

Sweet Sesation Bakery



UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS



**ESCUELA DE TURISMO E IDIOMAS
CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS**

ACTIVIDAD PRÁCTICA PROFESIONAL

MÓDULO II parte final

PARTICIPANTES

DOMINGO ANTONIO SOLIS

ADA I. DÍAZ

MATRÍCULAS: 14-2455 / 15-0974

DIPLOMADO

**PLAN DE NEGOCIO Y GESTIÓN INTEGRAL DE PROYECTOS DE
EMPRENDIMIENTO EN LÍNEA**

FACILITADORA

ELIANA CAMPOS, M.A./M.G.C.

FECHA Y LUGAR

17 Julio, 2020

SANTIAGO DE LOS CABALLEROS, REP. DOM.

ÍNDICE

Resumen ejecutivo.....	07
Introducción.....	08
METODO CAMPO DE JUEGO DEL PROYECTO.....	09/12
PLAN DE NEGOCIOS CANVA BOARD, IDEA DE NEGOCIO.....	13/17
Antecedentes del sector.....	17/18
Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado.....	18
Objetivo general y objetivos específicos.....	18
Importancia y justificación del proyecto.....	19
Metodología.....	19/20
Delimitación del proyecto.....	20
Limitaciones del proyecto.....	20
SECCIÓN I: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO	
Descripción de la empresa.....	20
Imagen Corporativa o Brand Kit.....	21
Logo e Isotipo.	21
Eslogan.	21
Colores.	21
Tipografías.	21
Filosofía de negocios.	21
Misión.	21
Visión.	22
Valores.	22
Ventajas competitivas.	22
Valor agregado.....	22
Estrategias de diferenciación.....	22
SECCIÓN 2: ESTRUCTURA DEL ENTORNO	
Análisis FODA del proyecto..	23
Fortalezas.	23
Oportunidades.	23
Debilidades.....	24
Amenazas.	24

Análisis de la competencia.	24
Principales competidores.	24
Fortalezas.	25
Debilidades.	25
Análisis de la demanda o consumidores.....	25
Elaboración instrumento de medición o cuestionario en línea con 25 preguntas.....	25
Aplicación encuesta a 50 posibles consumidores.....	25
Análisis y presentación de los resultados de la encuesta.....	25/36
SECCIÓN 3: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA	
Mercado Meta	
Avatar de cliente. (Edad, genero, lugar de residencia, nivel de ingresos, nivel académico, estatus social, gustos y preferencias al comprar).....	36
Principales necesidades o deseos y expectativas. (¿Qué quieren?, ¿cómo lo quieren?, ¿qué valoran?, ¿qué esperan?, ¿qué les preocupa?).....	36
Estrategias de producto.	36
Descripción del producto o servicio.....	36
Características.	37/38
Beneficios.	38/39
Ventajas.	39
Valor agregado.	39
Formato de compra.	39
Estrategias de precios.	39/40
Costo o inversión de producción o adquisición.....	40
Margen de beneficios.	40
Precio de venta.	40
Precios promocionales.	41
Formatos de pago.	41
Manejo de devoluciones, descuentos e impuestos.....	41
Estrategias de distribución.....	42
Puntos de exhibición y ventas.	42
Formato y medios de distribución física.....	43
Estrategias de comunicación.	43

Tácticas promocionales. (Ofertas, descuentos, regalos, sorteos, premios, demo, bonos, especiales).	43
Tácticas publicitarias promocionales: (Flyers, spot, infomerciales, mini videos, etc.).	43
Tácticas promocionales de mediotristeRedes sociales, mensajería telefónica, correo electrónico, otras plataformas en línea).....	
Tácticas de ventas: Show room online con fotos o videos en página web o redes sociales, catalogo en pdf o interactivo, correos electrónicos, mensajes masivos, visitas personalizadas y enfocadas, otros.....	43
Tácticas de relaciones públicas. (donaciones, patrocinios, participación en actividades para el bien social o eventos de negocios y ferias.....	43

