍO CON SABOR A MOCCA (CHOCOLATE Y CAFÉ), ADEMÁS DE GALLETAS TRITURADAS Y ADEREZOS DE CHOCOLATE.	2 ONZAS	\$ 0,75
		7 ONZAS	\$ 1,50

CREMA DE MARACUYA	BASE DE GALLETAS CON CREMA SABOR A MARACUYÁ Y EN SU PARTE SUPERIOR MERMELADA DE MARACUYÁ.	2 ONZAS	\$ 0,75
		7 ONZAS	\$ 1,50
CREMA CARLOTA DE LIMON	CREMA REALIZADA A BASE DE LECHE CONDENSADA, LECHE EVAPORADA Y UN TOQUE DE LIMÓN, ADEMÁS DE UN DECORADO CON GALLETAS MARÍA TRITURADA Y FRUTOS SECOS CON RAYADURA DE LIMON.	2 ONZAS	\$ 0,75
		7 ONZAS	\$ 1,50
BOMBONES RELLENOS	ES UNA COMBINACIÓN DE CHOCOLATE TRADICIONAL RELLENO CON BROWNIE Y FRUTOS ROJOS, CREMA CARLOTA DE LIMÓN, CREMA DE CAFÉ Y DE MANJAR.	8 GRAMOS	\$ 0,30
CAFÉ LATO	BEBIDA FRÍA HECHA CON CAFÉ Y LECHE BAJA EN GRASAS.	280 ML	\$ 1,30
CAFÉ CON LECHE	ES UNA MEZCLA DEL CAFÉ TRADICIONAL CON LECHE.	MEDIANO	\$ 2,00
		GRANDE	\$ 3,50
CAPUCHINO	MEZCLA DE CAFÉ EXPRESO ACOMPAÑADO DE LECHE Y CREMA DE LECHE, ESTA ES UNA BEBIDA CALIENTE CON CREMA CHANTILLI	MEDIANO	\$ 1,45
		GRANDE	\$ 3,00
MOCCACHINO	ESTE CAFÉ ES PARECIDO AL CAPUCHINO A DIFERENCIA DE QUE ESTE POSEE CAFÉ EXPRESO, LECHE VAPORIZADA Y CHOCOLATE.	MEDIANO	\$ 2,00
		GRANDE	\$ 3,70
CAFÉ AMERICANO	ES UNA MANERA DE SERVIR CAFÉ TRADICIONAL CON LA DIFERENCIA DE QUE ESTE POSEE MENOS CAFÉINA YA QUE SE UTILIZA VAPOR EN LUGAR DE AGUA.	MEDIANO	\$ 2,00
		GRANDE	\$ 2,80

Tabla 29. Especificaciones del producto y precio
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Proyección de venta mensual - unidades

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PRODUCTO	PRECIO PVP	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS
TORTA DE CHOCOLATE	\$ 1,50	247	308	370	432	493	555	432	493	493	740	740	863
TORTA HÚMEDA DE CHOCOLATE	\$ 1,75	211	264	317	370	423	476	370	423	423	634	634	740
POSTRES DE CREMA DE MOCA	\$ 1,50	173	216	259	302	345	389	302	345	345	518	518	604
VOLTEADO DE PIÑA	\$ 1,25	207	259	311	363	414	466	363	414	414	622	622	725
DULCES DE 3 LECHE	\$ 1,50	222	278	333	389	444	500	389	444	444	666	666	777
TORTAS PERSONALIZADAS	\$ 40,00	8	10	12	15	17	19	15	17	17	25	25	29
BOMBONES RELLENOS	\$ 1,80	123	154	185	216	247	278	216	247	247	370	370	432
CAFÉ CON LECHE	\$ 2,00	185	231	278	324	370	416	324	370	370	555	555	648
CAPUCHINO	\$ 1,45	230	287	344	402	459	517	402	459	459	689	689	804
CAFÉ AMERICANO	\$ 2,00	167	208	250	291	333	375	291	333	333	500	500	583
CAFÉ MOKACCINO	\$ 2,00	130	162	194	227	259	291	227	259	259	389	389	453
CAFÉ LATO	\$ 1,30	199	249	299	349	398	448	349	398	398	598	598	697
TOTAL UNIDADES MENSUALES		2102	2627	3152	3678	4203	4728	3678	4203	4203	6305	6305	7355
TOTAL UNIDADES ANUALES		52538											

Tabla 30. Proyección de ventas mensual - unidades
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

La empresa CakeDu dispone de una gran variedad de postres desde los más grandes como las tortas de distintas variedades ya sean de chocolate, dulces de 3 leches, torta húmeda de chocolate hasta los más pequeños o en porciones y personalizados, cabe decir que las bebidas son de distintas variedades. De manera que la torta de chocolate y torta de chocolate húmeda son los que mayor producción requiere por su alto índice de demanda, sin embargo la torta personalizada tiene mejor rentabilidad por ser más grande y de mejor textura. En total se proyectan ventas en el primer año de \$92.500,00 dólares por la venta de los postres indicados en el cuadro.

