

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENEDORES**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

**REALIZADO POR:**

Kevin Eduardo Abad Ramírez

**Tutor:**

**Ing.:** Marco Vidal

**INFORMACIÓN PERSONAL:**

**Dirección:** Cdla Sauces 2 MZ F67 villa #13

**Teléfono:** (04) 2231475

**Correo:** kevinar85@gmail.com

**Guayaquil – Ecuador**

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**TEMA:**

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE REPOSTERÍA  
MODALIDAD TIENDA VIRTUAL, UTILIZANDO TECNOLOGÍAS DE  
INFORMACIÓN EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.”**

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”



## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Sr. Kevin Eduardo Abad Ramírez como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Mayo del 2014

**Ing. Marcos Vidal**

Tutor

**Ing. Ángel Castro Peñaherrera**

Lector

**Econ. Servio Correa Macías**

Lector

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”



UNIVERSIDAD CATÓLICA

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

KEVIN EDUARDO ABAD RAMÍREZ

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado, “propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad tienda virtual, utilizando tecnologías de información en la ciudad de Guayaquil”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, Mayo del 2014

EL AUTOR

KEVIN EDUARDO ABAD RAMÍREZ

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”



INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

### **AUTORIZACIÓN**

Yo, KEVIN EDUARDO ABAD RAMÍREZ

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: “propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad tienda virtual, utilizando tecnologías de información en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Mayo del 2014

EL AUTOR

KEVIN EDUARDO ABAD RAMÍREZ

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **DEDICATORIA**

**A JESUCRISTO:** Por ser siempre mi sustento, mi apoyo y el pilar fundamental para que yo haya tomado la decisión de estudiar y tomar esta carrera como una opción para ser quien quiero ser en mi vida un eterno emprendedor.

**A MI ESPOSA:** Por darme fuerzas en esta carrera de resistencia como lo es la vida universitaria, por darme su amor y hacerme entender diferentes criterios y puntos de vista cuando no tengo la razón.

**A MI PADRE:** Por sustentar mis estudios desde un inicio hasta el final, por creer en mí y demostrarme que todo es posible en la vida cuando se dedica tiempo y esfuerzo.

**A MI MADRE:** Por su infinito amor hacia mi durante toda mi vida y por qué le prometí que retomaría mis estudios, hoy cumplo con mi compromiso y se lo dedico.

**A MIS HERMANOS:** Personas que siempre creen en mí y en mis capacidades para realizar todo aquello que emprendo, a ellos les debo siempre el compromiso y el amor que sembraron en mí.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **AGRADECIMIENTO**

**A MI TUTOR:** Quien me ha guiado en este trabajo de titulación con mucha paciencia.

**A INÉSCARRASCO:** Que en el inicio del proceso de egreso contribuyo mucho en mi trabajo y ayudo a orientar mis ideas plasmadas en el mismo, le agradeceré siempre su paciencia ya que fue un apoyo en su debido momento.

**A ÁNGEL CASTRO:** Quien ayudo a muchos alumnos en el proceso de titulación y demostró que hay mejores maneras de operar en la docencia.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **RESUMEN**

El proyecto de titulación propuesto, es la creación de una empresa de repostería con su principal medio de comercialización como lo es una tienda virtual, pretende desarrollar sus actividades comerciales en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, que aún se encuentra en crecimiento en sus actividades comerciales, de igual forma el mercado de repostería de la ciudad se encuentra en una etapa de crecimiento la cual es una oportunidad para empezar operaciones mercantiles en el este sector.

El trabajo busca determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto a través del análisis del entorno, para luego realizar una investigación de mercado que muestre datos relevantes que contribuya al proyecto y permita realizar un plan de marketing correcto para lograr el posicionamiento de la empresa y por ultimo analizar la viabilidad financiera del proyecto, contemplando también la implementación de estrategias de contingencia para reducir o mitigar los riesgos relacionados al proyecto.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **ABSTRACT**

The proposed project is the creation of a company with its main bakery, using the internet to sell his products through online shop, aims to develop its business in the Parroquia Tarqui Guayaquil, which is still growing in their business, just as the market for confectionery in town is in a growth stage which is an opportunity to begin commercial operations in this sector.

The work seeks to determine the feasibility and viability of the project through the environmental analysis, and then make a market research that shows relevant information to contribute to the project and thus allows a marketing plan for attaining the correct positioning of the company and finally analyze the financial viability of the project, also considering the implementation of contingency strategies to reduce or mitigate the risks related to the project.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **INTRODUCCIÓN**

La industria de repostería y panadería en el país se ha venido desarrollando a través de los años para convertirse hoy en una fuente importante de ingresos para las personas y contribuir al desarrollo de la sociedad, es así que el gobierno a través de sus diferentes formas, se encuentran realizando programas y planes de desarrollo para empresarial para impulsar más el desarrollo de micro emprendimientos que ayuden a la economía de los ecuatorianos.

La ciudad de Guayaquil, en la provincia del Guayas, es un ejemplo de lo mencionado en el apartado anterior. Guayaquil es una ciudad conocida por sus actividades por sus actividades comerciales en las cuales se destacan empresas como Sweet and Coffee que se dedica a la venta de postres y café en sus diferentes presentaciones.

El presente proyecto pretende comercializar sus postres por medio de una tienda virtual siendo una solución para las personas que no tienen tiempo para comprar sus dulces de manera personalizada y con entrega a domicilio, tan solo teniendo acceso a el internet para su comercialización, generando un valor agregado al mismo, y pueda posicionarse correctamente en el mercado de repostería en la ciudad de Guayaquil

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## ÍNDICE GENERAL

### Contenido

TEMA: .....	- 2 -
CERTIFICACIÓN .....	- 3 -
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	- 4 -
AUTORIZACIÓN .....	- 5 -
DEDICATORIA .....	- 6 -
AGRADECIMIENTO .....	- 7 -
RESUMEN .....	- 8 -
ABSTRACT.....	- 9 -
INTRODUCCIÓN .....	- 10 -
ÍNDICE GENERAL .....	- 11 -
ÍNDICE DE TABLAS.....	- 24 -
Capítulo 1 .....	- 30 -
1.1 Tema – Título .....	- 30 -
1.2 Justificación.....	- 30 -
1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio .....	- 31 -
1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.....	- 32 -
1.5 Objetivos de la Investigación.....	- 34 -
1.5.1 Objetivo General.....	- 34 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

1.5.1	Objetivos Específicos .....	- 34 -
1.6	Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información - 34 -	
1.7	Planteamiento del Fenómeno Paradigmático .....	- 36 -
1.7.1	Planteamiento del Problema .....	- 37 -
1.8	Fundamentación Teórica del Trabajo .....	- 38 -
1.8	Marco Referencial .....	- 38 -
1.8.1	Marco teórico.....	- 39 -
1.8.2	Marco Conceptual.....	- 42 -
1.8.3	MARCO LEGAL .....	- 50 -
1.8.4	Marco Lógico .....	- 52 -
1.9	Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	- 53 -
1.10	Cronograma .....	- 55 -
	CAPITULO 2 .....	- 57 -
2	Descripción del negocio .....	- 57 -
2.1	Análisis de la Oportunidad .....	- 57 -
2.1.1	Descripción de la Idea de Negocio .....	- 58 -
2.1.2	Descripción de la Idea de Producto o Servicio .....	- 59 -
2.2	Misión, Visión y Valores de la Empresa .....	- 61 -
2.3	Objetivos de la Empresa .....	- 62 -
2.3.1	Objetivo General.....	- 62 -
2.3.2	Objetivos específicos.....	- 62 -
2.4	Estructura organizacional .....	- 63 -
2.4.1	Organigrama .....	- 63 -
2.4.2	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias .....	- 63 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

2.4.3 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos .....	- 66 -
CAPITULO 3 .....	- 68 -
3.1 Aspecto Societario de la Empresa .....	- 68 -
3.1.1 Generalidades (tipo de empresa).....	- 68 -
3.1.2. Fundación de la Empresa.....	- 70 -
3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones.....	- 71 -
3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios .....	- 72 -
3.1.5. Compañías Extranjeras (opcional).....	- 73 -
3.1.6. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores .....	- 73 -
3.2. Aspecto Laboral de la Empresa .....	- 74 -
3.2.1. Generalidades .....	- 74 -
3.2.2. Mandato Constituyente #8.....	- 75 -
3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo .....	- 75 -
3.2.4. Obligaciones del Empleador.....	- 76 -
3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración .....	- 77 -
3.2.6. Fondo de Reserva y Vacaciones .....	- 78 -
3.2.7. Asociaciones de Trabajadores .....	- 79 -
3.2.8. Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo.....	- 80 -
3.3. Contratación Civil.....	- 80 -
3.3.1. Principios Básicos de la Contratación.....	- 80 -
3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios.....	- 81 -
3.3.3. Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios .....	- 81 -
3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación.....	- 82 -
3.3.5. Generalidades de la Contratación Pública .....	- 82 -
3.3.6. Contrato de Confidencialidad .....	- 83 -
3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo .....	- 84 -
3.4.1. Código de Ética .....	- 84 -
3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios.....	- 86 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación.....	- 88 -
3.5. Propiedad Intelectual .....	- 88 -
3.5.1. Registro de Marca.....	- 88 -
3.5.2. Manual de Procesos Productivos .....	- 89 -
3.5.3. Derecho de Autor del Trabajo de Titulación .....	- 90 -
3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad .....	- 90 -
3.6. Seguros .....	- 90 -
3.6.1. Incendio .....	- 91 -
3.6.2. Robo .....	- 91 -
3.6.3. Fidelidad .....	- 92 -
3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato .....	- 92 -
3.6.5. Maquinarias y Equipos .....	- 92 -
3.6.6. Materia Prima y Mercadería .....	- 92 -
3.7. Presupuesto .....	- 93 -
CAPÍTULO 4 .....	- 95 -
4.1. Análisis PEST.....	- 95 -
4.1.1. Factores Políticos.....	- 95 -
4.1.2. Factores Económicos .....	- 96 -
4.1.3. Factores Sociales .....	- 98 -
4.1.4. Factores Tecnológicos .....	- 99 -
4.2. Análisis Macro, Meso y Micro .....	- 99 -
4.3. Atractividad de la Industria .....	- 101 -
4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado .....	- 102 -
4.5. Matriz BCG .....	- 103 -
4.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado .....	- 104 -
4.7. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter .....	- 105 -
4.7.1. La rivalidad de los competidores existentes .....	- 105 -
4.7.2. La entrada de nuevos competidores.....	- 106 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

4.7.3. El poder de negociación de los proveedores.....	- 106 -
4.7.4. El poder de negociación de los compradores.....	- 106 -
4.7.5. La amenaza de productos sustitutos.....	- 107 -
4.8. Análisis de la Oferta .....	- 107 -
4.8.1. Tipo de Competencia.....	- 107 -
4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial.....	- 108 -
4.8.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio. ....	- 108 -
4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa.....	- 109 -
4.9. Análisis de la Demanda .....	- 111 -
4.9.1. Segmentación de Mercado.....	- 111 -
4.9.1.1. Criterio de Segmentación.....	- 111 -
4.9.1.2. Selección de Segmentos .....	- 112 -
4.9.1.3. Perfiles de los Segmentos .....	- 112 -
4.10. Matriz FODA.....	- 112 -
4.10.1. Fortalezas.....	- 112 -
4.10.2. Debilidades.....	- 113 -
4.10.3. Oportunidades.....	- 113 -
4.10.4. Amenazas.....	- 113 -
4.11. Investigación de Mercado.....	- 116 -
4.11.1. Método.....	- 116 -
4.11.2. Diseño de la Investigación.....	- 116 -
4.11.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos.....	- 116 -
4.11.2.2. Tamaño de la Muestra .....	- 118 -
4.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos .....	- 119 -
4.11.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal) .....	- 119 -
4.11.2.3.2. Concluyente (Encuesta) .....	- 122 -
4.11.2.4. Análisis de Datos .....	- 123 -





“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

5.3.3. Estrategia de Plaza.....	- 148 -
5.3.3.1. Localización.....	- 148 -
5.3.3.1.1. Macro Localización .....	- 148 -
5.3.3.1.2. Micro Localización.....	- 149 -
5.3.3.1.3. Ubicación.....	- 149 -
5.3.3.1.4. Distribución del Espacio.....	- 150 -
5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial .....	- 150 -
5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes... -	150 -
5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.....	- 151 -
5.3.3.2.3. Logística .....	- 151 -
5.3.3.2.4. Red de Ventas .....	- 152 -
5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones .....	- 152 -
5.3.4. Estrategias de Promoción .....	- 153 -
5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL .....	- 153 -
5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje .....	- 154 -
5.3.4.3. Promoción de Ventas.....	- 154 -
5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.....	- 154 -
5.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis.....	- 154 -
5.3.4.4. Publicidad.....	- 155 -
5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento.....	- 155 -
5.3.4.4.5. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.....	- 155 -
5.3.4.4.6. Mindshare .....	- 155 -
5.3.4.4.7. Publicidad Blanca .....	- 156 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

5.3.4.4.5. Merchandising .....	- 156 -
5.3.4.3.6. Relaciones Públicas .....	- 156 -
5.3.4.3.7. Marketing Relacional.....	- 157 -
5.3.4.3.8. Insight Marketing.....	- 157 -
5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica del Trabajo de Titulación .....	- 157 -
5.3.4.3.9.1. Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing .....	- 157 -
5.3.4.3.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores .....	- 158 -
5.3.4.3.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web (inglés-español Idioma del Mercado Meta)..	-
158 -	
5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales.....	- 159 -
5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores .....	- 160 -
5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales .....	- 160 -
5.3.4.4.10.3. Marketing Social.....	- 161 -
5.3.4.5. Ámbito Internacional .....	- 161 -
5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional.....	- 161 -
5.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional .....	- 161 -
5.3.5. Cronograma .....	- 162 -
5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.....	- 163 -
5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público Menos Margen de los Intermediarios; Precio Ex empresa menos Descuentos, Impagados.....	- 164 -
CAPÍTULO 6 .....	- 166 -
6.1. Producción.....	- 166 -
6.1.1. Proceso Productivo .....	- 166 -
6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos.....	- 167 -
6.1.3. Mano de Obra .....	- 169 -
6.1.4. Capacidad Instalada.....	- 170 -
6.1.5. Flujograma de Procesos.....	- 171 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

6.1.6. Presupuesto .....	- 172 -
6.2. Gestión de Calidad.....	- 172 -
6.2.1. Procesos de planeación de calidad.....	- 172 -
6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas .....	- 173 -
6.2.3. Políticas de calidad .....	- 173 -
6.2.4. Benchmarking.....	- 174 -
6.2.5. Proceso de aseguramiento de la calidad.....	- 174 -
6.2.6. Estándares de la calidad.....	- 175 -
6.2.7. Procesos de control de calidad.....	- 175 -
6.2.8. Certificaciones y Licencias.....	- 176 -
6.2.9. Presupuesto.....	- 176 -
6.3. Gestión Ambiental.....	- 177 -
6.3.1. Procesos de planeación ambiental .....	- 177 -
6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas .....	- 177 -
6.3.3. Políticas de protección ambiental .....	- 178 -
6.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental .....	- 178 -
6.3.5. Estándares de la calidad ambiental .....	- 178 -
6.3.6. Procesos de control de calidad.....	- 179 -
6.3.7. Trazabilidad.....	- 179 -
6.3.8. Logística Verde.....	- 180 -
6.3.9. Certificaciones y Licencias.....	- 180 -
6.3.10. Presupuesto.....	- 180 -
6.4. Gestión de Responsabilidad Social.....	- 181 -
6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social.....	- 181 -
6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas .....	- 181 -
6.4.3. Políticas de protección social.....	- 182 -
6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa .....	- 182 -
6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo.....	- 183 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

6.4.6. Procesos de controles sociales.....	183 -
6.4.7. Certificaciones y Licencias.....	183 -
6.4.8. Presupuesto.....	184 -
6.5. Balanced ScoreCard & Mapa Estratégico.....	184 -
CAPÍTULO 7 .....	187 -
7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO .....	187 -
7.1. Inversión Inicial.....	187 -
7.1.1. Tipo de Inversión.....	188 -
7.1.1.1. Fija.....	188 -
7.1.1.2. Diferida.....	189 -
7.1.1.3. Corriente.....	189 -
7.1.2. Financiamiento de la Inversión.....	190 -
7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento .....	190 -
7.1.2.2. Tabla de Amortización .....	191 -
7.1.3. Cronograma de Inversiones .....	193 -
7.2. Análisis de Costos .....	193 -
7.2.1. Costos Fijos .....	193 -
7.2.2. Costos Variables .....	194 -
7.2.2.1. Costos de Producción .....	194 -
7.3. Capital de Trabajo .....	195 -
7.3.1. Costos de Operación.....	195 -
7.3.2. Costos Administrativos.....	195 -
7.3.3. Costos de Ventas .....	196 -
7.3.4. Costos Financieros.....	196 -
7.4. Análisis de Variables Críticas.....	197 -
7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes. ....	197 -
7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.....	198 -
7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales. ....	199 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

7.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio .....	- 200 -
7.4.5. Análisis de Punto de Cierre .....	- 200 -
7.5. Entorno Fiscal de la Empresa .....	- 201 -
7.5.1. Planificación Tributaria .....	- 201 -
7.5.1.1. Generalidades (Disposiciones normativas).....	- 201 -
7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal .....	- 201 -
7.5.1.3. Impuesto a la Renta .....	- 202 -
7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado.....	- 202 -
7.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales .....	- 202 -
7.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales .....	- 203 -
7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior .....	- 203 -
7.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones.....	- 203 -
7.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas.....	- 203 -
7.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Moto.....	- 203 -
7.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales .....	- 203 -
7.6. Estados Financieros proyectados .....	- 204 -
7.6.1. Balance General Inicial.....	- 204 -
7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	- 205 -
7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado.....	- 206 -
7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital .....	- 207 -
7.6.2.1.1.1. TMAR.....	- 207 -
7.6.2.1.1.2. VAN.....	- 207 -
7.6.2.1.1.3. TIR.....	- 207 -
7.6.2.1.1.4. PAYBACK .....	- 208 -
7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples .....	- 208 -
7.7.1. Productividad.....	- 208 -
7.7.2. Precio Mercado Local.....	- 208 -
7.7.3. Precio Mercado Externo .....	- 209 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

7.7.4. Costo de Materia Prima .....	- 209 -
7.7.5. Costo de Materiales Indirectos .....	- 209 -
7.7.6. Costo de Suministros y Servicios .....	- 209 -
7.7.7. Costo de Mano de Obra Directa .....	- 209 -
7.7.8. Costo de Mano de Obra Indirecta .....	- 210 -
7.7.9. Gastos Administrativos.....	- 210 -
7.7.10. Gastos de Ventas .....	- 210 -
7.7.11. Inversión en Activos Fijos .....	- 210 -
7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).....	- 211 -
7.8. Balance General.....	- 211 -
7.8.1. Razones Financieras .....	- 211 -
7.8.1.1. Liquidez .....	- 211 -
7.8.1.2. Gestión.....	- 211 -
7.8.1.3. Endeudamiento .....	- 212 -
7.8.1.4. Rentabilidad.....	- 212 -
7.9. Conclusión Financiera .....	- 213 -
CAPÍTULO 8 .....	- 215 -
8. PLAN DE CONTINGENCIA .....	- 215 -
8.1. Plan de administración del riesgo .....	- 215 -
8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos .....	- 215 -
8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists).....	- 215 -
8.2. Planeación de la respuesta al riesgo.....	- 216 -
8.2.1. Monitoreo y control del riesgo.....	- 216 -
8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo.....	- 216 -
8.2.3. Reporte del riesgo .....	- 217 -
8.2.4. Estrategias de Salida.....	- 217 -
8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas .....	- 218 -
CAPÍTULO 9 .....	- 220 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

9. CONCLUSIONES.....	- 220 -
CAPÍTULO 10 .....	- 223 -
10. RECOMENDACIONES.....	- 223 -
CAPÍTULO 11 .....	- 226 -
11. FUENTES.....	- 226 -
CAPÍTULO 12 .....	- 231 -
12. ANEXOS .....	- 231 -
CAPÍTULO 13 .....	- 242 -
13. MATERIAL COMPLEMENTARIO .....	- 242 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 : MATRIZ DEL MARCO LÓGICO.....	- 52 -
TABLA 2 : MANUAL DE FUNCIONES .....	- 66 -
TABLA 3: PROPIEDAD ACCIONARIA.....	- 71 -
TABLA 4: CÁLCULO DE DÉCIMA TERCERA Y CUARTA REMUNERACIÓN .....	- 78 -
TABLA 5: CÁLCULO DE FONDO DE RESERVA Y VACACIONES.....	- 79 -
TABLA 6: CARACTERÍSTICA DE LOS COMPETIDORES.....	- 109 -
TABLA 7: MATRIZ FODA.....	- 115 -
TABLA 8: VENTAS Y TASA DE CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA.....	- 133 -
TABLA 9: PROYECCIÓN DE VENTAS ANUALES EXPLOSIÓN DE SABORES .....	- 133 -
TABLA 10: PRECIOS DE LA COMPETENCIA.....	- 146 -
TABLA 11: PROMOCIÓN ELECTRÓNICA DE LOS COMPETIDORES.....	- 158 -
TABLA 12: PROMOCIÓN ELECTRÓNICA DE LOS COMPETIDORES.....	- 160 -
TABLA 13: PRESUPUESTO DE MARKETING.....	- 163 -
TABLA 14: PRESUPUESTO DE MARKETING.....	- 163 -
TABLA 15: ANÁLISIS DE RENTABILIDAD .....	- 164 -
TABLA 16: EQUIPOS DE OPERACIÓN .....	- 168 -
TABLA 17: MUEBLES DE OFICINA .....	- 169 -
TABLA 18: EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	- 169 -
TABLA 19: MANO DE OBRA.....	- 170 -
TABLA 20: PRESUPUESTO.....	- 172 -
TABLA 21: PROCESO DE PLANEACIÓN DEL MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	- 181 -
TABLA 22: POLÍTICAS DE PROTECCIÓN SOCIAL .....	- 182 -
TABLA 23: ESTÁNDARES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	- 183 -
TABLA 24: BALANCE SCORECARD.....	- 185 -
TABLA 25: INVERSIÓN INICIAL .....	- 187 -
TABLA 26: INVERSIÓN FIJA.....	- 188 -
TABLA 27: INVERSIÓN DIFERIDA .....	- 189 -



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

TABLA 28: GASTOS VARIOS .....	- 190 -
TABLA 29: MARGEN DE CONTRIBUCIÓN.....	- 197 -
TABLA 30: DETERMINACIÓN DEL PRECIO .....	- 198 -
TABLA 31: PROYECCIÓN DE VENTAS.....	- 198 -
TABLA 32: PUNTO ÓPTIMO DE PRODUCCIÓN.....	- 199 -
TABLA 33: PUNTO DE EQUILIBRIO .....	- 200 -
TABLA 34: IMPUESTO A LA RENTA .....	- 202 -
TABLA 35: BALANCE GENERAL.....	- 204 -
TABLA 36: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	- 205 -
TABLA 37: FLUJO DE EFECTIVO.....	- 206 -
TABLA 38: TMAR.....	- 207 -
TABLA 39: PRODUCTIVIDAD .....	- 208 -
TABLA 40: VARIACIÓN COSTO DE MATERIA PRIMA.....	- 209 -
TABLA 41: VARIACIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	- 210 -
TABLA 42: VARIACIÓN EN GASTOS DE VENTAS .....	- 210 -
TABLA 43: LIQUIDEZ.....	- 211 -
TABLA 44: GESTIÓN .....	- 211 -
TABLA 45: NIVEL DE ENDEUDAMIENTO .....	- 212 -
TABLA 46: RENTABILIDAD.....	- 212 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: CRONOGRAMA .....	- 55 -
ILUSTRACIÓN 2: ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	- 63 -
ILUSTRACIÓN 3: MATRIZ BCG.....	- 104 -
ILUSTRACIÓN 4: CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN.....	- 111 -
ILUSTRACIÓN 5: FÓRMULA ESTADÍSTICA PARA CÁLCULO DE MUESTRAS .....	- 118 -
ILUSTRACIÓN 6: CONSUMO DE POSTRES.....	- 123 -
ILUSTRACIÓN 7: ¿QUE POSTRES CONSUME CONFRECUENCIA?.....	- 124 -
ILUSTRACIÓN 8: ¿CUÁNTO GASTA EN SUS DULCES DE ELECCION?.....	- 124 -
ILUSTRACIÓN 9: ¿QUÉ LUGAR FRECUENTA PARA CONSUMIR SUS POSTRES? .....	- 125 -
ILUSTRACIÓN 10: ¿CUÁL ES EL NOMBRE DE SU PASTELERIA FAVORITA?.....	- 126 -
ILUSTRACIÓN 11: ¿CONOCE USTED ALGUNA TIENDA VIRTUAL DE REPOSTERIA?.....	- 126 -
ILUSTRACIÓN 12: ¿LE GUSTARIA REALIZAR LA COMPRA DE SUS POSTRES EN UNA TIENDA VIRTUAL? .....	- 127 -
ILUSTRACIÓN 13: ¿QUÉ VENTAJAS CREE USTED QUE POSEE ESTE METODO DE COMERCIALIZACION? .....	- 127 -
ILUSTRACIÓN 14: ¿QUÉ DESVENTAJAS CREE USTED POSEE ESTE MDE COMERCIALIZACION?.....	- 128 -
ILUSTRACIÓN 15: ¿QUÉ TAN DISPUESTO ESTA USTED AL REALIZAR LA COMPRA DE SUS POSTRES MEDIANTE LA TIENDA VIRTUAL?.....	- 129 -
ILUSTRACIÓN 16: ¿QUÉ TAN DISPUESTO ESTA USTED AL REALIZAR LA COMPRA DE SUS POSTRES MEDIANTE LA TIENDA VIRTUAL?.....	- 130 -
ILUSTRACIÓN 17: IMAGEN Y SLOGAN DEL PRODUCTO.....	- 141 -
ILUSTRACIÓN 18: LOGOTIPO DE LA EMPRESA .....	- 143 -
ILUSTRACIÓN 19: UBICACIÓN.....	- 149 -
ILUSTRACIÓN 20: DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO.....	- 150 -
ILUSTRACIÓN 21: CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	- 151 -
ILUSTRACIÓN 22: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	- 162 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

ILUSTRACIÓN 23: FLUJOGRAMA DE PROCESOS .....	- 171 -
ILUSTRACIÓN 24: MAPA ESTRATÉGICO .....	- 185 -

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **ABREVIATURAS**

**ATL:** Above the Line

**BAV:** Brand Asset Valuator

**BCG:** Boston Consulting Group

**BTL:** Below the Line

**BVQ:** Bolsa de Valores de Guayaquil

**CFN:** Corporación Financiera Nacional

**FODA:** Fortalezas, oportunidades, debilidades y Amenazas

**IESS:** Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

**IEPI:** Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

**INEC:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

**INEN:** Instituto Ecuatoriano De Normalización

**ISD:** Impuesto a la Salida de Divisas

**IVA:** Impuesto al Valor Agregado

**PIB:** Producto Interno Bruto

**SEM:** Search Engine Marketing

**TIR:** Tasa Interna De Retorno

**TMAR:** Tasa Mínima Aceptable Requerida

**VAN:** Valor Actual Neto

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

# CAPITULO 1

## DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **Capítulo 1**

### **1 DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Tema – Título**

Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.

#### **1.2 Justificación**

La propuesta para la creación de una tienda virtual donde se promocione la venta de productos de repostería personalizados, para eventos y ocasiones especiales en la ciudad de Guayaquil, nace del fuerte auge gastronómico que se ha dado en el país en los últimos años, de lo exigente que se ha vuelto el cliente en materia alimenticia y de la importancia que ha tomado la relación y satisfacción en el cliente, quienes demandan, un producto de pastelería que permita personalizar su producción, sabor y entrega. (Guayaquil Gastronomico, 2013).

Con este negocio se aplicarán los conocimientos adquiridos sobre el e-commerce (comercio electrónico) y todas las ventajas que este tipo innovador de realizar transacciones en el mercado virtual ofrece, con la capacitación adquirida, la tarea de maximizar el beneficio que ofrece este nuevo y ya conocido canal se torna más amigable y atractiva.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Este modelo de negocio pretende satisfacer las necesidades sociales que son: la falta de tiempo para realizar compras y la comodidad del canal que utilizan para efectuarlas, como se menciona en esta investigación, por medio de una tienda virtual que les ayuda a realizar este cometido.

### **1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio**

El objeto de estudio plantea la investigación de crear una tienda virtual dedicada a la exposición y comercio de productos de repostería personalizados y sureconocimiento de marca en el mercado objetivo.

Se investigará el mercado de la ciudad de Guayaquil, en la Parroquia Tarqui, este sector demográfico cubre los sectores y ciudades del norte de Guayaquil, ya que según el INEC en esta parroquia existen 1.322 establecimientos y 5.739 personal ocupado, este indicador hace atractivo este universo de personas para iniciar una investigación, ya que existe una población económicamente activa cuantiosa en esta división (INEC, 2009).

Se realizará el análisis sobre los competidores existentes en caso de hallarse y se buscará estrategias de marketing, e-marketing (marketing electrónico) dirigidas como son el SEM (Search Engine Marketing) en buscadores y comparadores de precios que se puedan utilizar para dar a conocer al público el sitio web de la tienda virtual.

Lo que se aspira con esta propuesta es crear un negocio rentable, que brinde facilidades de consumo a sus clientes, reduciendo el traslado de ellos hacia el lugar

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

de entrega, generando satisfacción en el producto que están adquiriendo y motivándolos a ser su primera opción a la hora de ordenar.

Analizar si hay o no beneficio al llevar a cabo este negocio, de manera online y demostrar que los costos mediante este tipo de negocios suelen ser más bajos que los negocios tradicionales. (Financial Planning Info Guide, 2011)

#### **1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio**

La presente propuesta se enmarca en el Plan Nacional del Buen Vivir de manera que cada trabajo beneficie a todos los habitantes del país. Los objetivos principales que sustentan este plan de negocios son los siguientes: el objetivo 3 el cual se refiere a “Mejorar la calidad de vida de la población”, y el objetivo 11 que se basa en “Establecer un sistema económico, social, solidario y sustentable.” Los dos objetivos abarcan la misión del presente trabajo de titulación. De acuerdo a la planificación sectorial del Gobierno Nacional, la entidad que engloba el presente proyecto es el Ministerio Coordinador de la Producción, Industrias y Competitividad. (SENPLADES, 2009)

Para la presente propuesta, se analizarán varios factores previos que ayudan con un histórico amplio de sucesos en el territorio nacional y extranjero acerca del tema a investigar. Son comportamientos económicos y culturales de la sociedad actual y del mundo, que validan el funcionamiento del presente trabajo. Uno de sus orígenes es la Globalización, se define como: “la creciente interacción entre países



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

y regiones del mundo producida por la expansión y potenciación de los mercados de capital, el comercio y la inversión externa directa” (Dubois, 1998).

Gracias a los avances tecnológicos y a la globalización, los modelos de negocios en el mundo han evolucionado, de tal manera que proporcionan a los empresarios, el poder de elegir su forma de crear modelos de negocios. Una de ellas son los negocios en línea por medio del internet visitando sus respectivas páginas web muchas de las cuales tienen tiendas virtuales.

El comercio electrónico se ha convertido en una muy buena herramienta de crecimiento empresarial para pequeñas y medianas empresas. Son cada vez más los empresarios que encuentran en la web una oportunidad para expandir su mercado y llegar a nuevos clientes.

El Internet ya es parte fundamental de nuestras vidas diarias y se ha consolidado como uno de los factores más influyentes en la decisión de compra. Según estadísticas, más del 70% de los consumidores buscan en Internet información sobre productos antes de comprarlos. (Emprendices, 2012)

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **1.5 Objetivos de la Investigación**

### **1.5.1 Objetivo General**

Comprobar la viabilidad y factibilidad de la creación y desarrollo de una empresa de repostería modalidad tienda virtual en la Parroquia Tarqui, sector norte de Guayaquil.

### **1.5.1 Objetivos Específicos**

- Identificar las percepciones y tendencias del mercado sobre la introducción de una tienda virtual que comercialice artículos reposteros utilizando tecnologías de la información en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.
- Determinar la demanda del consumo de productos de repostería en la Ciudad de Guayaquil
- Analizar la viabilidad financiera de introducir este modelo de negocios con sus respectivos productos a ofrecer.