SECCIÓN 4: ESTRUCTURA TECNICA

Principales socios claves del proyecto.....	43
Accionistas o Inversionistas.	44
Proveedores.	44
Suplidores.	44/45
Plataformas online.	45
Asesores o especialistas de producción y Operaciones.....	45
Diseño gráfico.....	45
Soporte técnico.....	45
Manejo de sitios webs.....	45
Producción de alimentos o artículos.....	46
Áreas operativas del proyecto.....	46
Gerencia administrativa.	46
Atención al cliente.	47
Ventas y gestión de pedidos.	47
Producción.	47
Facturación y cobros.	48
Contabilidad.	48
Legal.	48
Compras y control de inventarios.	48/49
Actualización de contenidos online	
Organigrama.	50
Horario de trabajo y asistencia al cliente.	51

Políticas operativas del negocio.....	51
Normas laborales.....	51
Sección 5: ESTRUCTURA FINANCIERA	
Plan de inventario.....	52
Estado de flujos de efecto proforma.....	53
Plan de medios online.....	54
Estado de resultados proforma.....	55
Proyección de venta por temporadas.....	57/60
CONCLUSIÓN.....	61
BIBLIOGRAFÍA.....	62
ANEXOS.....	63/64

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto consiste en la elaboración y desarrollo de una repostería que tiene por nombre “Sweet Sensation Bakery” la cual se dedica a la elaboración de bizcochos personalizados y a la elaboración de diferentes tipos de postres, estará brindando sus servicios a través de su página web y diferentes redes sociales con el mismo nombre.

Se dedicará a ilustrar al público de Monseñor Noel, San Fernando de Montecristi y sus alrededores que estén interesados, estaremos subiendo fotos y videos a nuestra página, como también resaltaremos nuestro concepto ya que seremos una repostería dedicada a la elaboración de bizcochos personalizados elaborados con ingredientes tradicionales además de eso brindaremos la posibilidad de utilizar ingredientes orgánicos para la elaboración tanto de los bizcochos personalizados y no solo eso sino que también aplica para los diferentes postres que estaremos ofreciendo, logrando así el mejoramiento de la calidad de vida de los Dominicanos mediante la oferta de productos elaborados con ingredientes de calidad a precios accesibles que satisfagan las necesidades de los consumidores la ventaja competitiva que poseemos es que les vamos no solo a brindar diseños en pasteles sino también tortas caseras y postres.

Vemos en este concepto de repostería una muy buena opción ya que hoy en día son muchas las personas que quieren cuidar su salud, además de otras personas que por alguna condición de salud deben de limitarse a comer algunos ingredientes por problema de salud como enfermedad celíaca, diabetes obesidad u otra condición. Nos da una gran satisfacción poder corroborar con esas personas que no pueden degustar de bizcochos y postres tradicionales.

INTRODUCCIÓN

A continuación, se estará hablando acerca de cómo surgió la repostería “Sweet Sensation Bakery” al principio de proyecto se estará hablando de cómo surgió la idea y como fuimos desarrollando cada una de esas ideas, luego de esto procedimos a ciertas evaluaciones acerca del entorno de su entorno donde estuvimos hablando acerca de los socios claves, desafíos, propuestas de valor, motivación entre otros conceptos muy importantes, los cuales son esenciales para respaldar el proyecto.

Posteriormente, se explica acerca de los antecedentes de este mercado y cuáles son sus objetivos acompañado de las limitaciones y los diferentes métodos a utilizar para el desarrollo del mismo, además de la siguiente estructura que habla acerca de lo mercadológico es la parte que explica la parte del avatar de cliente, precios de manera detallada ya que especifica cada uno de los ingredientes junto a su descripción y más adelante las estrategias para asignar los precios de los productos.

También podemos apreciar la información de cómo estaremos desarrollando la parte técnica del proyecto, es la parte donde se explica cómo manejaremos la parte legal de esta empresa y bajo cual régimen, además del organigrama y el horario de trabajo, entre otros temas donde cada uno de ellos serán explicados de manera clara.

