

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PASTELERÍA Y REPOSTERÍA EN EL
MUNICIPIO DE PLANETA RICA-CÓRDOBA, QUE DULCECITOS.**

Yesis Lozano Arrieta

Jennifer Castro Díaz

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MONTERÍA-CÓRDOBA

2018

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PASTELERÍA Y REPOSTERÍA EN EL
MUNICIPIO DE PLANETA RICA-CÓRDOBA, QUE DULCECITOS.**

Yesenis Lozano Arrieta

Jennifer Castro Díaz

Mayerlin Cogollo

Director

Trabajo de grado para obtener el título de:

ADMINISTRADORES DE EMPRESAS

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MONTERÍA-CÓRDOBA

2018

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto principalmente a Dios quien nos dio la sabiduría para llevar a cabo este proyecto por habernos permitido llegar hasta este momento de nuestra formación técnica y profesional a nuestros padres y familiares por apoyarnos desde el principio hasta el final, sin importar nuestras diferentes opiniones a nuestros amigos y compañeros que creyeron desde un principio y quienes aportaron opiniones y sugerencias importantes para el desarrollo de este y a todos y cada uno de nuestros profesores que han contribuido a nuestro crecimiento intelectual y profesional para llevar a cabo el desarrollo de este importante proyecto .

Tabla de Contenido

1.	RESUMEN	7
2.	ABSTRACT.....	8
3.	INTRODUCCIÓN	9
4.	JUSTIFICACIÓN	10
4.1	Impacto económico	10
4.2	Impacto social	11
4.3	Impacto Ambiental.....	11
5.	LOGO	12
5.1	Misión.....	12
5.2	Visión	13
6.	DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES	13
6.1	Identificación de las Necesidades del Stakeholders	13
6.1.1	Definición de la idea de negocio	13
6.1.2	StakeHolder	14
6.2	Identificación de Beneficios y expectativas	15
6.2.1	Otro tipo de beneficio	15
6.3	Soluciones Actuales	15
6.3.1	Identificar la razón por la cual se resuelve la necesidad.....	16
6.3.2	Pasos para generar la solución.....	16
6.4	Limitaciones, inconformidades y frustraciones	16
6.5	Mercado.....	17
6.5.1	Definición de la idea de negocio	17
6.5.2	Caracterización del Segmento	18

7.	VALIDACIÓN DEL MERCADO.....	20
7.1	Formato Entrevista- Cuestionario	20
8.	TABULACIÓN DE DATOS	22
9.	ANÁLISIS DE RESULTADO	30
9.1	Prototipo.....	30
9.1.1.	Descripción del producto	30
9.2	Técnica del producto	33
9.2.1	Imagen del producto	33
9.2.2	Características Nutricionales	34
9.2.3	Ingredientes Primarios.....	34
10.	OBJETIVOS.....	35
10.1	Objetivo General	35
10.1.1	Objetivos Específicos	35
11.	VALORES	36
12.	ANÁLISIS PESTEL	37
12.1	Político legal.....	37
12.2	Económico.....	38
12.3	Social.....	38
12.4	Tecnológico.....	39
13.	ANÁLISIS DE PORTER	39
14.	CONCLUSIÓN	41
13.	ANEXOS.....	42
15.	BIBLIOGRAFÍA.....	43

Lista de figuras

Figura 1 Logo de la empresa.....	12
Figura 2 Casa Rosa.....	19
Figura 3 Respuesta 1	22
Figura 4 Respuesta 2	22
Figura 5 Respuesta 3	23
Figura 6 Respuesta 4.....	24
Figura 7 Respuesta 5	25
Figura 8 Respuesta 6.....	26
Figura 9 Respuesta 7	27
Figura 10 Respuesta 8.....	27
Figura 11 Respuesta 10	29
Figura 12 Respuesta 9	30
Figura 13 Cupcake sencillo.....	33
Figura 14ANÁLISIS PESTEL.....	37
Figura 15 ANÁLISIS DE PORTER	40
Figura 16 Pre diseño de Cupcakes QUE DULCESITOS.....	43

Lista de tablas

Tabla 1 Caracterización del Segmento.....	18
---	----

1. RESUMEN

La siguiente propuesta consiste en la creación de una empresa de pastelería y repostería en el municipio de Planeta Rica-Córdoba, titulada QUE DULCECITOS, que se especializara exclusivamente en Cupcakes, convirtiéndose el primer negocio emprendedor e innovador de Cupcakes en el municipio, estando a la vanguardia de las tendencias del mercado, por tanto, se busca ser atractiva y accesible para toda persona natural.

Por ello, se busca analizar el impacto de la empresa en la sociedad, sus necesidades, las limitaciones y la aceptación por parte de la comunidad para la creación de un negocio rentable, confortable y de excelente calidad en materia y servicio.

Palabras claves: Emprendimiento, Calidad, Creatividad, Cupcake, Mercado.

2. ABSTRACT

The following proposal consists in the creation of a bakery and confectionery company in the municipality of Planeta Rica-Córdoba, titled That candies, specializing exclusively in cupcakes, becoming the first entrepreneurial and innovative business of Cupcakes in the municipality, being at the forefront of market trends, is therefore looking to be attractive and accessible to every natural person.

Therefore, it seeks to analyze the impact of the company in society, its needs, limitations and acceptance by the community for the creation of a profitable, comfortable and excellent quality in matter and service.

Keywords: Entrepreneurship, Quality, Creativity, Cupcake, Market.

3. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se presenta como un plan de negocio para la puesta en marcha de una empresa dedicada a la creación de Cupcakes para eventos especiales, como matrimonios, fiestas, graduaciones, bautizos, entre otros; donde se estarán analizando fortalezas y debilidades del mercado, como también las amenazas y oportunidades que permitan el crecimiento y desarrollo sostenible de la empresa.

Se plantean los objetivos que describen el deseo de satisfacer cierto tipo de necesidades en una comunidad la cual queremos ofrecerle un producto de excelente calidad, hecho con amor y sabores con diseños novedosos para personalizar cualquier evento social.

De manera que, en el municipio de Planeta Rica del departamento de Córdoba es el lugar donde queremos iniciar este lindo proyecto porque es un lugar ideal para el nacimiento y crecimiento de empresas emprendedoras con grandes oportunidades que involucre la satisfacción de necesidades requeridas por la sociedad.

Por ello, este proyecto de emprendimiento busca oportunidades en el mercado donde se ofrezcan productos y servicios con un mayor valor agregado, para alcanzar un posicionamiento en un mercado competitivo y contribuir en gran medida al crecimiento económico de Planeta Rica.

4. JUSTIFICACIÓN

QUE DULCECITOS nace como proyecto de grado entre amigos nativos de Planeta Rica, teniendo como ilusión que aun pensando desarrollar una pequeña empresa lograremos generar recursos al mercado del municipio e identificar los gustos de nuestros clientes para facilitar y continuar con una tendencia innovadora de la repostería y compartir productos tradicionales y permitir que cada uno tenga su valor agregado. Decidimos hacer este proyecto porque la gastronomía siempre estará presente sin ser obsoleta ni quedar sin uso, contribuyendo así a erradicar unos flagelos sociales que nos están atacando, como es el desempleo, este proyecto empleara y beneficiara a muchas personas.

Analizando así los impactos que se pueda generar en los diferentes escenarios donde se va a desarrollar este proyecto, nos permite trabajar más allá de los intereses particulares y nos lleva a valorar los aportes a la sociedad en general; por tal motivo se prosigue a evaluar los efectos en:

4.1 Impacto económico

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el análisis financiero de nuestra idea de negocio, se puede decir, que, aunque no son muy representativos los ingresos obtenidos inicialmente, se demuestra que es un negocio rentable que puede crecer en los próximos años, con el cual se espera contribuir de manera positiva en el sector competitivo y favorecer el desarrollo económico del municipio.

4.2 Impacto social

Nuestra empresa espera generar, ya sea de manera directa e indirecta oportunidades de empleo en el municipio, especialmente a los campesinos de la zona rural, así mismo mantiene la idea de poder brindar a los consumidores; algo diferente, que contribuya a su bienestar y el de sus familias.

4.3 Impacto Ambiental

Como empresa comercializadora y productora, basados en unos patrones de sostenibilidad económico ambiental nos comprometemos a cuidar y colaborar con la preservación del medio ambiente, por tanto se busca crear programas de disposición de residuos, con el fin de entregar nuestros materiales de residuos a empresas de reciclaje, en este caso se recolectaría papelería y residuos que queden de los Cupcakes, como estrategia para contribuir a la protección del ambiente, por tanto, contribuiremos de manera indirecta o directa a la prevención de daños ambientales y así seremos ejemplo para otras empresas en la conservación y protección de los recursos naturales.

5. LOGO



QUE DULCECITOS

Figura 1 Logo de la empresa

5.1 Misión

QUE DULCECITOS es una empresa dedicada a la producción y comercialización de deliciosos Cupcakes personalizados, con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo deliciosos postres suaves, esponjosos y con servicios de la mejor calidad en la línea pastelera, como producto de gran eficacia. Trabajando siempre en procura del beneficio de todos, que tanto los clientes, proveedores y trabajadores obtengan ganancia y mejoramiento de calidad de vida.

5.2 Visión

QUE DULCECITOS para el 2021 se convertirá en una empresa líder y de reconocimiento en la producción de Cupcakes deliciosos y exclusivos a nivel regional, departamental y nacional, organizando todos sus procesos con el objetivo de prestar el mejor servicio y calidad de nuestros productos, logrando con esto ser líderes en la elaboración de los mejores Cupcakes, con precios competitivos poder abarcar en el mercados y mantenernos como una empresa reconocida por la calidad de nuestro producto y atención a nuestros clientes.

6. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

6.1 Identificación de las Necesidades del Stakeholders

6.1.1 Definición de la idea de negocio

Con el ánimo de poder formular una idea de negocio de carácter viable que se pueda desarrollar y que prometa un futuro alentador en el municipio de Planeta Rica Córdoba, más allá de los inconvenientes que los estudios puedan arrojar; se opta por trabajar en QUE DULCECITOS una pequeña empresa impulsada por dos estudiantes de la facultad de administración de empresa que han querido tomar una línea de pastelería muy común y conocida en el medio social; con las características y sabores fascinantes ofrecidos en nuestra una línea de Cupcakes, con excelente presentación, perfectos para especiales celebraciones. La idea se centra

en poder ofrecer un producto muy bien exhibido, elaborado con materia prima de excelente calidad, sabores exclusivos y bien elaborados para degustar el paladar y así fidelizar clientes.

En este punto se toman las necesidades de los proveedores como beneficiarios directos QUE DULCECITOS considerando que este proyecto cuenta con un futuro comprometedor; es decir, ellos tendrán la oportunidad de crecer progresivamente con la cantidad de demanda que pueda llegar a tener la empresa obligando así, a una mayor adquisición de materia prima; lo que aumentaría sus ingresos y con ellos el desarrollo económico.