## **1.6 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información**

El alcance de esta investigación es de tipo descriptiva pues el objetivo consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas que consumen productos o servicios en tiendas virtuales en la ciudad de Guayaquil.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

La investigación permitirá recoger los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponer y resumir la información de manera cuidadosa y luego analizar minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Namakforoosh, 2005)

**Etapas:**

1. Examinar las características de la situación de la creación del sitio web.
2. Formular hipótesis o preguntas.
3. Enunciar los supuestos en que se basan las hipótesis y los procesos adoptados.
4. Elegir los temas y las fuentes apropiados.
5. Seleccionar o elaborar técnicas para la recolección de datos.
6. Establecer, a fin de clasificar los datos, categorías precisas, que se adecuen al propósito del estudio y permitan poner de manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas.
7. Verificar la validez de las técnicas empleadas para la recolección de datos.
8. Realizar observaciones objetivas y exactas.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

9. Describir, analizar e interpretar los datos obtenidos, en términos claros y precisos.

Los datos descriptivos obtenidos se van a expresar en términos cualitativos y cuantitativos. (Namakforoosh, 2005)

**Cualitativos.** Aunque poseen una información valiosa no es muy exacta, para esto existirán las observaciones a los websites que serían la posible competencia.

**Cuantitativos.** Sin duda alguna no puede faltar la encuesta para conocer de mejor manera el mercado y también un grupo focal que pueda resolver cualquier duda que quedare.

En un análisis cualitativo para saber cuál sería el posible futuro con” Explosión de Sabores” se realizarán 5 observaciones a otros sitios web similares que podrían ser la competencia directa.

### **1.7 Planteamiento del Fenómeno Paradigmático**

En el presente proyecto de titulación, se dará un enfoque socio crítico para poder detallar el paradigma encontrado acerca de los negocios online.

Con el transcurrir del tiempo se hace prioritario el manejo de los recursos de la Tecnología de la Información como un complemento cultural para el hombre, en la actualidad, Internet, es una palabra de moda, está moviendo a la sociedad actual en un mundo virtual o electrónico, en donde el poder de la información tiene gran demanda y hay que estar preparado para estos cambios que se están presentado en

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

el mundo electrónico paralelo, por esta razón esta investigación espera aportar un poco de conocimiento para comprender por qué los nuevos paradigmas se enfocan en Internet red de redes. (Gaitan, 2001)

Se puede evidenciar que el uso de la tecnología de la información transforma al individuo en un elemento de cambio que enfrenta a los nuevos paradigmas en su entorno diario, el poder de la información está disponible para cada ser humano que la consulta en la red y todo ser humano que tenga acceso a Internet tiene seguro el contacto con la información para enfrentar los nuevos retos del día a día.

### **1.7.1 Planteamiento del Problema**

En la ciudad de Guayaquil existen muchos locales de repostería, los cuales ofrecen productos para sus fiestas familiares, se busca satisfacer el mercado de productos personalizados y la introducción de nuevos géneros en esta industria, en este negocio se mostraran productos innovadores de la misma índole, causando un impacto diferenciador en relación a sus competidores.

Existen locales y pastelerías que ofrecen este servicio, pero el problema es que el organizador o la persona interesada en este producto y servicio necesariamente debe estar de manera presencial para hacer el pedido, lo que se busca con este modelo de comercialización es comodidad, confianza e invertir bien el recurso del tiempo de los consumidores.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

El entorno social y laboral en el que están rodeadas las personas económicamente activas no les permite darse el tiempo para organizar sus eventos y planificar sus ideas. (Pro Ecuador , 2013)

Se va a comercializar productos de repostería personalizados y los artículos ordinarios de pastelería para eventos sociales o familiares.

## **1.8 Fundamentación Teórica del Trabajo**

### **1.8. Marco Referencial**

Esta investigación se realizará a partir de estudios en la ciudad, el país y el mundo que brinden un aporte significativo para el negocio.

Las ventas on-line o por Internet requieren más que seguridad y confianza, no solo en el Ecuador, sino a escala mundial. Así lo determinó el encuentro E-Commerce Day celebrado en Guayaquil, a esta conclusión, se llega pese a que las cifras del Ecuador se muestran amigables para este tipo de comercio. Al año, según datos del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (ILCE), de los \$36 000 millones que se registran en Latinoamérica y del total de \$1 trillón anuales a escala mundial, el Ecuador mueve más de \$200 millones (Diario Hoy, 2013).

En 2010, Pacificard registró \$67 millones de compras en línea, es decir, 600 mil transacciones con promedio de compras de \$150 y la mayoría de ella fue a empresas internacionales. (Diario El Universo, 2012)

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

El Brasil lidera el mercado latinoamericano de comercio por Internet. Mueve 60% de los \$36 mil millones, cerca de 190 millones de personas son usuarias de Internet y, de ellas, al menos 30% ha realizado una compra por ese medio y 50% ha consultado. (El Financiero , 2012)

### **1.8.1 Marco teórico**

Con el marco teórico se expondrá el estudio y la teoría que hace viable el trabajo de titulación, con el objeto de uniformar ideas referentes al proyecto. Así como los beneficios de consumir un producto de calidad, fidelizando al consumidor en un canal directo que le permite tener contacto espontáneo con la empresa.

La Teoría de Calidad es un modelo obligatorio a seguir para compañías que buscan optimizar sus procesos y mejorar la relación con los clientes creando una armonía en toda la cadena de valor cumpliendo las características que las empresas buscan en sus productos o servicios alcanzar la ausencia de defectos, determinando que solo el cliente puede indicar si el producto o servicio es de calidad, calificando la calidad en el diseño, disponibilidad y el servicio de post venta o entrega (Juran, 1990)

Con la teoría de calidad la empresa busca cambiar la percepción del cliente sobre los productos adquiridos por internet, con:

**Diseño:** la tienda virtual plantea calidad en investigación de mercado sobre la interfaz adecuada para la firma.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**Conformidad:** se evaluara que tan fiables son los productos y servicios, mano de obra y gestión de recursos.

**Disponibilidad:** mantenimiento de equipos y dominio, soporte logístico y rapidez de entrega.

**Servicio post venta:** integridad y competencia. (Juran, 1990)

Según Philip Kotler y sus principios basicos del Marketing online son:

1. Reconocer que el consumidor tiene el poder. Pues es el quien decide consumir o no nuestro producto o servicio.
2. Desarrollar una oferta apuntando directamente al publico objetivo. En este punto la segmentacion de mercado es uno de los elementos decisivos de nuestra estrategia, creando productos por y para ellos.
3. Diseñar estrategias de marketing desde el punto de vista del cliente. Una vez hecho el segmento hay que identificar las expectativas de nuestros clientes.
4. Concentrarse en como se distribuye/entrega el producto, no el producto en sí. Replantear las ideas basadas en la distribucion.
5. Acudir al cliente para crear mas valor, las empresas que generannuevas lineas de productos es por que generan dialogo con los consumidores.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

6. Utilizar nuevas formas de alcanzar al cliente con nuestros mensajes. De manera creativa utilizar el internet como soporte publicitario impactando con nuevas formas en el publico objetivo.

7. Desarrollar métricas y control del ROI (retorno de la inversion). Es necesario desarrollar metricas que nos den a conocer en que punto se encuentran los productos, relacion con el consumidor, porcentaje de ventas y cuota de penetracion de mercado.

8. Desarrollar marketing de alta tecnologia. Conocer sobre las redes sociales y como utilizarlas para maximizar sus beneficios.

9. Focalizarse en crear activos a largo plazo. Otorgar poder tecnologico a sus empleados y reducir precios para premiar a sus mejores clientes.

10. El departamento de marketing tiene intereses sobre los costos de cada uno de los departamentos de la empresa. La desiciones que toma este departamento afecta a los clientes, a la propia compañía y colaboradores externos. (Kotler, 2010)

### **Antecedentes investigativos.**

Aunque la producción de dulces y pasteles se venía haciendo desde la antigüedad en los países europeos a nivel familiar (con el comienzo de la Edad Media), se asegura que el origen de las tiendas de pastelería y confitería actuales, con su obrador en la trastienda, surgieron a partir de las farmacias. Efectivamente, cuando

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

las recetas preparaban en la rebotica, se les añadía azúcar o miel para cubrir su gusto poco agradable. Es también importante indicar que el origen de muchos dulces y pasteles surgió de la necesidad de encontrar métodos para la conservación de alimentos. Así, por ejemplo, se observó que si se calentaba la leche con azúcar, dándole vueltas y dejándola que se concentrase, se obtenía un producto (la leche condensada) de agradable y dulce sabor, y que se podía conservar sin problemas durante largos períodos de tiempo. Igual se puede decir de las mermeladas hechas a partir de frutas y azúcar sometidas a cocción. En otros casos, surgieron los dulces ante la necesidad de aprovechar determinados productos que existían en abundancia. Así por ejemplo, el turrón surgió como consecuencia de la gran cantidad existente de almendras y miel en determinadas regiones. En el siglo XIX la confitería y la pastelería en Europa disfrutaban de un gran auge, con la aparición de las pastelerías y confiterías modernas, muy parecidas a las que existen en la actualidad. En el siglo XX, con el incremento del nivel de vida, continúa ese auge hasta llegar a nuestros días en que se ha alcanzado un alto grado de perfección en la profesión con unos productos muy variados, de alta calidad, atractiva apariencia y sabor muy agradable. (Granados, 2003)

### **1.8.2 Marco Conceptual**

De acuerdo con las partes que se involucran en ese proceso se pueden identificar segmentos o categorías de comercio electrónico que consisten en:

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **B2C (Business to Consumer) Empresa a Cliente:**

Se puede comparar con la venta al detalle de manera electrónica. Esta categoría ha tenido gran aceptación y se ha ampliado sobre manera gracias al World Wide Web, ya que existen diversos centros comerciales por todo Internet ofreciendo toda clase de bienes de consumo.

**Ciberespacio:** Así es como se conoce el territorio virtual y digital compuesto por la red Internet. El sitio en donde las personas interactúan, se comunican e intercambian información usando la Internet.

**Dinero electrónico:** Todo tipo de moneda utilizada para efectuar el pago de bienes o servicios directamente desde un sitio Web en Internet.

**Dominio:** La Web está segmentada en dominios. Estos agrupan los diferentes sitios Web por familias: (.com) para los sitios comerciales, (.org) para las organizaciones, (.ed) para los sitios de educación, etc. Todos los usuarios de computador de un proveedor comercial de Internet constituyen un dominio.

**Negocios electrónicos:** e-busines; expresión que se utiliza ampliamente para indicar el hecho de hacer negocios utilizando Internet y otros mecanismos electrónicos.

**Tienda virtual:** Ubicación o sitio en Internet, que permite a los usuarios examinar cuidadosamente los bienes de una empresa presentados en forma de

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

catálogo electrónico, así como también encargar y adquirir los bienes electrónicamente.

**WEB:** Colección de protocolos y estándares que hacen posible ver y recuperar Información de Internet. Representa la parte más popular del Internet, literalmente la gran telaraña mundial, de conexión entre los ordenadores entre sí, en todo el planeta.

**E- Marketing:** es la combinación de elementos diseñados para mejorar el establecimiento, difusión y venta de su producto en Internet.

**Search Engine Marketing:** El marketing de buscadores, conocido como SEM es una forma de marketing en Internet que busca promover sitios web aumentando su visibilidad en los resultados de búsqueda de los buscadores como Google, Yahoo! o MSN.(Gariboldi, 1999)

**Abrillantar:** Dar brillo con gelatina de frutas (manzana, melocotón etc.), gálea, huevo, grasa, azúcar, etc. a una elaboración para mejorar su presentación. Los postres, pasteles y algunos dulces se pueden abrillantar con gelatina de fruta. Las piezas de bollería generalmente se abrillantán con huevo batido, almíbar o mantequilla. También sirve para evitar que el producto se nos reseque en exceso.

**Áspic:** Elaboración a partir de gelatinas dulces o frutas.

**Babá:** Elaboración a partir de masa de brioche rebajada con huevo y mezclada con pasas, cocida en forma de corona y bañada con almíbar al ron.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

También llamado “Savarín” en la versión sin pasas y de medida más grande en homenaje al gastrónomo francés Jean Anthélme Brillat-Savarin.

**Bavaroise:** Nombre francés para definir una elaboración hecha a partir de la combinación de nata + gelatina + puré de fruta + base de crema inglesa.

**Blanquear:** Montar las yemas de huevo y azúcar hasta llegar a una textura similar a la salsa mayonesa. También se puede definir así a introducir en agua hirviendo unos segundos para quitarle amargor e impurezas (piel de naranja por ejemplo).

**Brisa:** Palabra utilizada derivada de “Pâté briséé” francesa, también llamada masa quebrada. Es una mezcla de harina, mantequilla, azúcar y huevo. En Francia también se le conoce como “Pâte a fôncer”, es decir, pasta de fondo o de base, para recibir rellenos encima, dulces o salados.

**Castigar:** Añadir un elemento a un azúcar en cocción para evitar que se empanice o se engrane. Este elemento se le llama castigo. Los castigos más habituales: Crémor tártaro, Zumo de limón, mantequilla

**Chantilly:** Elaboración clásica de origen francés que designa a la nata montada, generalmente azucarada, y aromatizada con vainilla. Posiblemente es la receta de crema más antigua que se conoce. Data del Siglo XVII y se le atribuye a François Vatel, maestro de ceremonias del príncipe de Conde en el castillo de Chantilly (Francia).

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**Charlotte (Carlota):** Pastel francés tradicional elaborado en molde específico consistente generalmente en una bavaroise rodeada de bizcocho o melindros y posteriormente decorada.

**Cocer en blanco:** Cocer una masa (normalmente Brisa) con un peso encima para que no crezca y sin el relleno para que coja color y no quede cruda en el posterior horneado del rellano si lo necesitase.

**Empanizar:** Solidificación del almíbar quedando totalmente duro. Esto suele ocurrir cuando no se ha castigado el almíbar, se ha hervido con poca agua, se ha removido en exceso la elaboración o no se han limpiado bien los lados del recipiente.

**Escaldar:** Introducir brevemente cualquier producto dentro de un líquido en ebullición. Se emplea normalmente cuando queremos ablandar un producto.

**Escudillar:** Acción de pasar una pasta o masa por una manga pastelera con tal de repartirlo en una lata de horno o bien para decorar o rellenar.

**Fondant:** Azúcar el cual se trabaja sobre mármol para que se vuelva blanco. Sirve, entre otras cosas, para tapar elaboraciones de pastelería.

**Glacé:** Puede hacer referencia a diferentes cosas: Azúcar molido o lustre, cualquier elaboración helada o confitada.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**Glaseado:** Preparación a base de azúcar lustre, claras, almíbar etc. El glaseado real es una mezcla a base de clara de huevo, azúcar lustre y zumo de limón. La pasta obtenida, muy blanca y consistente se utiliza para decorar en corneta, generalmente sobre productos tapados en fondant.

**Gianduja:** 1806 en Turín. Nos encontramos en pleno bloqueo napoleónico. En esa época era muy difícil encontrar ciertas materias primas, entre ellas el cacao. Por eso mismo algunos chocolateros deciden substituir una parte del chocolate por uno de los productos más respetados: la avellana piamontesa. A lo largo del siglo XIX los confiteros adoptan esta pasta definitivamente. Elaborado normalmente por un 36% de frutos secos frente a un 15% de cacao. Excepcionalmente la encontraremos con un 28% de cacao.

**Marrón Glacé:** Elaboración tradicional francesa a base de castañas confitadas durante un proceso largo y laborioso dando como resultado una pasta muy dulce.

**Napar:** Cubrir una elaboración con una salsa o fondant.

**Patillaje:** Elaboración con azúcar para confeccionar decoraciones moldeables y esculturas. Es a base de azúcar lustre + gelatina + zumo de limón + agua. Normalmente se elabora para no ser consumido.

**Plancha:** Bizcocho escudillado sobre una lata y cocido en forma de lámina.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**Pomar:** Acción de trabajar la mantequilla con el fin de conseguir una textura parecida a una pasta de dientes. El resultado final es una pasta sin grumos y de textura homogénea y blanda.

**Praliné:** Pasta de frutos secos tostados y triturados con azúcar. Generalmente almendras o avellanas.

**Vol-au-vent:** Elaboración a base de hojaldre típico de Francia. Se hace en forma de “vaso” que posteriormente se rellenará con dulce o salado.

**Petit-Four:** Traducido literalmente del francés como “pequeño horno”. Se denomina así a todas esas elaboraciones de repostería, pastelería en miniatura que tienen como finalidad última, generalmente, de dar la culminación de una comida después de los postres y junto al café.(Granados, 2003)

**Agencia:** empresa de servicios que puede ser de comunicación, de publicidad, de diseño, de organización de eventos, etc.

**Anuncio:** unidad de difusión de un mensaje publicitario escrito o audiovisual.

**Asesoramiento:** asesoría o consultoría labor de apoyo exterior en determinada área de las actividades institucionales o empresariales.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**Asamblea:** del francés “assemblée”. Reunión formal y reglamentaria de una institución. Necesita que se libere un acta. Se verifica el quórum para comenzar la sesión y para tomar las decisiones. Necesita de un temario u orden del día, los temas deben ser previamente notificados a todas las personas que van a participar.

**Banco de datos:** fuente de información interna de diferente índole, constituida por bases de datos, documentación recogida de los medios de comunicación, informes internos, etc. Pueden ser informatizadas o impresas y contendrán diferentes tipos de información de manera organizada.

**Briefing:** informe breve que contiene los datos del plan o programa de una

Campaña. Comunicación a través de eventos: al asistir y/o participar en distintos eventos, ferias, congresos o exposiciones también se está comunicando. El objetivo puede ser darse a conocer, presentarse, establecer contacto directo con el mercado, o reforzar la imagen de marca.

**Comunicación institucional:** es la que se utiliza para establecer contactos sociales entre la empresa e instituciones públicas o privadas. Se pretende la valoración de la empresa.

**Comunicación on line:** se establece a través de Internet y se puede utilizar para publicitar, promocionar, establecer una comunicación interna en la propia empresa, con los medios, etc.

**Comunidad virtual:** lugar especializado en la red, en el que se ofrece gratuitamente todo tipo de información a un grupo de personas afines. Allí los

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

asociados virtuales reciben consejos y pueden compartir ficheros, trucos e información.

**Estrategia:** proceso de selección de decisiones. Conjunto de medidas -que de acuerdo con un plan la empresa se propone aplicar al campo del producto, del marketing, de la comunicación, etc.

**Evento:** es toda reunión organizada con relación a una determinada temática, en la que se dan cita expositores y público para intercambiar información, conocimientos u otros, o para establecer relaciones comerciales, profesionales, otros. (Contreras, 1998)

### **1.8.3 MARCO LEGAL**

Se ha considerado el siguiente marco legal que rige este tipo de actividades en el Ecuador:

- Ley No. 67, Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 557 del 17 de abril del 2002.

- Decreto Ejecutivo No. 3496, Reglamento a Ley de Comercio Electrónico,

Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, publicado en el Registro Oficial

No. 735 del 31 de diciembre del 2002

- Resolución Federación Nacional de Contadores del Ecuador No. 07.08.99

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Normas ecuatorianas de Contabilidad 1-15, “NEC”, publicadas en el Registro

Oficial Suplemento No. 291 del 5 de octubre de 1999

- Resolución Superintendencia de Compañías No. 1, Normas Ecuatorianas de Contabilidad 18-28, “NEC”, publicadas en el Registro Oficial Suplemento No. 4 del 18 de septiembre del 2002.

- Resolución Superintendencia de Compañías, Normas Ecuatorianas de

Auditoría 1- 31, “NEA”, publicadas en el Registro Oficial, Edición Especial

No. 5 del 30 de septiembre del 2002

- Ley No. 56, Ley de Régimen Tributario Interno, publicada en el Registro Oficial No. 341 del 22 de diciembre de 1999 y sus reformas.

- Decreto Ejecutivo No. 2209, Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario y sus Reformas, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 484 del 31 de diciembre del 2001 y sus reformas.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 1.8.4 Marco Lógico

Jerarquía de Objetivos	Lógica de intervención	Indicadores Objetivamente Verificables	Fuentes y Medios De verificación	Supuestos
<b>Objetivo General</b>	Evaluar la factibilidad de crear una empresa repostería modalidad tienda virtual	VAN  TIR  PAYBACK	Estados financieros.  Análisis financieros.	VAN sea positiva.  Que el retorno de la inversión sea en 4 años.
<b>Objetivos Específicos</b>	Identificar el mercado de compras en línea de productos reposteros	Generar reconocimiento de marca mediante el sitio web.	Estudios de Mercado.	Se identificara la campaña de E-Marketing más favorable
	Determinar el tamaño de mercado que consume por internet en Ecuador	Porcentaje de población en Ecuador que realiza compras en internet	Google Adwords  Encuestas	Que el market shared de consumo en artículos reposteros sea favorable
	Analizar la rentabilidad financiera del trabajo de titulación	ROA  ROE	Análisis Financiero	ROA > 30 %  ROE > 10%  En participación accionaria
<b>Acciones</b>	Realizar Estudios financieros	Índice de rentabilidad y liquidez.	Presupuesto	Disponibilidad de los datos financieros

Tabla 1 : Matriz del Marco lógico

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos**

#### **Hipótesis:**

La creación de una empresa de repostería modalidad tienda virtual, tendrá una incidencia positiva en los hábitos de consumo de las personas que gozan de escaso tiempo para adquirir artículos de pastelería e individualizar sus productos para eventos sociales, ya que demandan de un servicio que ayude a administrar mejor el recurso del tiempo, sin descuidar sus actividades habituales. A continuación se detallan las preguntas elaboradas en relación a la investigación que se va ejecutar para el presente Trabajo de Titulación:

#### **Preguntas:**

¿Existe preferencia por el consumo de productos reposteros dejando a un lado los productos sustitutos?

¿Qué precios estarían dispuestos a pagar los futuros clientes por el servicio de adquirir artículos de pastelería a través de una tienda virtual?

¿Será posible cambiar los hábitos de compra de las personas orientándolas que sus consumos sean realizados de una manera más cómoda como en consumo por internet?

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

¿Cuál es el estado actual de la industria de repostería en Guayaquil?

¿Qué servicios ofrecen los competidores?

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 1.10 Cronograma

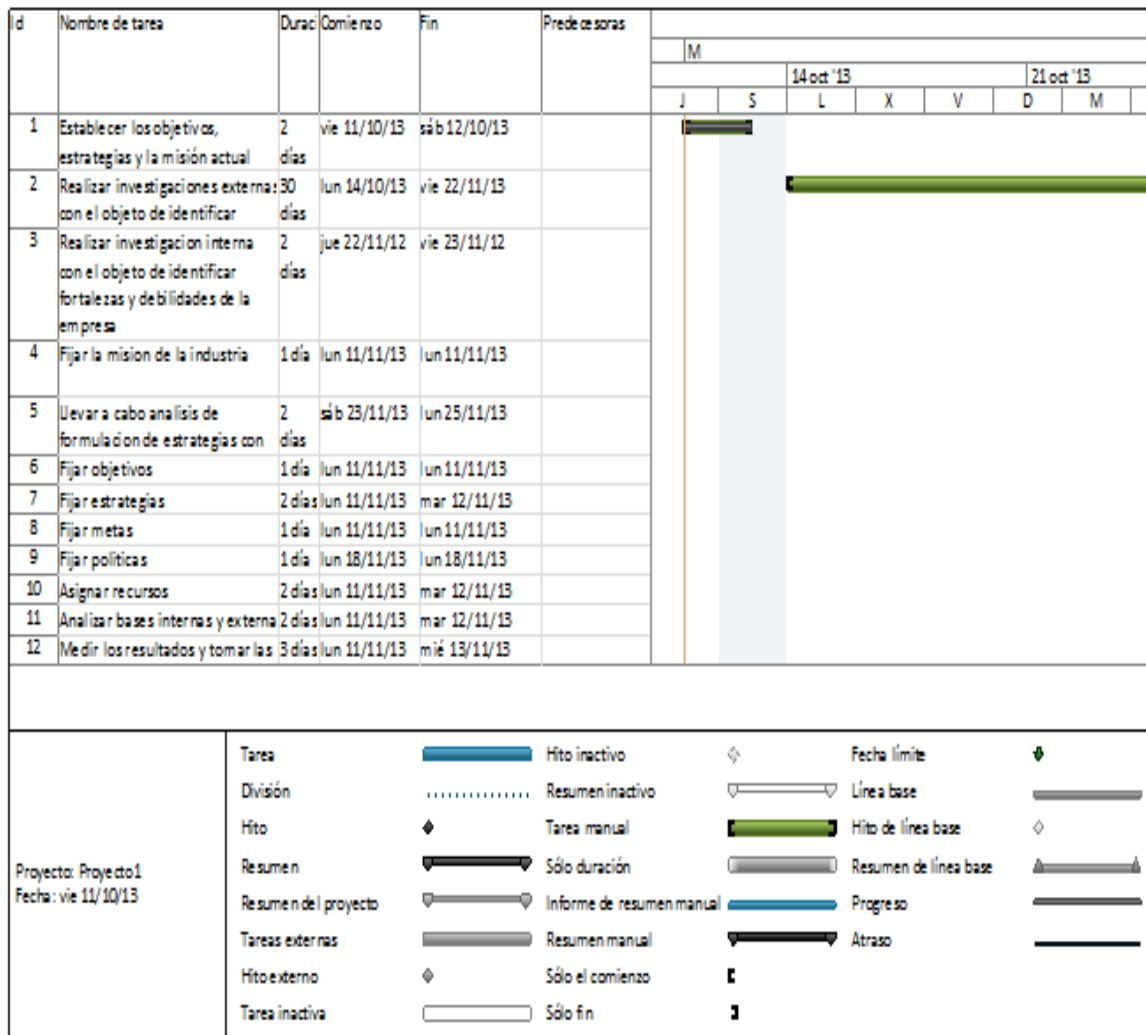


Ilustración 1: Cronograma

Elaborada por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## CAPITULO 2

# DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **CAPITULO 2**

### **2 .Descripción del negocio**

#### **2.1 Análisis de la Oportunidad**

“Explosión de sabores” es un negocio online en el cual se promocionara y comercializara artículos de pastelería de todo tipo y ocasión, sean estos eventos familiares, profesionales, para así poder personalizar este tipo de situaciones de acuerdo a las necesidades del consumidor.

Es una buena oportunidad para modernizar e impulsar el sector con nuevos formatos, además de apostarle a lo saludable, la gente quiere darse el gusto de comer postres exquisitos sin arriesgar la salud, la oportunidad está en abrir espacios de consumo para dichos productos.

El mercado de la repostería está creciendo actualmente como alternativa para emprendedores que pueden obtener ingresos ofreciendo los pasteles en fiestas, eventos o pedidos en línea (Nielsen, 2012).

En todo el Ecuador y principalmente en la ciudad de Guayaquil existen muchos lugares donde uno puede ir a comer una golosina, un pastel, en especial en diferentes tiendas, gasolineras y centros comerciales.

La característica de este negocio es que el consumidor lo puede realizar desde su casa, dejando así tiempo para dedicarse a otra actividad, sin descuidar el

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

compromiso social que tiene, la oportunidad de comprar estos productos dentro un mercado electrónico brinda un valor agregado, permitiendo a muchos clientes por medio de sus celulares o páginas web desde sus hogares tener el tiempo necesario para poder utilizar estos medios de compra.

La oportunidad vista en este negocio es alcanzar un mercado existente a través de canales electrónicos, aprovechando el fuerte impacto que tienen las redes sociales tales como: Facebook, Twitter, YouTube etc., se trata de servicios que permiten compartir artículos entre grupos con intereses en común, por medio de fotos, videos y audio, es una manera de establecer amistad y contacto directo con los consumidores descubriendo sus intereses para incluir mejores propuestas comerciales para ellos. (Carballar, 2012)

### **2.1.1 Descripción de la Idea de Negocio**

Se realizará la investigación sobre lo antes mencionado y se pondrá en marcha el negocio en un periodo de un año para conocer la viabilidad de esta empresa, el negocio se maneja mediante pedidos en línea y atendiendo los requerimientos de cada cliente mediante medios electrónicos como: tabletas electrónicas, computadoras, celulares etc., el espacio utilizado para la creación de estos artículos será el domicilio de los chefs encargados y posterior a esto se realizara su entrega en el tiempo pactado con el consumidor.

La principal idea del negocio es la creación de una tienda virtual donde las personas puedan comprar productos de repostería sin importar restricciones de

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

movilización y tiempo permitiendo a cualquier persona con acceso a Internet desde un celular o una computadora realizar este tipo de compras o al menos tener contacto con el proveedor y describir su necesidad.

El consumidor en esta tienda virtual tendrá contacto con “Explosión de sabores” exponiendo la idea que tiene de su evento social para luego trabajar en el, una vez que el cliente expone la idea clara de lo que demanda se procederá a tener contacto con él por medio del correo electrónico o teléfono móvil para poder hacerle llegar una cotización del servicio que está adquiriendo de acuerdo con la necesidad que tenga.

El mercado meta de este negocio tiene un alcance más poderoso que un negocio tradicional puesto que su principal medio de difusión serán las redes sociales, y este canal con los recursos que posee bien administrados generarán la empresa un excelente beneficio y un importante reconocimiento de marca debido a su trascendencia (Martínez, 2010).

### **2.1.2 Descripción de la Idea de Producto o Servicio**

La representación de este negocio es ofrecer productos que muchas familias ecuatorianas consuman para eventos tales como: fiestas familiares o eventos sociales. Principalmente tortas, cupcakes y dulces.

Hay que destacar que “Explosión de Sabores” es una neo pastelería, esto significa que se caracteriza en ofrecer productos innovadores y con variedad de

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

sabores que no hayan sido degustados con anterioridad, se manifiestan tres tipos de productos tales como:

- Clásicos (normales)
- Integrales
- Veganos

**Clásicos:** para todo tipo de personas y que no tengan inconvenientes en comer cualquier tipo de pastel sin problemas de ingerir azúcar y que sean tolerantes al gluten, personas que no hacen excepciones a la hora de elegir un pastel o una golosina en particular.

**Integrales:** estos postres son hechos con harina integral, endulzantes como esplenda o stevia tratando de utilizar la mayor cantidad de insumos con un nivel calórico bajo, para ser atractivos también en clientes que cuidan su estética.

**Veganos:** son productos para personas que no consumen alimentos que contengan insumos de origen animal y que por lo general les resulta dañino consumir lácteos o proteína animal, hechos con leche vegetal, leche de arroz, leche de avena o leche de soya.

Adicionalmente se busca realizar la comercialización de estos productos por medio de una tienda virtual, buscando la conformidad de los clientes y la aceptación de este canal como medio de ayuda para aquellos consumidores que no tienen

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

tiempo de realizar un evento o de decorar sus pasteles para los compromisos que se les presentan en su cotidiano vivir.

## **2.2 Misión, Visión y Valores de la Empresa**

**Misión:** Producir los mejores postres del mercado, con ingredientes sanos, adaptándose a la necesidad de cada cliente, captando sus gustos, mediante una tienda virtual que llene sus expectativas en calidad y servicio, sin barreras de traslado y contacto con la compañía.

**Visión:** Ser reconocidos como una pastelería online única líder en la industria repostería, con calidad humana y principios éticos, contribuyendo con la salud y gustos de los clientes, formar un equipo humano comprometido con el servicio garantizar la lealtad de nuestros clientes y la solidez financiera.

### **Valores:**

**Calidad:** Procuramos hacer las cosas bien, evitamos redundar en procesos y procedimientos, cuidamos los más pequeños detalles, queremos lograr un producto excelente.

**Honestidad:** Ser transparentes con nuestros clientes y colaboradores, otorgar lo que se ofrece; no prometer si no se puede cumplir lo acordado; un valor que compromete a ser conscientes que lo ofrecido es compromiso y debe cumplirse sin buscar soluciones a medias, ni pretextos para ocultar los errores.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**Pasión:** Crear nuestros productos con la búsqueda de la satisfacción propia y de nuestros clientes. Hacer las cosas con la idea y el sentimiento de lograr el bien cumplido.

**Empatía:** Pensar y adecuar nuestros actos buscando la satisfacción del cliente como propia. Ponernos en los zapatos de nuestros comensales y a hacer las cosas como deseáramos que sean hechas para nosotros.

## **2.3 Objetivos de la Empresa**

### **2.3.1 Objetivo General**

Generar rentabilidad ofreciendo productos de alta calidad que cuiden y beneficien la salud y gustos de los consumidores.