Y por último se estará definiendo la parte financiera de la empresa donde detallan los precios de cada una de las herramientas que vamos a utilizar para la elaboración de los bizcochos y postres desde una maquinaria hasta un ingrediente que vallamos a utilizar.

1. ¿Cómo surge esta idea?

Esta idea surge a raíz de una comunicación con mi compañero, ambos expresamos nuestras ideas y entre esas ideas estaba la idea de montar un negocio de repostería y fue así como escogimos desarrollar el proyecto acerca de este tema.

2. ¿Por qué te identificas con esta idea?

Nos identificamos con dicha idea por el motivo de que ambos pensamos en hacer algo diferente que cumpla con las necesidades de los clientes, y que mejor forma que un proyecto que busca mejorar el bienestar y la salud de los consumidores.

3. ¿Por qué te atrae esta idea?

Esta idea es bien atractiva ya que poco común un repostería que ofrezca servicios de bizcocho saludable con servicios complementarios.

4. ¿Qué es lo que más te gusta de esta idea?

Lo que más nos satisface es pensar que con este proyecto aportaremos a la salud y al bienestar de las personas, ya que, sería opción de los interesados consumir postres saludables o seguir consumiendo postres tradicionales que muchas veces no son favorables para nuestra salud.

5. ¿Cómo se relaciona esta idea con tu proyecto de vida?

Consideramos que la idea de desarrollar este proyecto puede ser exitosa, ya que es un proyecto que no se ha desarrollado completamente, es por eso que más adelante nos vemos desarrollando un negocio como este porque es algo que nos gusta y nos apasiona.

6. ¿A qué te comprometes por llevar a cabo esta idea?

Nos comprometemos a ofrecer un producto de calidad que mejorara la calidad de vida de las personas, el simple hecho de pensar que personas que quieren cuidar su salud tendrán la oportunidad de consumir una gran variedad de postres que no dañaran su salud nos hacen sentir muy satisfechos.

7. ¿Qué estarías dispuesto hacer por esta idea?

Estamos dispuestos a indagar acerca del tema para así poder desarrollar un proyecto rentable sostenible y que pueda causar un impacto positivo en los posibles consumidores que puedan estar interesados en nuestro producto.

HACER EXPERIMENTOS CON LOS CLIENTES

8. ¿Cuáles de los siguientes mecanismos estas dispuesto a usar para obtener estas informaciones: encuesta, entrevista, experimentos?

Deberíamos aplicar una encuesta a una muestra de la sociedad, así conocemos que tan satisfecho se siente con los servicios brindado con el mercado ya existentes. Además, aplicaríamos un experimento donde se hagan degustaciones del producto a fin de ver a escogencia del producto con los posibles clientes.

9. Realiza una encuesta a diez clientes potenciales con las siguientes preguntas: ¿Estaría dispuesto a comprar tu producto o servicio online? ¿Qué aspectos valoraría más a la hora de comprar? ¿Qué espera de tu oferta comercial?

En una opinión resumida de las personas encuestada coincidieron en varios aspectos como la entrega, precio y la imagen de la presentación del producto, que este sea el mismo que la personas adquiere.

10. Realiza una entrevista a un emprendedor de tu competencia y pregúntale lo siguiente: ¿Principales desafíos de este tipo de negocios?, ¿Principales aprendizajes?, ¿Mejor consejo?

Al cuestionar un emprendedor este manifestó que dentro de sus principales desafíos están: los riesgos, la intuición y la ambición, también al preguntarle sobre un mejor consejo este sugirió tener ideas claras y pensar como futuros empresarios.

OIR (OFERTA PRODUCTO O SERVICIO)

12. ¿Cuáles son las necesidades tus posibles clientes?