QUE DULCECITO compromete con todos los factores que intervienen en su misión como empresa, y en su labor de prestar un buen servicio; por esto nuestros proveedores son una ficha fundamental para poder llevar a cabo el plan de negocio, además, sentir que ayudamos a crecer a un sector pastelero que en particular esta región no tenemos competencia que ofrezca un buen producto a bajo costo enfocado a satisfacción de clientes y crecimiento personal, comercial e innovador.

6.1.2 StakeHolder

La empresa QUE DULCECITOS está proyectada a causar un positivo impacto social, ya que este producto va dirigido a los usuarios a probar algo hecho con amor y sabores deliciosos, no obstante, con el desarrollo del plan de negocio se pretende aportar un valor agregado de domicilios con pasteleros calificados que decoren tu mesa de fiestas.

QUE DULCECITOS busca fiestas felices para todo tipo de clientes que queden a gusto con nuestros productos.

6.2 Identificación de Beneficios y expectativas

QUE DULCECITOS es una empresa proyectada a la creación de pastelería y repostería que llene las necesidades de los clientes, ya que el municipio carece de una pastelería que ofrezca este tipo de postres personalizados, ofreciendo un excelente servicio a los clientes y dirigidas a todos los eventos sociales.

6.2.1 Otro tipo de beneficio

- La materia prima vendría en alta concentración lo que sugiere un rendimiento amplio.
- Los colores y tamaños varían según su precio dándole la oportunidad de escoger al consumidor cual se ajusta a su necesidad.
- Aporte de energías.
- Variedad de ingredientes colores y diseños para buscar exclusividad en la elaboración y decoración.

6.3 Soluciones Actuales

En la actualidad Instituciones públicas como el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) ofrece capacitaciones, cursos básicos que ofrecen una amplia gastronomía pastelera, pero muchas veces no se aplican a planes de negocio.

Además, en el municipio se encuentra la Pastelería Casa Rosa la cual ofrece diversos productos en muy altos precios y es la única con similares servicios, pero falta abastecer todos

los sectores económicos que quieren usar este producto comestible y decorativo en fiestas o eventos sociales.

6.3.1 Identificar la razón por la cual se resuelve la necesidad.

Aprovechamiento del conocimiento y los recursos que tenemos para lanzar un producto único e innovador, creativo que le guste a los clientes del municipio de Planeta Rica, y por qué no también a los del país, queremos buscar a nuevos mercados que muchas veces no conocen el producto, buscamos estar en constante cambio para ofrecer los más deliciosos Cupcakes.

6.3.2 Pasos para generar la solución

- Facilitar el conocimiento adecuado y técnico de los cuidados que se deben tener a la hora de preparar la masa para darle el volumen y la textura esponjosa ideal.
- Propiciar el conocimiento de las mejores condiciones en el área donde vamos a preparar el patillaje para elaborar los diseños de nuestro cup cake.
- Conquistar a nuestros clientes que tenemos el mejor Cupcake del municipio de Planeta Rica-Córdoba y que estos nos den referidos por nuestro excelente servicio.

6.4 Limitaciones, inconformidades y frustraciones

En nuestras inconformidades podemos decir que las únicas que se presentan son que, en Planeta Rica, existen varias empresas dedicadas a la elaboración de productos de pastelería y repostería, pero son pocas las que ofrecen Cupcakes entre sus productos. Entre las más

representativas en Planeta Rica se encuentran: Casa Rosa, Pan y Canela, Ricuras la Séptima, y Tortipan Repostería.

La puesta en marcha del plan de negocio se ha podido realizar de manera concreta, sin obstáculos o limitaciones por ninguna fuente de información en la cual se está apoyando para precisar datos reales y definitivos que contribuyan a logros provechosos al final de la tarea; se manejan proyecciones futuras en cuanto a precios del producto como resultado de las encuestas realizadas a la muestra poblacional del municipio, así como también, todos los datos considerando las necesidades para ofrecer productos ricos de buena contextura y sabor .

6.5 Mercado

6.5.1 Definición de la idea de negocio

Desarrollar un negocio de carácter viable que desarrolle habilidades, conocimientos y aptitudes gastronómicas, y sea un éxito empresarial, más allá de los inconvenientes que los estudios puedan arrojar; se opta por trabajar sobre QUE DULCECITOS una pequeña empresa impulsada por dos estudiantes de la facultad de administración de empresas que han querido tomar esta empresa hacerla realidad, conocida en el medio social; es el caso del Cupcake, deliciosos postrecitos que a la mayoría nos gusta por su rico sabor y alto contenido de energías, son muy decorativos y le dan un toque personalizado a las reuniones sociales.

La idea se centra en poder ofertar un producto definido como Cupcakes hechos con amor, se fabricará directamente con los ingredientes ideales para que sean agradables y el sabor único para satisfacer todos los gustos.

6.5.2 Caracterización del Segmento

Nuestros clientes figuran como personas naturales de Planeta Rica. Ver tabla 1.

Tabla 1 Caracterización del Segmento

PLANETA RICA-CÓRDOBA		
EDAD EN AÑOS	POBLACION	PARTICIPACIÓN
10 – 14	10.644	26
15-19	8.870	21
20-24	7.096	18
25-29	6.210	13
30-34	6.031	9
35-39	6.125	7
40-44	5.322	6
TOTAL	39.651	100

Fuente: Elaboración Propia

El mercado actual de las panaderías y pastelerías en Córdoba está muy marcado por dos grandes empresas dominantes en el mercado lo cual convierte el ambiente económico en un sector competente; veamos algunas estadísticas de estas empresas de alto posicionamiento y de larga proyección en el tiempo.