6.3. Proyección de egresos

COSTOS DIRECTOS

MATERIA PRIMA

PRODUCTOS	UNIDADES	UNIDADES	COSTO	TOTAL
	MENSUALES	ANUALES	UNITARIO	ANUAL
Kg de Harina	60	720	\$ 2,50	\$1.800
lb de cocoa	60	720	\$ 2,10	\$1.512
cubetas de huevo	50	600	\$ 3,00	\$1.800
lt de crema de leche	40	480	\$ 2,35	\$1.128
tabletas de chocolate	30	360	\$ 1,20	\$432
tarros de piña	20	240	\$ 3,00	\$720
lt de leche	80	960	\$ 0,75	\$720
4 tres leches	25	300	\$ 4,00	\$1.200
kg de azúcar	45	540	\$ 1,10	\$594
tarros de café	75	900	\$ 4,50	\$4.050
1 funda de 4litros de leche condensada	35	420	\$ 8,00	\$3.360
Limón	10	120	\$ 9,00	\$1.080
fundas de crema chantillí	75	900	\$ 1,25	\$1.125
fundas de coco rayado	35	420	\$ 1,40	\$588
kg fundas Azúcar impalpable	20	240	\$ 3,60	\$864
tarros de manjar	45	540	\$ 2,50	\$1.350
l de mantequilla	75	900	\$ 2,20	\$1.980
paq. Galletas cocoa	55	660	\$ 0,60	\$396
funditas de gotas de chocolate	75	900	\$ 2,00	\$1.800
fundas de polvo de hornear	35	420	\$ 2,00	\$840
TOTALES	945	11.340		\$27.339

Tabla 31. Materia prima

Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Productos	Unidades Anuales	Costo del Producto	Total
TORTA DE CHOCOLATE (porciones)	6167	0,85	\$5.241,67
TORTA HÚMEDA DE CHOCOLATE (porciones)	5286	0,90	\$4.757,14
POSTRES DE CREMA DE MOCA (porciones)	4317	0,90	\$3.885,00
VOLTEADO DE PIÑA (porciones)	5180	0,90	\$4.662,00
DULCES DE 3 LECHE (porciones)	5550	0,95	\$5.272,50
TORTAS PERSONALIZADAS (completa 30 cm)	208	28,00	\$5.827,50
BOMBONES RELLENOS (8 gramos)	3083	1,00	\$3.083,33
CAFÉ CON LECHE (mediano)	4625	1,00	\$4.625,00
CAPUCHINO (mediano)	5741	0,90	\$5.167,24
CAFÉ AMERICANO (mediano)	4163	1,00	\$4.162,50
CAFÉ MOKACCINO (mediano)	3238	1,10	\$3.561,25
CAFÉ LATO (280 ML)	4981	0,90	\$4.482,69
TOTAL	52538		54728

Tabla 32. Costos directos
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS	\$ 54.727,83	\$ 61.435,69	\$ 67.563,33	\$ 73.794,40	\$ 82.329,70

Tabla 33. Costos directos anuales
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Proyección de costos directos mensuales - unidades