### **2.3.2 Objetivos específicos**

- Ser la primera opción a la hora que nuestros clientes necesiten postres
- Recuperar la inversión en un plazo no mayor a cinco años.
- Convertir “Explosión de sabores” en una franquicia para poder vender sus derechos en 6 años.
- Utilizar las redes sociales y el internet como principal medio global para expandirnos localmente e internacionalmente.
- Tener un crecimiento del 5% anual en las ventas.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## 2.4 Estructura organizacional

### 2.4.1 Organigrama

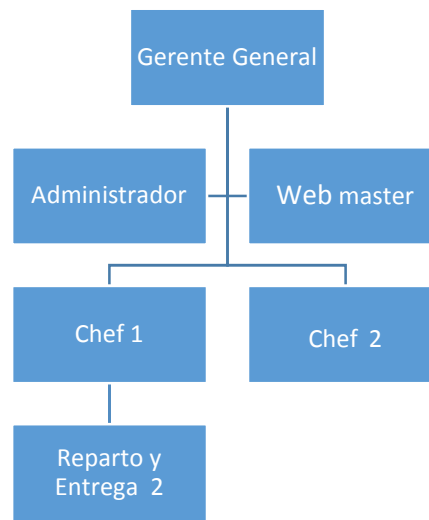


Ilustración 2: Organigrama de la Empresa

Elaborada por: Autor

### 2.4.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

**Gerente General:** Encargado de supervisar todas las operaciones de la empresa tales como: ventas y marketing, administración de recursos materiales y humanos, trabajar en la publicidad de la empresa así como en la contratación de elementos humanos que desempeñen las labores de acuerdo a lo solicitado.

El gerente general debe ser una persona con título de tercer nivel, con conocimientos en administración de empresas o carreras similares que apunte al éxito organizacional, una persona motivada y alegre que contagie a los demás

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

empleados, con el entusiasmo necesario para trabajar, compartido con la responsabilidad de estar a cargo de la supervisión del manejo de cada una de las funciones de la empresa.

**Administrador:** Es la persona que manejará los recursos físicos, financieros, materiales y humanos de la empresa de manera que todos puedan fusionarse para realizar el trabajo de la mejor manera. Esta persona se va a encargar de presentar balances financieros al final de cada mes dando a conocer los resultados del negocio, también estará pendiente del trabajo de los chefs y de los distintos servicios ofrecidos por la compañía.

El administrador de esta empresa, deberá ser capaz de compartir su tiempo y organizarse para realizar las distintas actividades de su cargo sabiendo guiar con convicción a los que estén bajo su dirección para juntos realizar un excelente trabajo.

**Chefs :** Serán 2 personas con estudios en repostería y o experiencia en el ámbito de la gastronomía, encargadas de realizar los distintos postres contenidos en el menú a fin de ofrecer a los consumidores un producto delicioso que a la vez posea todos los elementos nutricionales que necesiten para su buena degustación.

Quienes tengan el cargo de pasteleros deben ser personas con amplios conocimientos sobre comida sana y nutritiva, la combinación que se debe hacer en la misma para poder juntar los ingredientes necesarios para ofrecer productos deliciosos y saludables. Deben ser proactivos estando siempre atentos de nuevas



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

recetas y recomendaciones sobre pastelería para ofrecer una mejora continua en los productos a los clientes.

**Web Master:** El web master estará encargado de revisar los pedidos constantemente durante la jornada y contestar las inquietudes de los clientes por medio de los emails y las redes sociales antes mencionadas, así también el mismo deberá tener conocimientos en comercio electrónico, diseño gráfico y mantenimiento y diseño de páginas web, dar reporte al administrador de que productos son los más solicitados y dar un informe de mejoras en el servicio mes a mes.

**Reparto y entrega:** El servicio de reparto y entrega lo realizarán 2 personas contratadas con vehículo (auto o moto), que serán las encargadas de llevar los pedidos a nuestros clientes.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 2.4.3 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos

CARGO	NIVEL DE MANDO	INTERACCIÓN ENTRE ÁREAS	RESPONSABILIDADES	DERECHOS
GERENTE GENERAL	PRIMARIO	TODAS LAS ÁREAS	Velar por los intereses económicos y financieros de la empresa mediante la presentación de balances confiables al final de cada mes y manejo adecuado del dinero que entra y sale de la empresa.	Sus derechos serán recibir un sueldo fijo cada mes con derecho a vacaciones 15 días por año y afiliación al seguro social junto con los beneficios sociales.
ADMINISTRADOR	PRIMARIO	TODAS LAS ÁREAS	Tendrán interacción con todos los demás empleados de la empresa y sus responsabilidades será velar por los intereses económicos y financieros de la empresa mediante la presentación de balances confiables al final de cada mes y manejo adecuado del dinero que entra y sale de la empresa.	Sus derechos serán recibir un sueldo fijo cada mes con derecho a vacaciones 15 días por año y afiliación al seguro social junto con los beneficios sociales.
WEB MASTER	PRIMARIO	TODAS LAS ÁREAS	Es responsable de todo el proceso de servicio y su rol es intuir lo que el cliente demanda con exactitud.	Sus derechos será recibir un sueldo fijo cada mes con derecho a vacaciones 15 días por año y afiliación al seguro social junto con los beneficios sociales.
CHEFS	SECUNDARIO	PRODUCCIÓN	Su responsabilidad será preparar los postres con mucho cuidado salubridad y atención.	Sus derechos será recibir un sueldo fijo cada mes con derecho a vacaciones 15 días por año y afiliación al seguro social junto con los beneficios sociales.
CHOFERES	SECUNDARIO	LOGÍSTICA	Se encargan de entregar al cliente los postres. Tienen interacción con el departamento de pastelería y los demás miembros de la empresa, Son responsables de todo el proceso de servicio de entrega y su rol es entregar el producto lo antes posible	Sus derechos será recibir un sueldo fijo cada mes con derecho a vacaciones 15 días por año y afiliación al seguro social junto con los beneficios sociales.

Tabla 2 : Manual de Funciones

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## CAPÍTULO 3

# ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **CAPITULO 3**

### **Entorno jurídico de la empresa**

#### **3.1 Aspecto Societario de la Empresa**

##### **3.1.1 Generalidades (tipo de empresa)**

La compañía llevará por nombre EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. (empresa dedicada a la repostería) consiste en la comercialización de artículos reposteros personalizados mediante una tienda virtual utilizando tecnologías de la información, su principal modelo de negocios es mediante el internet, como canal de contacto directo con el cliente, exponiendo sus productos mediante su portal web.

Esta idea surgió como respuesta a la necesidad que tienen las personas que laboran dentro de una oficina ya que no disponen de tiempo para salir de su trabajo y adquirir un artículo de pastelería para eventos familiares, profesionales, y así la misma cubrirá las necesidades del consumidor.

El domicilio de la empresa será en Guayaquil. Es importante indicar que las acciones que tome la empresa se registrarán en base al objeto social de la misma detallada a continuación:

Preparar, cocinar, decorar y diseñar toda clase de repostería que este calificado en base a las normas de higiene y calidad.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

El plazo de duración de la compañía es de cincuenta años, contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura de constitución de la empresa en el Registro Mercantil. Este plazo se podrá prorrogar por decisión de la Junta de Accionistas; así como también se podrá disolver la compañía antes del plazo en base a los estatutos, forma y condiciones que señala la Ley de Compañías.

La compañía será gobernada por la Junta General de Accionistas quienes se encargarán de elegir al Representante Legal y cada año decidirá por el destino de las utilidades en base al porcentaje de participación accionaria. Las Juntas Generales serán convocadas con ocho días de anticipación por medio de la prensa y se deberá presentar los temas que se van a tratar dentro de la convocatoria. Existen dos tipos de juntas: ordinarias y extraordinarias.

**Junta Ordinaria:** Se reunirá dentro de los tres primeros meses del año para elegir sobre el destino de las utilidades y el Gerente tendrá la responsabilidad de presentar el Balance General de la empresa a los accionistas.

**Junta Extraordinaria:** Para tratar sobre los temas de la empresa siempre y cuando sea necesario.

Es importante mencionar que la representación legal y judicial la llevará el Gerente General quien podrá ejercer derechos y contraer obligaciones de la compañía.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

En lo que respecta al pago de utilidades netas se repartirá el 30% de acuerdo a la proporción de acciones que tenga cada accionista.

Los accionistas de la empresa estarán conformados por:

- Kevin Abad Ramírez
- Vanessa Sierra Aguiñaga
- Erick Abad Ramírez

### **3.1.2. Fundación de la Empresa**

La empresa EXPLOSIÓN DE SABORES está fundada bajo el formato de Sociedad Anónima, cuyo capital está dividido en acciones negociables, está formado por las aportaciones de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones y están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (Art. 143 Código Civil).

En el formato de Sociedad Anónima no existe un límite de accionistas por lo que no hay inconveniente si varias personas ajenas al perfil profesional desean invertir en la empresa ya que ayudan a elevar el capital social promoviendo al crecimiento de la misma en el mercado.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital social de la compañía es de US\$ 5.000,00, dividido en 2.500 acciones, con un valor nominal de dos dólares (US\$ 2,00) cada una. Cabe mencionar que el capital social podrá ser aumentado cada vez que la Junta General Accionaria lo determine. Las acciones tendrán una numeración del 0001 al 2500. Dependiendo del porcentaje de acciones que tenga cada socio será influyente o no de las decisiones que tome la Junta General de Accionistas. Los títulos de las acciones contarán con las exigencias que determine la ley y serán firmadas por el Gerente General – Representante Legal de EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. El registro de las acciones por cada socio se presenta en la siguiente tabla:

ACCIONISTAS	TÍTULOS ACCIONARIOS	ACCIONES	PORCENTAJE PARTICIPACIÓN
Kevin Abad Ramírez	Nº 1	1500	60%
Vanessa Sierra Aguiñaga	Nº 2	500	20%
Erick Abad Ramírez	Nº 3	500	20%

Tabla 3: Propiedad Accionaria

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios**

La compañía estará gobernada por la Junta General de Accionistas y administrada por el Gerente General, quien tendrá las facultades que la ley y los reglamentos de la empresa le otorgue. El Representante Legal es el Gerente General de la empresa y será elegido por la Junta General de Accionistas, el mismo que podrá asumir sus funciones a partir de la inscripción del cargo en el Registro Mercantil, para lo cual se deberá cumplir con lo siguiente:

1. Se hace conocer el cargo a través de una carta.
2. Se debe obtener la aceptación del elegido a través de la firma donde se compromete asumir el cargo con responsabilidad, apegado a la ley y a los estatutos internos de la empresa.
3. Se inscribe el nombramiento en el Registro Mercantil.

El Gerente tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía de manera individual. Sus atribuciones son a) Ejecutar los actos de administrar con poder amplio, general y suficiente los establecimientos, empresa, instalaciones y negocios de la compañía ejecutando a nombre de ella toda clase de actos y celebrar contratos sin más limitación que la establecida en los estatutos; b) Abrir cuentas de ahorro o corriente a nombre de la compañía; c) Suscribir los títulos de las acciones de la compañía junto con el Presidente de ella; d) Llevar el libro de acciones y accionistas de la compañía; y ,e) Preparar los informes, balances,



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

inventarios y cuentas. En los casos de falta, ausencia o impedimento del Gerente General, la Junta General de Accionistas nombrará a un suplente en falta definitiva o temporal.

Para dar validez a lo decidido por la Junta General de Accionistas está debe de tener el cincuenta y un por ciento del capital accionario previo a la convocatoria realizada con ocho días de anticipación; caso contrario, se deberá realizar una segunda convocatoria, en el cual se tomará decisiones con el número de accionistas que estén presentes. Cabe indicar que se deberá tomar asistencia en cada una de las sesiones que se realicen y esta será firmada por el Gerente y quien haga las veces de Secretario de Junta.

### **3.1.5. Compañías Extranjeras (opcional)**

No aplica, ya que la empresa es nacional.

### **3.1.6. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores**

EXPLOSIÓN DE SABORES para que pueda cotizar en Bolsa a futuro debe de tener como valor en capital social US\$500.000,00; así mismo debe cumplir algunos requisitos, con el fin de que el público inversionista cuente con la suficiente información al momento de colocar su capital en ella y pueda así tomar una decisión idónea. Los requisitos son:

Solicitar a la Superintendencia de Compañías su inscripción al Registro de Mercado de Valores.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- Publicar en un diario de la localidad, la resolución de inscripción de la compañía en el Registro de Mercado de Valores.
- Elaboración de un prospecto de oferta pública primaria, en donde se indicará la actividad de la empresa, estados financieros, características de la emisión, calificación de riesgo y otros elementos importantes para el futuro inversionista.
- Inscribirse en la Bolsa de valores como emisor, previa resolución de su directorio.
- Una vez cancelada la cuota por concepto de inscripción, el emisor podrá negociar sus títulos en la Bolsa de Valores.
- Cada uno de estos pasos tiene sus propios trámites que incluyen la entrega de los balances auditados de los últimos 3 años y comprometerse a la entrega periódica de información, pues en el mercado de valores, la información es clave para la toma de decisiones del inversionista (Bolsa de Valores de Guayaquil, 2011).

## **3.2. Aspecto Laboral de la Empresa**

### **3.2.1. Generalidades**

EXPLOSIÓN DE SABORES se registrará en base a las leyes que establece el Código de Trabajo, para lo cual se realizará contratos con plazo fijo y por tiempo indefinido a sus trabajadores, con el objeto de mantener una relación laboral,

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

determinando una cláusula de prueba de noventa días. El pago de la remuneración salarial se lo hará en base a la carga horaria que desempeñen mensualmente.

La empresa tendrá siete trabajadores de los cuales tres son empleados porque dentro del desarrollo de sus actividades usan más el intelecto humano y cuatro obreros ya que realizan trabajos donde demandan más la actividad física.

### **3.2.2. Mandato Constituyente #8**

La empresa cumplirá con lo establecido en el Mandato N°8, donde se indica lo siguiente: Se elimina y prohíbe la tercerización e intermediación laboral y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo en las actividades a las que se dedique la empresa o empleador.

Así mismo el trabajador gozará de estabilidad y tendrá derecho a una remuneración que se pagará aplicando la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa, que no podrá ser inferior a la remuneración básica mínima unificada y tendrá derecho a todos los beneficios de ley, incluido el fondo de reserva y la afiliación al régimen general del seguro social obligatorio (Estudio Jurídico Puente & Asociados, s.f.).

### **3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo**

El contrato de trabajo se lleva a cabo cuando existe un acuerdo entre trabajador y empleador por el que se presten unos servicios bajo la dirección y organización de éste a cambio de una retribución económica. Los contratos que

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

manaje EXPLOSIÓN DE SABORES serán de mutuo acuerdo expreso; es decir escrito, y se los desarrollará según convenga de la siguiente manera:

**El contrato de tiempo fijo:** Cuando las partes pueden determinar la duración del contrato. La mínima de estos contratos es un año. Para dar por terminado el contrato de tiempo fijo, la parte interesada debe avisar por escrito su interés de que el contrato termine, por lo menos un mes de la fecha de terminación del contrato original. Sin este aviso, el contrato se prorrogará automáticamente (UTPL, s.f.).

**El contrato por tiempo indefinido:** No tienen duración predeterminada por las partes o por la naturaleza de que se trata. La duración mínima de estos contratos es un año, este contrato podrá renovarse cuantas veces sea necesario.

Cabe mencionar que el período de prueba no podrá ser mayor a 90 días y sólo se podrá realizar por una vez y al principio de una relación de trabajo. Adicionalmente, una empresa no podrá contratar más del 15% de los empleados por un período de prueba (UTPL, s.f.).

### **3.2.4. Obligaciones del Empleador**

EXPLOSIÓN DE SABORES calificado como empleador asumirá las siguientes obligaciones:

- Celebrar un contrato de trabajo

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar a los trabajadores a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- El sueldo básico que se debe pagar es de US\$340,00.
- Asumir el porcentaje que corresponde al empleador por la seguridad social.
- Pagar horas extras y suplementarias a sus trabajadores
- Pagar los décimos tercero y cuarto a tiempo.
- A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.
- Pagar a los trabajadores al menos el 30% de las utilidades brutas que ha generado la empresa. Así mismo, en base al valor de las utilidades brutas cada uno de los empleados gozarán del 15% de las mismas determinado de la siguiente manera: 10% de las utilidades a todos los trabajadores por igual y 5% adicional por cargas, llámese así al cónyuge o pareja de unión libre, a los hijos menores de edad o menor de 21 años que no trabajen e hijos discapacitados de cualquier edad trabajen o no.

### **3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración**

Los trabajadores de EXPLOSIÓN DE SABORES a más de la remuneración mensual, tienen derecho al décimo tercero que es una remuneración calculada desde el primero diciembre del año anterior hasta el treinta de noviembre del año en

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

curso, esto equivale a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario, esta bonificación tiene plazo a pagarse hasta el 24 de diciembre.

Así mismo los trabajadores recibirán una bonificación adicional anual denominada décimo cuarta remuneración calculada desde el primero abril del año anterior al treinta y uno de marzo del año en curso, equivalente a un sueldo básico mínimo, vigente a la fecha de pago, respectivamente. Esta remuneración se debe pagar hasta el 15 de marzo.

CANTIDAD	CARGO	SUELDO	XIII SUELDO	XIV SUELDO
1	Gerente General	\$1000,00	\$83,33	\$28,33
1	Administrador	\$650,00	\$54,17	\$28,33
1	Web Master	\$600,00	\$50,00	\$28,33
2	Pastelera	\$1200,00	\$100,00	\$56,66
2	Reparto y Entrega	\$1000,00	\$83,33	\$56,66
<b>7</b>	<b>TOTAL MES</b>	<b>\$4.450,00</b>	<b>\$370,83</b>	<b>\$198,31</b>

Tabla 4: Cálculo de Décima tercera y cuarta remuneración

Elaborada por: Autor

### 3.2.6. Fondo de Reserva y Vacaciones

El trabajador de EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. tendrá derecho al pago mensual del Fondo de Reserva por parte de su empleador, en un porcentaje

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

equivalente al ocho coma treinta y tres por ciento (8,33%) de la remuneración aportada al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, después del primer año (a partir del mes 13) de trabajo (Ecuador Legal Online, 2013).

También gozarán de vacaciones que es un período ininterrumpido de quince días de descanso remunerados en el cual se incluye los días no laborables.

CANTIDAD	CARGO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES
1	Gerente General	\$83,33	\$41,67
1	Administrador	\$54,17	\$27,09
1	Web Master	\$50,00	\$25,00
2	Pasteleros	\$100,00	\$50,00
2	Reparto y Entrega	\$83,33	\$41,67
<b>7</b>	<b>TOTAL MES</b>	<b>\$370,83</b>	<b>\$185,43</b>

Tabla 5: Cálculo de Fondo de Reserva y Vacaciones.

Elaborada por: Autor

### 3.2.7. Asociaciones de Trabajadores

De acuerdo a lo indicado en el Art. 443 del Código de Trabajo, para formar una asociación de trabajadores o sindicato se necesita en número no menor de treinta al tratarse de trabajadores, o de tres al tratarse de empleadores; sin embargo, EXPLOSIÓN DE SABORES por ser una empresa nueva en el mercado que está conformada por sietetrabajadores no emplea este tipo de asociaciones.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **3.2.8. Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo**

Según lo determinado en el Artículo 33 del Código de Trabajo. Numeral 33, el empleador privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores en la empresa, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales. En el segundo año, la contratación será del 1% del total de los trabajadores, en el tercer año el 2%, en el cuarto año el 3% hasta llegar al quinto año en donde la contratación será del 4% del total de los trabajadores, siendo ese el porcentaje fijo que se aplicará en los sucesivos años.

### **3.3. Contratación Civil**

#### **3.3.1. Principios Básicos de la Contratación**

El contrato es un acuerdo de voluntades que crea o transmite derechos y obligaciones a las partes que lo suscriben. Los contratos que ejecutará EXPLOSIÓN DE SABORES con sus proveedores tendrán tres principios básicos que son:

#### **1. Consensualidad.**

Es decir que se celebrará con el consentimiento de ambas partes y sólo en casos concretos se exige una forma determinada.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **2. Autonomía de voluntad.**

Las partes pueden fijar aquellas condiciones que crean convenientes, como regla general, salvo que venga establecidas por la ley, por cada una de las partes.

## **3. Inalterabilidad.**

Como regla general ninguna de las partes puede modificar unilateralmente en contrato (por ejemplo en la contratación administrativa) y además debe de cumplir lo establecido en el código civil "pacta sunt servanda" que quiere decir: que los pactos tienen que ser respetados. (La Guía, 2009).

### **3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios**

Se ha decidido celebrar un contrato con la Sra. Juana Basurto comerciante de Guayaquil, en el que se compromete a proveer la materia prima principal del negocio, en este caso artículos de repostería. El proveedor fue seleccionado por su domicilio principal, que es en Guayaquil, facilitando la entrega inmediata de los pedidos establecidos en el contrato. Se detalla el contrato en la parte de Anexos.

### **3.3.3. Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios**

El contrato de servicios profesionales estará conformado por ocho cláusulas las cuales detallan los derechos y obligaciones que contraen el contratante y el proveedor de los servicios profesionales.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación**

Cuando se lleguen a presentar conflictos con la empresa, se puede optar por el arbitraje ya que es un método de solución de controversias mediante el cual, en ciertas ocasiones la ley permite a las partes sustraerse de la intervención de los órganos judiciales estatales, llegando a obtener una sentencia a menor tiempo y costo (Reigada, 2011). Asimismo, para los conflictos laborales dentro de la empresa se puede escoger la Mediación, donde una persona neutral, en calidad de mediador, ayuda a las partes a solucionar sus controversias de manera mutuamente satisfactoria.

### **3.3.5. Generalidades de la Contratación Pública**

La Ley del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCP, 2011) determina los principios y normas para regular los procedimientos de contratación para la adquisición o arrendamiento de bienes, ejecución de obras y prestación de servicios, incluidos los de consultoría, que realicen las empresas públicas en Ecuador (Sistema Oficial de Contratación Pública, 2011).

Para ser proveedor del estado debe sacar el Registro Único de Proveedores (RUP) que es la base de datos de los proveedores de obras, bienes y servicios, incluidos los de consultoría, habilitados para participar en los procedimientos establecidos en esta Ley. Su administración está a cargo del Instituto Nacional de Contratación Pública y se lo requiere para poder contratar con las entidades contratantes.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **3.3.6. Contrato de Confidencialidad**

Este tipo de contrato es utilizado a fin de proteger la información que se mueve dentro de la empresa, de modo que se evite la difusión a terceros que no formen parte de la misma. Razón por la cual se cree muy necesaria la elaboración del mismo, es así como dentro de este contrato se incluirían cláusulas que hagan énfasis en los siguientes aspectos:

- Protección de la información confidencial de la empresa.
- Manuales de procedimientos.
- Estrategias de publicidad y promoción de los productos.
- Captación del mercado.
- Información de los estados financieros, cuentas bancarias e inversiones.
- Negociaciones con proveedores.
- Contratos laborales.
- Políticas y reglamentos internos.
- Acuerdos comerciales con empresas
- Información que evite el plagio del know-how del negocio.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo**

#### **3.4.1. Código de Ética**

El Código de Ética sirve para fijar normas que regulan los comportamientos de las personas dentro de una empresa como: trabajadores y directivos, así como también hacia los proveedores y clientes. (Rocchetti, 2011). A continuación se detalla los puntos que tiene el Código de Ética de EXPLOSIÓN DE SABORES:

#### **En relación al Desempeño y Ética Empresarial**

- Cumplir con las leyes y regulaciones aplicables a la actividad económica, dispuestas por las autoridades competentes.
- Respetar la integridad de todas las personas que forman parte de la empresa.
- No permitir ninguna clase de discriminación (racial o social).

#### **En relación a los Empleados y Ambiente de Trabajo**

- Evitar conflictos de interés entre las actividades personales y participación en el desarrollo de los negocios de la empresa, informando a las autoridades sobre cualquier potencial conflicto de intereses que se presenten.
- Evitar la difusión de información confidencial y de uso exclusivo de la empresa.
- Valorar la confianza, integridad y el trabajo en equipo.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- Tratar a los empleados con dignidad, justicia y respeto.
- Fomentar el desarrollo, formación y mejoramiento continuo de los empleados.

#### **En relación a los Proveedores, Clientes y Usuarios**

- Relacionarse con los proveedores de bienes y servicios de forma ética y lícita.
- Hacer negocios con proveedores que, además de brindar productos de calidad, respeten las normas legales exigidas por las autoridades.
- Atender los requerimientos, quejas y sugerencias de los clientes con bastante cordialidad.

#### **En relación a la Competencia**

- Competir en forma honesta y justa, sin hacer trampas que afecten el trabajo de los competidores.
- No hablar mal de la competencia, ni menospreciar sus productos, o servicios.

#### **En relación a la Sociedad**

- Respetar los derechos de las personas y demás instituciones del entorno.
- Relacionarse con instituciones, autoridades y demás compañías en forma lícita.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **3.4.2. Indicadores de Gestión**

La empresa "EXPLOSIÓN DE SABORES" S.A. implementará indicadores de gestión que le permitan:

- Detectar fraudes electrónicos.
- Confirmar el cumplimiento de las políticas y demás medidas de control interno.
- Evaluar el nivel de capacitación del personal mediante evaluaciones de desempeño.
- Garantizar la calidad de los servicios ofrecidos.
- Aplicar el código de ética.
- Monitorear constantemente los resultados.

### **3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios**

#### **Política Salarial**

- El sueldo básico unificado, será la base sobre la cual se realizará el cálculo de las remuneraciones a pagar a los empleados, considerando el cargo a desempeñar y la experiencia personal; de modo que nadie perciba menos de \$ 340,00 mensuales.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- El incremento de este sueldo básico se hará en base al porcentaje de incremento de índice de precios al consumidor proyectado, según lo dispuesto por el Gobierno Nacional.
- El descanso semanal será pagado con la cantidad equivalente a la remuneración íntegra, es decir de 2 días.

### **Beneficios Sociales**

Según lo dispuesto por el código de trabajo en su capítulo IV, a partir del artículo 91 hace mención sobre el derecho que tienen los trabajadores de percibir los siguientes beneficios:

- Decimotercera remuneración o bono navideño, equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que se hubieren percibido durante todo el año calendario y se paga el 15 de diciembre de cada año.
- Decimocuarta remuneración o bono escolar, equivalente a un mes de salario básico (\$ 340,00) y se paga 15 días antes del inicio de clases según la región y la fecha establecida por el Ministerio de Educación y Cultura. En la región costa corresponde al mes de abril.
- El pago de vacaciones se hará en forma general y única calculando la veinticuatroava parte de la remuneración percibida por el trabajador durante un año completo de trabajo.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- Fondo de Reserva, de acuerdo a la nueva ley para publicada en el Registro Oficial No. 644, del 29 de Julio de 2009, se establece una nueva modalidad de pago del fondo de reserva mediante el cual, el empleador pagará por este concepto de manera mensual y directa a sus trabajadores, conjuntamente con el salario, un valor equivalente al 8.33% de la remuneración de aportación.

#### **3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación**

En referencia a este apartado las políticas son las siguientes:

- Las decisiones tomadas por la junta directiva deben ser difundidas a los empleados a través de los jefes de cada área, siempre y cuando las mismas hayan sido autorizadas por la junta y éstas tengan alcance a dichos niveles operativos.
- Queda prohibido a todos los empleados la difusión de cualquier información relacionada con la actividad económica de la empresa a la competencia. En caso de darse este caso se tomarán las medidas legales pertinentes.

### **3.5. Propiedad Intelectual**

#### **3.5.1. Registro de Marca**

Como registro de marca se registrará el nombre comercial únicamente “EXPLOSIÓN DE SABORES”, para los cuales se presentará la solicitud de registro ante la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual y se adjuntará a la solicitud: (Art 201,202 sec. 2a de la Ley de Propiedad Intelectual).



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- a. El comprobante de pago de la tasa correspondiente.
- b. Copia de la primera solicitud de registro de marca.
- c. Los demás documentos que establezca el reglamento.

En el caso de “EXPLOSIÓN DE SABORES” se toma en cuenta registrar el nombre comercial únicamente ya que la legislación en el campo del Internet, aún está en fase de elaboración que contempla que, uno de los problemas más importantes de los derechos de marca son de naturaleza territorial (es decir, la marca solo está protegida en el país o región donde se registre o utilice) mientras que el alcance del internet es mundial y esto plantea problemas a la hora de dirimir conflictos entre personas o empresas que son titulares legítimos de marcas idénticas o extremadamente similares en países diferentes. (IEPI, 2009).

### **3.5.2. Manual de Procesos Productivos**

Para este efecto, en la elaboración del manual del proceso es importante considerar los siguientes aspectos:

- Identificación de la Empresa.
- Departamentos Involucrados.
- Objetivos del Manual.
- Contenido de los procesos.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- Personas Responsables.

### **3.5.3. Derecho de Autor del Trabajo de Titulación**

El derecho de autor es un sistema jurídico que concede a los autores, derechos morales y patrimoniales sobre sus obras, en cumplimiento a lo dispuesto por la Constitución del Ecuador y la Declaración de los Derechos Humanos. Este derecho protege a la obra por el solo hecho de su creación; sin embargo, es recomendable registrar la obra en la Unidad de Registro del IEPI, así el autor se beneficiará de la presunción de autoría que la Ley reconoce a su favor. La protección del Sistema de Derecho de Autor se basa en la potestad de autorizar o prohibir el uso de su obra. El plazo de vigencia de la protección se da sin perjuicio de derechos morales que se protegen indefinidamente.

### **3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad**

No aplica de acuerdo al trabajo de titulación.

### **3.6. Seguros**

El seguro supone la transferencia de riesgos que trata de eliminar algunas de las consecuencias económicas negativas de los siniestros, de forma que el importe de los daños o pérdidas que sufre una parte se distribuyen entre una comunidad de personas que la soporta de forma conjunta, con un efecto mucho menor que si el daño se presentara de forma individual.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **3.6.1. Incendio**

La empresa contratara a una compañía aseguradora que se encargue de las pérdidas materiales causadas por incendios, cuidando así los intereses de la empresa siempre y cuando cubra los siguientes siniestros:

- Incendio y/o rayo
- Terremoto, temblor y/o erupción volcánica
- Explosión
- Daños por agua
- Daños por lluvia e inundación incluye granizada
- Motín y huelga
- Cobertura extendida

### **3.6.2. Robo**

La responsabilidad máxima de la compañía en caso de siniestro, será el valor asegurado de la póliza. Por lo tanto, en caso de un siniestro que llegue a este valor, el deducible se descontará de este monto.

#### **Coberturas:**

- Robo, asalto, atraco y/o tentativa a primer riesgo

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **3.6.3. Fidelidad**

Se emite para amparar a todo el Personal del Asegurado, que conste en el Rol de Pagos bajo contratos de trabajo legalmente establecidos siempre y cuando el o los Implicados mantengan relación directa con el Asegurado. Su cobertura abarca:

- Falsificación, robo, ratería, desfalco, sustracción fraudulenta, mal uso premeditado estafa y cualquier otro acto fraudulento o ímprobo, que produzca un perjuicio económico comprobable, cometido por el o los empleados al servicio del Asegurado, actuando solo o en complicidad con otros.

### **3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato**

No aplica por la naturaleza del trabajo de titulación.

### **3.6.5. Maquinarias y Equipos**

La cobertura de esta póliza abarca todo riesgo de pérdida o daño físico, súbito e imprevisto, por cualquier causa que no esté expresamente excluida en las condiciones generales de la póliza de Equipo Electrónico, incluyendo incendio y/o rayo, robo, motín, huelga, conmoción civil, eventos de la naturaleza (terremoto), suspensión de energía eléctrica proveniente de la red pública siempre y cuando posean los equipos UPS y/o estabilizador de voltaje adecuados.

### **3.6.6. Materia Prima y Mercadería**

La empresa no contratara este tipo de seguro ya que la materia prima es perecible, y al ser productos para elaborar artículos reposteros en caso de pérdida no

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

justificaría su costo, puesto que las existencias de inventario son altamente rotativas.

### **3.7. Presupuesto**

En el presupuesto de la compañía deberán estar establecidos porcentajes o valores para contratar estos servicios según la mejor oferta analizando su costo beneficio y sin que estos sean gastos exuberantes ocasionando una merma en la utilidad del ejercicio contable.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

# CAPÍTULO 4

## AUDITORÍA DEL MERCADO

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **CAPÍTULO 4**

### **AUDITORÍA DE MERCADO**

#### **4.1. Análisis PEST**

El análisis PEST permite identificar los factores generales del ambiente externo que influyen en la situación de la empresa, y básicamente se toman en cuenta los aspectos políticos, económicos, sociales y tecnológicos que rodean a la empresa.

##### **4.1.1. Factores Políticos**

###### **a) Oportunidades de financiamiento para las PYMES**

La estabilidad política del país influye de manera directa a la creación de empresas, debido a que origina seguridad a la hora de invertir en un nuevo negocio; en el Ecuador el gobierno incentiva el crecimiento de microempresas otorgando financiamiento para pymes a través de la CFN (Corporación Financiera Nacional), además da apoyo al sector productivo otorgando microcréditos tales como el denominado 555 que se obtiene en el Banco de Fomento con la gran ventaja de una tasa de interés baja tal como es el 5%, a 5 años plazo y con un monto de \$5000.