Según el estudio realizado para Portafolio Casa Rosa, en los 4 municipios del departamento de Córdoba ha crecido en el mercado en los últimos 6 años.

Por tercer año consecutivo, Casa Rosa fue reconocida como una de las empresas más admiradas del departamento con un 25% en la encuesta realizada para Portafolio pese a la fuerte competencia en el mercado. La compañía cuenta con la mayor participación de mercado pastelero de la región.



Figura 2 Casa Rosa

7. VALIDACIÓN DEL MERCADO

7.1 Formato Entrevista- Cuestionario

1. ¿Te gustan los Cupcakes?
 - a) Si
 - b) no
2. ¿Con que frecuencia consumes Cupcakes?
 - a) siempre
 - c) a veces
 - d) ocasionalmente
 - e) nunca
3. ¿Qué sabor de Cupcakes prefieres?
 - a) chocolate
 - b) fresa
 - c) vainilla
 - d) otros como cual _____
4. ¿Cuál es el principal factor que elige para comprar Cupcakes?
 - a) marca
 - b) diseño
 - c) variedad
 - d) precio
5. ¿Crees que los Cupcakes son saludables?
 - a) si

- b) no
 - c) Depende
6. ¿Qué tan importante considera usted el precio a la hora de comprar un Cupcake?
- a) Muy importante
 - b) importante
 - c) poco importante
7. ¿Cuánto pagaría usted por un Cupcake?
- a) 1.000 pesos
 - b) 2.000 pesos
 - c) 4.000 pesos
8. ¿La variedad de colores y sabores de un Cupcake llama más tu atención?
- a) si
 - b) no
9. ¿Crees que el precio de Cupcake se debe ver reflejado en una buena calidad y trato al cliente?
- a) si
 - b) no
 - c) puede ser
10. ¿El nombre que dulcecito llama tu atención?
- a) Si
 - b) No

8. TABULACIÓN DE DATOS

A continuación, se presentan los resultados de las respuestas de la entrevista del cuestionario estructurado. En donde se encuestaron 100 personas para identificar la aceptación de la empresa en la comunidad de Planeta Rica- Córdoba

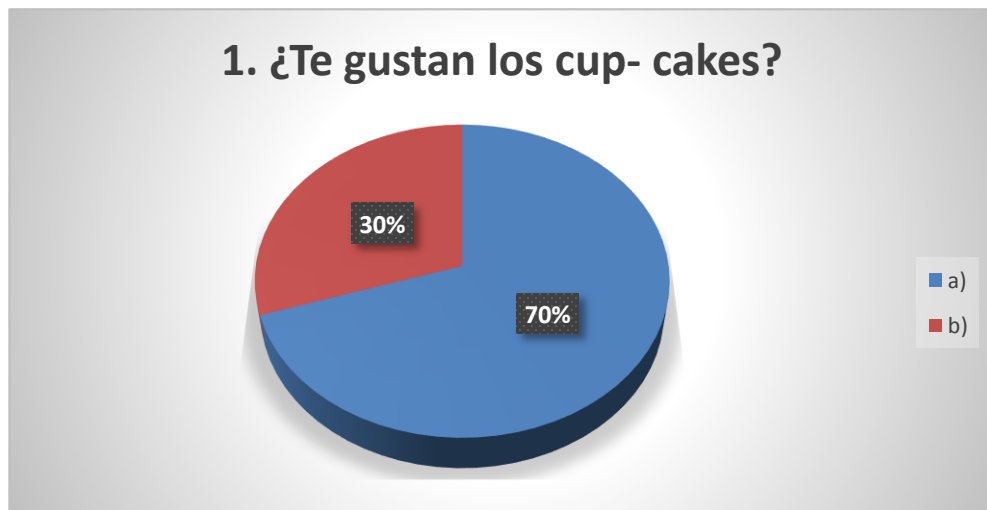


Figura 3 Respuesta 1



Figura 4 Respuesta 2

3. ¿Qué sabor de cup-cakes prefieres?

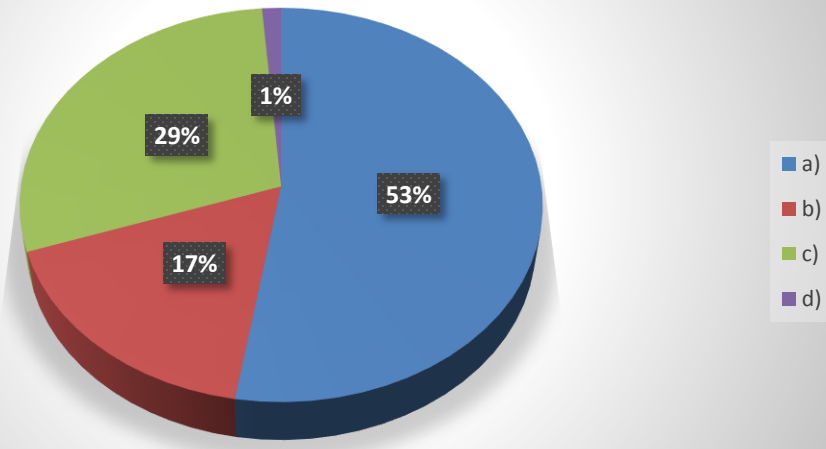
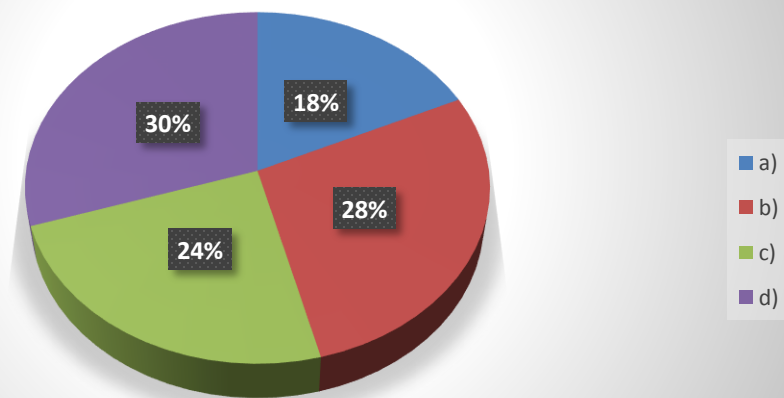