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PRODUCTO	PRECIO COSTO	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS	UNIDADES VENDIDAS
TORTA DE CHOCOLATE	\$ 0,85	247	308	370	432	493	555	432	493	493	740	740	863
TORTA HÚMEDA DE CHOCOLATE	\$ 0,90	211	264	317	370	423	476	370	423	423	634	634	740
POSTRES DE CREMA DE MOCA	\$ 0,90	173	216	259	302	345	389	302	345	345	518	518	604
VOLTEADO DE PIÑA	\$ 0,90	207	259	311	363	414	466	363	414	414	622	622	725
DULCES DE 3 LECHE	\$ 0,95	222	278	333	389	444	500	389	444	444	666	666	777
TORTAS PERSONALIZADAS	\$ 28,00	8	10	12	15	17	19	15	17	17	25	25	29
BOMBONES RELLENOS	\$ 1,00	123	154	185	216	247	278	216	247	247	370	370	432
CAFÉ CON LECHE	\$ 1,00	185	231	278	324	370	416	324	370	370	555	555	648
CAPUCHINO	\$ 0,90	230	287	344	402	459	517	402	459	459	689	689	804
CAFÉ AMERICANO	\$ 1,00	167	208	250	291	333	375	291	333	333	500	500	583
CAFÉ MOKACCINO	\$ 1,10	130	162	194	227	259	291	227	259	259	389	389	453
CAFÉ LATO	\$ 0,90	199	249	299	349	398	448	349	398	398	598	598	697
TOTAL UNIDADES MENSUALES		2102	2627	3152	3678	4203	4728	3678	4203	4203	6305	6305	7355
TOTAL UNIDADES ANUALES		52538											

Tabla 34. Proyección de costos directos mensuales - unidades
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Según los costos directos se tienen en cuenta la materia prima para la producción de los postres, para la cual CakeDu determina sus costos unitarios por cada producto, esto significa un costo total anual de \$54.727,83 en el primer año de 52.538 unidades de todos los postres indicados.

**COSTOS INDIRECTOS
GASTOS ADMINISTRATIVOS**

							11,15%		
	CARGO	SUELDO BASE	SUB TOTAL	DECIMO TERCERO	DECIMO O CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	TOTAL
1	GERENTE GENERAL	\$ 485,00	\$ 485,00	\$ 40,42	32,17	\$ 20,21	\$ 54,08	\$ 40,42	\$ 672,29
2	VENDEDOR	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 32,83	32,17	\$ 16,42	\$ 43,93	\$ 32,83	\$ 552,18
3	COCINERO	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 32,83	32,17	\$ 16,42	\$ 43,93	\$ 32,83	\$ 552,18
4	CAJERO	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 32,83	32,17	\$ 16,42	\$ 43,93	\$ 32,83	\$ 552,18
5	CONTADOR	\$ 200,00					\$ -	\$ -	\$ -
		\$ 1.867,00	\$ 1.667,00	\$ 138,92	\$ 64,33	\$ 69,46	\$ 185,87	\$ 138,92	\$ 2.328,83

*Tabla 35. Gastos administrativos
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco*

La empresa CakeDu determino que necesita a una persona ocupando cada cargo indicado en el cuadro, las cuales forman los gastos administrativos, como es una empresa que está en sus inicios la parte contable será un auxiliar y el gasto salarial será de \$200, esto da como resultado de sueldo base total \$1.867,00 como salario mensual y 2.328,83 dólares después de aportes y beneficios.

GASTOS GENERALES

GASTOS		
ARRIENDO	200,00	2400
ENERGIA ELECTRICA	25,00	300
SERVICIO TELEFONICO	25,00	300
AGUA POTABLE	10,00	120
INTERNET	25,00	300
PUBLICIDAD	30,00	360
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	30,00	360
UTILIES DE ASEO	30,00	360
Plan de mitigación	25,00	300
Plan de compensación	73,00	876
PAPELERIA	35,00	420
TOTAL	508,00	6096

Tabla 36. Gastos generales
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

La empresa CakeDu dispondrá de gastos generales necesarios para su correcto funcionamiento tales como el internet, publicidad, suministros de oficina y demás gastos indicados en el cuadro de forma mensual y anual, por lo que se consumirán y abonaran según corresponda.

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1. Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS	17.000,00	24.895,75	31.519,86	42.489,72	97.772,38
ACTIVO CIRCULANTE	17.000,00	13.727,42	21.984,45	34.587,24	93.135,75
CAJA	17.000,00	7.252,42	14.576,69	26.420,18	73.281,53
CLIENTES		6.475,00	7.407,76	8.167,06	19.854,22
ACTIVO FIJO NETO	-	11.168,33	9.535,41	7.902,48	4.636,63
ACTIVO FIJO BRUTO		12.801,26	12.801,26	12.801,26	12.801,26
DEPRECIACION	-	1.632,93	3.265,85	4.898,78	8.164,63
PASIVOS	7.000,00	13.770,54	14.350,92	14.521,58	21.520,91
PASIVO CIRCULANTE	7.000,00	13.770,54	14.350,92	14.521,58	21.520,91
PROVEEDORES		7.661,90	8.601,00	9.313,08	11.526,16
IMPUESTOS X PAGAR	-	-	-	-	4.161,76
15% X PAGAR	-	198,57	1.066,54	1.905,74	5.833,00
PRESTAMOS BANCARIOS	7.000,00				
SALDO DE PRESTAMO		5.910,08	4.683,38	3.302,75	
PATRIMONIO	10.000,00	11.125,21	17.168,94	27.968,14	76.251,46
CAPITAL	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
UTILIDAD	-	1.125,21	6.043,73	10.799,20	33.053,65
UTILIDADES NO DISTRIB		-	1.125,21	7.168,94	33.197,82
PASIVO+PATRIMONIO	17.000,00	24.895,75	31.519,86	42.489,72	97.772,38
DIFERENCIA	-	-	-	0,00	-