###### **b) Promoción de la actividad empresarial**

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad a través del Código de la Producción, Comercio e Inversiones publicado en el

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Registro Oficial 351 del 29 de Diciembre del 2011, está impulsando la producción con mayor valor agregado y transformando la matriz productiva.

A todas las empresas que realicen nuevas inversiones en cualquier parte del territorio nacional y en cualquiera de los sectores productivos se les ofrece:

- Reducción gradual del impuesto a la Renta de 25 % a 22 %, bajando cada año 1 % a partir de la vigencia del código.
- Exonerar del cálculo del impuesto mínimo los gastos incrementales por nuevo empleo o mejoras salariales, adquisición de nuevos activos para mejoras de la productividad y tecnología, y producción más limpia.
- Para las empresas nuevas exoneración de pago de impuesto mínimo durante los primeros cinco años.
- Exoneración del impuesto a la salida de capitales (ISD) para los pagos al exterior por créditos externos, con un plazo mayor a un año y con una tasa no superior a la autorizada por el Banco Central del Ecuador.

#### **4.1.2. Factores Económicos**

La situación económica de un país es importante a la hora de invertir en un negocio nuevo; bajas tasas de interés, reducción de la inflación, son factores que inciden directamente en la actividad económica. De acuerdo a la CEPAL las economías de América Latina y el Caribe anotarán una expansión de 3,2% en 2014,



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

lo que implica un repunte desde el 2,6% al cierre de 2013. (CEPAL, 2013). A continuación se analizarán dos índices muy importantes, como son: el PIB y la inflación en Ecuador:

#### **a) Producto Interno Bruto**

El crecimiento interanual del PIB, que llegó a 4,9%, lo que muestra un buen desenvolvimiento de la economía del país, ubicándola como una de las economías con mejores resultados en la región. Con este desempeño, se estima que el crecimiento del año 2013 estará por encima de la previsión de crecimiento del PIB de 4,05%. (Banco Central del Ecuador, 2014).

#### **b) Inflación**

En Ecuador, la tasa de inflación del mercado es medida como el crecimiento del índice de precios al consumidor (IPC) que es calculado todos los meses por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Para que ocurra un efecto inflacionario es necesario que exista un crecimiento monetario sostenido. La dolarización implementada en el país, ha permitido que la economía ecuatoriana mantenga tasas de inflación relativamente bajas. La tasa anual de inflación de Ecuador se desaceleró a 2,70% en el 2013 frente al 4,16% registrado el año previo, informó este martes la agencia oficial de estadística. El índice registrado en el 2013 está por debajo de la meta original de 3,93% fijada por el Gobierno para el periodo (El Universo, 2014).

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **4.1.3. Factores Sociales**

Para conocer la realidad en que se desenvuelve el Ecuador se hará un análisis de algunos factores sociales, como son: la desigualdad del ingreso y el índice de confianza del consumidor:

##### **a) Desigualdad del ingreso**

El coeficiente de GINI es el índice que mide la desigualdad de los ingresos entre la población, en un intervalo de 0 a 1 (el 0 corresponde a la perfecta igualdad). En términos de desigualdad, la cifra no muestra cambios estadísticamente significativos. Así el coeficiente de GINI del 2013 se ubicó en 0,463 frente al 0,471 del 2012. La pobreza rural bajó 4,23 puntos. En junio del 2013 se ubicó en 40,73%, mientras que en el mismo mes del 2012 registró 44,96%, según la última Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo (Enemdu) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (Andes, 2013).

##### **b) El índice de confianza del consumidor**

Es un indicador económico empleado para la medición del grado de confianza o seguridad que tienen las personas sobre la estabilidad de sus ingresos, basadas en sus actividades de consumo. Según el Banco Central del Ecuador (BCE) el Índice de Confianza del Consumidor (ICC-BCE), correspondiente a junio pasado, llegó a 48,4 puntos, que significa un incremento de 1,5 puntos frente al mes anterior. Al comparar este comportamiento con los meses de junio de los últimos tres años, el BCE resalta que el mencionado índice tuvo una evolución (El

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Universo, 2013); aspecto que resulta alentador para la empresa EXPLOSIÓN DE SABORES, pues si la confianza del consumidor se incrementa significa que habrían mayores posibilidades de concretar ventas con el cliente.

#### **4.1.4. Factores Tecnológicos**

En el año 2012 se llevó a cabo la feria tecnológica “Campus Party Ecuador 2012”, que concentró comunidades ecuatorianas para mostrar su innovación tecnológica y como esta ayudará a fomentar el desarrollo productivo y económico del país; en esta feria también participó el Ministerio de Industrias y Productividad, a través de la Subsecretaría de la Calidad, con el fin de presentar las herramientas de fomento productivo y la exposición del Sistema Nacional de Calidad y los programas “Producepyme” y “Exportapyme”, direccionados a mejorar la calidad de las unidades productivas de bienes y servicios en el país, en especial el sector de Tecnología, Hardware y Software. Este hecho permite observar el mejoramiento por la calidad en el sector productivo que impulsa el Gobierno Nacional mediante la utilización de herramientas tecnológicas modernas.

#### **4.2. Análisis Macro, Meso y Micro**

**Macro:** Se refiere a las condiciones macro-económicas, políticas y jurídicas estables que coadyuvan a la competitividad como son: las alineaciones de planes de desarrollo, políticas fiscales, monetarias, tratados comerciales, políticas salariales, tasa de cambio, inflación y políticas nacionales a mediano y corto plazo. En el caso de la empresa EXPLOSIÓN DE SABORES se pueden destacar las oportunidades

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

de financiamiento para las PYMES que ofrece en la actualidad la Corporación Financiera Nacional; además de los beneficios que otorga el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad para las empresas que realicen nuevas inversiones en cualquier parte del territorio nacional y en cualquiera de los sectores productivos, los mismos que se detallaron en los factores políticos del análisis PEST.

**Meso:** El meso entorno esta dado básicamente por la industria en la que se incursionará para el desarrollo de la propuesta. En este caso, la empresa EXPLOSIÓN DE SABORES está dentro de la industria alimenticia, exactamente en la categoría de repostería; bajo este marco se pueden considerar aspectos relativos a la industria alimenticia.

**Micro:** Finalmente el micro entorno de la empresa se evalúa a través del modelo de competencia ampliada, el cual distingue los siguientes factores:

- **Proveedores:** Se puede considerar que la empresa EXPLOSIÓN DE SABORES tendrá a su disposición tres tipos de proveedores: de servicios básicos, tales como: agua, luz y teléfono; de materia prima directa e indirecta, tales como: harina, huevos, azúcar, edulcorantes, etc.

- **Competencia directa:** En la parroquia Tarqui nuestra competencia directa serían las panaderías, las estaciones de servicio que se encuentran aledañas al sector, ya

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

que estas ofrecen productos sustitutos y en muchas de estas también productos similares en lugares como “Sweet and Coffee”.

- **Clientes:** Los clientes potenciales para EXPLOSIÓN DE SABORES son las personas que poco tiempo tienen para salir de sus oficinas y que cumplen un horario laboral estricto, eso entorno a disponibilidad de tiempo.

- “Explosión de Sabores” también le brinda a la comunidad la oportunidad de consumir un producto de repostería para todos los habitantes de la parroquia Tarqui cuidando que los diabéticos puedan consumirlos y las personas que son intolerantes a la lactosa o cierto tipo de proteínas lo puedan consumir sin afectar su salud en su dieta diaria.

#### **4.3. Atractividad de la Industria**

El INEC ha determinado que la industria manufacturera de bebidas y alimentos posee un incremento leve pero continuo, lo cual hace que se constituya en una industria de gran importancia para la economía nacional. De la misma manera, en el año 2009, la industria alimentaria representó el 7.83% del PIB, ocupando también, un lugar muy significativo dentro del sector manufacturero con la contribución del 55.9% de su valor agregado (Carrillo, 2009).

Desde el año 2007 hasta el año 2010 el sector manufacturero creció en un 7% y la industria alimentaria en un 10%, lo cual demuestra un tremendo dinamismo, que se ha logrado gracias a las inversiones, innovaciones y esfuerzo de todo el equipo humano que trabaja día a día para el crecimiento de este sector.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Según datos más actuales, las ventas del sector alimenticio creció en USD 365 millones durante el 2011, esto significa un 11% más de lo alcanzado en el año anterior. Así lo anuncia el último informe de labores del Ministerio de Industrias. El informe agrega que las exportaciones crecieron en 40% (USD 391 millones) entre enero y septiembre del 2011, en comparación con el mismo período del año anterior (Andes, 2011).

#### **4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado**

La demanda de productos de repostería elaborados o con valor agregado crece a nivel nacional, lo cual se debe al estilo de vida de las personas en la actualidad. La mayor parte de la población laboral, debido al tiempo, prepara muy pocos artículos de repostería en el hogar, dicha situación conlleva a que las familias tanto de clase media como alta compren directamente estos productos en panaderías o locales dedicados específicamente a la repostería sin embargo, el enemigo número uno de este universo de personas es el tiempo.

Por lo cual, EXPLOSIÓN DE SABORES es una alternativa bastante atractiva para todas las personas que disponen de largas horas laborales y tienen poco tiempo para salir de sus oficinas y les realicen un pastel o postre de acuerdo a su necesidad. De esta forma es posible establecer que el mercado se encuentra en una etapa de madurez por cuanto el negocio de repostería no es novedoso y la competencia comercializa al producto de la forma tradicional (venta personal).

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **4.5. Matriz BCG**

La matriz BCG (Boston Consulting Group) es una matriz de crecimiento-participación que se basa en dos dimensiones principales, el eje vertical de la matriz define el crecimiento en el mercado, y el horizontal la cuota o participación en el mercado. Es importante destacar que la empresa EXPLOSIÓN DE SABORES producirá y comercializará diferentes tipos de postres personalizados, por lo que a través de la matriz BCG se ha hecho una segmentación, con la finalidad de dar a conocer la participación estimada que cada producto tendría en el mercado. Se considera que nuestros productos se enmarcan como interrogante por ser una empresa nueva en el mercado con un modelo de negocio innovador y en un mercado en crecimiento.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”



Ilustración 3: Matriz BCG

Elaborada por: Autor

Fuente: [www.educaadictos.com](http://www.educaadictos.com)

#### 4.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

La teoría del ciclo de vida de los productos menciona que está compuesto de 4 etapas identificadas por la cantidad de ventas en la escala de tiempo. En general representa las ganancias que la empresa obtiene por determinado producto, aunque es importante señalar que las curvas varían de producto a producto y solo representan una aproximación de lo que puede ocurrir.

- **Introducción:** Establecer un mercado y crear demanda por el producto
- **Crecimiento:** Ganar preferencia de los consumidores e incrementar las ventas



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- **Madurez:** Mantener la participación en el mercado y extender el ciclo de vida del producto
- **Declive:** Mantener el producto, esperando que los competidores salgan del mercado, reducir marketing y dejarlo solo hasta que no genere ganancias o descontinuar el producto.

En relación a los productos de repostería es importante determinar que en la forma tradicional, los postres se encuentran en la etapa de madurez debido a que ya es un producto conocido y generalmente expandido por cafeterías y ciertas gasolineras en servicio exprés. No obstante, en relación a la forma de distribución, podría decirse que comercializar estos productos por internet mediante una tienda virtual se encuentra en una fase de introducción como resultado de su primicia en el mercado, donde el producto se vende principalmente de forma tradicional y al momento no ha sido distribuido de esta forma por otra empresa.

#### **4.7. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter**

##### **4.7.1. La rivalidad de los competidores existentes**

Existen competidores tales como las estaciones de servicio (gasolineras), panaderías, restaurantes y locales comerciales dedicados netamente a la repostería como Sweet and Coffee eso entorno a los artículos que se promocionan ya que son iguales y sustitutos en tanto al modelo de negocio como tienda virtual no hay otra tienda de repostería de manera electrónica que realice pedidos por internet.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **4.7.2. La entrada de nuevos competidores**

Como se mencionó anteriormente, el negocio de repostería modalidad tienda virtual no tiene competidor directo hasta el momento; sin embargo, la amenaza de que ingresen nuevos competidores al mercado es un hecho recóndito, para lo cual se puede patentar la marca para que así se disminuya el impacto de que terceros quieran ingresar al mercado.

Para poder ingresar y tener acogida por parte de los consumidores, se torna imprescindible proporcionarle un valor agregado al producto, como lo pretende hacer la marca EXPLOSIÓN DE SABORES a través de la comercialización de postres y sus derivados por medio de una tienda virtual. Por las razones antes señaladas, la amenaza de entrada de nuevos competidores al mercado es moderada.

#### **4.7.3. El poder de negociación de los proveedores**

Los principales proveedores de la empresa principalmente son los súper mercados y mercados mayoristas ya que nuestra materia prima generalmente se encuentran en su mayoría en estos lugares por ser artículos de repostería, en cuanto al dominio y el hosting de la página web se tendrá como proveedor a la compañía “Aquagrafica”.

#### **4.7.4. El poder de negociación de los compradores**

Los compradores de los postres que comercializará la empresa "EXPLOSIÓN DE SABORES" a través de la tienda virtual son las personas que tengan acceso a internet y poco tiempo para realizar este tipo de compras de

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

manera personalizada y presencial, el producto tendrá un precio fijo, el mismo que debe ser primero cancelado para que el cliente posteriormente pueda consumir el postre de su preferencia. La página estará disponible las 24 horas del día pero el reparto y entrega será hasta las 9 pm, con la finalidad de que el producto esté al alcance de los consumidores en todo momento. Por lo cual, se determina que el poder de negociación por parte de los compradores o clientes es bajo.

#### **4.7.5. La amenaza de productos sustitutos**

Existe una gran variedad de productos que pueden reemplazar a un postre como son: los snacks, emparedado y piqueo de sal, etc. Estos sustitutos pueden alterar la decisión de compra del consumidor.

### **4.8. Análisis de la Oferta**

#### **4.8.1. Tipo de Competencia**

**Competencia Directa.-** Como se mencionó en el punto 4.7.1 EXPLOSIÓN DE SABORES no tiene competidores directos en la forma de como se hace llegar el producto al cliente. Sin embargo, se encuentran como competidores a todos aquellos locales, mini-markets que tiene a disposición postres, tortas o algún tipo de artículo de dulce.

**Competencia Indirecta.-** La venta de los conocidos snacks y todo producto sustituto, se considera como competencia indirecta, que son comercializados en las tiendas de abarrotes, panaderías y centros comerciales con facilidad.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**Competencia Potencial:** La competencia potencial son todas las pequeñas y grandes empresas que venden postres y dulces ya que su posicionamiento en el mercado es reconocida tales como Sweet and Coffee se los considera potenciales por que influyen mucho en la compra del consumidor.

#### **4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial**

**Mercado Potencial:** Se refiere a todas las empresas que están dentro del mercado y que ofrecen diversidad de productos a los clientes.

**Mercado Real:** Son las empresas que verdaderamente ofrecen un producto similar al de “EXPLOSIÓN DE SABORES” en el mercado.

#### **4.8.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.**

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Nombre	Liderazgo	Ubicación	Antigüedad	Producto	Precio
Sweet and Coffee	1	Guayaquil, Quito y Cuenca	15 años	Café en varias presentaciones y postres de todo tipo	Desde: \$1- \$6
Pastelería Adriana	2	Guayaquil	Más de 10 años	Postres y tortas	Desde: \$1-5
Dolupa	3	Guayaquil	Más de 60 años	Café en varias presentaciones, postres y sandwiches	Desde: \$1-6

Tabla 6:Característica de los Competidores.

Elaborada por: Autor

#### 4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

El concepto de benchmarking se relaciona en comparar los aspectos positivos de los competidores y tomarlos como ejemplo para hacerlos propios o mejorarlos; a fin de ganar una participación significativa en el mercado y ser reconocidos por brindar productos y servicios con valor agregado.

El principal competidor de EXPLOSIÓN DE SABORES es Sweet and Coffee como competencia directa usa su página web para mostrar su historia,

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

filosofía, empresa y su equipo administrativo, también ofrece un menú de productos para dar a conocer al usuario el menú que ellos ofrecen.

Como responsabilidad social empresarial se enfocan en entrenar al personal en lo que ellos denominan “La universidad del café” que incluyen cursos de servicio al cliente, taller de productos, etc.

Como estrategia de marketing difunden mediante su página web la fan page de Facebook que tienen y todas sus cuentas de redes sociales, utilizando el marketing digital como un recurso más para llegar al consumidor.

EXPLOSIÓN DE SABORES se enfocara en un servicio diferenciador, ya que su principal método de comercialización es su tienda virtual, dando así facilidad de compra a las personas que no pueden salir de su oficina o que quieran recibir estos productos a domicilio ordenándolos desde cualquier dispositivo tecnológico que tenga acceso a internet.

Es necesario mencionar que la competencia Sweet and Coffee no ha ubicado aun sus productos para que sean comercializados desde su página web y que a su vez el cliente pueda personalizar sus artículos mediante la misma por lo que da una ventaja en el mercado a EXPLOSIÓN DE SABORES.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## 4.9. Análisis de la Demanda

### 4.9.1. Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado que corresponde a la industria alimenticia, está enfocado a hombres y mujeres de la ciudad de Guayaquil, que apetecen de algún postre y precio asequible durante la jornada laboral

#### 4.9.1.1. Criterio de Segmentación

El criterio utilizado para segmentar el mercado objetivo se basa en los siguientes aspectos:

	GENERALES	ESPECÍFICOS
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Demográficas (edad, sexo)</li> <li>✓ Socioeconómicas (renta, ocupación, nivel estudios)</li> <li>✓ Geográficas (región, hábitat, tamaño del municipio)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Usos del producto</li> <li>✓ Momento y nivel de uso</li> <li>✓ Lealtad a la marca</li> <li>✓ Tipos de compra (primaria, repetición)</li> <li>✓ Situaciones de compra</li> <li>✓ Forma de compra (lugar, hora)</li> </ul>
SUBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personalidad (liderazgo, autoridad, autonomía)</li> <li>✓ Estilos de vida (centros de interés, opiniones)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ventaja/ Beneficio buscado</li> <li>✓ Actitudes</li> <li>✓ Percepciones</li> <li>✓ Preferencias (relación calidad-precio, marcas)</li> </ul>

Ilustración 4: Criterios de Segmentación

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **4.9.1.2. Selección de Segmentos**

De esta forma, el segmento seleccionado para la comercialización de los productos, bajo la marca EXPLOSIÓN DE SABORES se describe a continuación:

Personas de 25 a 40 años que trabajan y tienen un horario laboral poco flexible con ingresos superiores al salario mínimo vital.

#### **4.9.1.3. Perfiles de los Segmentos**

Detallando de forma más específica el punto anterior, se puede indicar que el perfil de los consumidores del producto está determinado bajo las siguientes premisas:

- Personas de clase media o alta que tengan un horario laboral poco flexible
- Personas que tengan hábitos de celebrar eventos, cumpleaños o reconocimientos importantes personalizando sus necesidades.
- Personas que prefieran ordenar por internet como canal de distribución

### **4.10. Matriz FODA**

#### **4.10.1. Fortalezas**

- Diferenciación del producto con respecto a la competencia, debido a que es un producto con valor agregado.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- Comercialización del producto sin necesidad de abrir puntos de venta, debido a que se lo realiza por medio de una tienda virtual.

- Reparto y entrega hasta las 9 pm

#### **4.10.2. Debilidades**

- No se cuenta con recursos económicos para financiar el negocio.
- Escaso conocimiento sobre calidad e inocuidad de Técnicos y Productores.
- El producto es perecedero.

#### **4.10.3. Oportunidades**

- Tendencia en el mercado a consumir productos por internet.
- Crecimiento constante de la industria repostera, lo que permite ver más atractivo el mercado.

- Préstamos y créditos con flexibilidad en las tasas de interés, propuestos por el Gobierno Nacional.

#### **4.10.4. Amenazas**

- La competencia ya se encuentra posicionada en la mente del consumidor.
- Ingreso de nuevos competidores con la misma idea al mercado.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- Cambios políticos y económicos que pongan en riesgo a la banca, causando incrementos en la tasa de interés, dificultando las capacidades de crédito
- Bajo nivel de confianza por parte de los consumidores debido a que la marca y el tipo de comercialización del producto en el mercado son nuevos.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

	Oportunidades	Amenazas
<b>Fortalezas</b>	<p><u>ESTRATEGIAS F + O</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promover la diversificación de productos ofreciendo ingredientes más saludables, como por ejemplo: postres veganos para personas intolerantes a la lactosa y proteínas de animal.</li> <li>2. Ampliar las fronteras comerciales haciendo conocer el sitio web.</li> <li>3. crear conciencia de marca utilizando las redes sociales, y promoviendo este modelo de negocio.</li> </ol>	<p><u>ESTRATEGIAS F + A</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El valor agregado del producto tanto en valor nutricional, precio y servicio, tiene que ser reforzado para promover el incremento de la demanda y así obtener utilidades que ayuden a recuperar la inversión inicial.</li> <li>2. Motivar al consumo de los productos por internet, a través de campañas de E-mailing y redes sociales.</li> </ol>
<b>Debilidades</b>	<p><u>ESTRATEGIAS D + O</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Posicionarse en el mercado como una alternativa nutritiva y de servicio exprés, para ganar de a poco la confianza de los consumidores.</li> <li>2. Aprovechar el desarrollo de la industria alimenticia y la preferencia de los clientes por postres personalizados, e introducir toda variedad de postres.</li> <li>3. Aplicar a préstamos y programas de desarrollo empresarial propuestos por el Gobierno Nacional, para fomentar la competitividad del negocio y financiar sus actividades operativas.</li> </ol>	<p><u>ESTRATEGIAS D + A</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hacer un convenio de publicidad con los sitios web más frecuentes y centros comerciales para dar a conocer nuestra marca.</li> <li>2. Registrar el modelo de negocio de tienda virtual de repostería mediante la marca EXPLOSIÓN DE SABORES para evitar plagio de la competencia.</li> </ol>

Tabla 7: Matriz FODA.

Elaborada por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **4.11. Investigación de Mercado**

##### **4.11.1. Método**

Esta investigación está basada en un plan de factibilidad, en el cual se aplicará el método cualitativo y cuantitativo, donde se emplea encuestas y grupos focales. Para el desarrollo de este trabajo de titulación, se ha decidido aplicar la investigación descriptiva, la cual consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Entre las etapas de este tipo de investigación están:

- Examinar las características del problema escogido.
- Definir el problema y formular sus hipótesis.
- Elegir los temas y las fuentes apropiadas.
- Seleccionar técnicas para la recolección de datos.
- Clasificar los datos recolectados, mediante técnicas de análisis de datos, logrando posteriormente interpretarlos en términos claros y precisos.

##### **4.11.2. Diseño de la Investigación**

###### **4.11.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos**

A continuación se presentan los objetivos de la investigación:

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **Objetivo General**

Conocer el nivel de agrado a la creación de una empresa de repostería modalidad tienda virtual.

### **Objetivos Específicos**

1. Conocer el tipo de postre que compran y consumen con mayor frecuencia
2. Conocer el valor promedio de compra de los diferentes tipos de postres
3. Conocer los lugares donde compran con mayor frecuencia los postres
4. Determinar el nivel de conocimiento de tiendas virtuales de repostería
5. Determinar el nivel de agrado a la modalidad de compra virtual de postres
6. Conocer las ventajas y desventajas de esta nueva modalidad de comercializar postres
7. Conocer el nivel de disposición a comprar por medio de la modalidad tienda virtual
8. Establecer el perfil de los clientes potenciales de la modalidad tienda virtual
9. Conocer los medios de comunicación de donde quisiera encontrar publicidad relacionado a la tienda virtual.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Z: El nivel de confianza en nuestro caso es 95%

n: El tamaño de la muestra cuyo resultado nos da 296

#### **4.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos**

La técnica que se empleó para la recolección de datos se detalla a continuación:

- **Información Cuantitativa:**Resultados finales de la ejecución de la encuesta y su interpretación mediante gráficos de barras.
- **Información Cualitativa:**Resultado de los criterios recabados durante el desarrollo del grupo focal.

##### **4.11.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal)**

La investigación exploratoria se llevó a cabo en el domicilio de la empresa en el sector de la Alborada, con el propósito de obtener información acerca de los patrones de compra de los clientes potenciales; de esta forma se desarrolló un grupo focal y una encuesta. A continuación se presenta el cuestionario de preguntas:

*¿Qué piensa usted sobre las empresas virtuales?*

*¿Qué es lo que más valora usted al momento de realizar compras en internet?*

*¿Qué métodos de pago utilizan con más frecuencia a la hora de comprar en internet?*

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

*¿Qué atributos considera usted esenciales a la hora de comprar un postre?*

*¿Qué postres acostumbra comprar para festejar un evento familiar o social?*

*¿Considera alentador realizar la compra de sus postres mediante una tienda virtual?*

*¿Considera importante que la empresa le brinde el servicio de personalizar sus postres de acuerdo a su necesidad?*

Los detalles del Focus Group se presentan a continuación:

**Moderador:** Kevin Abad

**Participantes:**

- Erick Abad Ramírez 27 años
- Juana Basurto 33 años
- Vanessa Sierra 27 años
- Félix Abad Eras 25 años
- Roció Ramírez Rendón 45 años
- María José Cango 27 años
- Mónica Bonilla 26 años



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **Preguntas y respuestas**

#### **¿Qué piensa usted sobre las empresas virtuales?**

La mayoría considera que son empresas modernas y que poco a poco el consumidor está utilizando estas empresas para comprar y vender con regularidad.

#### **¿Qué es lo que más valora usted al momento de realizar compras en internet?**

Según la opinión de este grupo lo que más buscan es seguridad electrónica, menos fraudes.

#### **¿Qué métodos de pago utilizan con más frecuencia a la hora de comprar en internet?**

De acuerdo con la opinión del grupo el método más utilizado son las tarjetas de crédito, aunque no descartan la posibilidad de realizar depósitos bancarios y regularizar el pago de sus órdenes.

#### **¿Qué atributos considera usted esenciales a la hora de comprar un postre?**

La mayoría en este punto concluyo que el postre debe tener buena presentación y buen gusto.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **¿Qué postres acostumbra comprar para festejar un evento familiar o social?**

Los entrevistados mencionan que en eventos familiares y sociales consumen más las tortas, pero cuando se trata de reuniones ejecutivas prefieren cupcakes.

### **¿Considera alentador realizar la compra de sus postres mediante una tienda virtual?**

Todos coinciden en este punto que si es alentador e innovador realizar la compra por este medio de comercialización.

### **¿Considera importante que la empresa le brinde el servicio de personalizar sus postres de acuerdo a su necesidad?**

La conclusión del grupo fue que, es importante y de mucha ayuda que una empresa te ayude a personalizar los postres para poder dar un gran detalle al evento o al agasajado.

#### **4.11.2.3.2. Concluyente (Encuesta)**

**Objetivo de la encuesta:** Conocer el perfil del consumidor y determinar la aceptación del producto y disposición de compra del mismo.

**Perfil de los encuestados:** El perfil de las personas que se han encuestado se las ha realizado mediante el siguiente formato:

#### **Sexo, edad y nivel de educación.**

**Sexo:** La mayoría de la población es mujer con un 65% y hombres 35%

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

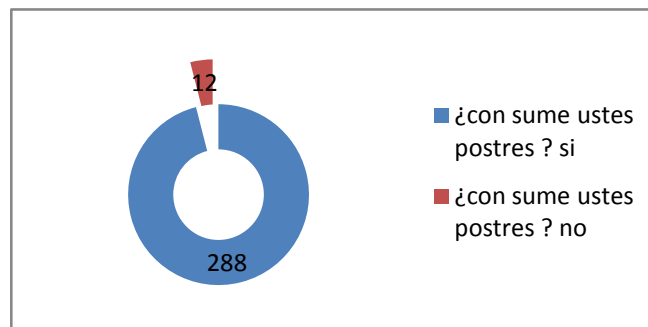
**Edad:** la edad promedio de los encuestados esta entre 25 a 40 años de edad

**Nivel de educación:** En educación tenemos que el 33% poseía la secundaria como grado de conocimientos, el 50% educación superior, 1% maestría o doctorado y el 16% un conocimiento tecnológico.

#### 4.11.2.4. Análisis de Datos

Se obtuvo los siguientes datos del consumo de postres y las tiendas virtuales:

**Pregunta 1: ¿Consumen usted postres?**

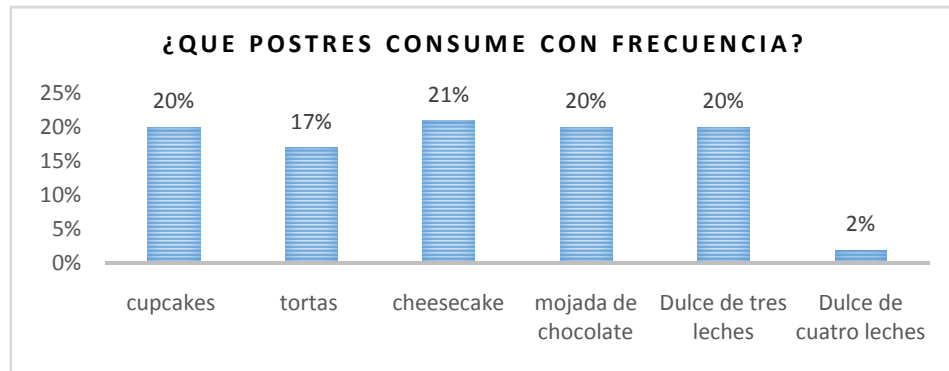


**Ilustración 6: Consumo de Postres**  
Elaborado por: Autor  
Fuente: Investigación de campo

De los 300 encuestados, el 96% afirma que si consume postres y tan solo el 4% indico que no lo consumen.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

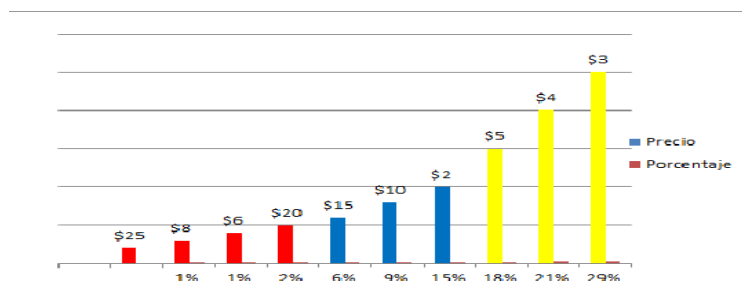
**Pregunta 2: ¿Me podría decir que postres consume con mayor frecuencia?**



**Ilustración 7: ¿Que postres consume confrecuencia?**  
 Elaborado por : Autor  
 Fuente : Investigacion de campo

En los datos, nos dieron por respuesta que, el 20% consume cupcakes al igual que mojada de chocolate y dulce de tres leches el cheesecake tiene una leve ventaja de un 21% y las tradicionales tortas un 17%.

**Pregunta 3 : ¿ Cuanto gasta en promedio cada vez que compra su dulce de eleccion?**

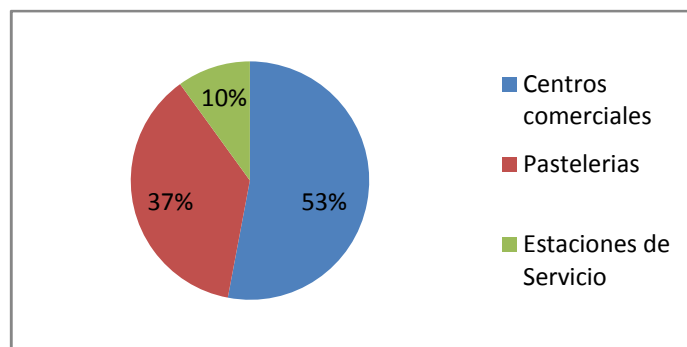


**Ilustración 8: ¿Cuánto gasta en sus dulces de eleccion?**  
 Elaborado por : Autor  
 Fuente : Investigacion de campo

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

En la información que detalla a continuación en el gráfico podemos observar que la mayoría prefiere gastar entre \$3 y \$5 al momento de comprar un postre.