Figura 5 Respuesta 3

Figura 6 Respuesta 4

4. ¿Cuál es el principal factor que exige para comprar cup-cakes?



5. ¿Crees que los cup-cakes son saludables?

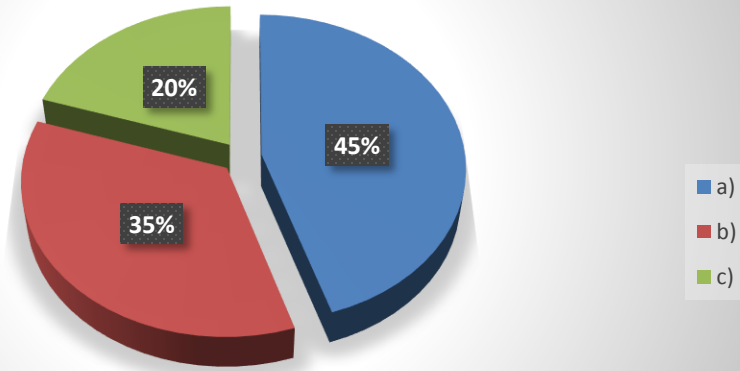
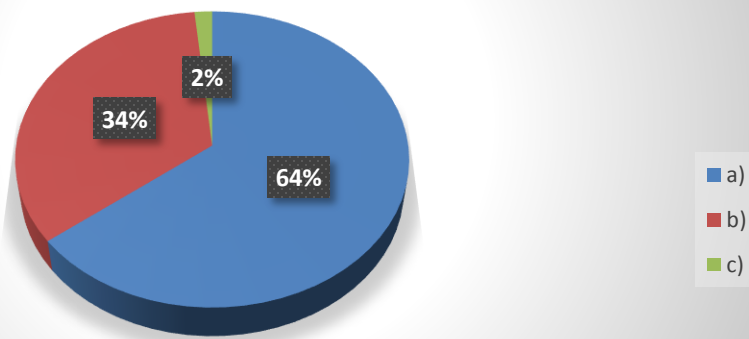


Figura 7 Respuesta 5

Figura 8 Respuesta 6

6. ¿Qué tan importante considera usted el precio a la hora de comprar un cupcake?



7. ¿Cuánto pagaría usted por un cup-cake?

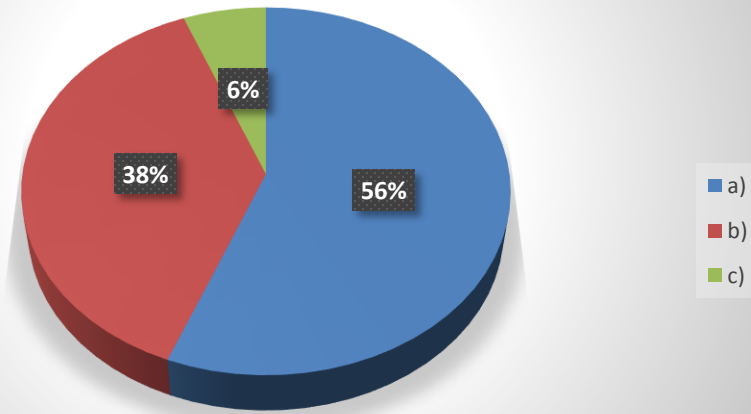


Figura 9 Respuesta 7

8. ¿La variedad de colores y sabores de un cup-cake llama más tu atención?

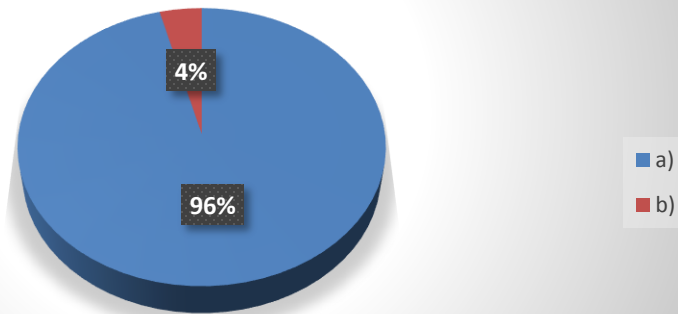


Figura 10 Respuesta 8

Figura 11 Respuesta 10

10. ¿El nombre que dulcecito llama tu atención?