*Tabla 37. Estado de situación inicial
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco*

Según el estado de situación inicial de la empresa CakeDu tiene los activos necesarios para solventar las obligaciones y deudas, la cual en lo que va de los periodos hasta el año 5 esto va en un incremento gradual así como también las utilidades.

7.2. Estados financieros proyectados

BALANCE GENERAL PROYECTADO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS	24.895,75	31.519,86	42.489,72	58.650,76	97.772,38
ACTIVO CIRCULANTE	13.727,42	21.984,45	34.587,24	52.381,21	93.135,75
CAJA	7.252,42	14.576,69	26.420,18	43.377,03	73.281,53
CLIENTES	6.475,00	7.407,76	8.167,06	9.004,18	19.854,22
ACTIVO FIJO NETO	11.168,33	9.535,41	7.902,48	6.269,56	4.636,63
ACTIVO FIJO BRUTO	12.801,26	12.801,26	12.801,26	12.801,26	12.801,26
DEPRECIACION	1.632,93	3.265,85	4.898,78	6.531,70	8.164,63
PASIVOS	13.770,54	14.350,92	14.521,58	15.452,94	21.520,91
PASIVO CIRCULANTE	13.770,54	14.350,92	14.521,58	15.452,94	21.520,91
PROVEEDORES	7.661,90	8.601,00	9.313,08	10.454,56	11.526,16
IMPUESTOS X PAGAR	-	-	-	561,92	4.161,76
15% X PAGAR	198,57	1.066,54	1.905,74	2.687,59	5.833,00
PRESTAMOS BANCARIOS					
SALDO DE PRESTAMO	5.910,08	4.683,38	3.302,75	1.748,87	- 0,00
PATRIMONIO	11.125,21	17.168,94	27.968,14	43.197,82	76.251,46
CAPITAL	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
UTILIDAD	1.125,21	6.043,73	10.799,20	15.229,67	33.053,65
UTILIDADES NO DISTRIB		1.125,21	7.168,94	17.968,14	33.197,82
PASIVO+PATRIMONIO	24.895,75	31.519,86	42.489,72	58.650,76	97.772,38
DIFERENCIA	-	- 0,00	-	-	-

Tabla 38. Balance general proyectado
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Según el Balance General proyectado para la empresa CakeDu, se puede denotar que los activos son lo suficientemente solventes para responder a las deudas a corto y largo plazo del pasivo y capaces para responder al patrimonio, es decir la obtención de utilidades en cada periodo ya que va en aumento hasta el año 5 según el cuadro.

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	92.500,00	104.979,50	116.672,24	128.631,14	161.670,05
COSTOS DE VENTAS	54.727,83	61.435,69	67.563,33	73.794,40	82.329,70
UTILIDAD BRUTA	37.772,17	43.543,81	49.108,91	54.836,74	79.340,35
GASTOS GENERALES	6.096,00	6.217,92	6.342,28	6.469,12	6.598,51
GASTOS ADMINISTRATIVOS	27.945,95	27.945,95	27.945,95	27.945,95	27.945,95
DEPRECIACIÓN ANUAL	1.632,93	1.632,93	1.632,93	1.632,93	1.632,93
U.A.I.I	2.097,30	7.747,02	13.187,76	18.788,74	43.162,97
INTRESES	773,52	636,75	482,81	309,56	114,57
U.A.I	1.323,78	7.110,27	12.704,94	18.479,18	43.048,40
IMPUESTOS	-	-	-	561,92	4.161,76
U.A.R.T	1.323,78	7.110,27	12.704,94	17.917,26	38.886,64
RT	198,57	1.066,54	1.905,74	2.687,59	5.833,00
UTILIDAD NETA	1.125,21	6.043,73	10.799,20	15.229,67	33.053,65

*Tabla 39. Estado de resultado proyectado
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco*

La empresa CakeDu mantiene sus beneficios desde el primer periodo al año 1 hasta el 5 que van incrementándose de forma gradual pero siempre arrojando utilidades, gracias a que los costos son relativamente bajos y entre sus gastos financieros no presentan un mayor problema, sin embargo, las ventas son de vital importancia para poder solventar los gastos y costos porque se ha mantenido con un buen rendimiento.