**Pregunta 4: ¿Qué lugar va con mayor frecuencia para comprar sus postres favoritos?**



**Ilustración 9: ¿Qué lugar frecuenta para consumir sus postres?**

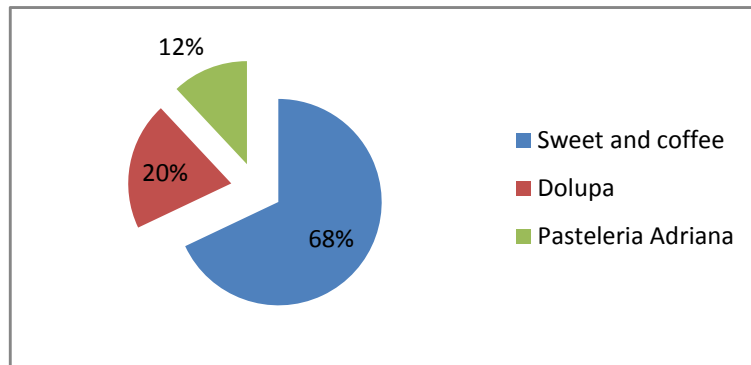
**Elaborado por : Autor**

**Fuente : Investigación de campo**

En la recolección de datos podemos observar que la mayoría acude a los centros comerciales para degustar de sus postres.

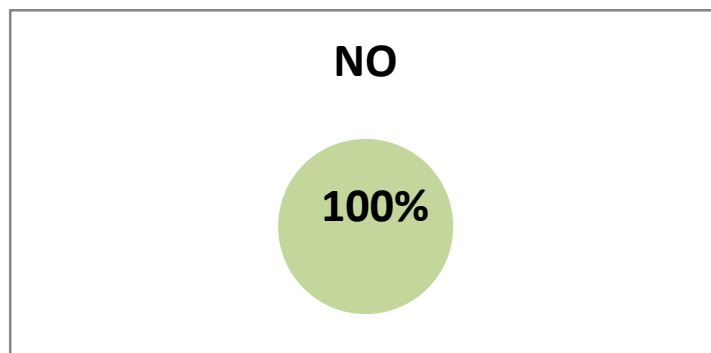
“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**Pregunta 5: ¿Cuál es el nombre de su pastelería favorita?**



**Ilustración 10: ¿Cuál es el nombre de su pastelería favorita?**  
Elaborado por : Autor  
Fuente : Investigacion de campo

**Pregunta 6: ¿Conoce usted alguna tienda virtual de reposteria?**



**Ilustración 11: ¿Conoce usted alguna tienda virtual de reposteria?**  
Elaborado por : Autor  
Fuente : Investigacion de campo

En esta investigacion la totalidad de los encuestados confeso no conocer alguna tuenda virtual de postres.

**Pregunta 7 : ¿Le gustaria realizar la compra de sus postres mediante una tienda virtual?**

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

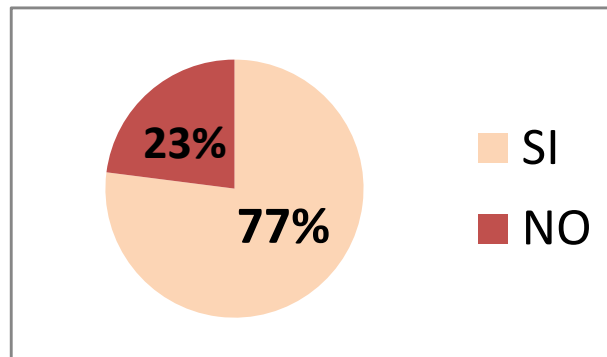


Ilustración 12: ¿Le gustaría realizar la compra de sus postres en una tienda virtual?

Elaborado por : Autor

Fuente : Investigacion de campo

La mayoría de los encuestados en total el 77% de la población menciono que si le gustaria la idea de realizar la compra por medio de una tienda virtual, tan solo un 23 % mostro resistencia a comprar por este medio de comercializacion.

**Pregunta 8: ¿Qué ventajas y que desventajas cree usted que posee este método de comercialización?**

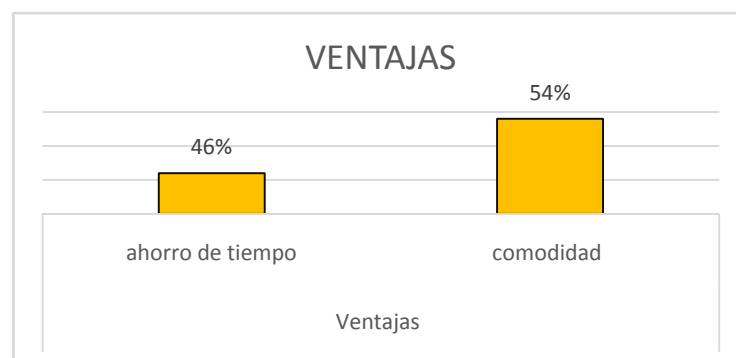


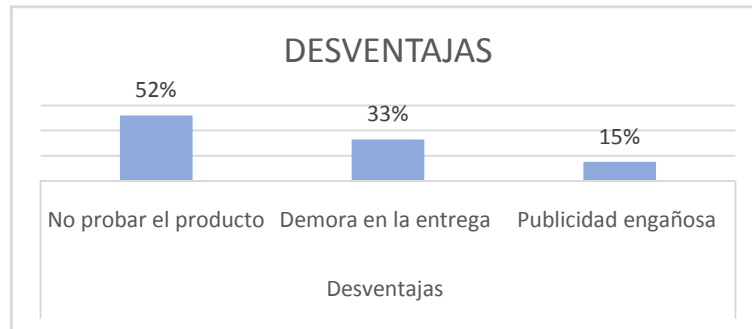
Ilustración 13: ¿Qué ventajas cree usted que posee este metodo de comercializacion?

Elaborado por : Autor

Fuente : Investigacion de campo

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Según la investigación de campo mostro que un 46% considero que el ahorro del tiempo era una ventaja y otro 54% revelo que la comodidad era la principal ventaja.



**Ilustración 14: ¿Qué desventajas cree usted posee este metodo de comercializacion?**  
Elaborado por : Autor  
Fuente : Investigacion de campo

En cuanto a la percepcion de los entrevistados lo que ellos consideraron desventajas en este tipo de comercializacion fue: No probar el producto con un 52%, Demora en la entrega con un 33% y Publicidad engañosa 15%.

**Pregunta 9: ¿Qué tan dispuesto está usted al realizar la compra de sus postres mediante la tienda virtual?**



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

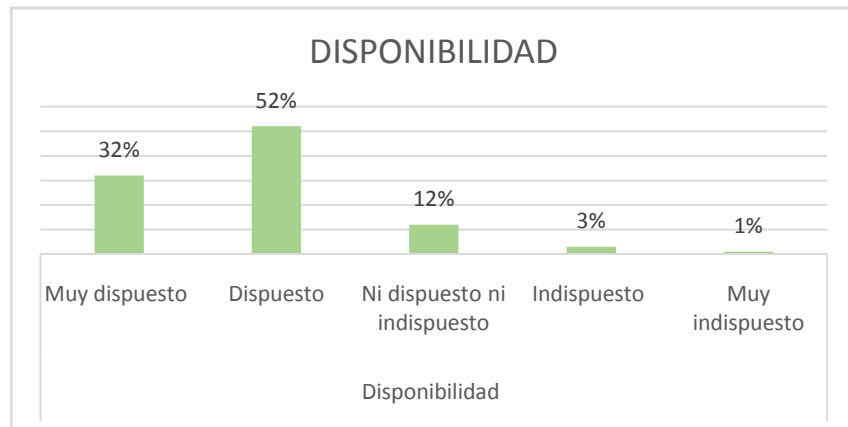


Ilustración 15: ¿Qué tan dispuesto esta usted al realizar la compra de sus postres mediante la tienda virtual?

Elaborado por : Autor

Fuente : Investigacion de campo

El estudio de mercado mostro una gran aceptacion al realizar la compra de los postres mediante la tienda virtual, sumando las variables de: muy dispuesto con 32% y dispuesto 52% nos da un 85% de aceptacion a este modelo de negocios, un 12% se mostro ni dispuesto ni indispuosto con un 12% y recopilando las variables de contrariedad hacia este metodo de comercialiacion tan solo un 4% se mostro en desacuerdo.

**Pregunta 10: ¿Por qué medios le gustaría recibir información de esta tienda de repostería virtual?**

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

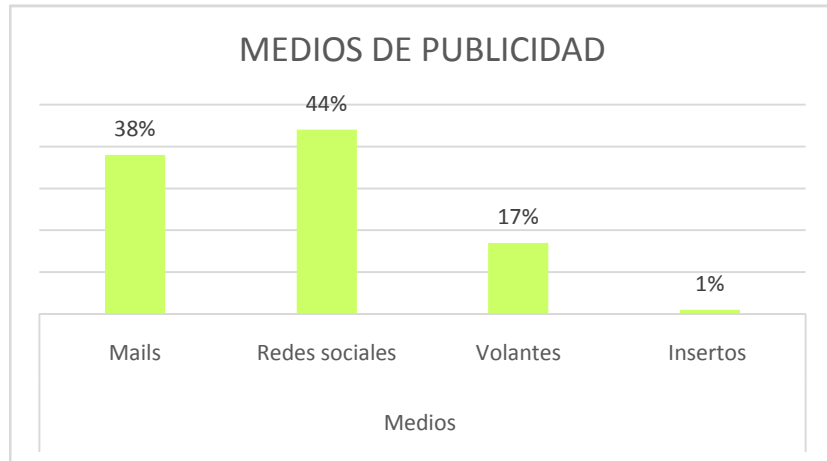


Ilustración 16: ¿Qué tan dispuesto esta usted al realizar la compra de sus postres mediante la tienda virtual?  
Elaborado por : Autor  
Fuente : Investigación de campo

La preferencia de medios para recibir la publicidad sobre esta tienda virtual nos indica que el 35% prefiere recibirla por mails, en redes sociales 44%, volantes 17% y en insertos tan solo un 1%.

#### 4.11.2.5. Resumen e Interpretación de resultados

Como resumen de los datos obtenidos :

- En la ciudad de guayaquil existe una gran aceptación de la población en la parroquia tarqui por el consumo de postres.
- La mayoría prefiere consumir estos productos de repostería en los centros comerciales.
- En un mayor porcentaje la gente está dispuesta a realizar estos pedidos en una tienda virtual de repostería.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- El concepto del producto y del servicio tuvo una gran aceptación por los habitantes de esta parroquia en Guayaquil.
- Los precios que estarían dispuestos a pagarse encuentran entre \$3 y \$5.

#### **4.11.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado**

##### **Responden a los objetivos**

- Se identificó las tendencias de consumo de postres en la parroquia Tarqui.
- El lugar de preferencia con mayor porcentaje de concurrencia para adquirir los postres son los centros comerciales.
- El consumo de postres en gran parte está relacionado como un bocado que las personas se permiten luego de comer su comida principal, en ocasiones solamente por que gustan de los postres y también hacen pedidos de tortas o dulces de acuerdo al compromiso social que ellos tengan.
- Se determinó la demanda del producto a ofrecer, y esta tuvo una considerable aceptación por las personas del mercado objetivo.
- El precio que están dispuestos a pagar cumple con la expectativa del mercado objetivo.

#### **4.11.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado**

Sobre la base de los resultados de la investigación, se recomienda:

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- Realizar en un futuro, la expansión de líneas de productos que tuvieron un mayor porcentaje de consumo.
- Expandirse hacia otras plazas como son los centros comerciales, una vez ya el negocio se encuentre bien establecido y posicionado dentro del mercado virtual.
- Debido a la aceptación del producto, invertir en el crecimiento del negocio.
- Incentivar el uso del canal en línea con ofertas y promociones para hacer más atractiva la comercialización que se ofrece.

#### **4.12. Cuantificación de la Demanda**

##### **4.12.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha**

El mercado potencial que tiene EXPLOSIÓN DE SABORES es aproximadamente 835,486 personas que surgieron de la segmentación de mercado a la población de la parroquia Tarqui.

El mercado real que EXPLOSIÓN DE SABORES posee es el 84% del mercado potencial, con el interés de comprar el producto por lo tanto la demanda potencial insatisfecha es del 16% que equivale a 125,323 personas.

##### **4.12.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback**

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Bajo el Concepto general del capítulo que es Auditoria De Mercado, se dejará sentadas las bases para luego realizar el estudio Financiero correspondiente y se establecerá una proyección de las ventas de la industria y la tasa de crecimiento de la misma, índice base que se usará para las proyecciones de la empresa.

ventas (molinería y panadería)	90.4	millones
tasa de crecimiento	5.2%	

**Tabla 8: Ventas y Tasa de Crecimiento de la Industria**

Elaborado por: Autor

Fuente: Banco central del Ecuador

<b>VENTAS PROYECTADAS EN 5 AÑOS</b>					
<b>UNIDADES X PRECIOS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
CHEESECAKE 12 PORCIONES	\$ 62.360,06	\$ 69.014,13	\$ 76.378,22	\$ 84.528,08	\$ 93.547,56
DULCE DE TRES LECHEs 12 PORCIONES	\$ 49.002,62	\$ 54.231,40	\$ 60.018,11	\$ 66.422,28	\$ 73.509,80
LOTE 36 CUPCAKES	\$ 51.440,87	\$ 56.929,81	\$ 63.004,45	\$ 69.727,28	\$ 77.167,46
12 PORCIONES MOJADA DE CHOCOLATE	\$ 59.067,19	\$ 65.369,89	\$ 72.345,12	\$ 80.064,64	\$ 88.607,85
TORTAS 12 PORCIONES	\$ 73.616,60	\$ 81.471,79	\$ 90.165,15	\$ 99.786,14	\$ 110.433,72
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>\$ 295.487,34</b>	<b>\$ 327.017,02</b>	<b>\$ 361.911,05</b>	<b>\$ 400.528,41</b>	<b>\$ 443.266,39</b>

**Tabla 9: Proyección de Ventas anuales Explosión de Sabores**

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

# CAPÍTULO 5

## PLAN DE MARKETING

### CAPÍTULO 5

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **PLAN DE MARKETING**

### **5.1. Objetivos: General y Específicos**

El plan de marketing es una herramienta muy importante para la empresa EXPLOSIÓN DE SABORES ya que sirve de soporte para incrementar las ventas y así ser capaces de generar oportunidades de desarrollo y expansión de la marca; es decir que ayuda a la empresa a ser reconocida en el mercado y a obtener un porcentaje de participación en el mismo. Por esta razón, el objetivo general del plan de marketing se define de la siguiente manera:

- **Objetivo General**

Diseñar estrategias de mercado enfocadas a captar el interés de los clientes para posicionar a corto plazo, la marca en la mente de los consumidores y lograr el reconocimiento de la empresa EXPLOSIÓN DE SABORES como una empresa virtual de repostería personalizada para todo tipo de eventos.

- **Objetivos Específicos**

1. Ofrecer un servicio práctico, económico y con productos de calidad a disposición de los clientes.

2. Diferenciarse de los competidores a través de productos con valor agregado, potencializando el servicio personalizado mediante una tienda virtual.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

3. Lograr el reconocimiento de la marca, a través de una campaña publicitaria efectiva incluyendo nuevos métodos tales como las redes sociales.

### **5.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada**

El mercado meta de la empresa "EXPLOSIÓN DE SABORES" se define como el número de personas que visiten la tienda virtual y el tráfico que esta genere.

Principalmente está dirigido a personas que tengan acceso a internet ya sea por medio de celulares, computadores o algún otro tipo de dispositivo que les permita conectarse a internet para tener contacto con la empresa.

El objetivo es tener un margen de utilidad del 30%, aplicando estrategias de mercadeo según el estudio realizado para maximizar el porcentaje de ventas anualmente.

#### **5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración**

Las estrategias de penetración tienen como propósito el incremento de la participación en el mercado a través de un esfuerzo mayor para la comercialización de los productos y/o servicios ofrecidos. Para esto, se incluyen diversas actividades, aumento del gasto en publicidad, promociones para reforzar las actividades publicitarias, entre otras.

Entre las estrategias de penetración que se empleara será la táctica de diferenciación, que se basa en dar un valor agregado a los consumidores por medio



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

del modelo de negocio ofrecido y darle al consumidor la oportunidad de personalizar los productos a su necesidad.

#### **5.1.1.2. Cobertura**

La cobertura de EXPLOSIÓN DE SABORES será en su mayoría los miembros de la parroquia Tarqui ya que es la parroquia con mayor número de habitantes en Guayaquil y con mayor acceso a internet (INEC, 2010).

### **5.2. Posicionamiento**

#### **5.2.1. Estrategia de Posicionamiento**

- **DIFERENCIACIÓN:** EXPLOSIÓN DE SABORES se diferenciara de sus competidores por la manera de comercializar sus productos y la forma de satisfacer la necesidad de cada uno.
- **PRECIO/CALIDAD:** El precio de los postres serán atractivos y serán establecidos según el estudio de mercado, sin caer en el error de establecerlos muy bajos para no tener una percepción de mala calidad y tampoco muy dispendiosos para no posicionarnos como una pastelería onerosa.
- **BENEFICIOS:** los beneficios de los productos es que serán personalizados, no solo en su forma de crearlos sino tener postres para que todo tipo de personas los puedan consumir, tales como; diabéticos, intolerantes a la lactosa y alergia a cierto tipo de proteína animal.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Explosión de Sabores se destaca por ser una pastelería en línea lo cual tiene ventaja sobre sus competidores, al brindar comodidad puesto que el cliente físicamente no tiene que trasladarse hasta el lugar de compra y puede ordenar el dulce de su elección sin salir de su casa o lugar de trabajo.

- **SEGMENTO:** El segmento de mercado que está dirigido es para clase social media típica, media baja, media alta y alta.
- **ATRIBUTOS ESPECÍFICOS DEL PRODUCTO:** la innovación de tener una pastelería con modalidad tienda virtual, y la personalización de sus productos.

### 5.2.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV)

Este método es un acumulado de activos y pasivos relacionados con la marca, símbolo y su nombre que tienen como fin establecer la percepción del producto o servicio ante los clientes, competidores y sociedad y la capacidad de éste de diferenciarse con la competencia. Para este análisis se utilizará los siguientes aspectos:

- **DIFERENCIACIÓN:** La estrategia de EXPLOSIÓN DE SABORES es representar un producto que se adapte a la necesidad de cada cliente sin que este afecte su salud a la hora de consumirlo.
- **ESTIMA:** en este punto se mide la popularidad del producto por ello se debe mantener la calidad del mismo en todas sus presentaciones manteniendo una imagen de calidad

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- **ENERGÍA:** En este aspecto se preverá satisfacer las futuras necesidades de los clientes por eso se mantendrá siempre atento a la sugerencia de los consumidores realizando nuevas recetas.
- **FAMILIARIDAD:** Este aspecto mide que tanto conocen los productos los consumidores y que tan asociados están con la marca, podemos evaluar esto identificando que productos de nuestras recetas ellos consumen más a menudo.
- **RELEVANCIA:** En este punto evaluaremos la percepción de la marca en la mente de los consumidores, es por ello que se realizara campañas de activación de marca mediante degustaciones por lo menos cada 6 meses.

### **5.3. Marketing Mix**

#### **5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios**

La empresa EXPLOSIÓN DE SABORES ofrecerá en el mercado, productos de la más alta calidad, basándose en la personalización de cada uno de sus productos y su método de comercialización mediante una tienda virtual de postres.

##### **5.3.1.1. Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.**

La empresa se especializara en la producción de postres personalizados para todo tipo de ocasión y eventos profesionales o sociales, mediante un método de

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

comercialización nuevo en la industria, una tienda virtual de postres donde se puede comprar y elegir el modelo de tus artículos reposteros.

Productos que se ofrecen:

- Tortas
- Cupcakes
- Dulces de tres leches
- Cheesecakes
- Mojada de Chocolate

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Asimismo, el slogan de la compañía sería: "EXPLOSIÓN DE SABORES "Neo Bakery"; frase que permite resaltar las cualidades del producto, El siguiente ejemplo permite ilustrar la idea:



Ilustración 17: Imagen y Slogan del producto

Elaborado por: Autor

En relación a la clasificación del producto se establece a "EXPLOSIÓN DE SABORES" como:

- **Producto Esencial:** Aperitivo
- **Producto Real:** Tortas y dulces.
- **Producto aumentado:** comercialización a través de una tienda virtual por internet.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.**

La adaptación o modificación del producto dependerá en función a las necesidades de los consumidores, si bien se ofrecerán los productos previamente descritos, existe la posibilidad de adaptar nuevos ingredientes que permitan satisfacer las necesidades del cliente.

En relación a las condiciones de entrega, transporte y embalaje, el centro de operaciones de EXPLOSIÓN DE SABORES deberá preparar el pedido inmediatamente el cliente lo ordene y luego proceder a la entrega, de manera que los consumidores puedan adquirir el producto lo antes posible.

### **5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado**

El producto será empacado con una caja que proteja al producto y evite posibles contaminaciones, de esta forma el cliente podrá retirar el empaque una vez que sale del centro de operaciones y eso dará la garantía de un producto con altas normas de higiene y estrictos controles de calidad. De esta forma, el empaque debe cumplir con las siguientes funciones:

- Debe ser elaborado de un material de cartón resistente al calor.
- Debe llevar impreso en la parte frontal el logotipo de la empresa.
- Debe estar correctamente sellado.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea**

Durante el primer periodo de operaciones la empresa EXPLOSIÓN DE SABORES elaborará postres para ser comercializados por internet, pero acorde al incremento de la demanda es posible que la línea se amplíe a una pastelería presencial en un centro comercial, enfocándose en ampliar la presencia de marca, y ser la primera opción para eventos y compromisos sociales.

#### **5.3.1.5. Marcas y Submarcas**

La empresa EXPLOSIÓN DE SABORES será reconocida única y exclusivamente por la siguiente marca:



Ilustración 18: Logotipo de la Empresa

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Debido a que es una empresa nueva, aún no se elaborarán sub-marcas que la distingan de otros mercados.

### **5.3.2. Estrategia de Precios**

Se conoce como estrategia de precios al conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales para el establecimiento inicial de un precio y el comportamiento que éste podría tener acorde al ciclo de vida del producto y el movimiento de la oferta y demanda, con el propósito de lograr el posicionamiento del mercado (Coma, 2008). Acorde a expertos en marketing (Kotler y Armstrong, 2007) las estrategias de precio más empleadas son:

- **Estrategia de descremado de precios:** consiste en la fijación de un precio elevado en relación a los precios de la competencia con la finalidad de recuperar costos de forma inmediata a través de márgenes de utilidad atractivos, pero generalmente se da cuando el producto es inédito o es casi seguro que el mercado potencial está dispuesto a pagar ese precio elevado, puesto resulta mejor bajar un precio elevado que subir un precio bajo.
- **Estrategia de precios de penetración:** a diferencia de la estrategia de descremado de precios, esta busca ingresar a un mercado mediante la fijación de un precio bajo, para alcanzar de forma rápida una gran participación en el mercado y captar mayor número de clientes para mejorar las ventas en relación al volumen.
- **Estrategias de precios de prestigio:** esta estrategia busca crearse un prestigio por medio de la fijación de un precio alto para ser reconocido en el



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

mercado como un producto de alta calidad, pero generalmente esta estrategia está enfocada a un segmento de mercado exclusivo, como personas de estratos sociales altos, dispuestos a pagar el precio; por tanto es muy complicada la aparición de competidores inmediatos.

- **Estrategias de precios orientadas a la competencia:** como su nombre lo indica consiste en equiparar su precio en función al precio de la competencia, especialmente cuando no hay mayores factores de diferenciación y la empresa carece de control sobre el precio, bajo estas condiciones es conveniente la aplicación de esta estrategia.

#### **5.3.2.1. Precios de la Competencia**

En relación a las estrategias de precios que implementaría la empresa "EXPLOSIÓN DE SABORES" es importante destacar que inicialmente se enfocaran en dos tipos de estrategia:

**Fijación de precios en función a la competencia:** Esta estrategia consistirá en definir un precio parecido al que se maneja en el mercado de venta de postres. Considerando que no existe un competidor directo en igualdad de condiciones, es decir que haya otra empresa de repostería que comercialice mediante una tienda virtual, la fijación del precio se haría en función a la competencia directa más cercana acorde a la ubicación del negocio, como el caso de Sweet and Coffee, Pastelería Adriana y Dolupa, quienes ofrecen postres de todo tipo que generalmente

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

están ya preparados y demora alrededor de cinco minutos en ser servidos en sus locales.

De esta forma, a continuación se establecen los precios referenciales de la competencia:

<b>SWEET AND COFFEE</b>	
<b>POSTRE</b>	<b>PRECIO</b>
CHEESCAKE FRUTILLA /12 PORCIONES	\$ 29,90
DULCE TRES LECHE / 12 PORCIONES	\$ 18,50
MOJADA DE CHOCOLATE / 12 PORCIONES	\$ 28,90
CUPCAKES POR UNIDAD	\$ 1,80
TORTAS PRECIO PROMEDIO /12PORCONES	\$ 17,90

<b>PASTELERÍA ADRIANA</b>	
<b>POSTRE</b>	<b>PRECIO</b>
CHEESCAKE FRUTILLA /12 PORCIONES	\$ 23,50
DULCE TRES LECHE / 12 PORCIONES	\$ 22,00
MOJADA DE CHOCOLATE / 12 PORCIONES	\$ 23,00
CUPCAKES POR UNIDAD	\$ 1,50
TORTAS PRECIO PROMEDIO /12 PORCIONES	\$ 18,00

<b>DOLUPA</b>	
<b>POSTRE</b>	<b>PRECIO</b>
CHEESCAKE FRUTILLA /12 PORCIONES	\$ 28,00
DULCE TRES LECHE / 12 PORCIONES	\$ 25,00
MOJADA DE CHOCOLATE / 12 PORCIONES	\$ 24,50
CUPCAKES POR UNIDAD	\$ 1,70
TORTAS PRECIO PROMEDIO /12 PORCIONES	\$ 19,00

**Tabla 10: Precios de la Competencia**

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

De esta forma el precio promedio de la competencia seria \$27.14 en postres enteros; sin embargo, es claro que el mismo puede variar acorde a la composición del postre.

**Fijación de precios para penetrar en el mercado:** Teniendo un precio referencial de la competencia de \$27.14 por un postre el precio de penetración de mercado será de \$12.21, el mismo que podría variar acorde a los ingredientes que posea, pero se pretende captar mayor interés de los clientes potencializando tres aspectos: precios bajos, rapidez de servicio y alimentación nutritiva.

#### **5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta**

El mercado meta está conformado por el número de habitantes en la parroquia Tarqui 835.486, en esta parroquia se encuentra el mayor número de población altamente activa lo cual a la hora de comprar un postre en el precio promedio de la competencia o por el precio establecido por la empresa como penetración resulta atractivo.

#### **5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas**

Los Accionistas De Explosión de Sabores esperan el crecimiento anual en ventas en un 5% además de una rentabilidad del 10% la cual permita recuperar la inversión, y buscar expandir, su línea de productos, dependiendo del éxito que tenga la empresa.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **5.3.2.4. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos deLa Compañía**

Debido a la naturaleza del negocio en el que se comercializará, a través de una tienda virtual nos permite poner excelentes precios ya que nuestros costos fijos y gastos de alquiler son bastantes bajos, contemplados en el margen de ganancia en la compañía.

El método de pago será por tarjetas de crédito, depósitos bancarios y al contado.

#### **5.3.3. Estrategia de Plaza**

##### **5.3.3.1. Localización**

El sector donde se encontrará Explosión de Sabores será delimitado en su nivel macro, micro y localización específica a continuación:

##### **5.3.3.1.1. Macro Localización**

- País: Ecuador.
- Región: Costa.
- Provincia: Guayas.
- Ciudad: Guayaquil.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

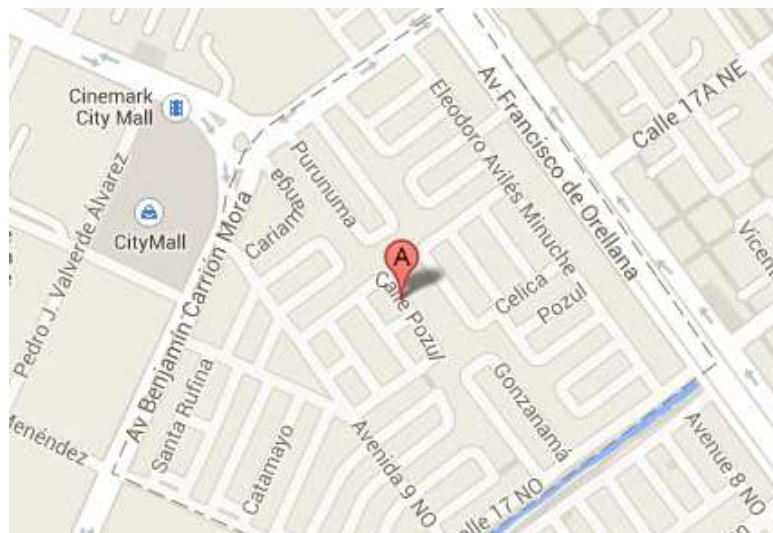
La empresa Explosión de Sabores, funcionara dentro de la parroquia Tarqui con 835.486 habitantes, es el sector más numeroso de habitantes en comparación a las otras parroquias de la ciudad de Guayaquil.

#### **5.3.3.1.2. Micro Localización**

La Micro localización de la empresa, se encuentra en el sector norte de la ciudad de Guayaquil en la ciudadela la Alborada, en el cual bajo Ordenanza Municipal, se autoriza el funcionamiento de Micro negocios con bajo impacto ambiental, que cumpla con los requisitos y permisos de funcionamientos correspondientes.

#### **5.3.3.1.3. Ubicación**

Se encuentra en la ciudadela la Alborada 6ta etapa solar 1920.



**Ilustración 19: Ubicación**

**Elaborada por: Autor**

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### 5.3.3.1.4. Distribución del Espacio

La empresa estará distribuida de la siguiente manera:

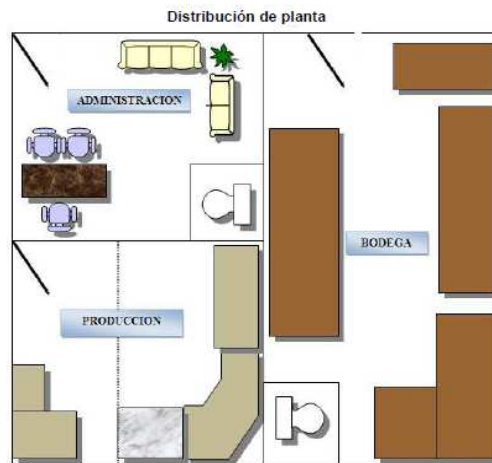


Ilustración 20: Distribución Del Espacio

Elaborado por: Autor

#### 5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

##### 5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

Explosión de Sabores S.A. al no ser intermediaria, contará con un canal de distribución directo, ya que es un canal de venta directa entre empresa-cliente.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

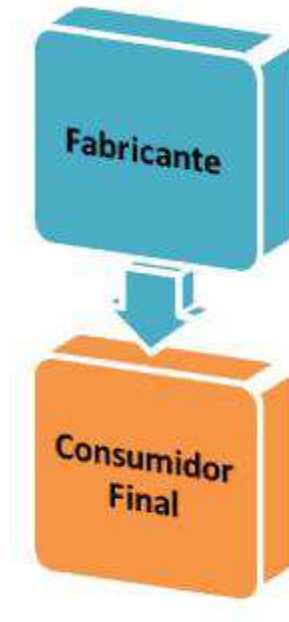


Ilustración 21: Canal de Distribución

Elaborado por: Autor

#### **5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.**

El mercado en donde se pretende comercializar los postres y productos de Explosión de sabores es por medio de la tienda virtual, haciendo conocer el producto principalmente por redes sociales, campañas de E-mailing, BTL y volantes, como estrategias de penetración.

#### **5.3.3.2.3. Logística**

La entrega del producto se la hará mediante un servicio de reparto y entrega, contratando el servicio de taxis o de motorizados para hacer llegar el producto una

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

vez hecha la compra, se estima que ya hecho el pedido el producto estará en manos del cliente en aproximadamente 30 minutos.

Cabe mencionar que el primer paso dentro del canal es realizar previamente la orden en línea, mediante la tienda virtual.

#### **5.3.3.2.4. Red de Ventas**

De acuerdo al giro de negocio, se manejara únicamente las ventas en la tienda virtual, mediante una transacción electrónica.

#### **5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones**

Se habilitara un buzón de sugerencias las 24 horas del día, para reclamos y sugerencias, con un tiempo estimado de respuesta menor a 24 horas, además de implementar correo electrónico para un servicio más personalizado.

En caso de que el sistema de pagos o la página web sufra una caída en el sistema el administrador, el gerente y el web master deben ofrecer apoyo al canal de venta en línea por medio de llamadas telefónicas para tomar pedidos.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **5.3.4. Estrategias de Promoción**

#### **5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL**

##### **ATL:**

- Gigantografía en el exterior del edificio de la empresa, tamaño: 3 metros de alto por 3 metros de ancho en lona impreso a full color incluida estructura y montaje. costo: \$800.
- Anuncio Publicitario en el Periódico “Metroquil” circulación diaria a full color, en página completa al final del diario, costo: \$250.