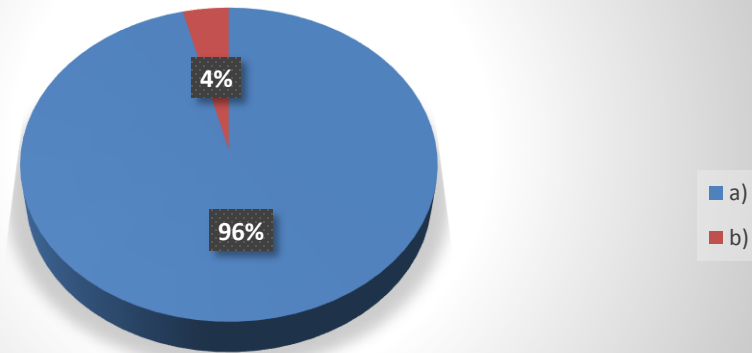
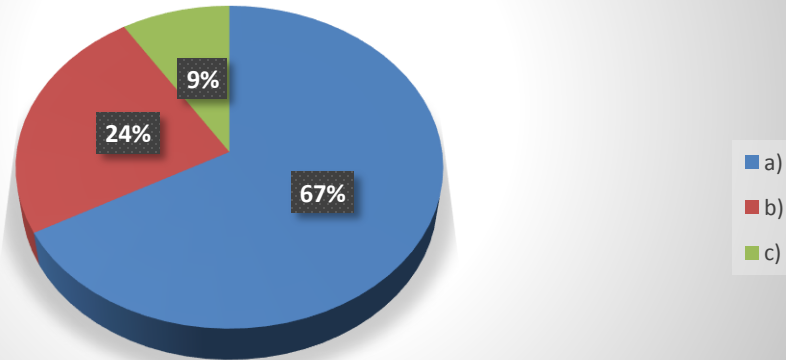


Figura 12 Respuesta 9

¿Crees que el precio de cupacare se debe ver reflejado en una buena calidad y trato al cliente?



9. ANÁLISIS DE RESULTADO

En la entrevista se presentó notablemente la aceptación de la idea de negocio de traer el nuevo producto innovado al municipio de Planeta Rica como una alternativa para las distintas actividades de consumo que presentan los consumidores garantizando la viabilidad de nuestros postres en el mercado.

Este proyecto va dirigido a tres tipos de consumidores: niños, adultos y familias pertenecientes al municipio de Planeta Rica que registra una población de 67.701 habitantes, dicha cifra por efectos de segmentación de mercado se reduce a 39.651 según los estudios obtenidos.

9.1 Prototipo

9.1.1. Descripción del producto

Cupcake: significa torta de taza, o torta en una taza

Base del Cupcake: Es la masa de torta o bizcochuelo cocinada en pirotines o recipientes de distintos materiales que sugieren su cocción en una pequeña taza

Frosting o cobertura: es un glaseado dulce, a menudo cremoso, hecho de azúcar y algún líquido, como agua o leche, que se suele enriquecer con mantequilla, claras de huevo, queso crema o con sabores y que se usa para cubrir o decorar productos horneados

Decoración: La decoración del cupcake se realiza arriba del Frosting

Relleno: Algunos cupcake llevan el relleno en el corazón del bizcochuelo. Dependiendo de la consistencia de cada relleno elegido, se deben introducir de diferentes formas.

Pirotines: Los pirotines de papel no son indispensables dentro de los moldes, pero facilitan el desmolde, el transporte, y la conservación de los cupcakes.

Mangas y Picos: Son los diferentes accesorios que se utilizan para la decoración del cupcake.

Batir a blanco: Se puede referir a batir el azúcar con los huevos, o el azúcar con la manteca, y en ambos casos, se logra cuando la preparación se vuelve de un color mucho más claro que cuando se comenzó el batido, casi blanco.

Baño de maría: Método para cocinar lentamente o para derretir chocolate o para mantener los alimentos calientes. En un recipiente metálico se coloca en el ingrediente o alimento éste sobre otro (cacerola) que contiene agua caliente o este sobre el fuego.

Buttercream: Crema a base de manteca que se utiliza para cubrir los cupcakes.

Buttermilke: Producto lácteo usado en la repostería y pastelería de Norteamérica.

Contrariamente a lo que indica su nombre no contiene manteca y se asemeja en su apariencia a la leche cortada. Se puede hacer casera agregando una cucharada de jugo de limón o vinagre blanco a 1 taza de leche; dejar 5 minutos hasta que corte y estará lista para usar.

Congelación abierta: Congelar un alimento o varios sin encimar uno con otro y sin cubrirlo con nada. Una vez congelado, se lo guarda en bolsas especiales.

Cookies: Galletitas.

Coulis: Tipo de salsa, procedente de la cocina francesa, que se obtiene después de triturar ciertos alimentos previamente preparados concentrando su sabor y que, una vez tamizado o colocado, ofrece una densidad de jarabe, crema o puré ligero.

Creamchesse: Cobertura a base de queso crema.

Crema batida a medio punto: Se alcanza este punto cuando al batir la crema de leche, ésta comienza a formar dibujos que rápidamente se pierden.

Crumble: Crocante hecho a base de manteca, azúcar y harina.

Icing: Glasé que se utiliza para cubrir tortas o decorar.

Fondant: Preparación a base de agua, azúcar, y glucosa.

Como masa se emplea para estirar y cubrir tortas.

Glasé: Receta con varios usos a la hora de decorar tortas, galletitas o determinadas figuras.

Según la consistencia del glasé. Será el uso que se le dé. Se puede utilizar para realizar bordes, volados, flores, unir piezas de pastillaje, etc. La consistencia dependerá del tiempo del batido y de la cantidad de azúcar impalpable.

Lemon Crud: Crema de limón de especialidad y tradición inglesa que sirve para rellenar

bizcochos, tartas y otros postres.