7.3. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	-	86.025,00	104.046,74	115.912,94	127.794,02	150.820,01
VENTAS EN EFECTIVO		46.250,00	52.489,75	58.336,12	64.315,57	80.835,03
RECUPERACION DE CXC		39.775,00	51.556,99	57.576,82	63.478,45	69.984,99
OTROS INGRESOS EN EFECT						
APORTACION DE ACCIONISTA						
EGRESOS	12.801,26	81.107,88	94.859,02	102.206,01	108.973,73	119.052,07
PAGO A PROVEEDORES		47.065,93	60.496,59	66.851,24	72.652,92	81.258,11
PAGO DE GASTOS		6.096,00	6.217,92	6.342,28	6.469,12	6.598,51
PAGO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		27.945,95	27.945,95	27.945,95	27.945,95	27.945,95
PAGO DE INVERSIONES	12.801,26					
OTROS PAGOS						
PAGO POR DISTRIB DE UTILIDADES			198,57	1.066,54	1.905,74	3.249,51

DIFERENCIA DEL FLUJO DE CAJA	- 12.801,26	4.917,12	9.187,72	13.706,93	18.820,29	31.767,95
SALDO ACUMULADO DE FLUJO DE CAJA	- 12.801,26	- 7.884,14	1.303,58	15.010,51	33.830,80	65.598,75

Tabla 40. Flujo de caja proyectado
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

FLUJO DE CAJA FINANCIADO						
INGRESOS	17.000,00	-	-	-	-	-
APORTACION DE ACCIONISTAS	10.000,00					
PRESTAMOS BANCARIOS	7.000,00					
OTROS PRESTAMOS SOBRE GIRO BANCARIO						
DESEMBOLSOS	-	1.863,44	1.863,44	1.863,44	1.863,44	1.863,44
PAGO DE CAPITAL AL BANCO		1.089,92	1.226,69	1.380,63	1.553,88	1.748,87
PAGO DE INTERESES AL BANCO		773,52	636,75	482,81	309,56	114,57
OTROS PAGOS FINANCIADOS						
DIFERENCIA DE L FLUJO DE CAJA FINANCIADO	4.198,74	3.053,68	7.324,27	11.843,49	16.956,84	29.904,50
SALDO FINAL ACUMULADO DEL FLUJO DE CAJA	4.198,74	7.252,42	14.576,69	26.420,18	43.377,03	73.281,53

Tabla 41. Flujo de caja financiado
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Según el flujo de caja para la empresa CakeDu, se puede observar un buen rendimiento de cada periodo gracias a las ventas realizadas y los costos gradualmente bajos de cada año, entonces esto significa que disponemos de la liquidez necesaria para responder a nuestras deudas y obligaciones a corto plazo.

7.4. Análisis de la rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)

SU INVERSION TOTAL ES

FINANCIAMIENTO (préstamo bancario)	7.000
APORTACIÓN DE LOS SOCIOS	10.000,00
TOTAL	17.000,00
ACTIVOS FIJOS (inversión)	12.801,26
Saldo ocupado para demás gastos	4.198,74

Tabla 42. Inversión total
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

RECUPERA EN EL SEGUNDO AÑO

VAN, TIR E INDICE DE RENTABILIDAD

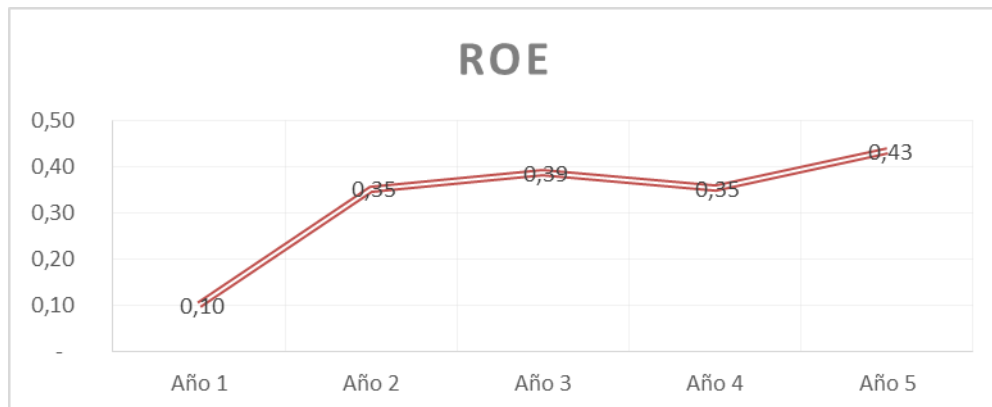
TASA DE DESCUENTO	11,83%
VALOR ACTUAL	51.741,47
VALOR ACTUAL NETO	38.940,21
TASA INTERNA DE RETORNO	73%
INDICE DE RENTABILIDAD	3,04