##### **BTL:**

- Se realizara campañas agresivas en redes sociales, principalmente en Facebook, Twitter, Instagram, Google+.
- 1000 Volantes tamaño A5 (14,5 cm x 21) a full Color en Precio: \$60.
- Página de Fan en Facebook. Precio: \$30 por publicidad re direccionada durante 30 días.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje**

La propuesta publicitaria busca lograr la aceptación y consumo del producto, recalcando las propiedades de los postres personalizados, además que el producto se adapta a la necesidad de cada cliente, diferenciándose de la competencia.

#### **5.3.4.3. Promoción de Ventas**

La venta personal no aplica debido a que las ventas se realizan por medio de la tienda virtual.

#### **5.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.**

Este numeral no aplica al presente proyecto, debido a que Explosión de sabores no participará por el momento en ferias comerciales, competiciones o concursos.

#### **5.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis.**

Para la fidelización del cliente se realizarán el día del lanzamiento del producto:

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- El día de apertura del negocio, se entregaran muestras gratis de postres en los primeros 100 pedidos.
- Se crearan cupones de descuentos en línea para los 50 primeros likes en nuestra fan page en Facebook.
- Y se obsequiara materiales promocionales con el logo de nuestra marca a los clientes más frecuentes.

#### **5.3.4.4. Publicidad**

##### **5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento**

- Como estrategia de lanzamiento se creara la expectativa de esta marca por medio de las redes sociales y campañas de E-mailing, y por la red social You Tube se harán comerciales sobre la empresa, su modelo de negocio y sus principales productos.
- También lo antes mencionado como los volantes y la publicación en el diario Metroquil.

##### **5.3.4.3.5. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.**

##### **5.3.4.3.6. Mindshare**

Explosión de sabores no cuenta con un posicionamiento de mercado, debido a que la empresa no ha sido creada aún, sin embargo se pretende llegar al top of

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Mind de los clientes como la primera opción de compra de postres en la ciudad de Guayaquil.

#### **5.3.4.3.7. Publicidad Blanca**

La publicidad blanca es aquella que influye a los clientes de manera indirecta, y la empresa no paga por esa publicidad, (Hidalgo, 1986).

Con la repartición y entrega de trípticos, campañas por correo electrónico y material publicitario, se pretende crear el prestigio correcto para el crecimiento de la empresa, con información útil de la misma y del portafolio de productos.

#### **5.3.4.4.5. Merchandising**

De acuerdo con el modelo de negocio no podemos influir de manera física el incremento de ventas en su punto de exhibición, ya que su principal vitrina es su tienda virtual, se busca aplicar el merchandising de manera psicológica por medio del portal web para establecer una estrategia de ventas en el sitio y que esta influya de manera positiva a la hora de realizar la compra de los productos expresados.

#### **5.3.4.3.6. Relaciones Públicas**

Con el fin de establecer un vínculo con los clientes, como se lo mencionó anteriormente, se realizará una estrategia BTL de publicidad, para brindar información relevante sobre el producto y empresa para el consumidor.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **5.3.4.3.7. Marketing Relacional**

A través de la página web se desarrollará una sección en la que se recibirán sugerencias, comentarios, quejas de los consumidores, en la cual se obtendrá una base de datos, la cual sirva para dar una atención personalizada a cada cliente y satisfacer sus necesidades de consumo en el futuro.

#### **5.3.4.3.8. Insight Marketing**

Como se lo menciona en el punto anterior en la página web se podrá recolectar esta información, sin embargo debido a que la empresa y el producto se encuentran en una etapa de introducción, los potenciales consumidores no poseen aún opiniones que sirvan a la empresa para su desarrollo.

#### **5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica del Trabajo de Titulación**

##### **5.3.4.3.9.1. Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing**

En la estrategia de E-Commerce, al usuario se le permite comprar sus postres a través de pagos electrónicos y su recibo de cobro sean enviados a su cuenta email, ofreciendo al usuario una experiencia rápida, segura y agradable.

En la estrategia de E-Marketing se va a realizar convenios de banner con páginas web relacionadas al ambiente repostero, para que sirvan de enlace al sitio y los usuarios que se registren a través de los banner, se envíen boletines electrónicos, indicando promociones y servicios adicionales. Adicionalmente se utilizara palabras claves en los buscadores principales para posicionar la página como

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

principal opción al momento de buscar información sobre empresas de repostería en Guayaquil.

#### 5.3.4.3.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Sweet and Coffee	Pastelería Adriana	Dolupa
La página web de esta compañía es bastante amigable, muestra su historia, productos ofrecidos y una fan page bastante imponente	No cuenta con una página web oficial tampoco con una fan page, sus clientes la conocen por su tradición y sabor.	Esta página destaca los años de experiencia que tienen en el mercado y exhibe parte de sus productos en la misma y cuenta con fan page.

Tabla 11: Promoción electrónica de los Competidores

Elaborado por: Autor

#### 5.3.4.3.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web (inglés-español Idioma del Mercado Meta)

Explosión de sabores contará con una página web en español debido a que su mercado meta son personas de la ciudad de Guayaquil. Además, los clientes podrán encontrar la siguiente información:

- **Nosotros:** donde constará la marca de la empresa, la misión, visión, valores y objetivos empresariales.
- **Productos:** donde se presentarán las variedades de productos que la empresa ofrece.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- **Contactos:** donde se colocarán números de teléfono, correo electrónico y dirección de la compañía para que los clientes o proveedores se pongan en contacto con la empresa.
- **Fan Page:** el cual tendrá un hipervínculo con la red social Facebook para que los clientes puedan escribir sus comentarios.
- **Servicio en Línea:** donde los clientes podrán interactuar con la empresa y escribir sus sugerencias, comentarios, quejas y reclamos.
- **Carrito de compras:** donde los clientes observan la cantidad de productos que están comprando y les da los valores a cancelar previamente a realizar el pago.

#### **5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales**

En los actuales momentos, redes sociales como: Facebook, Twitter, Instagram YouTube, entre otros, son herramientas que ayudan a las empresas a desarrollar estrategias de marketing y publicidad para lograr alcanzar el mercado propuesto, además de no tener un costo elevado, es una herramienta adecuada para negocios en fase de introducción, pero debido al modelo de negocio de Explosión de Sabores, este es uno de sus principales tácticas.

Por lo mencionado anteriormente la empresa realizará fans pages, donde se dé a conocer a los cliente, noticias novedosas y de interés para los mismos.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### 5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Se detalla en la siguiente tabla la promoción electrónica de los competidores en sus redes sociales.

Sweet and Coffee	Pastelería Adriana	Dolupa
Realiza pocas campañas por twitter pero la fan page que ofrece en Facebook es bastante imponente, y también muestra su responsabilidad social con sus empleados mediante capacitaciones.	No posee ningún tipo de estrategia en cuento a las redes sociales las únicas menciones que recibe en este medio las realiza el mall del sol promocionando su local comercial en las redes sociales.	Posee una fan page ofreciendo información y por medio de Twitter muestra sus productos para captar la atención de clientes, y genera credibilidad por sus años de experiencia.

Tabla 12: Promoción electrónica de los competidores

Elaborado por: Autor

#### 5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales

Explosión de sabores utilizará fans pages en Facebook, Twitter, Instagram y YouTube con el objetivo de incrementar el grado de conocimiento sobre el producto, la empresa y aumentar la cartera de clientes. Esta actividad se realizará de manera agresiva y habitual ya que esta compañía opera por medios electrónicos como único canal de comercialización, en la página web se subirán fotos de las actividades, eventos, promociones y otras informaciones de relevancia para el consumidor.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **5.3.4.4.10.3. Marketing Social**

El marketing social se enmarca en la contribución social a la salud de las personas a través de un producto personalizado no solo en su estética, sino en los ingredientes que poseen, para cada tipo de cliente, ayudando a que se los pueda consumir sin necesidad de que los ingredientes afecten su salud, es por esto que se creó una línea de productos especiales para personas con diabetes o intolerantes a la lactosa y el gluten, todo esto con el fin satisfacer la demanda.

#### **5.3.4.5. Ámbito Internacional**

Explosión de Sabores por el momento no operará en el mercado internacional, por lo que el ámbito internacional no aplica para el proyecto.

##### **5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional**

La comercialización del producto es local, no se planea exportar, por lo que este punto no aplica al presente proyecto.

##### **5.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional**

No es aplicable, debido a que no se cumple con el punto anterior.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 5.3.5. Cronograma

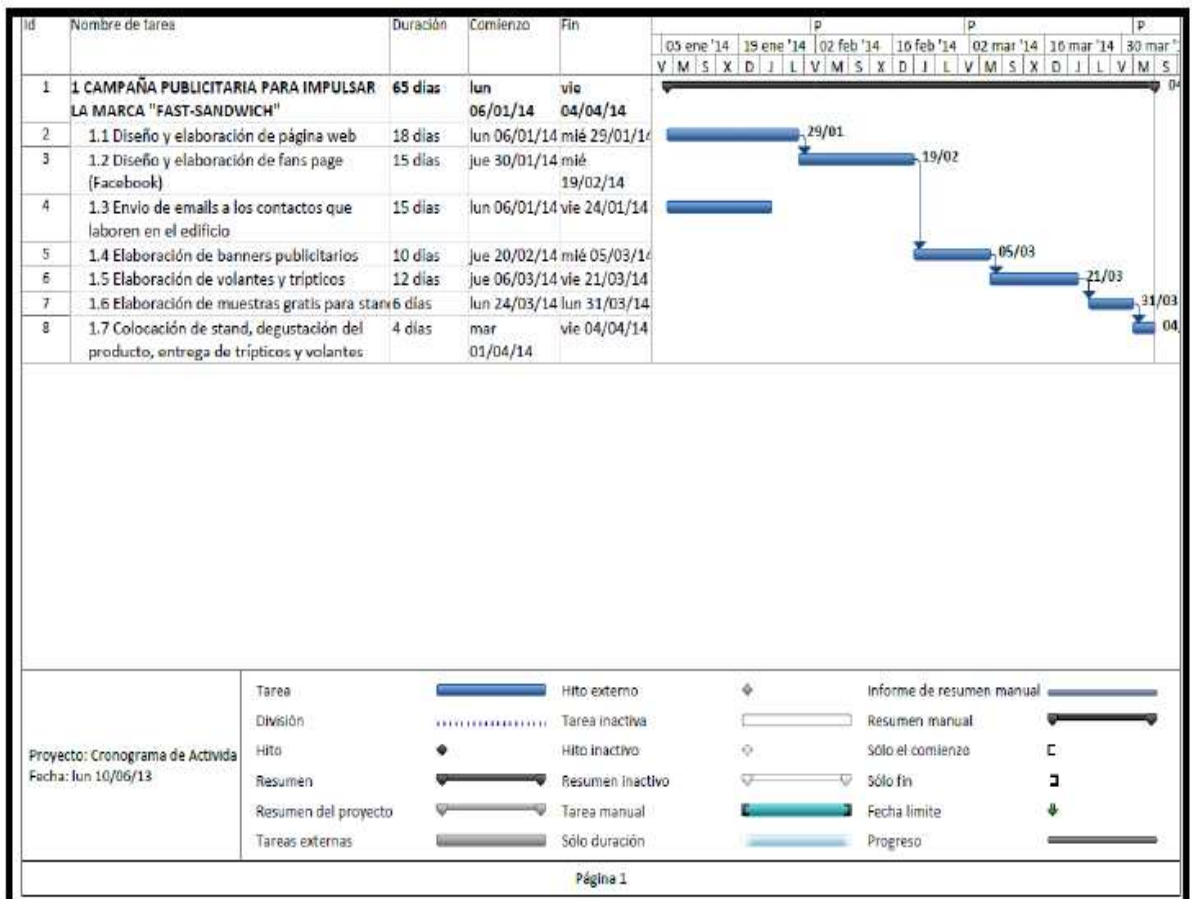


Ilustración 22: Cronograma de Actividades

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**5.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.**

<b>Optimización SEO y SEM Servicio de Marketing Digital</b>	Creación y segmentación de campaña Google Adwords	<b>\$ 149 único</b>
	Creación de SiteMap XML + Optimización SEO e Indexación en Google	
	Creación de Cuentas Google Analytics	
	Diseño de artes para campañas E-mailing	

<b>Servicio de Community Manager y Social Media</b>	Creación y edición de Fan Page en Facebook, Perfiles Twitter, Instagram, Pinterest	<b>\$ 189 Mensual</b>
	Diseño de material visual para la comunicación, banners promocionales	
	Creación de campañas mensuales en Facebook con reportes de LIKES	
	Planeación y asesoramiento marketing digital	
	\$ 20 USD de bono para gastos en Facebook por las campañas de ADS	
	Feedback a clientes en todas las redes (De 10H00 a 18H00)	
	Administración de redes sociales en general	

**Tabla 14: Presupuesto de Marketing**

**Elaborado por: Autor**

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**5.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público Menos Margen de los Intermediarios; Precio Ex empresa menos Descuentos, Impagados.**

<b>Estado de Resultado</b>					
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Ventas	\$ 295.487,34	\$ 327.017,02	\$ 361.911,05	\$ 400.528,41	\$ 443.266,39
Costo de Venta	\$ 206.841,14	\$ 224.103,03	\$ 242.805,50	\$ 263.068,78	\$ 285.023,14
<b>Utilidad Bruta en Venta</b>	<b>\$ 88.646,20</b>	<b>\$ 102.914,00</b>	<b>\$ 119.105,55</b>	<b>\$ 137.459,62</b>	<b>\$ 158.243,25</b>
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 72.179,10	\$ 74.337,26	\$ 76.559,94	\$ 78.849,08	\$ 81.206,67
Gastos Servicios Básicos	\$ 6.240,00	\$ 6.426,58	\$ 6.618,73	\$ 6.816,63	\$ 7.020,45
Gastos Ventas	\$ 5.046,00	\$ 5.196,88	\$ 5.352,26	\$ 5.512,29	\$ 5.677,11
Gastos Varios	\$ 1.080,00	\$ 1.112,29	\$ 1.145,55	\$ 1.179,80	\$ 1.215,08
Gastos de Depreciación	\$ 1.220,47	\$ 1.220,47	\$ 1.220,47	\$ 828,14	\$ 828,14
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 2.880,63</b>	<b>\$ 14.620,53</b>	<b>\$ 28.208,60</b>	<b>\$ 44.273,68</b>	<b>\$ 62.295,81</b>

Tabla 15: Análisis de Rentabilidad

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

# CAPÍTULO 6

## PLAN OPERATIVO

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **CAPÍTULO 6**

### **PLAN OPERATIVO**

#### **6.1. Producción**

##### **6.1.1. Proceso Productivo**

El proceso productivo para la elaboración de los postres que se comercializara mediante la tienda virtual bajo la marca “EXPLOSIÓN DE SABORES” consta de las siguientes etapas:

- 1. Compra y recepción de materia prima:** Se contacta al proveedor para realizar el pedido de materia prima dependiendo de la cantidad de unidades que se tenga previsto elaborar, al momento de recibir el producto se confirmará que este en las condiciones y plazo acordado.
- 2. Almacenamiento de materia prima:** Luego de recibir la materia prima se procederá a realizar el inventario de la misma, con el fin de estar siempre abastecidos.
- 3. Elaboración del producto:** Una vez se tenga toda la materia prima e insumos necesarios se procederá a la elaboración de los postres y dulces para los cuales se utilizaran ingredientes tales como huevos, leche, azúcar, harina, colorantes, edulcorantes, entre otros, estos ingredientes se pesaran de acuerdo a sus porciones e ingredientes para que todos tengan la misma consistencia y calidad.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

4. **Control de calidad de producto terminado:** Después de obtener el producto terminado, se realiza una revisión del mismo para evaluar si cumple con todas las características y especificaciones requeridas por los estándares de calidad, y verificar si cuenta con las condiciones necesarias para el consumo humano.

5. **Logística de distribución:** Una vez terminado el proceso productivo se empaca el producto para luego ser entregado por el servicio reparto y entrega.

#### **6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos**

Para nuestro centro productivo se alquilara un local con un costo mensual de \$400 con un espacio físico aproximadamente de 100 m<sup>2</sup>.

La maquinaria y equipos se detallan a continuación:

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>
1	Congelador enfriador 300 lb
1	Cocina industrial 4 hornillas
1	Horno Industrial
1	Mesa de Acero de 1x2,75 metros
2	Licadoras
2	Batidoras 30 litros
2	Termómetros
1	Juego de Chef Completo Acero Inoxidable
1	Microondas
2	Gavetas de plástico
2	Aires Acondicionados

**Tabla 16: Equipos de operación**

**Elaborado por: Autor**

Además es necesario contar con muebles de oficina y equipos de computación para el área administrativa, los cuales se detallan a continuación:



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Cantidad	Descripción
2	Escritorios de trabajo
2	Archivadores
6	Sillas secretaria
1	Proveeduría de oficina

**Tabla 17: Muebles de oficina**

Elaborado por: Autor

Cantidad	Descripción
2	Computadoras
1	Impresora multifunción
2	Escritorios para computadoras

**Tabla 18: Equipos de computación**

Elaborado por: Autor

### **6.1.3. Mano de Obra**

El personal que laborará en la empresa estará distribuido en tres áreas las cuales son administración, producción y distribución, ellos ejercerán sus labores previa firma de contrato, y los cargos asignados se detallan a continuación:

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Cantidad	Cargo	Sueldo base	Sueldo más beneficios	Sueldo anual
1	Gerente general	\$1000	\$1000	\$12000
1	Administrador	\$650	\$650	\$7800
1	Web máster	\$600	\$600	\$7200
2	Pasteleras	\$1200	\$1200	\$14400
2	Chofer	\$1000	\$1000	\$12000
			<b>Total</b>	\$53400

Tabla 19: Mano de obra

Elaborado por: Autor

#### 6.1.4. Capacidad Instalada

Con los equipos y maquinarias previamente descritos, se obtendrá una capacidad instalada del 100%, produciendo entre 20 postres enteros diarios, los cuales se distribuirán de manera equitativa ya que eso es lo que producen a la máxima capacidad los hornos industriales.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 6.1.5. Flujo de Procesos



Ilustración 23: Flujo de procesos

Elaborad por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 6.1.6. Presupuesto

Presupuesto, necesario para laboral en base al primer año de operaciones de la empresa.

<b>Total de Inversión Inicial</b>	
Inversión en Activos Fijos	\$ 9.458,36
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 6.316,50
Gastos de Constitución e Instalación	\$ 12.494,88
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 28.269,74</b>

Tabla 20: Presupuesto

Elaborado por: Autor

## 6.2. Gestión de Calidad

### 6.2.1. Procesos de planeación de calidad

Se realizara un proceso de seguimiento en tanto al proceso de producción, para determinar la calidad del producto se harán las medidas exactas para cada

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

postre, pesando y midiendo cantidades para que todos los productos conserven el mismo estándar de particularidad y esta no afecte o varié el gusto en cada producto, así mismo se procederá a medir la calidad del servicio de entrega, es por eso que hemos establecido un tiempo de entrega máximo de 30 minutos.

### **6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas**

Permite estar un paso adelante a las necesidades requeridas por el cliente, y creara un ambiente de trabajo en equipo, donde todos mantengan altos estándares de calidad y estos a su vez se apoyaran entre sí.

### **6.2.3. Políticas de calidad**

Proporcionar a nuestros clientes un excelente servicio y productos frescos a la hora de recibirlos en el domicilio pactado, bajo los siguientes parámetros:

**Compromiso:** Actitud de servicio con calidad. La empresa se compromete a involucrarnos en las necesidades del cliente para proveer excelentes postres.

**Profesionalismo:** Cumplimiento de metas, experiencia, eficiencia, especialización, disciplina, capacitación.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**Honestidad:** Ética profesional, transparencia, honradez, lealtad, integridad, confianza, confidencialidad, ser auténticos y transparentes en la relación con nuestros clientes, a través de los más altos conceptos dentro de la ética profesional.

**Trabajo en equipo:** Cumplimiento de roles, colaboración, comunicación, integración, participación, apoyo, motivación y solidaridad.

**Liderazgo:** Innovación, visión global, integración, actitud, aptitud.

#### **6.2.4. Benchmarking**

Control de calidad de cada despacho por personal calificado, desde el campo hasta que el producto esté listo para su entrega, manejo de trazabilidad de acuerdo a requerimientos de cada cliente y estándares generales e informes de calidad requeridos por clientes mediante el buzón de sugerencias y manejando el reclamo de manera personalizada a cada cliente que tenga un problema por medio del administrador, como lo maneja nuestro competidor Sweet and Coffee.

#### **6.2.5. Proceso de aseguramiento de la calidad**

EXPLOSIÓN DE SABORES con el fin de garantizar una excelente calidad en cada uno de sus productos, implementará en su proceso productivo dos controles de calidad, en los que el primero se verificará el estado óptimo de las materias primas para su procesamiento y en el segundo se verificará las condiciones del producto final, los mismos que deberán cumplir con los siguientes estándares de calidad.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **6.2.6. Estándares de la calidad**

Las características son las siguientes:

- Revisar las etiquetas de cada una de las materias primas con el fin de verificar su tiempo de caducidad
- Los alimentos más perecibles son los huevos y la leche, para estos insumos se verificara olor, aspecto y sabor de cada uno de ellos.
- Mantener en tempera adecuada cada producto para que no sufra algún cambio por variaciones de temperatura.
- Capacitación del personal, en nuevos productos y métodos de cocción de postres.
- Solucionar los inconvenientes presentados por los clientes en un lapso no mayor a 24 horas.
- Entregar los productos en un periodo de tiempo máximo de 30 minutos.

#### **6.2.7. Procesos de control de calidad**

Cada departamento de trabajo, trabajar de manera interdependiente, para poder desempeñar de forma eficiente y eficaz las metas trazadas por la empresa y estas a su vez permitan cumplir la satisfacción del cliente, tomando en cuenta sus

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

necesidades y hayan sido cumplidas las expectativas del usuario al momento de realizar las compras por medio de la tienda virtual.

### **6.2.8. Certificaciones y Licencias**

EXPLOSIÓN DE SABORES no contará con certificaciones de calidad debido a que recién Inicia en sus operaciones, pero en el largo plazo, junto con su crecimiento se busca lograr una certificación en servicio al cliente ISO 10002:2004 Cubre los siguientes aspectos relacionados con el Manejo de quejas:

- La satisfacción del cliente, al crear un ambiente abierto a la retroalimentación;
- El análisis y evaluación de las quejas para mejorar la calidad del producto o el servicio al cliente;
- El compromiso y la participación de la alta dirección al adquirir y proporcionar recursos, que incluyen la capacitación del personal;
- El reconocimiento, manejo de las necesidades y expectativas del cliente denunciante;
- La revisión e implementación de un proceso eficaz y fácil de utilizar.

### **6.2.9. Presupuesto**

No se incurrirá en gastos, por lo que la certificación ISO no se la adquirirá en el inicio de la compañía, sin embargo se destinará en el quinto año el 5% de utilidades para capacitación del personal.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **6.3. Gestión Ambiental**

#### **6.3.1. Procesos de planeación ambiental**

Para elaborar el proceso durante la etapa de producción de los postres y dulces, es necesario considerar los siguientes aspectos como medidas para contribuir al medio ambiente:

- Identificar y cuantificar los productos y residuos generados por el proceso productivo.
- Identificar que recursos naturales se están utilizando para el proceso productivo.
- Instituir medidas de manejo ambiental necesarias para atender los impactos negativos potenciales del proyecto.

#### **6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas**

EXPLOSIÓN DE SABORES obtendrá los siguientes beneficios por la implementación de medidas de protección ambiental:

- Calidad en su producto y su proceso productivo.
- Reconocimiento y posicionamiento en la ciudad de Guayaquil como una empresa que contribuye al medio ambiente.
- Genera un aspecto diferenciador en la industria que opera.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **6.3.3. Políticas de protección ambiental**

Las principales acciones en la política de protección ambiental serán:

- Optimización de los servicios básicos (agua, luz) utilizados en la empresa. .
- Campaña de reciclaje del envase del producto.
- Reutilizar y reciclar todo tipo de desecho generado en cada actividad.

### **6.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental**

Mediante las siguientes estrategias se asegurara las políticas de calidad ambiental:

- Establecer un programa de educación continua sobre las políticas ambientales de la empresa.
- Adquirir equipos idóneos para la recolección de desperdicios del proceso productivo.
- Empaquetar con material biodegradable.

### **6.3.5. Estándares de la calidad ambiental**

Los estándares de calidad ambiental tienen como finalidad el control, medición y Preservación del medio ambiente.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

El Plan Nacional Del Buen Vivir desarrolló estándares de calidad que deben cumplir toda persona natural o jurídica al momento de empezar actividades mercantiles:

- Es prioridad ante cualquier intervención o acción, garantizar la sustentabilidad de los recursos y la calidad ambiental de la ciudad.
- Los procesos de cambio en el uso del suelo se los atenderá y adecuará en función del interés común, procurando su utilización racional en armonía con la función social de la propiedad a la cual le es inherente una función ecológica, buscando el desarrollo sustentable. (VIVIR, 2010).

Bajo estos estándares y políticas internas de protección ambiental, EXPLOSIÓN DE SABORES busca comprometerse también desarrollar un modelo de desarrollo sustentable, para conservar el medio ambiente.

#### **6.3.6. Procesos de control de calidad**

El control de calidad se lo realizará desde el momento en que se reciben las materias primas y en cada una de las etapas del proceso productivo, procurando la optimización de recursos, con el fin de garantizar un producto óptimo para su consumo y la preservación del medio ambiente.

#### **6.3.7. Trazabilidad**

Las materias primas serán almacenadas en los frigoríficos de la empresa de tal manera que el inventario se rote de acuerdo a su fecha de caducidad, para así

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

saber en qué estado se encuentran y dar el uso óptimo al proceso de producción, también se verificara que la temperatura donde se conservan los insumos tengan la temperatura adecuada para que esta no perezca y no afecte en nuestro transcurso productivo.

#### **6.3.8. Logística Verde**

EXPLOSIÓN DE SABORES establecerá como acciones de logística verde lo siguiente:

- Adquirir contenedores especiales para los desechos de la empresa.
- Reducir el uso del papel mediante papel reciclable utilizando los recursos tecnológicos como el e-mail.

#### **6.3.9. Certificaciones y Licencias**

La empresa no obtendrá la certificación ISO 14000 en el inicio de sus operaciones, en lo posterior deberá desarrollar un plan ambiental acorde al crecimiento institucional en caso de querer aplicar a esta certificación.

#### **6.3.10. Presupuesto**

No se incurrirá en gastos de la política ambiental, dado que no se utilizará Certificaciones ni licencias al inicio de las operaciones de la empresa.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **6.4. Gestión de Responsabilidad Social**

### **6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social.**

La compañía trabajar con tres sujetos de manera directa que son la comunidad, los clientes y los empleados.

<b>INVOLUCRADOS</b>	<b>PLANEACIÓN</b>
COMUNIDAD	CREAR CURSOS EN LÍNEA SOBRE REPOSTERÍA
CLIENTES	CUMPLIR CON LA POLÍTICA DE CONTROL DE CALIDAD EN LOS PRODUCTOS
COLABORADORES	CREAR UN CLIMA LABORAL OPTIMO PARA QUE LOS COLABORADORES TRABAJEN A GUSTO

**Tabla 21: Proceso de Planeación del Modelo de Responsabilidad Social**

Elaborado por: Autor

### **6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas**

Permite a corto plazo desarrollar un modelo social conexo en cada uno de los entes referidos anteriormente; creando desarrollo económico sostenible en el tiempo.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 6.4.3. Políticas de protección social

A continuación se describe las principales políticas sociales que son desarrollados por la empresa:

INVOLUCRADOS	PROTECCIÓN SOCIAL
COMUNIDAD	REALIZAR CURSOS DE REPOSTERÍA PARA LAS AMAS DE CASA MEDIANTE AULAS VIRTUALES
CLIENTES	ESTABLECER EL RETORNO DEL DINERO CON EL CLIENTE SI LA CALIDAD DEL PRODUCTO NO SE CUMPLE
COLABORADORES	HACER PROGRAMAS DE FORMACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE NUEVAS TÉCNICAS DE ESTÉTICA REPOSTERA Y CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS

Tabla 22: Políticas de Protección Social

Elaborado por: Autor

### 6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa.

Será deber del administrador y los supervisores asegurar el cumplimiento de las políticas de responsabilidad social, para mantener satisfechos a los clientes internos como externos.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo.**

<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>	<b>APLICACIÓN</b>
CORTO PLAZO (6 MESES)	HACER CUMPLIR LO ESTABLECIDO EN LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
MEDIANO PLAZO (3AÑOS)	BUSCAR A NIVEL NACIONAL UN ENTE REGULADOR QUE RESPALDE EL TRABAJO HASTA ENTONCES REALIZADO POR LA EMPRESA
LARGO PLAZO (6 Años)	OBTENCIÓN DE LA NORMA ISO 26000 DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Tabla 23: Estándares de Responsabilidad Social

Elaborado por: Autor

#### **6.4.6. Procesos de controles sociales.**

Dentro de las políticas de la empresa se procederá a crear normas que regulen el procedimiento de los controles sociales a toda persona que de manera directa o indirecta labore con la empresa.

#### **6.4.7. Certificaciones y Licencias.**

EXPLOSIÓN DE SABORES no entrará en el proceso para adquirir la certificación ISO 26000 en los primeros años de sus operaciones.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### 6.4.8. Presupuesto.

No se incurrirán en gastos de certificación y otros gastos de responsabilidad social.

#### 6.5. Balanced ScoreCard & Mapa Estratégico.

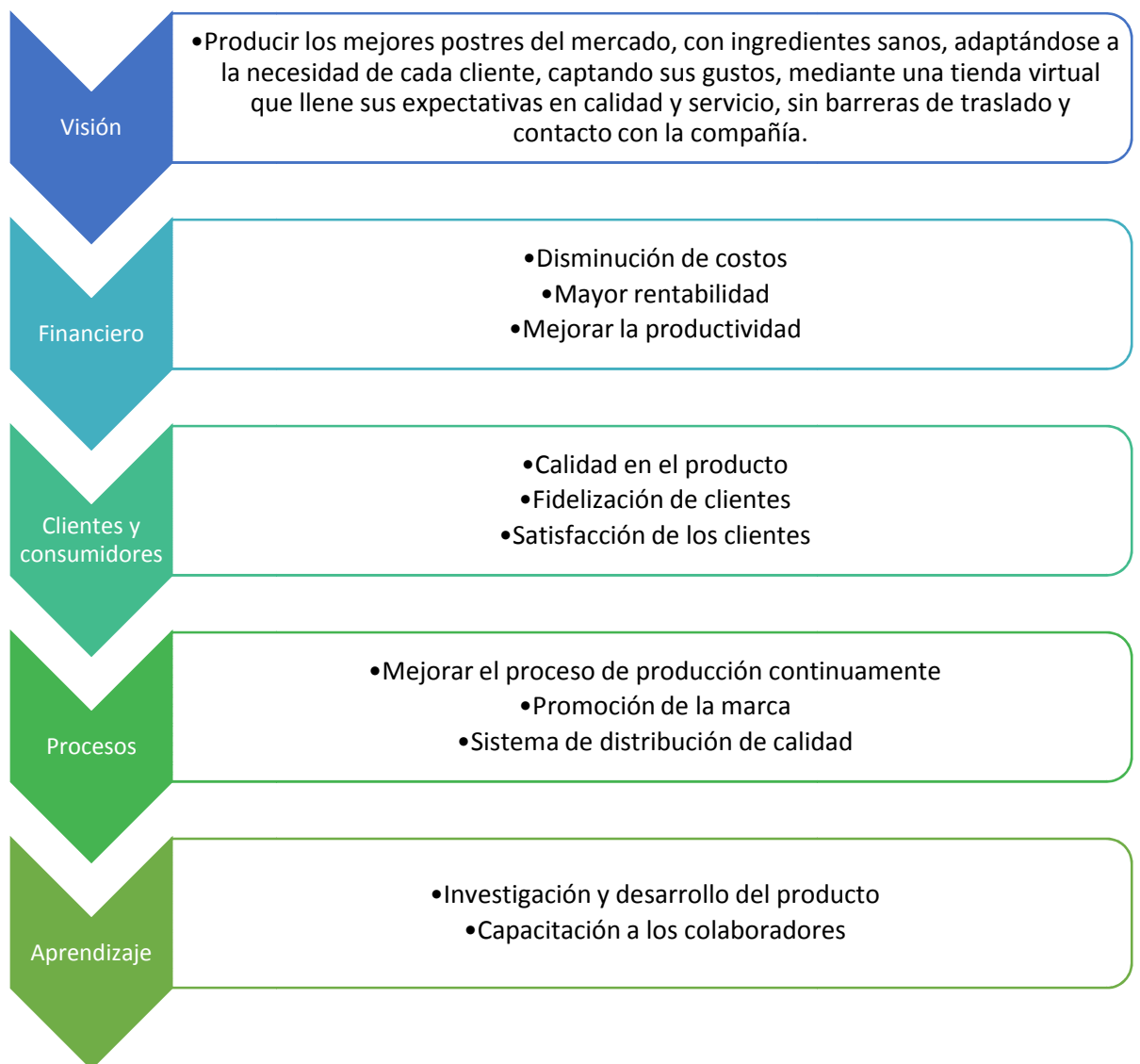
PERCEPCIONES	OBJETIVOS	INDICADOR	META	INICIATIVAS
FINANCIEROS	Minimizar los costos y maximizar las ventas	Incrementar el consumo de postres mensualmente	Aumentar en un 30% mensual el consumo de postres enteros y porciones	Desarrollar una estrategia de marketing acorde con mi modelo de negocios incentivando el consumo
CLIENTE	Crear posicionamiento de marca en la mente de cada consumidor. Implementar la calidad en el servicio al cliente.	Que la ponderación de número de clientes satisfechos sea excelente	Esta debe ser mayor o igual a el 80%	Mediante encuestas virtuales verificar el nivel de satisfacción, también chequear continuamente el buzón de sugerencias
PROCESOS INTERNOS	Mejorar continuamente el proceso productivo y de cobros	Elaborar un numero de caso a cada situación adversa al cliente, para poder tratarlo	No tener los mismos inconvenientes con los mismo clientes cada mes	Desarrollar mediante la página web seguridad en los pagos en línea, con sistemas de seguridad informática



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Capacitar en nuevas técnicas de repostería y gastronomía	Numero de capacitaciones a realizarse por año	1 capacitador al menos una vez al año	Certificar a los chefs en estos cursos otorgados
------------------------------	--	---	---------------------------------------	--

**Tabla 24: Balance Scorecard**  
Elaborado por: Autor



**Ilustración 24: Mapa Estratégico**

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

# CAPÍTULO 7

## PLAN FINANCIERO

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **CAPÍTULO 7**

### **7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO**

#### **7.1. Inversión Inicial**

La inversión inicial se compone de los recursos necesarios que necesita la empresa para empezar sus operaciones, como maquinarias, materia prima, permisos, etc. A continuación se detalla la inversión en la que debe incurrir EXPLOSIÓN DE SABORES S.A.