Los negocios exitosos funcionan porque le pueden vender a sus clientes varias veces (es decir, tienen clientes repetitivos), para los posibles clientes sus principales necesidades es tener una empresa que le pueda satisfacer sus necesidades a los fines, de igual forma recibir el producto en la fecha indicada, también que sea un producto terminado con la calidad esperada.

13. ¿Qué desean tus posibles clientes?

La satisfacción de las necesidades de los clientes, sean estos consumidores finales u otras empresas, es un requisito para competir en el mercado y depende de muchos factores. Conocer qué quieren los clientes es una condición necesaria pero no suficiente para ganar en los mercados actuales.

14. ¿Qué les motiva tus posibles clientes?

La motivación es algo que nos mueve a actuar de determinada manera en un momento específico. En el mundo de los negocios, es una de las razones que nos impulsa a elegir un producto o un servicio, sé honesto e íntegro, ofréceles satisfacción y analiza lo que quieren tus clientes.

15. ¿Qué les preocupa tus posibles clientes?

La eficiencia de nuestro servicio es algo elemental que debemos cuidar, es lógico, pero no sólo ahí quedan las preocupaciones de nuestros clientes, se extienden hasta los errores en la Web respecto al producto recibido pasando por la transparencia de nuestro trabajo a la hora de mostrar las facturas.

PENSAR

16. ¿Qué producto o servicios piensas ofrecer?

Queremos ofrecerle un servicio de repostería donde se le ofrezcan bizcocho para todas las ocasiones, además de ofrecer una variedad de pastel casero o mejor dicho saludable.

17. ¿Qué sabes de tus clientes?

Si tomando como referencia la calidad que es recibido en los servicios brindados de parte de la posible competencia podemos decir que, la falta de entrega a tiempo así como la falta de textura en la terminación y calidad en el producto además de los valores agregados que se pueden tener en este tipo de negocios, nos conlleva a expresar el descontento.

18. ¿Qué valor agregado ofrecerás a tus clientes?

En el valor agregado de este producto podemos, hacer diferentes combinaciones de oferta que adherida de su valor agregado podemos citar un ejemplo por la compra de 1 libra de pastel te regalamos la vela y los globos.

19. ¿Cuáles beneficios ofrecerás a tus clientes?

Dentro de los beneficios se podrían agregar un banco de datos donde identifiquen los clientes repetitivos y/ o potenciales, aquí le brindaríamos un servicio personalizado, además de poder hacerle si se pudiera una línea de crédito, así como descuentos especiales en fecha especiales a para ellos.

20. ¿Cuáles beneficios obtendrás tú?

Obtendremos múltiples de beneficio al desarrollar este proyecto de repostería ya que el simple hecho de desarrollar una empresa ya es una ventaja, a pesar de que no será un trabajo fácil tenemos la esperanza de que con dedicación y empeño podemos obtener buenos resultados.

VER (SITUACIÓN ACTUAL MERCADO)

21. ¿Quiénes son tus competidores?

Nuestra competencia son las empresas de panadería y repostería.

22. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de tus competidores?

Fortaleza: experiencia, tiempo en la práctica, nicho de mercado y reconocimiento de su marca.

Debilidades: Las debilidades que tienen nuestros competidores es que la mayoría de estas empresas solo brindan servicios de manera presencial y otra debilidad puede ser la calidad de los productos.

23. ¿Cuáles la dinámica de interacción entre tus posibles clientes y esas empresas?

La dinámica de las empresas de panadería y repostería con los clientes en la actualidad es de manera presencial y a través de llamada son muy pocas las para no decir ninguna que se manejan a través de páginas. En la mayoría de los casos debe pagar 50% del valor del producto para realizar la orden.

24. ¿Cómo te diferenciaras de tus competidores?

Nuestra diferencia de las empresas tradicionales por dos razones porque brindaremos servicio de manera online y por el tipo de productos que vamos a ofrecer, nuestro fuerte será brindar productos más saludables hechos con productos orgánicos, sin gluten, bajo en caloría y sobre todo al gusto de los futuros consumidores.