*Tabla 43. VAN, TIR e Índice de rentabilidad
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco*

RAZONES FINANCIERAS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROE	0,10	0,35	0,39	0,35	0,43
ROA	0,05	0,19	0,25	0,26	0,34
ROS	0,01	0,06	0,09	0,12	0,20

*Tabla 44. Razones financieras
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco*



*Figura 29. ROE
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco*

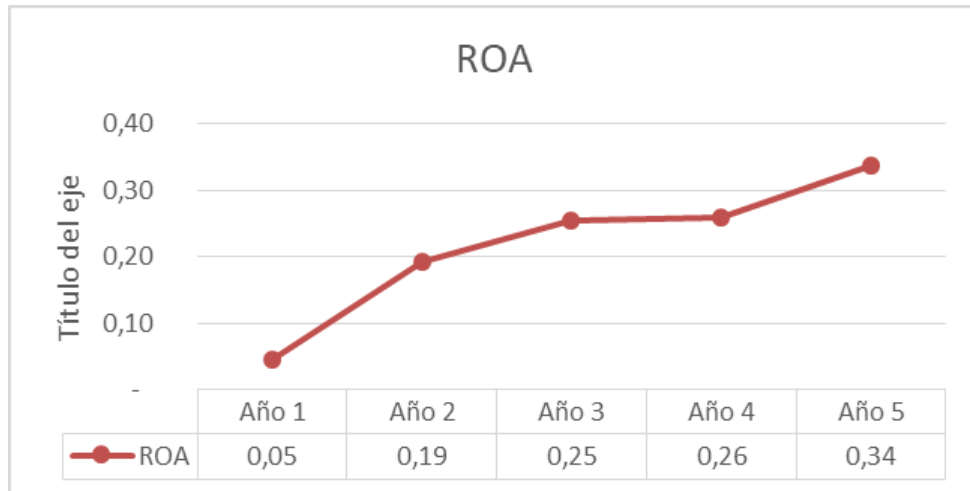


Figura 30. ROA
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

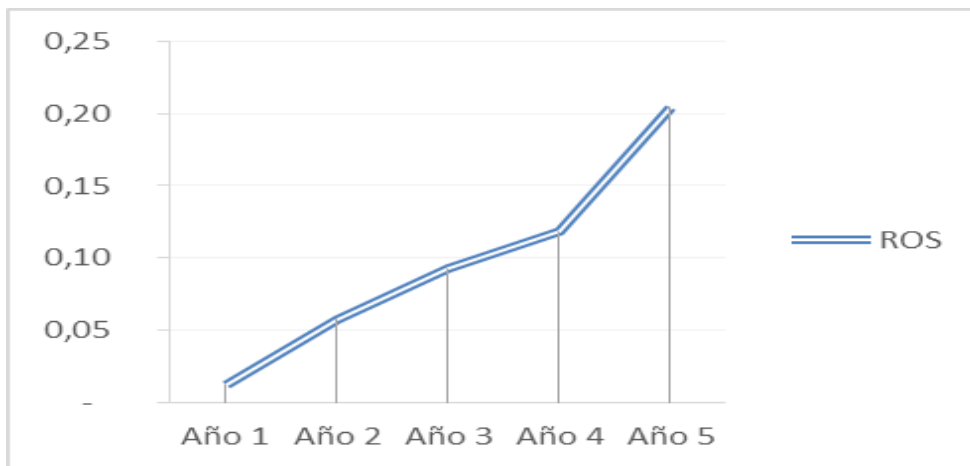


Figura 31. ROS
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de equilibrio			
costos directos	\$ 61.435,69	valor	\$ 82.365,45
costos indirectos	\$ 34.163,87	porcentaje	78%
Ventas	\$104.979,50	unidades	48.202

Tabla 45. Punto de equilibrio
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

Su punto de equilibrio en dólares es de \$82.365,45, equivalentes a 48.202 unidades en productos generales.