<b>Total de Inversión Inicial</b>	
Inversión en Activos Fijos	\$ 9.458,36
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 6.316,50
Gastos de Constitución e Instalación	\$ 12.494,88
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 28.269,74</b>

**Tabla 25: Inversión inicial**

Elaborado por: autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 7.1.1. Tipo de Inversión

#### 7.1.1.1. Fija

La inversión fija de EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. comprende de la compra de máquinas para el proceso productivo, muebles, equipos de computación y materiales de repostería para la elaboración del producto.

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS						
Cantidad	ACTIVO	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	Vida Útil	Depreciación Anual %	Depreciación Anual
<b>MUEBLES Y EQUIPOS</b>						
1	ESCRITORIO DE OFICINA	\$180,00	\$180,00	10	10%	\$18,00
2	MUEBLES ARCHIVADORES	\$84,00	\$168,00	10	10%	\$16,80
2	COMPUTADORAS ESCRITORIO DELL	\$550,00	\$1.100,00	3	33%	\$366,67
1	IMPRESORA MULTIFUNCIÓN	\$77,00	\$77,00	3	33%	\$25,67
2	ESCRITORIO DE COMPUTADORAS	\$70,00	\$140,00	10	10%	\$14,00
2	AIRE ACONDICIONADO	\$2.000,00	\$4.000,00	10	10%	\$400,00
6	SILLAS SECRETARIA	\$70,56	\$423,36	10	10%	\$42,34
<b>MAQUINARIA DE PRODUCCIÓN</b>						
1	HORNOS INDUSTRIAL	\$570,00	\$570,00	10	10%	\$57,00
1	COCINA INDUSTRIAL 4 HORNILLAS	\$320,00	\$320,00	10	10%	\$32,00
1	MESA DE ACERO DE 1X2,75 METROS	\$500,00	\$500,00	10	10%	\$50,00
2	GAVETAS DE PLÁSTICO	\$6,00	\$12,00	10	10%	\$1,20
1	CONGELADOR HORIZONTAL	\$630,00	\$630,00	10	10%	\$63,00
1	JUEGO DE CHEF COMPLETO ACERO INOXIDABLE	\$60,00	\$60,00	10	10%	\$6,00
2	TERMÓMETRO INDUSTRIAL	\$20,00	\$40,00	10	10%	\$4,00
1	MICROONDAS	\$280,00	\$280,00	10	10%	\$28,00
2	BATIDORAS 30 LITROS	\$390,00	\$780,00	10	10%	\$78,00
2	LICUADORAS OSTER	\$89,00	\$178,00	10	10%	\$17,80
<b>TOTALES</b>			\$9.458,36			\$1.220,47

Tabla 26: Inversión Fija

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 7.1.1.2. Diferida

EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. invertirá también en activos diferidos los cuales se detallan en la siguiente tabla:

<b>GASTOS DIFERIDOS</b>			
ALQUILER	\$ 600,00	12	\$ 7.200,00
CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	\$ 1.000,00	1	\$ 1.000,00
REGISTRO DE MARCA	\$ 116,00	1	\$ 116,00
INSTALACIONES	\$ 3.000,00	1	\$ 3.000,00
CERTIFICADOS SYMANTEC (SEGURIDAD)	\$ 399,00	1	\$ 399,00
CONTIFICO ONLINE PLUS (FACTURA ELECTRÓNICA)	\$ 39,99	12	\$ 479,88
PERMISOS MUNICIPALES Y BOMBEROS	\$ 300,00	1	\$ 300,00
TOTAL			\$ 12.494,88

Tabla 27: Inversión diferida

Elaborado por: Autor

### 7.1.1.3. Corriente

La inversión corriente de la empresa, está proyectada en base al capital de trabajo que es de \$4.346,50 y la cuenta de varios.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Gastos Varios		
Rubro	Gasto / mes	Gasto / año
Agua Filtrada oficina	\$10,00	\$120,00
Varios caja chica	\$30,00	\$360,00
Viáticos y movilización	\$50,00	\$600,00
		-
<b>TOTAL</b>	<b>\$90,00</b>	<b>\$1.080,00</b>

**Tabla 28: Gastos varios**

Elaborado por: Autor

### **7.1.2. Financiamiento de la Inversión**

La inversión inicial de EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. es de \$18.820,86, la misma que será financiada por dos fuentes, interna y externa.

#### **7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento**

El financiamiento interno está dividido entre recursos propios y financiamiento por medio de un préstamo bancario y corresponde al 20% de la inversión inicial. Como se lo detalla en la siguiente tabla.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

<b>Financiamiento de la Inversión de:</b>		<b>26.299,74</b>
Recursos Propios	\$5.259,95	20%
Recursos de Terceros	\$21.039,79	80%

CAPITAL	\$21.039,79
TASA DE INTERÉS BANCO INTERNACIONAL	11,83%
NÚMERO DE PAGOS	60
FECHA DE INICIO	2-dic.-14
CUOTA MENSUAL	\$466,21
INTERESES DEL PRÉSTAMO	\$6.932,99

**Tabla26: Financiamiento**

**Elaborado por: Autor**

En cuanto a la fuente externa será financiada con un préstamo al Banco Internacional, que otorga créditos para PYMES a una tasa de interés de 11.83%, diferido a un periodo de cinco años, ejercicio reflejado en el siguiente punto.

#### **7.1.2.2. Tabla de Amortización**

A continuación se observa la tabla de amortización del préstamo a realizar en el Banco Internacional, como financiamiento externo de la inversión inicial de la empresa.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago
0	21.039,79	-	-	-
1	20.781,00	258,80	207,42	466,21
2	20.519,65	261,35	204,87	466,21
3	20.255,73	263,92	202,29	466,21
4	19.989,20	266,53	199,69	466,21
5	19.720,05	269,15	197,06	466,21
6	19.448,24	271,81	194,41	466,21
7	19.173,76	274,49	191,73	466,21
8	18.896,56	277,19	189,02	466,21
9	18.616,64	279,92	186,29	466,21
10	18.333,95	282,68	183,53	466,21
11	18.048,48	285,47	180,74	466,21
12	17.760,20	288,29	177,93	466,21
13	17.469,07	291,13	175,09	466,21
14	17.175,07	294,00	172,22	466,21
15	16.878,18	296,90	169,32	466,21
16	16.578,36	299,82	166,39	466,21
17	16.275,58	302,78	163,43	466,21
18	15.969,82	305,76	160,45	466,21
19	15.661,04	308,78	157,44	466,21
20	15.349,22	311,82	154,39	466,21
21	15.034,32	314,90	151,32	466,21
22	14.716,32	318,00	148,21	466,21
23	14.395,19	321,13	145,08	466,21
24	14.070,89	324,30	141,91	466,21
25	13.743,39	327,50	138,72	466,21
26	13.412,66	330,73	135,49	466,21
27	13.078,68	333,99	132,23	466,21
28	12.741,40	337,28	128,93	466,21
29	12.400,79	340,60	125,61	466,21
30	12.056,83	343,96	122,25	466,21
31	11.709,48	347,35	118,86	466,21
32	11.358,70	350,78	115,44	466,21
33	11.004,47	354,24	111,98	466,21
34	10.646,74	357,73	108,49	466,21
35	10.285,48	361,25	104,96	466,21
36	9.920,67	364,82	101,40	466,21
37	9.552,26	368,41	97,80	466,21
38	9.180,21	372,04	94,17	466,21
39	8.804,50	375,71	90,50	466,21
40	8.425,09	379,42	86,80	466,21
41	8.041,93	383,16	83,06	466,21
42	7.655,00	386,93	79,28	466,21
43	7.264,25	390,75	75,47	466,21
44	6.869,65	394,60	71,61	466,21
45	6.471,16	398,49	67,72	466,21
46	6.068,74	402,42	63,79	466,21
47	5.662,36	406,39	59,83	466,21
48	5.251,96	410,39	55,82	466,21
49	4.837,53	414,44	51,78	466,21
50	4.419,00	418,52	47,69	466,21
51	3.996,35	422,65	43,56	466,21
52	3.569,54	426,82	39,40	466,21
53	3.138,52	431,02	35,19	466,21
54	2.703,24	435,27	30,94	466,21
55	2.263,68	439,56	26,65	466,21
56	1.819,78	443,90	22,32	466,21
57	1.371,51	448,27	17,94	466,21
58	918,82	452,69	13,52	466,21
59	461,66	457,16	9,06	466,21
60	0,00	461,66	4,55	466,21



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

**Tabla27: Tabla de Amortización**

**Elaborado por: Autor**

### 7.1.3. Cronograma de Inversiones

Se realizarán los trámites pre operativo de la empresa, coordinado a través de un cronograma establecido, el cronograma se lo detalla en la siguiente tabla.

Actividades	Mes 1			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Tramites de permisos	x	x		
alquiler del local	x	x		
compra de activos	x	x	x	x
instalaciones en el local			x	x

**Tabla28: Cronograma de inversiones**

**Elaborado por: Autor**

## 7.2. Análisis de Costos

### 7.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos son los gastos administrativos y de venta que va a tener la empresa para el primer año es de \$84.545,10 incluyendo los gastos de servicios básicos, pago de sueldos y salarios, alquiler del local, y demás gastos varios que se incurran en el giro del negocio.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

TIPO DE COSTO	2014	2015	2016	2017	2018
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 72.179,10	\$ 74.337,26	\$ 76.559,94	\$ 78.849,08	\$ 81.206,67
Gastos en Servicios Básicos	\$ 6.240,00	\$ 6.426,58	\$ 6.618,73	\$ 6.816,63	\$ 7.020,45
Gastos de Ventas	\$ 5.046,00	\$ 5.196,88	\$ 5.352,26	\$ 5.512,29	\$ 5.677,11
Gastos Varios	\$ 1.080,00	\$ 1.112,29	\$ 1.145,55	\$ 1.179,80	\$ 1.215,08
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$ 84.545,10</b>	<b>\$ 87.073,00</b>	<b>\$ 89.676,48</b>	<b>\$ 92.357,81</b>	<b>\$ 95.119,31</b>

**Tabla29: Costos fijos**

Elaborado por: Autor

## 7.2.2. Costos Variables

### 7.2.2.1. Costos de Producción

Los costos provenientes del proceso de producción son, la materia prima principal en este caso la harina, la leche, los huevos, etc. y muchos otros insumos que se usan para la elaboración de los postres.

PROYECCIÓN DE COSTOS UNITARIOS					
Costos Unitarios / Años	2014	2015	2016	2017	2018
CHEESECAKE 12 PORCIONES	\$ 9,02	\$ 9,29	\$ 9,57	\$ 9,86	\$ 10,15
DULCE DE TRES LECHES 12 PORCIONES	\$ 7,09	\$ 7,30	\$ 7,52	\$ 7,74	\$ 7,98
LOTE 36 CUPCAKES	\$ 7,44	\$ 7,66	\$ 7,89	\$ 8,13	\$ 8,37
12 PORCIONES MOJADA DE CHOCOLATE	\$ 8,55	\$ 8,80	\$ 9,06	\$ 9,34	\$ 9,61
TORTAS 12 PORCIONES	\$ 10,65	\$ 10,97	\$ 11,30	\$ 11,63	\$ 11,98

**Tabla30: Costos de Producción**

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **7.3. Capital de Trabajo**

#### **7.3.1. Costos de Operación**

Los costos de operación son los costos de producción ya mencionados en el punto anterior más el costo de distribución de los mismos, cabe mencionar que para el servicio de reparto y entrega se encuentran enrolados a la empresa dos choferes lo cual está inmerso en los gastos de sueldos y salarios, el sueldo que se le paga a cada chofer es de \$500 de manera fija.

<b>Inversión en Capital de Trabajo</b>		
Valor Mensual Costos Fijos	\$ 5.480,50	\$ 5.480,50
Valor Mensual Costos Variables	\$ 836,00	\$ 836,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 6.316,50</b>

**Tabla31: Capital de Trabajo**

**Elaborado por: Autor**

#### **7.3.2. Costos Administrativos**

Los costos administrativos que cubren sueldos y salarios, pagos de servicios básicos y demás gastos, se incluyen los gastos varios en este rubro.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Costos Administrativos	2014	2015	2016	2017	2018
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 72.179,10	\$ 74.337,26	\$ 76.559,94	\$ 78.849,08	\$ 81.206,67
Gastos Servicios Básicos	\$ 6.240,00	\$ 6.426,58	\$ 6.618,73	\$ 6.816,63	\$ 7.020,45
Gastos Varios	\$ 1.080,00	\$ 1.112,29	\$ 1.145,55	\$ 1.179,80	\$ 1.215,08
<b>Total costos administrativos</b>	<b>\$ 79.499,10</b>	<b>\$ 81.876,12</b>	<b>\$ 84.324,22</b>	<b>\$ 86.845,51</b>	<b>\$ 89.442,19</b>

**Tabla 32: Costos Administrativos**

Elaborado por: Autor

### 7.3.3. Costos de Ventas

Los gastos de ventas de la empresa se mencionan a continuación.

Costo de ventas	2014	2015	2016	2017	2018
Marketing y Publicidad	\$ 5.046,00	\$ 5.196,88	\$ 5.352,26	\$ 5.512,29	\$ 5.677,11

**Tabla 33: Costos de Ventas**

Elaborado por: Autor

### 7.3.4. Costos Financieros

Debido al préstamo que se realizará para el inicio de las operaciones de EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. la empresa tendrá los siguientes gastos financieros, a cinco años con una tasa del 11.83%.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Amortización de la Deuda Anual					
Años	2014	2015	2016	2017	2018
Pagos por Amortizaciones	\$ 3.525,25	\$ 3.965,66	\$ 4.461,09	\$ 5.018,42	\$ 5.645,37
<b>Pago por Intereses</b>	<b>\$ 2.488,37</b>	<b>\$ 2.047,96</b>	<b>\$ 1.552,53</b>	<b>\$ 995,21</b>	<b>\$ 368,25</b>
Servicio de Deuda	\$ 6.013,62	\$ 6.013,62	\$ 6.013,62	\$ 6.013,62	\$ 6.013,62

Tabla 34: Costos Financieros

Elaborado por: Autor

## 7.4. Análisis de Variables Críticas

### 7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

Se ha establecido un margen del 30% en base al costo de producción, por cada artículo en la siguiente tabla se muestra el costo de producción con su margen respectivamente.

CÁLCULO DE EL PRECIO DE VENTA		
Producto	Costo Unitario Año 1	% de margen de contribución
CHEESECAKE 12 PORCIONES	\$ 9,02	30,0%
DULCE DE TRES LECHE 12 PORCIONES	\$ 7,09	30,0%
LOTE 36 CUPCAKES	\$ 7,44	30,0%
12 PORCIONES MOJADA DE CHOCOLATE	\$ 8,55	30,0%
TORTAS 12 PORCIONES	\$ 10,65	30,0%

Tabla 29: Margen de Contribución

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

PRECIO DE VENTA PROYECTADO EN 5 AÑOS					
Precios / Años	2014	2015	2016	2017	2018
CHEESECAKE 12 PORCIONES	\$ 12,89	\$ 13,53	\$ 14,89	\$ 16,37	\$ 18,01
DULCE DE TRES LECHEs 12 PORCIONES	\$ 10,13	\$ 10,63	\$ 11,70	\$ 12,87	\$ 14,15
LOTE 36 CUPCAKES	\$ 10,63	\$ 11,16	\$ 12,28	\$ 13,51	\$ 14,86
12 PORCIONES MOJADA DE CHOCOLATE	\$ 12,21	\$ 12,82	\$ 14,10	\$ 15,51	\$ 17,06
TORTAS 12 PORCIONES	\$ 15,22	\$ 15,98	\$ 17,57	\$ 19,33	\$ 21,26

Tabla 30: Determinación del Precio

Elaborado por: Autor

#### 7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Las proyecciones de ventas están dadas con un incremento del 5.2% anual ya que la industria de panadería crece anualmente en el Ecuador en ese porcentaje y con un costo de crecimiento de venta anual del 2.99%.(Carrillo, 2009)

	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	\$ 295.487,34	\$ 353.698,35	\$ 443.537,73	\$ 556.196,31	\$ 697.470,18
Costo de Venta	\$ 206.841,14	\$ 242.849,29	\$ 285.125,95	\$ 334.762,38	\$ 393.039,83
<b>Utilidad Bruta en Venta</b>	<b>\$ 88.646,20</b>	<b>\$ 110.849,06</b>	<b>\$ 158.411,78</b>	<b>\$ 221.433,93</b>	<b>\$ 304.430,35</b>

Tabla 31: Proyección de ventas

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. cuenta con una capacidad instalada al 100% que le permite producir 100 productos diarios, sin embargo se utilizará el 84% de su capacidad es decir 84 postres de acuerdo a su aceptación de mercado. Una vez que la empresa se desarrolle y obtenga mayor demanda se utilizará paulatinamente el total de su capacidad de producción.

MONTOS PROYECTADOS DE PRODUCCIÓN								
PRODUCTOS	CAPACIDAD A USARSE DE PRODUCCIÓN ESTABLECIDA	ACEPTACIÓN DE MERCADO	PROYECCIÓN AÑO 1	2014	2015	2016	2017	2018
CHEESECAKE 12 PORCIONES	100%	84%	84%	4.838	5.090	5.355	5.633	5.926
DULCE DE TRES LECHE 12 PORCIONES	100%	84%	84%	4.838	5.090	5.355	5.633	5.926
LOTE 36 CUPCAKES	100%	84%	84%	4.838	5.090	5.355	5.633	5.926
12 PORCIONES MOJADA DE CHOCOLATE	100%	84%	84%	4.838	5.090	5.355	5.633	5.926
TORTAS 12 PORCIONES	100%	84%	84%	4.838	5.090	5.355	5.633	5.926
<b>MONTOS PROYECTADOS DE PRODUCCIÓN</b>				24.192,00	25.449,98	26.773,38	28.165,60	29.630,21

Tabla 32: Punto Óptimo de Producción

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### 7.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio

Los puntos de equilibrio en cantidades físicas y monetarias que EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. debe vender anualmente son los siguientes.

Datos Iniciales	
Precio Venta	\$12,21
Coste Unitario	\$8,36
Gastos Fijos Año	\$84.545,10
Q de Pto. Equilibrio	21.936
\$ Ventas Equilibrio	\$267.926

Tabla 33: Punto de Equilibrio

Elaborado por: Autor

#### 7.4.5. Análisis de Punto de Cierre

El punto de cierre es aquel en el que los ingresos cubren exactamente los costos variables de forma que las pérdidas son iguales a los costos fijos. Cuando el precio desciende por debajo del nivel en el que los ingresos son iguales a los costos variables, la empresa minimiza sus pérdidas cerrando (PAUL, 2004).

Para evitar esta situación EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. ha establecido un Mark up de 30% el mismo que le permite alcanzar su punto de equilibrio y ganancias en el ejercicio.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **7.5. Entorno Fiscal de la Empresa**

EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. se registrará bajo las normas de las entidades competentes en el ámbito tributario y fiscal, que son: el Servicio De Rentas Internas (SRI) y la Superintendencia De Compañías.

### **7.5.1. Planificación Tributaria**

Se realizarán los pagos de impuestos, establecidos en los reglamentos de la Ley Orgánica De Régimen Tributario del SRI.

#### **7.5.1.1. Generalidades (Disposiciones normativas)**

La Superintendencia de Compañías es la entidad reguladora de las personas jurídicas, a la cual se debe entregar la información financiera de la empresa, en el primer cuatrimestre de cada año, de acuerdo a la Ley de Codificación. De igual forma el SRI es una entidad que se encarga de recaudar los tributos internos establecidos por la ley. (S.R.I., 2001)

#### **7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal**

EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. reducirá su carga fiscal con las depreciaciones de sus activos fijos y las amortizaciones de sus activos diferidos, Se podrá observar en el Estado De resultado en puntos posteriores.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 7.5.1.3. Impuesto a la Renta

El impuesto a la renta para personas jurídicas según la Ley Orgánica De Régimen Tributario es del 22%, el impuesto a la renta anual se lo detalla a continuación (INTERNO, 2014).

Utilidad Neta (Utilidad antes de Impto.)		2014	2015	2016	2017	2018
Repartición Trabajadores	15%	\$ 0,00	\$ 1.885,89	\$ 3.998,41	\$ 6.491,77	\$ 9.289,13
Utilidad antes Impto. Renta		\$ 392,27	\$ 10.686,69	\$ 22.657,66	\$ 36.786,70	\$ 52.638,42
<b>Impto. a la Renta</b>	<b>22%</b>	<b>\$ 86,30</b>	<b>\$ 2.351,07</b>	<b>\$ 4.984,69</b>	<b>\$ 8.093,07</b>	<b>\$ 11.580,45</b>

Tabla 34: Impuesto a la Renta

Elaborado por: Autor

### 7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. mediante su método de facturación electrónica cargara respectivamente el impuesto del IVA (Impuesto al valor agregado) cuyo rubro es del 12% (S.R.I., 2001).

### 7.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales

El impuesto a los consumos especiales es un impuesto que gravan ciertos productos y servicios como cigarrillos, bebidas alcohólicas, entre otros.

Para la presente propuesta no aplica, debido a la naturaleza del negocio (S.R.I., 2001).

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **7.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales**

Patente municipal y permiso de La Empresa Publica Cuerpo De Bomberos De Milagro fueron contemplados en la inversión inicial.

#### **7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior**

La comercialización del producto es local, por lo que es punto no aplica al proyecto.

#### **7.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones**

Este punto no aplica a ninguna etapa del negocio por lo que no se desarrollará.

#### **7.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas**

Este punto no aplica al negocio, debido a que no se realizará ninguna transacción comercial en el exterior.

#### **7.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Moto**

EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. no posee dentro de sus activos vehículos por lo tanto este tipo de impuestos no se cargaran a sus gastos.

#### **7.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales**

La empresa no posee tierras mayores a 25 hectáreas en áreas rurales por lo que este numeral no aplica al proyecto.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## 7.6. Estados Financieros proyectados

### 7.6.1. Balance General Inicial

En la siguiente tabla se muestra el balance general inicial con el que empezará la empresa y las proyecciones del mismo.

Balance General						
	Año 0	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Activos</b>						
Disponible	6.316,50	4.403,98	14.145,06	33.323,55	63.428,65	105.954,13
Ctas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
Activo Corriente	6.316,50	4.403,98	14.145,06	33.323,55	63.428,65	105.954,13
Activos Fijos	9.458,36	9.458,36	9.458,36	9.458,36	9.458,36	9.458,36
Dep Acumulada	0	1.220,47	2.440,94	3.661,41	4.489,54	5.317,68
Activos Fijos Netos	9.458,36	8.237,89	7.017,42	5.796,95	4.968,82	4.140,68
Activo Diferido	12494,88	12494,88	12494,88	12494,88	12494,88	12494,88
<b>Total de Activos</b>	<b>28.269,74</b>	<b>25.136,75</b>	<b>33.657,36</b>	<b>51.615,38</b>	<b>80.892,35</b>	<b>122.589,69</b>
<b>Pasivos</b>						
Ctas por Pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impuestos por Pagar	0,00	86,30	4.236,96	8.983,10	14.584,85	20.869,59
Pasivo Corriente	0,00	86,30	4.236,96	8.983,10	14.584,85	20.869,59
Deuda LP	22.615,79	19.090,54	15.124,88	10.663,78	5.645,37	0,00
<b>Total de Pasivos</b>	<b>22.615,79</b>	<b>19.176,84</b>	<b>19.361,83</b>	<b>19.646,88</b>	<b>20.230,21</b>	<b>20.869,59</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	5.653,95	5.653,95	5.653,95	5.653,95	5.653,95	5.653,95
Utilidad del Ejercicio	0	305,97	8.335,62	17.672,97	28.693,63	41.057,97
Utilidades Retenidas	0	0,00	305,97	8.641,58	26.314,56	55.008,19
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>5.653,95</b>	<b>5.959,92</b>	<b>14.295,53</b>	<b>31.968,51</b>	<b>60.662,13</b>	<b>101.720,10</b>
<b>Pasivo más Patrimonio</b>	<b>28.269,74</b>	<b>25.136,75</b>	<b>33.657,36</b>	<b>51.615,38</b>	<b>80.892,35</b>	<b>122.589,69</b>

Tabla 35: Balance General

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Se presenta en la siguiente tabla el estado de pérdidas y ganancias de EXPLOSIÓN DE SABORES S.A.

<b>Estado de Resultado</b>					
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Ventas	\$ 295.487,34	\$ 327.017,02	\$ 361.911,05	\$ 400.528,41	\$ 443.266,39
Costo de Venta	\$ 206.841,14	\$ 224.103,03	\$ 242.805,50	\$ 263.068,78	\$ 285.023,14
<b>Utilidad Bruta en Venta</b>	<b>\$ 88.646,20</b>	<b>\$ 102.914,00</b>	<b>\$ 119.105,55</b>	<b>\$ 137.459,62</b>	<b>\$ 158.243,25</b>
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 72.179,10	\$ 74.337,26	\$ 76.559,94	\$ 78.849,08	\$ 81.206,67
Gastos Servicios Básicos	\$ 6.240,00	\$ 6.426,58	\$ 6.618,73	\$ 6.816,63	\$ 7.020,45
Gastos Ventas	\$ 5.046,00	\$ 5.196,88	\$ 5.352,26	\$ 5.512,29	\$ 5.677,11
Gastos Varios	\$ 1.080,00	\$ 1.112,29	\$ 1.145,55	\$ 1.179,80	\$ 1.215,08
Gastos de Depreciación	\$ 1.220,47	\$ 1.220,47	\$ 1.220,47	\$ 828,14	\$ 828,14
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 2.880,63</b>	<b>\$ 14.620,53</b>	<b>\$ 28.208,60</b>	<b>\$ 44.273,68</b>	<b>\$ 62.295,81</b>
Gastos Financieros	\$ 2.488,37	\$ 2.047,96	\$ 1.552,53	\$ 995,21	\$ 368,25
<b>Utilidad Neta (Utilidad antes de Impto.)</b>	<b>\$ 392,27</b>	<b>\$ 12.572,57</b>	<b>\$ 26.656,07</b>	<b>\$ 43.278,47</b>	<b>\$ 61.927,56</b>
Repartición Trabajadores	\$ 0,00	\$ 1.885,89	\$ 3.998,41	\$ 6.491,77	\$ 9.289,13
Utilidad antes Impto. Renta	\$ 392,27	\$ 10.686,69	\$ 22.657,66	\$ 36.786,70	\$ 52.638,42
Impto. a la Renta	\$ 86,30	\$ 2.351,07	\$ 4.984,69	\$ 8.093,07	\$ 11.580,45
<b>Utilidad Disponible</b>	<b>\$ 305,97</b>	<b>\$ 8.335,62</b>	<b>\$ 17.672,97</b>	<b>\$ 28.693,63</b>	<b>\$ 41.057,97</b>

Tabla 36: Estado de Pérdidas y Ganancias

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

Se presenta el detalle del flujo de caja proyectado a cinco años, en el último periodo se contempla la recuperación del capital de trabajo y los activos.

Flujo de Efectivo					
	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad antes Impuestos Renta	\$ 392,27	\$ 12.572,57	\$ 26.656,07	\$ 43.278,47	\$ 61.927,56
(+) Gastos de Depreciación	\$ 1.220,47	\$ 1.220,47	\$ 1.220,47	\$ 828,14	\$ 828,14
(-) Inversiones en Activos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) Amortizaciones de Deuda	\$ 3.525,25	\$ 3.965,66	\$ 4.461,09	\$ 5.018,42	\$ 5.645,37
(-) Pagos de Impuestos	\$ 0,00	\$ 86,30	\$ 4.236,96	\$ 8.983,10	\$ 14.584,85
<b>Flujo Anual</b>	<b>-\$ 1.912,52</b>	<b>\$ 9.741,08</b>	<b>\$ 19.178,49</b>	<b>\$ 30.105,10</b>	<b>\$ 42.525,48</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>-\$ 1.912,52</b>	<b>\$ 7.828,56</b>	<b>\$ 27.007,05</b>	<b>\$ 57.112,15</b>	<b>\$ 99.637,63</b>
<b>Pay Back del flujo</b>	<b>-\$ 30.182,26</b>	<b>-\$ 20.441,18</b>	<b>-\$ 1.262,69</b>	<b>\$ 28.842,41</b>	<b>\$ 71.367,89</b>

Tabla 37: Flujo de Efectivo

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

#### 7.6.2.1.1.1. TMAR

Para determinar la Tasa Mínima Aceptable Requerida, que es del 9.07%, se tomó en cuenta las siguientes variables con su respectiva formula.

$(C/C+D)*rs + (D/C+D)*rd(1-t)$		
% Capital propio	CP	20%
% Deuda Terceros	D	80%
Costo de Oportunidad	Cop	13,96%
Tasa de interés	i	11,83%
Tasa Impositiva	TI	33,70%
<b>TMAR =</b>		<b>9,07%</b>

Tabla 38: TMAR

Elaborado por: Autor

#### 7.6.2.1.1.2. VAN

El Valor Actual Neto de EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. es \$41.777,23

#### 7.6.2.1.1.3. TIR

La Tasa Interna de Retorno (T.I.R.), es la tasa real de la inversión con el cual el Valor Actual Neto (V.A.N.), se iguala a cero. De acuerdo a la tasa del T.I.R., de este trabajo de titulación se encuentra en el 37,43%.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### **7.6.2.1.1.4. PAYBACK**

EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. recupera completamente su inversión inicial durante 3 años y 1 mes (37 meses).

### **7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples**

Para el análisis de sensibilidad se eligieron escenarios de +5% y -5% lo que Representa un aumento o disminución en cada una de las siguientes variables, ventas, materia prima, gastos administrativos y gasto de venta.

En los siguientes puntos se describen los cambios que tienen el TIR y el VAN con los aumentos y disminución de las variables.