Manteca pomada: Manteca a temperatura ambiente, lo que hace que en lugar de ser totalmente sólida tenga la consistencia de una pasta o pomada.

Marshmallows: o malvaviscos, es una golosina hecha a base de azúcar, generalmente con colores pasteles.



Moka: En pastelería se denomina así a las preparaciones que cuentan entre sus ingredientes con café y chocolate.

Punto "Bolita floja": Se alcanza cuando se vuelca un poco del almíbar en un bol con agua fría y se forma una bolita que se puede agarrar y darle forma con los dedos.

9.2 Técnica del producto

9.2.1 Imagen del producto

Largo Unidad: 14cm

Ancho Unidad: 7- 12cm

Alto Unidad: 14 - 15cm

Peso Neto Unidad: 60g

Peso Bruto Unidad: 480g

9.2.2 Características Nutricionales

Energía 223Kcal

Proteínas 8,72g

Grasas 9,23g

Hidratos de carbono 26g

9.2.3 Ingredientes Primarios

Cereales que contengan gluten Frutos de cáscara, derivados del trigo, Huevos, derivados de Mostaza, derivados de Pescado, derivados Sésamo, Cacahuets y derivados Anhídrido sulfuroso, sulfitos Soja, derivados Altramuces, derivados Leche y derivados de la lactosa

Descripción: Dulce de mazapán relleno de batata confitada, cubierto con merengue y azúcar molido.

Composición cuantitativa: Azúcar, batata, almendra, jarabe de glucosa, agua, albúmina de huevo, ácido sórbico, sorbato potásico, aroma de canela y almidón de maíz. Puede contener trazas de gluten.

Características organolépticas: Producto con color, olor y sabor predominantemente dulce y a sus ingredientes harina con azúcar y mazapán.

10. OBJETIVOS

10.1 Objetivo General

Crear una empresa productora y comercializadora de Cupcakes en el municipio de Planeta Rica, Córdoba, para brindar un producto innovador y creativo para endulzar a las personas de todas las edades.

10.1.1 Objetivos Específicos

- Realizar una evaluación financiera proyectada que permita la viabilidad de rendimiento del negocio.

- Capacitar a madres cabezas de hogar en preparación de los Cupcakes, su decoración y empaçado.
- Garantizar calidad e higiene en el producto.
- Verificar la viabilidad del proyecto, a través, de las herramientas pertinentes en el proceso de investigación, desarrollando plenamente la capacidad de nuestro talento humano, contribuyendo de esta forma al desarrollo de la comunidad y a la generación de empleo.

11. VALORES

- Tener ética profesional y ser responsable
- La tolerancia
- La disciplina
- Honestidad
- La responsabilidad
- Compromiso
- pasión por el trabajo
- calidad en todo lo que hacemos
- Respeto

12. ANÁLISIS PESTEL

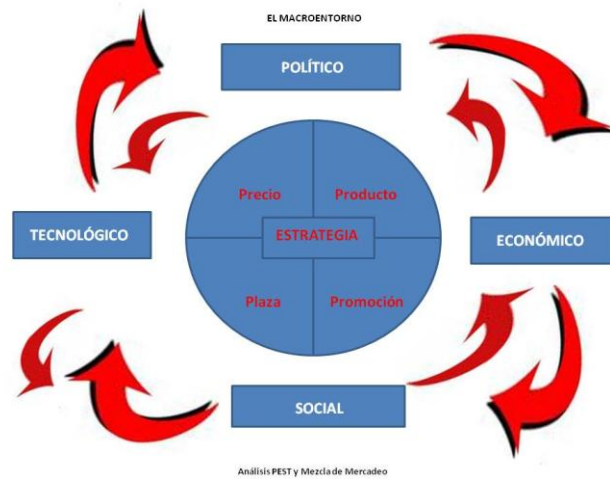


Figura 14 ANÁLISIS PESTEL

La herramienta de análisis PEST es una estrategia que pretende evaluar los factores externos que pueden afectar al desempeño de cualquier empresa. Este análisis se realiza antes de llevar a cabo el análisis DOFA o FODA en el marco de la planificación estratégica. El término proviene de las siglas inglesas para "político, económico, social y tecnológico". El análisis PEST es de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado y en consecuencia, la posición potencial y dirección de un negocio.

12.1 Político legal

Se analizan los factores político-legales que afectan a la industria donde opera la compañía, como se relaciona con el gobierno, las actividades de los consumidores hacia la industria. También se incluye un análisis legal acerca de las regulaciones que deben cumplir las compañías, los clientes. Canales y consumidores, así como sus posibles cambios.

12.2 Económico

Las distribuciones y uso de los recursos económicos de la sociedad se tratan, por supuesto, de un aspecto muy importante pues los hábitos de consumo reciben una fuerte influencia de la tasa de desempleo, el ingreso disponible, el tipo de cambio. Conociendo la probable evolución de cada uno de estos factores y como la afectará en su caso particular, una empresa podrá introducir medidas de prevención para reducir ciertos riesgos. Los especialistas en marketing necesitan considerar el estado de la economía en que negocian tanto a corto plazo, como a largo plazo.

12.3 Social

Son los cambios en la tecnología que afectan al sector tanto en su parte industrial, como en su parte comercial y administrativa. Factores socioculturales y las influencias sociales y culturales en negocio varían de país al país. Es muy importante que están considerados factores tales como:

- Cuál es el papel del hombre y la mujer dentro de la sociedad
- Tendencia de estilo de vida
- Democracia
- Actitudes de los consumidores y opiniones

- Opiniones de medios de comunicación
- Cambios legales que afectan los factores sociales
- Poder adquisitivo y tendencia
- Publicidad y promoción cuestiones éticas.