Dupont	68%
--------	-----

Tabla 46. Dupont
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco

7.5. Análisis de sensibilidad

Variable (unidad)	Escenarios de análisis					
	Pesimista		Conservador		Optimista	
	Valor	VAN	Valor	VAN	Valor	VAN
Variación de ingresos del proyecto	6%	\$ 29.430,678	7%	\$ 50.034,66	8%	\$ 51.619,58
índice de rentabilidad	6%	2,48	7%	3,70	8%	3,79

*Tabla 47. Análisis de sensibilidad
Fuente: Elaborado por Genesis Guerrero y Jean Carrasco*

Análisis de sensibilidad realizado en función de la variación de los ingresos

Pesimista variación de ingreso disminución del 6%

Conservador variación de ingreso crecimiento del 7%

Optimista variación de ingreso crecimiento del 8%

CONCLUSIONES

La realización del plan de negocio sirve como una herramienta fundamental para la creación futura de la empresa cumpliendo así el objetivo general con el cual se creó este proyecto.

Mediante un análisis se logró obtener información relevante con relación a los aspectos internos y externos de la empresa dando a conocer estrategias importantes para el desarrollo de esta, además de percibir las falencias y crear nuevas opciones para mejorarlas y así fomentar al crecimiento del negocio de manera más efectiva.

Como resultado del levantamiento de información mediante encuestas se puede concluir que este proyecto tendrá una gran acogida debido a la necesidad que presentan los moradores del sector antes mencionado, siendo así un método que ayuda a determinar los factores de éxito para la empresa, cabe recalcar que el sector donde se ha decidido implantar el proyecto es una zona que va en vía de expansión y donde se ha ido fomentando el desarrollo comercial, además de promover la ejecución de un plan publicitario para dar a conocer los productos que se ofrecerán, mediante videos, creación de un catálogo de productos donde se determinará cada uno de ellos con sus respectivas característica, sabores textura y los diferentes tipos de aderezos.

Lo que se buscó en primer lugar con la creación de este plan de negocio es reconocer y determinar la factibilidad y acogida que presenta la creación de esta empresa, para luego tomar las acciones necesarias que impliquen llevar el negocio como tal hacia el mundo real con suma seguridad de ir por el buen camino según estudios realizados en este proyecto.

Finalmente, se busca resaltar la principal importancia que se considera dentro del plan de negocios que es la ejecución de nuevos sabores, presentaciones, y decoraciones personalizadas de acuerdo con el gusto de cada cliente, siempre fomentando la mejor calidad en nuestros productos, ya que este es un aspecto sustancial para la clientela. Cabe resaltar que basados en estudios de este proyecto se puede determinar que el negocio arroja positivos índices de rentabilidad, con un TIR del 73%, VAN de 38.940,21 y el índice de rentabilidad de 3,04.

RECOMENDACIONES

Se debe realizar constantemente investigaciones de mercado para mantenerse al tanto de las nuevas disposiciones y requerimientos de los clientes ya que en la actualidad se vive en mundo de constante innovación.

Establecer inspecciones y efectuar ajustes en el plan publicitario de la empresa, para así incursionar eficientemente en las actividades promocionales.

Realizar investigaciones de mercado y percibir las variables de comportamiento que afectan directamente a la empresa como la demanda y oferta.

Implementar nuevas técnicas indispensables para la creación de nuevos sabores y rellenos que ayude a revolucionar constantemente los productos, sin dejar de tomar en cuenta la utilización sostenida de los recursos de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Ecuador, S. d. (2019). *SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/regimen-impositivo-simplificado-rise>
- Google. (07 de Julio de 2019). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-2.1542054,-79.5602857,149m/data=!3m1!1e3?hl=es>
- MILAGRO, G. M. (2019). *GAD MUNICIPAL DE MILAGRO*. Obtenido de <http://milagro.gob.ec/archivos/pdf/lotaip/literalf/doc.009.pdf>
- Muñiz, L. (2017). *Como clasificar y segmentar clientes*. Obtenido de Sistema Control Gestion y Estrategia: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.sistemacontrolgestion.com/Portals/1/Clasificar_clientes_SisConGes_ebook.pdf
- Porter, M. E. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Harvard Business Review.
- Pública, M. d. (07 de Julio de 2019). *Plataforma Gubernamental de Desarrollo Social. Código Postal: 170146 / Quito - Ecuador*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/conozca-los-requisitos-y-valores-a-pagar-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento-de-establecimientos-comerciales-y-de-servicios/>
- Talancon, H. P. (Septiembre, 2006.). Una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*, <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>.