#### **7.7.1. Productividad**

PRODUCTIVIDAD	-5%	5,20%	5%
TIR	14,16%	37,43%	55,14%
VAN	\$ 5.778,56	\$ 41.777,23	\$ 81.752,81
PAYBACK	49 MESES	37 MESES	31 MESES

**Tabla 39: Productividad**

Elaborado por: Autor

#### **7.7.2. Precio Mercado Local**

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 7.7.3. Precio Mercado Externo

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

### 7.7.4. Costo de Materia Prima

VARIACIÓN EN COSTO DE MATERIA PRIMA	-5%	2,99%	5%
TIR	45,00%	37,43%	20,94%
VAN	\$ 56.645,51	\$ 41.777,23	\$ 14.809,74
PAYBACK	34 MESES	37 MESES	45 MESES

Tabla 40: Variación costo de materia prima

Elaborado por: Autor

### 7.7.5. Costo de Materiales Indirectos

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

### 7.7.6. Costo de Suministros y Servicios

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

### 7.7.7. Costo de Mano de Obra Directa

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 7.7.8. Costo de Mano de Obra Indirecta

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

### 7.7.9. Gastos Administrativos

VARIACIÓN EN GASTOS ADMINISTRATIVOS	-5%	2,99%	5%
TIR	46,04%	37,43%	23,80%
VAN	\$ 53.298,29	\$ 41.777,23	\$ 22.441,67
PAYBACK	32 MESES	37 MESES	44 MESES

Tabla 41: Variación Gastos Administrativos

Elaborado por: Autor

### 7.7.10. Gastos de Ventas

VARIACIÓN EN GASTOS DE VENTAS	-5%	2,99%	5%
TIR	38,04%	37,43%	36,82%
VAN	\$ 42.611,11	\$ 41.777,23	\$ 40.943,36
PAYBACK	37 MESES	37 MESES	37 MESES

Tabla 42: Variación en Gastos de Ventas

Elaborado por: Autor

### 7.7.11. Inversión en Activos Fijos

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

No se realizó este punto debido a que no afecta a la empresa, como las variables elegidas.

## 7.8. Balance General

El balance general proyectado se encuentra en el inicio del capítulo financiero.

### 7.8.1. Razones Financieras

#### 7.8.1.1. Liquidez

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
ACTIVO CORRIENTE	\$ 4.403,98	\$ 14.145,06	\$ 33.323,55	\$ 63.428,65	\$ 105.954,13
PASIVO CORRIENTE	\$ 86,30	\$ 4.236,96	\$ 8.983,10	\$ 14.584,85	\$ 20.869,59
LIQUIDEZ CORRIENTE	51,03	3,34	3,71	4,35	5,08

Tabla 43: Liquidez

Elaborado por: Autor

#### 7.8.1.2. Gestión

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS NETAS	\$ 295.487,34	\$ 327.017,02	\$ 361.911,05	\$ 400.528,41	\$ 443.266,39
ACTIVOS TOTALES	\$ 25.136,75	\$ 33.657,36	\$ 51.615,38	\$ 80.892,35	\$ 122.589,69
GESTIÓN	11,76	9,72	7,01	4,95	3,62

Tabla 44: Gestión

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### 7.8.1.3. Endeudamiento

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
PASIVO TOTAL	\$ 19.176,84	\$ 19.361,83	\$ 19.646,88	\$ 20.230,21	\$ 20.869,59
ACTIVO TOTAL	\$ 25.136,75	\$ 33.657,36	\$ 51.615,38	\$ 80.892,35	\$ 122.589,69
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	0,76	0,58	0,38	0,25	0,17

Tabla 45: Nivel de Endeudamiento

Elaborado por: Autor

### 7.8.1.4. Rentabilidad

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
UTILIDAD NETA	\$ 392,27	\$ 12.572,57	\$ 26.656,07	\$ 43.278,47	\$ 61.927,56
VENTAS NETAS	\$ 295.487,34	\$ 327.017,02	\$ 361.911,05	\$ 400.528,41	\$ 443.266,39
MARGEN DE UTILIDAD SOBRE VENTAS	0%	4%	7%	11%	14%

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
UTILIDAD BRUTA	\$ 88.646,20	\$ 102.914,00	\$ 119.105,55	\$ 137.459,62	\$ 158.243,25
VENTAS	\$ 295.487,34	\$ 327.017,02	\$ 361.911,05	\$ 400.528,41	\$ 443.266,39
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	30%	31%	33%	34%	36%

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
UTILIDAD NETA	\$ 392,27	\$ 12.572,57	\$ 26.656,07	\$ 43.278,47	\$ 61.927,56
ACTIVO TOTAL	\$ 25.136,75	\$ 33.657,36	\$ 51.615,38	\$ 80.892,35	\$ 122.589,69
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	2%	37%	52%	54%	51%

Tabla 46: Rentabilidad

Elaborado por: Autor

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **7.9. Conclusión Financiera**

Luego de realizar la evaluación financiera de los costos, ingresos y gastos que tendrá EXPLOSIÓN DE SABORES S.A., se puede determinar que el proyecto es viable financieramente.

La empresa solicitará un préstamo con una tasa del 11.83% a 5 años, el cual lo puede cubrir con sus ingresos y su flujo de efectivo no se ve afectado por los intereses.

La inversión se la recuperará en un periodo de tres años y un mes, además la propuesta del proyecto logra una TIR de 37,43% superando la tasa exigida al proyecto.

Por último, a través de los indicadores financieros muestran una empresa estable que puede cubrir sus gastos, préstamo bancario, además cubrirá sus obligaciones con su capital humano, lo podrá realizar con los ingresos provenientes de su actividad comercial, dejando aun una utilidad neta que permita a la empresa continuar en sus funciones y cumple con la expectativa de los accionistas.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

# CAPÍTULO 8

PLAN DE

CONTINGENCIA

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **CAPÍTULO 8**

### **8. PLAN DE CONTINGENCIA**

#### **8.1. Plan de administración del riesgo**

EXPLOSIÓN DE SABORES S.A., toma como principales riesgos para el desarrollo de sus actividades lo siguiente:

- I. Fallas en los procesos de producción
- II. Incremento del costo de materia prima
- III. Decremento en las ventas
- IV. Clientes insatisfechos

#### **8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos**

Se va a realizar reuniones periódicas entre todo el equipo de trabajo, para poder analizar los posibles escenarios descritos anteriormente y crear previsiones de parte de la empresa para estar preparado ante los acontecimientos en caso de que estos escenarios se presenten.

#### **8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)**

Una vez organizada la reunión, se procede a presentar el inconveniente y se realizara lo siguiente:

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- Se analizara el problema con el equipo y cada uno debe presentar una posible solución al inconveniente al gerente general.
- Una vez que se presenten varias alternativas de solución se llegara a un consenso con el personal de trabajo para poner en ejecución la solución.
- El gerente debe llevar un archivo histórico de los problemas que se presentan a menudo para poder evitar en el futuro tener la misma eventualidad.
- Comprobar que el plan que se llevó a cabo fue el idóneo para la empresa.

## **8.2. Planeación de la respuesta al riesgo**

### **8.2.1. Monitoreo y control del riesgo**

Se dispone de reuniones mensuales entre el gerente y el administrador, habiendo tenido reuniones con sus subalternos, ya que son ellos lo que encuentran primero los problemas; donde se realizara análisis de gestión y comprobación antes posibles fallos, y en caso de encontrarlo, buscar una solución a través de procesos ya establecidos, para que alguien pueda realizar una acción de manera preventiva.

### **8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo**

Son evaluaciones regulares (una vez al mes) que los realiza, los jefes de cada área con el fin de supervisar que:



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

1. El desempeño del Personal, administrativo y operativo, sea acorde a lo requerido por parte de la empresa.

2. El funcionamiento de equipos reposteros y utensilios estén funcionando de manera óptima.

La ejecución de las revisiones periódica, permite estar preparado ante cualquier percance, ya que la solución es inmediata y a la postre mejorar el nivel de eficiencia a largo plazo.

### **8.2.3. Reporte del riesgo**

En caso de suscitarse un inconveniente, este se deberá comunicar al gerente general para que este comunique a todos los colaboradores de la empresa y determinar la mejor solución posible para el problema.

### **8.2.4. Estrategias de Salida**

Las estrategias extremas de salidas en caso de presentarse un evento mayor, que afecte la rentabilidad y operaciones de la empresa, son:

- Venta de la empresa a una con mejores condiciones
- Liquidación de los activos de la empresa
- Disolución de la empresa.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas**

El Plan de Contingencia y Acciones correctivas son procedimientos que contienen las medidas técnicas, humanas y organizativas necesarias para garantizar la continuidad del negocio y las operaciones de una compañía, al momento de surgir un problema de forma inoportuna.

Medida técnica: Respaldo del sistema informático en caso de alguna avería en el sistema de cobros por internet, para evitar que los pagos en línea colapsen.

Medida humana: Capacitación constante a todo el personal, para que tenga un conocimiento general (parte administrativa) y específica (parte técnica) de cómo funciona el sistema de facturación electrónica y botón de pagos electrónicos o transferencias bancarias en línea.

Medida organizativa: Desarrollo de toma decisiones en base a situaciones ya experimentadas, verificando la factibilidad de la misma.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

# CAPÍTULO 9

## CONCLUSIONES

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **CAPÍTULO 9**

### **9. CONCLUSIONES**

Una vez desarrollado todo el trabajo de investigación y realizado su análisis respectivo, se pueden recalcar las siguientes conclusiones:

- El proyecto es viable financieramente, genera una Tasa De Retorno De La inversión del 37,43%, aun en escenarios no favorables el proyecto sigue siendo rentable, en un periodo de recuperación de la inversión de 3 años y un mes (37meses).
- Existe un mercado potencial grande el cual está dispuesto a consumir el producto, además existe una oportunidad mayor al tratarse de la parroquia Tarqui, debido a que el mercado de repostería se encuentra en crecimiento lo que es bueno para el posicionamiento de marca.
- Se hizo la respectiva recolección de datos para acertar sobre la demanda existente de productos de repostería y sobre su método de comercialización como lo muestra este proyecto que se desarrolla mediante una tienda virtual generando una oportunidad para introducir los productos a demandar lo cual muestra que este negocio debe ponerse en marcha.
- El consumo de postres están vinculados en gran parte a la cantidad de eventos profesionales o sociales, más aun su método de adquisición y su canal de compras, no solo se presenta la innovación de introducir una manera de comercializarlos con mayor agilidad sino que las materias primas de estos postres se

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

adaptan a la necesidad de cada cliente como así también el diseño que el mercado solicite.

- Los accionistas decidieron crear un negocio que se comercialice de manera virtual ya que este tipo de empresas generar mayor rentabilidad por el bajo costo de su implementación tanto así que les permita cubrir sus costos fijos y variables obteniendo utilidades al final del ejercicio.

- De manera concluyente se puede argumentar que el proyecto es financieramente viable y que ponerlo en marcha es una gran oportunidad para el empresario promedio.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

# CAPÍTULO 10

## RECOMENDACIONES

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **CAPÍTULO 10**

### **10. RECOMENDACIONES**

Una vez que se determinó la factibilidad del proyecto se mencionan a continuación recomendaciones para el beneficio de la empresa al momento de iniciar sus operaciones y futuras inversiones similares.

- La empresa puede ampliar su línea de productos una vez que esta tenga un mejor posicionamiento de marca y también puede implementar en un futuro su negocio en un centro comercial según las recomendaciones de la investigación del mercado.
- Analizar el incremento de empleados conforme al crecimiento de la demanda para tener mayor satisfacción del cliente.
- Realizar una campaña de marketing más agresiva para lograr un mayor posicionamiento en el mercado, reduciendo el nivel de riesgo ante futuros competidores.
- Orientar las actividades de la empresa para adquirir certificaciones ISO, lo cual generaría valor agregado a la empresa ante sus clientes.
- Analizar la posibilidad de comercializar el producto en toda la ciudad de Guayaquil abarcando todos los sectores del norte, centro y sur de la ciudad.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- Finalmente se recomienda luego del quinto año de funcionamiento de la empresa, aumentar la inversión, automatizando los procesos productivos con el fin de generar mayor rentabilidad, logrando satisfacer la demanda de Guayaquil.



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

# CAPÍTULO 11

## FUENTES

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## CAPÍTULO 11

### 11. FUENTES

*Andes*. (15 de 07 de 2013). Obtenido de <http://www.andes.info.ec>

*Banco Central del Ecuador*. (30 de 01 de 2014). Obtenido de <http://www.bce.fin.ec>

Carballar, J. A. (2012). *SOCIAL MEDIA MARKETING PERSONAL Y PROFESIONAL*. MADRID: GRUPO RC.

Carrillo, D. (junio de 2009). *Industria de alimentos y bebidas en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/ALIMENTOS.pdf>

*CEPAL*. (11 de 12 de 2013). Obtenido de <http://www.eclac.cl>

Contreras, E. (1998). *Etiqueta y Protocolo*. España : EDITORIAL DIANA .

Diario El Universo. (2 de 10 de 2012). [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com). Obtenido de [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com).

El Financiero . (2012). [www.elfinanciero.com.mx](http://www.elfinanciero.com.mx). Obtenido de [www.elfinanciero.com.mx](http://www.elfinanciero.com.mx).

*El Universo*. (30 de 07 de 2013). Obtenido de <http://www.eluniverso.com>

*El Universo*. (7 de 01 de 2014). Obtenido de <http://www.eluniverso.com>

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Emprendices. (13 de julio de 2012). *www.emprendices.co*. Recuperado el 02 de julio de 2013, de *www.emprendices.co/el-comercio-electronico-una-oportunidad-de-crecimiento-para-pymes/*

financial planning info guide. (Miércoles 5 de Enero de 2011). Crear un negocio online es una solución efectiva para tus finanzas y tu espíritu empresarial. Guayaquil.

Gaitan, J. J. (2001). *El Comercio Electronico Al Alcance de su Empresa*. Argentina : universidad del litoral .

Gariboldi, G. (1999). *Comercio Electronico: Conceptos y reflexiones Básicas*. Buenos Aires: Intal.

Granados, J. A. (2003). *El Libro de la Reposteria Tradicional*. Barcelona : Robinbook .

Guayaquil Gastronomico. (28-30 de junio de 2013). *http://www.guayaquilgastronomico.com*. Recuperado el Lunes de Julio de 2013, de Auge de la gastronomía en Guayaquil: *http://www.guayaquilgastronomico.com*

*http://blog.mashme.tv/2012/07/11/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-el-mundo/*. (11 de julio de 2013). *http://blog.mashme.tv/2012/07/11/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-el-mundo/*. Recuperado el 18 de agosto de 2013, de *http://blog.mashme.tv/2012/07/11/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-el-mundo/*: *http://blog.mashme.tv/2012/07/11/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-el-mundo/*

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

<http://www.lanacion.com.ar/8741-las-ventajas-de-internet>. (18 de Agosto de 2013). <http://www.lanacion.com.ar/8741-las-ventajas-de-internet>. Recuperado el 18 de Agosto de 2013, de <http://www.lanacion.com.ar/8741-las-ventajas-de-internet>

IEPI. (2009). El Secreto esta en la marca. En IEPI, *El Secreto esta en la marca* (pág. 21). Quito: Grafitext.

INEC . (julio de 2009). Resultados Censo Economico . Guayaquil , Guayas , Ecuador.

INEC. (10 de 12 de 2010). [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec). Recuperado el 2 de 1 de 2014, de INEC : [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

INTERNO, L. D. (05 de ABRIL de 2014). *ECUADOR LEGAL ONLINE*. Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/ley-de-regimen-tributario-interno/>

Juran. (1990). *Juran y la Planificacion para la calidad*. Madrid: Diaz de Santos.

Kotler, P. (2010). *Introduccion Al Marketing En internet*. Malaga: IC Editorial

Martínez, A. C. (2010). *Estrategias empresariales en la Web 2.0. Las redes sociales Online*. España: ECU.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

Mercados en Crecimiento. (2012). En A. Nielsen, *Mercados en Crecimiento / Bebidas y Alimentos* (Tercera ed., pág. 2). Mexico, Mexico: Crecimiento Global de Mercados.

Namakforoosh, M. N. (2005). *Metodologia de la investigacion* (Vol. segunda edicion ). Mexico: Limusa.

Online, E. I. (25 de mayo de 2013). *Ecuador legal online*. Recuperado el lunes de julio de 2013, de Ecuador legal online: <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/jornada-trabajo-ecuador>

PAUL, K. (2004). *ECONOMIA DE EMPRESA*. MEXICO: LISA AMATO.

Pro Ecuador . (01 de 2013). <http://www.proecuador.gob.ec>. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec>: <http://www.proecuador.gob.ec>

S.R.I. (01 de 2001). *GUIA BASICA TRIBUTARIA*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/94>

SENPLADES . (2009). *Plan Nacional Del Buen Vivir* . Quito.

VIVIR, P. N. (03 de 04 de 2010). *IMPACTO AMBIENTAL* . GUAYAQUIL , GUAYAS , ECUADOR .

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

# CAPÍTULO 12

## ANEXOS

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **CAPÍTULO 12**

### **12. ANEXOS**

#### **ANEXO 1**

#### **CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

Comparecen a la suscripción del presente Contrato, por una parte, la compañía EXPLOSIÓN DE SABORES S.A., legalmente representada, en su calidad de Gerente, por Kevin Abad Ramírez a quien en adelante y para efectos de este Contrato se lo denominará “EL CONTRATANTE”; por otra parte el Sra. Juana Basurto , portador de la cédula de ciudadanía No 0948988xxxx, Cuyo domicilio es Guayaquil, Ciudadela La Alborada, por su propios y personales derechos, a quien en adelante se lo denominará “EL PROVEEDOR”.

Los comparecientes son mayores de edad, en pleno goce de su capacidad civil para ejercer derechos y contraer obligaciones; quienes libre y voluntariamente, convienen en la celebración de este contrato, contenido en las cláusulas que se detallan a continuación:

#### **INTERVINIENTES**

La Sra. Juana Basurto, en su calidad de PROVEEDOR INDEPENDIENTE, por medio de este instrumento, colaborara con la empresa en la distribución de la materia prima en este caso insumos para elaborar postres su procesamiento y comercialización al mercado.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

#### PRIMERA.-ANTECEDENTES.-

a) EXPLOSIÓN DE SABORES S.A., es una persona jurídica, legalmente constituida, domiciliada en la ciudad de Guayaquil cuya actividad comercial está encaminada a procesar y comercializar productos de repostería, en la ciudad del domicilio.

b) EL PROVEEDOR, se dedica a la producción y venta de postres, la misma que es la materia prima, y base del producto que comercializará EXPLOSIÓN DE SABORES S.A.

#### SEGUNDA.- OBJETO.-

Mediante el presente documento, EL PROVEEDOR se compromete a proveer su producto a EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. en la cantidad y estado requerido por la empresa Contratante.

#### TERCERA: PLAZO.-

Este contrato estará vigente por el plazo de UN AÑO contados a partir de la fecha de suscripción del mismo. Se aclara que la comercialización no tiene el carácter de exclusiva entre las partes.

#### CUARTA: PROCEDIMIENTO.-



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

El Proveedor abastecerá de sus productos a El Contratante cada QUINCE días, si en caso El Contratante desee proveerse de más productos antes de la fecha de abastecimiento este tendrá que comunicar el pedido vía correo electrónico por lo menos con tres días de anticipación, especificando el volumen a requerir.

#### QUINTA.- PRECIO

El Precio final de los productos tiene que ser un acuerdo entre las partes y este será el mismo que este en el mercado, el precio pactado entre El Contratante y El Proveedor será de un treinta por ciento menos que el precio final. Una vez cada tres meses, “El Proveedor” enviará a “El Contratante” una lista de precios de los productos, para que tenga conocimiento si hubiere un cambio.

#### SEXTA.- FORMA DE PAGO

La forma de pago será en efectivo el día de la entrega de la materia prima, EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. se compromete a cancelar de forma inmediata la suma de dinero por la cantidad de producto requerido.

#### SÉPTIMA.- PLAZO

El presente contrato tendrá una vigencia de un año.

#### OCTAVA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA

El contrato terminará habiéndose cumplido el plazo acordado. Si no es notificado “El Contratante” por parte de “El Proveedor” con un tiempo mínimo de

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

15 días próximos a fenecer este contrato, se entenderá que se renueva por un tiempo igual al plazo acordado anteriormente. Si cambian las condiciones por la cual se celebraron este contrato se dará por terminado inmediatamente.

#### NOVENA.- SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

Si surge un conflicto entre ambas partes, primero se buscará la mediación en el Centro de Mediación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. En el caso que no haya acuerdo, se procederá a una instancia jurídica mayor.

#### DÉCIMA: ACEPTACIÓN Y RATIFICACIÓN

Las partes contratantes aceptan y ratifican todas y cada una de las cláusulas precedentes por así convenir a sus legítimos intereses firmando para constancia y validez lo hacen en unidad de acto, ante la autoridad competente del trabajo quien certifica, en un original y dos copias de igual tenor, en esta ciudad de Guayaquil, a los .. Días del mes de... Del año 201\_

Kevin Abad Ramírez

Juana Basurto

C. CI. No. 0924718737

C. CI. No. 0948988xxxx

Ciudad: GuayaquilCiudad: Guayaquil

EL CONTRATANTE

EI PROVEEDOR

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## **ANEXO 2**

### **EXPLOSIÓN DE SABORES S.A.- CÓDIGO DE ÉTICA**

EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. implementara un código de ética para lograr el correcto funcionamiento diario de la empresa a través de sus colaboradores.

Objetivo: Ser una empresa local basada en sus valores y principios que tenga como prioridad sus clientes y colaboradores en el centro de sus actividades. Además de que este código de ética establecerá los principios básicos a los que deberá regirse el comportamiento de todos los grupos de interés de EXPLOSIÓN DE SABORES S.A.

Alcance: Diseñar los estándares éticos, que servirán para orientar a los colaboradores en la toma diaria de decisiones, fomentando un ambiente agradable de trabajo enmarcado en valores y principios que beneficien a todos los involucrados de la compañía.

Responsabilidades: Los colaboradores tienen la responsabilidad de promover nuevas ideas, excelente calidad de trabajo y el espíritu empresarial. Para de esta forma alcanzar los objetivos planteados en un marco de respeto y equidad.

Policita de Conducta:

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

- Con los consumidores y clientes: Los clientes formaran la base de nuestro éxito y deben ser tratados con respeto. Una de las maneras de hacerlo es a través de la oferta de un producto de excelente calidad generando confiabilidad entre los clientes y la empresa.

- Con Accionistas y Socios: Se deberá actuar en beneficio de los accionistas para asegurar la Integridad financiera de la Compañía, tomando decisiones financieras de la empresa, como si fueran personales.

- Con los Colaboradores: Crear un ambiente de respeto y que encuentren un espacio adecuado para su desarrollo tanto en el ámbito profesional como en el personal.

- Con los Proveedores: Impulsar negociaciones en un marco de respeto y transparencia con el fin de conservar, relaciones fructíferas para la compañía y los proveedores.

- Con la Competencia: Competir en el mercado local con total transparencia y respeto en donde el único beneficiario sea el consumidor.

Ámbito de aplicación del Código de Ética.

Los Gerentes y Jefes departamentales tendrán la obligación de fomentar el código de ética de la empresa día a día, poniendo el ejemplo de las conductas y políticas necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa, dejando abierto

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

el dialogo para que los colaboradores expongan y manifiesten sus dudas sobre temas relacionados a la ética de trabajo.

### **ANEXO 3**

#### **FOCUS GROUP**

*¿Qué piensa usted sobre las empresas virtuales?*

*¿Qué es lo que más valora usted al momento de realizar compras en internet?*

*¿Qué métodos de pago utilizan con más frecuencia a la hora de comprar en internet?*

*¿Qué atributos considera usted esenciales a la hora de comprar un postre?*

*¿Qué postres acostumbra comprar para festejar un evento familiar o social?*

*¿Considera alentador realizar la compra de sus postres mediante una tienda virtual?*

*¿Considera importante que la empresa le brinde el servicio de personalizar sus postres de acuerdo a su necesidad?*

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## ANEXO 4

### CUESTIONARIO ENCUESTA Y COTIZACIÓN DE TIENDA VIRTUAL

#### CUESTIONARIO

- ¿Consumen usted postres? (1)  
SI.....1 → CONTINUAR  
NO.....2 → TERMINAR
- (E: entregar la tarjeta # 1)**¿Me podría decir que postres consume con mayor frecuencia? **RM** (2-5)

Cupcakes	1
Tortas	2
Cheesecake	3
Mojada de chocolate	4
Dulce de tres leches	5
Dulce de cuatro leches	6
Otros (E: Especificar) _____	

- ¿Cuánto gasta en promedio cada vez que compra su dulce de elección?

\$ \_\_\_\_\_ (6)

- (E: entregar la tarjeta # 2)**¿Qué lugar va con mayor frecuencia para comprar sus postres favoritos? **RU**

(7)

Centros comerciales	1
Pastelerías	2
Estaciones de servicio (gasolineras)	3
Otros (E: Especificar) _____	

- ¿Cuál es el nombre de su pastelería favorita? \_\_\_\_\_(8)

- ¿Conoce Usted alguna tienda virtual de repostería? **RU**

(9)

SI.....1 →¿Cómo se llama? \_\_\_\_\_ (10)

¿Dónde queda? \_\_\_\_\_ (11)

NO.....2

- ¿Le gustaría realizar la compra de sus postres mediante una tienda virtual? **RU**

SI.....1

(12)

NO.....2

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

8. ¿Qué ventajas y que desventajas cree usted que posee este método de comercialización? **RM**

VENTAJAS: (13-15) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

DESVENTAJAS: (16-18) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

9. **(E: entregar la tarjeta # 3)**¿Qué tan dispuesto está usted al realizar la compra de sus postres mediante la tienda virtual? **RU**

**(19)**

Muy dispuesto	5
Dispuesto	4
Ni dispuesto ni indispueto	3
Indispueto	2
Muy indispueto	1

10. **(E: entregar la tarjeta # 4)**¿Por qué medios le gustaría recibir información de esta tienda de repostería virtual? **RM**

**(20)**

Volantes	1
Mails	2
insertos	3
Redes sociales	4
Otros (Especificar:)	_____

**DATOS DE CONTROL**

NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A: \_\_\_\_\_

TELÉFONO: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_\_\_

ENCUESTADOR: \_\_\_\_\_ SUPERVISOR: \_\_\_\_\_

**(21) EDAD:**

1. 18 a 24
2. 25 a 34
3. 35 a 44
4. 45 a 54
5. 55 ó más .....

**SEXO (22)**

- 1.-MUJER
- 2.-HOMBRE
4. SUPERIOR

**NIVEL DE EDUCACIÓN (23)**

1. PRIMARIA
2. SECUNDARIA
3. TECNÓLOGO
5. MAESTRÍA/DOCTORADO

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”



Guayaquil, 23 de febrero de 2014

Cotización de servicios MIHTTP		Inversión	Recurrencia	Observación
Hosting y Dominio renovables anualmente	Dominio .COM	10,99	anual	Este valor que deberá renovarse cada año
	Hosting para alojar la website	29,99	anual	Este valor que deberá renovarse cada año
Implementación de tienda Online	Catálogo auto - administrable de productos	\$ 499,00	Solo una vez	El desarrollo y diseño de la tienda virtual será facturado una sola vez y será alojada en el hosting y dominio contratado. La cotización no incluye valores cobrados por terceros como comisiones de Paypal, Payoneer, Bancos y Tarjetas de crédito en general. MIHTTP no cobra comisiones por ventas. Recomendamos contratar un servicio SSL para brindar seguridad durante las ventas (Costo adicional 74 USD anual), sin embargo es totalmente opcional.
	Tienda en línea 2 idiomas (Inglés - Español)			
	Edición del contenido, Términos del Servicio y Políticas			
	Edición de fotografía de productos y carga de los mismos (hasta 50 productos)			
	Implementación de pasarela de pagos PayPal en la tienda			
	Módulo de Búsqueda rápida de productos			
	Asociación con redes sociales			
	Herramienta zoom para fotografía de productos			
	Carrito de Compras y módulo calculador de impuestos			
	Gestión de cuenta de Bancaria Bank Of America			
Gestión Cuenta MasterCard Payoneer				
Gestión Botón de Pagos Paypal				
Asesoramiento y Soporte técnico constante				
Servicio de Community Manager y Social Media	Creación y edición de Fan Page en Facebook, Perfiles Twitter, Instagram, Pinterest	\$ 189,00	Mensual	El Community Manager se planificará mensualmente y será responsable de generar y administrar el tráfico en las redes sociales. No incluye costos extras por campañas cobradas por Facebook y Twitter. MIHTTP generará un reporte mensual del servicio.
	Diseño de material visual para la comunicación, banners promocionales			
	Creación de campañas mensuales en Facebook con reportes de LIKES			
	Planeación y asesoramiento marketing digital			
	\$ 20 USD de bono para gastos en Facebook por las campañas de ADS			
	Feedback a clientes en todas las redes (De 10H00 a 18H00)			
Administración de redes sociales en general				
Servicio de Marketing Digital + Optimización SEO y SEM	Creación y segmentación de campaña Google Adwords (no incluye costos de Google)	\$ 149,00	Único	El servicio de E marketing + Optimización SEO y SEM promueve su marca en internet a través de estrategias de posicionamiento en los diferentes canales de comunicación que incluyen Adwords e indexación en buscadores. Además incluye hasta 2 envíos a una base propia de MIHTTP segmentada y depurada. EN caso de requerir un envío a una base más amplia se deberá pagar un adicional por esta.
	Creación de SiteMap XML + Optimización SEO e Indexación en Google			
	Creación de Cuentas Google Analytics			
	Diseño de artes para campañas E-mailing			
	BOT de seguimiento campañas de E-mailing, planeación, ejecución y reportes			
	Hasta 2 envíos a base de 5.000 contactos segmentación sólo Guayaquil - 18 a 49 años - sexo indistinto con estabilidad laboral (En caso de requerir más bases de datos estas se deberán cancelar aparte. (No se comparten los contactos) . Ve costos de bases en el pie de la cotización.			

- \* Los costos no incluyen 12% de IVA.
- \* Para la implementación de la tienda se requiere el 30% para el inicio del proyecto más el costo por dominio y hosting
- \* Financiamiento: 70% a 60 días sin intereses en 2 pagos mensuales
- \* El tiempo máximo de entrega de la tienda en línea será de 30 días luego de contar con todo el material.
- \* Las cuentas bancarias y cuentas en Payoneer y Paypal se gestionarán para el cliente sin cargo alguno.
- \* Las tasas y comisiones facturadas por Payoneer, Paypal, ATMs y Bancos locales están sujetas a cambios y no dependen de MIHTTP

Tarifario de comisiones e impuestos de empresas asociadas actualizado al 23 de Febrero de 2014		
PayPal	Comisión generada por ventas electrónicas	5,4%
	Costo adicional por transacción	\$ 0,30
	Envío internacional de cheques para retiro de fondos	\$ 11,00
	Valor mínimo por retirar al mes	\$ 1,00
	Valor máximo por retirar al mes	\$ 3.000,00
Payoneer	Costo por creación de cuenta virtual US Payment Bank of America	00,00
	Costo por emisión de Tarjeta Internacional de débito Mastercard	00,00
	Costo por retiro en ATMS Ecuador transacciones exitosas	\$ 3,00
	Costo por retiro en ATMS Ecuador transacciones fallidas	\$ 1,00
	Costo por renovación anual (a partir del siguiente año)	\$ 29,00
Bancos Nacionales	Costo por retiro de dinero ATMS transacciones Internacionales	\$ 1,60
	Costo por aceptación de cheques CityBank emitido por Paypal depósito	00,00
	Costo por cheque internacional protestado	\$ 3,00

BASES EXTRAS		
De 5.000 a 10.000	Costos extras que se deben sumar al servicio de Marketig Diital	\$ 30,00
De 10.001 a 20.000	Costos extras que se deben sumar al servicio de Marketig Diital	\$ 50,00
De 20.001 a 45.000	Costos extras que se deben sumar al servicio de Marketig Diital	\$ 80,00
De 45.001 a 75.000	Costos extras que se deben sumar al servicio de Marketig Diital	\$ 100,00
De 75.001 a 100.000	Costos extras que se deben sumar al servicio de Marketig Diital	\$ 150,00
De 100.001 a 200.000	Costos extras que se deben sumar al servicio de Marketig Diital	\$ 200,00

**Carlos José Viteri C.**  
Director Comercial para Latinoamérica



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

# CAPÍTULO 13

**MATERIAL**

**COMPLEMENTARIO**

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## CAPÍTULO 13

### 13. MATERIAL COMPLEMENTARIO



#### **EXPLOSIÓN DE SABORES S.A.**

Empresa dedicada a la comercialización y producción de artículos reposteros en la ciudad de Guayaquil por medio de una tienda virtual, de manera personalizada cubriendo la necesidad de consumir sus productos en eventos sociales y empresariales.

El empaque de sus productos será en una envoltura de cartón totalmente adecuada para cada postre.

Los productos que comercialice EXPLOSIÓN DE SABORES S.A. será previamente ordenados mediante su sitio WEB [www.explosiondesabores.com](http://www.explosiondesabores.com) para posteriormente ser entregados a domicilio.

“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual,  
utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

### **Etiqueta y Empaque del Producto a ofrecer**



“Propuesta para la creación de una empresa de repostería modalidad Tienda Virtual, utilizando tecnologías de información en la Ciudad de Guayaquil.”

## Boceto página web