12.4 Tecnológico

La tecnología es vital para poder competir con ventajas en los mercados globalizados considere los puntos siguientes:

- Permite que los productos y los servicios se ofrezcan más baratos y a un estándar de mejor calidad.
- Ofrece a los consumidores productos más innovadores y servicios de los negocios tales como actividades bancarias del internet, teléfonos móviles de la nueva generación.

13. ANÁLISIS DE PORTER

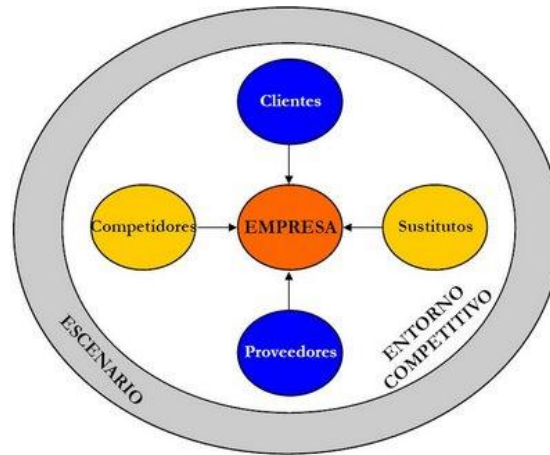


Figura 15 ANÁLISIS DE PORTER

1. Amenaza de la entrada de los nuevos competidores.

Una buena estrategia sería la innovación del producto o servicio que este sea mejor o igual al de los nuevos competidores y a la vez regular el precio para mantener la fidelidad de nuestros clientes efectuando porcentajes de descuentos.

2. Poder de negociación con los proveedores.

Tratar de sondear precio e interactuar con ellos y realizar un estudio sobre cuál de los proveedores me ofrece el producto o servicio de mejor calidad a un buen precio y plazo para el pago.

3. Poder de negociación con los compradores.

Mantener el contacto con el cliente brindarle una buena atención y ofrecerles el mejor servicio posible, dar lo mejor de nosotros y que contribuya de ayuda para sus actividades económicas.

4. Amenaza de productos sustitutos.

Podemos controlar estos acontecimientos con descuentos especiales de un 10% por el servicio de asesorías realizado.

5. Rivalidad entre competidores.

Para sobresalir ante la competencia debemos trabajar con amor en la prestación de los servicios e implementar nuevas normas que definan nuestra calidad como empresa.

14. CONCLUSIÓN

QUE DULCECITOS será una empresa única en el mercado de Planeta Rica, porque en la comunidad no se cuenta con un servicio que cumpla con las expectativas en presentación, sabor, calidad y asequible precio. Por ello, QUE DULCECITOS será una empresa innovadora, creativa estando a la vanguardia de las tendencias del mercado, por tanto, será atractiva y accesible para toda la comunidad ya sea niño joven o adulto, con servicios especiales para celebraciones, con la distribución del producto a nivel rural y urbano en el municipio.

Además, la empresa contara con un personal comprometido, responsable, amigable y confiado del excelente producto que ofrece. También es importante mencionar QUE

DULCECITOS, será el primer negocio en Planeta Rica con solo línea de Cupcakes, ofreciendo economía, cultura gastronómica y un ambiente agradable y confortable para toda la familia en nuestra comunidad con gran variedad y calidad de los productos.

En consecuencia, se lograra un impacto positivo en el consumo de Cupcakes ya que se involucrara, inspirara e incentivara en las madres cabeza de hogar, jóvenes y adultos mayores el compromiso de servir con amor en una empresa y por supuesto en especial a los distinguidos clientes de QUE DULCECITOS, ayudando así al desarrollo económico, social y cultural del municipio, fomentando el trabajo y el emprendimiento, puesto que el resultado de la entrevista para la aceptación del negocio fue satisfactorio, se puede decir entonces que la creación de la empresa de pastelería y repostería será viable, competitiva y rentable para el mercado.

13. ANEXOS



Figura 16 Pre diseño de Cupcakes QUE DULCESITOS

15. BIBLIOGRAFÍA

- Contero Bastidas, L. K. (2016). *Plan de negocio para la creación de una repostería especializada en la elaboración de cupcakes basados en postres tradicionales del Ecuador (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2016.)*.
- García Vargas, O. M., Oliva Morales, A., Polanco Gibaja, D., Reategui Suaquita, D., & Trujillo Delzo, P. (2017). *Elaboración, comercialización y distribución de cupcakes nutritivos..*
- Lara Álvarez, A. C. (2017). *Plan de negocios para la producción y comercialización de cupcakes personalizados en la ciudad de Ibarra (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2017.)*.
- Mundaray, M. (2013). *Plan de negocios para la creación de una empresa de producción de cupcakes en Naguanagua, edo. Carabobo.*
- Padrón Arias, A. (2013). *Creación de una empresa de venta de Cupcakes saludables en el municipio Baruta (Doctoral dissertation).*
- PAOLA, Z. Q. Y., & AGUSTINIANA, U. *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CUPCAKES EN LA LOCALIDAD DE FONTIBÓN EN BOGOTÁ.*
- TizónMariela, Z. (2014). *El boom, de los cupcakes: Una tendencia del Mercado. Revista Panadería y Pastelería Peruana. Edición, (160).*
- Vargas Hernández, D. A., & García Carvajal, L. V. (2014). *Plan de empresa para la creación de Real Cupcakes (Bachelor's thesis, Universidad Autónoma de Occidente).*