PLAN GUERRERO

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.upacifico.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 19 words

Excluir bibliografía

Activo

TUTORÍAS





REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 28-11-2018 Fin 31-10-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

Línea de investigación: MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE POSTRES EN LA CIUDAD DE MILAGRO

ACOMPAÑANTE: ROMERO CARDENAS ERIKA JADIRA

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	CARRASCO RUIZ JEAN CARLO	0955628391	INGENIERÍA COMERCIAL
2	GUERRERO PAREDES GENESIS LISBETH	0926407271	INGENIERÍA COMERCIAL

Nº	FECHA	HORA	Nº HORAS	DETALLE
1	12-06-2019	Inicio: 10:11 a.m. Fin: 11:11 a.m.	1	EXPLICACIÓN DE IDEA DE NEGOCIO, INTRODUCCIÓN, DESCRIPCIÓN DE NEGOCIOS, MISIÓN Y VISION
2	21-06-2019	Inicio: 10:20 a.m. Fin: 11:20 a.m.	1	REVISIÓN PLANTEAMIENTO DE IDEA DE NEGOCIO, DESCRIPCIÓN DE NEGOCIO, MISIÓN, VISION.
3	26-06-2019	Inicio: 09:19 a.m. Fin: 11:19 a.m.	2	REVISIÓN DE MATRIZ FO FA DO DA, EXPLICACIÓN DE CAPITULO DOS
4	03-07-2019	Inicio: 11:20 a.m. Fin: 13:20 p.m.	2	REVISIÓN Y CORRECCIÓN DE ANÁLISIS DE MERCADO, MERCADO DE LA DEMANDA, INVESTIGACIÓN DE MERCADO, PLAN DE MARKETING. REVISIÓN DE MERCADO DE FACTORES Y FLUJOGRAMAS.
5	10-07-2019	Inicio: 11:18 a.m. Fin: 13:18 p.m.	2	REVISIÓN DEL TIPO DE ORGANIZACIÓN , ESTRUCTURA ORGANIZACIÓN, FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES, DIAGRAMA DE FLUJO ADMINISTRATIVO
6	12-07-2019	Inicio: 09:18 a.m. Fin: 11:18 a.m.	2	CORRECCIÓN DE LA PARTE ADMINISTRATIVA
7	17-07-2019	Inicio: 11:15 a.m. Fin: 13:15 p.m.	2	REVISIÓN DE ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL, PLAN DE COMPENSACIÓN, MITIGACIÓN, IMPACTO AMBIENTAL
8	24-07-2019	Inicio: 11:16 a.m. Fin: 13:16 p.m.	2	CORRECCIÓN DEL ESTUDIO LEGAL, AMBIENTAL DESARROLLO DE PLAN DE MITIGACIÓN Y COMPENSACIÓN
9	07-08-2019	Inicio: 10:15 a.m. Fin: 12:15 p.m.	2	REVISIÓN Y CORRECCIÓN DE LA PARTE ECONÓMICA - FINANCIERA. DEBE CAMBIAR ALGUNOS CUADROS Y AUMENTAR ALGUNOS COSTOS QUE SE HAN OBLIADO
10	31-07-2019	Inicio: 11:15 a.m. Fin: 13:15 p.m.	2	REVISIÓN DE PLAN DE COMPENSACIÓN Y MITIGACIÓN. SE DEBE REALIZAR CORRECCIONES DE ACUERDO AL CONTEXTO DE SU NEGOCIO. EXPLICACIÓN DE LA PARTE ECONÓMICA Y FINANCIERA
11	14-08-2019	Inicio: 11:15 a.m. Fin: 13:15 p.m.	2	REVISIÓN DE DOCUMENTO DE ACUERDO AL INFORME DE PLAGIO

ROMERO CARDENAS ERIKA JADIRA
PROFESOR(A)



DIRECCIÓN DE CARRERA
INGENIERÍA COMERCIAL

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26
Conmutador: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107
Telefax: (04) 2715187
Milagro • Guayas • Ecuador

VISIÓN
Ser una universidad de docencia e investigación.

MISIÓN
La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y oferta servicios que demanda el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