Motivación

Nos motiva ofrecer un producto que aporta en el bienestar alimenticio de las personas a través de nuestros servicios.

Necesidad

Ofrecer a nuestros clientes una gran variedad de postres y a la vez cuidar de su salud.

Oportunidad

Ofrecer un producto asequible, tomando en cuenta las necesidades de cada cliente.

Desafío

Desarrollar el proyecto de manera online, mantener la calidad de los productos.

Propuesta de valor

- Bizcocho para diferentes ocasiones.
- Entrega dentro de las 24 horas o antes
- Precios asequibles y competitivos.
- Pudín, galletas, torta y tarta
- Diferentes formas de pago: electrónico, depósito y transferencia
- Estrategia para la fidelización de los clientes.

Productos o servicios

- Bizcocho para cumpleaños y cualquier tipo de evento
- Postres elaborados con ingredientes tradicionales
- Postres elaborados con ingredientes orgánicos

Perfil cliente

- Toda persona que necesite un bizcocho de cumpleaños o para cualquier ocasión
- Quienes quieran disfrutar de postres orgánicos, libre de gluten y bajos en calorías

Valor agregado

- Calidad
- Ofertas
- Regalos
- Variedad

Beneficio esperado

- Fidelidad
- Buena imagen

Relación con los clientes

Uno de los aspectos que consideramos importante para el desarrollo de nuestro proyecto es la buena relación con los clientes.

Así que para mantener esa buena relación con nuestros clientes de manera online estaremos utilizando las siguientes herramientas:

Compra asistida, redes sociales, página web y vía telefónica.

Segmentación clientes

Los consumidores de nuestros productos tienen las siguientes características:

- Todas las edades
- Precios económicos
- Compra electrónica
- Personas que buscan cuidar de su salud
- Personas de Cabecera Monseñor Noel (Bonaó), la Provincia de Montecristi y sus alrededores.

Actividades clave

Elaboración de bizcochos:

- Tradicionales
- Variedad de productos a base de harina orgánica (pudding, tarta, torta, galletas, etc).

Recursos clave

Blog personalizado con redirección a la URL a las redes sociales y link de pago.

Canales

- Instagram
- Facebook
- Whatsapp
- Blog personalizado

Envíos por: puerta a puerta o retiro físico.

Socios clave

- **Portales web**
Página web empresarial
Blogger
- **Redes sociales**

Instagram
YouTube
Facebook

- **Suplidores**

Super Mercado Bravo
Profuveca SRL
Ready JT, SRL

- **Sistema de Mensajería**

Correo electrónico
Whatsapp
Chat de la web

- **Capital humano**

Repostero, personal de oficina y delivery.

Fuente de ingresos

- Oficina física
- Correo electrónico
- Whatsapp
- Facebook
- Instagram
- Llamada telefónica

Propuesta de valor

Para lograr que los consumidores se convenzan de que hicieron la mejor compra, dándoles así satisfacción total. Nos preocuparemos por cumplir con las siguientes propuestas:

- Un servicio de calidad de manera online
- Precios justos y asequibles
- Buen sabor en todos nuestros productos
- Puntualidad y facilidad para adquirirlos
- Cada cliente tendrá la opción de escoger, ya sea postres elaborados con ingredientes tradicionales o con ingredientes orgánicos
- Garantía de higiene y calidad

Podrás obtener nuestro servicio a través de las redes sociales

Es necesario resaltar que nuestro único canal de distribución será a través de un delivery, pero para que esto sea posible estaremos dando asistencia a los clientes a través de la página web, redes sociales y vía telefónica.

Portales web

- Redes sociales

Mensajería instantánea

- WhatsApp
- Correo Electrónico

Teléfono

Relaciones con el cliente

Uno de los aspectos que consideramos importante para el desarrollo de nuestro proyecto es la buena relación con los clientes.

Así que para mantener esa buena relación con nuestros clientes de manera online estaremos utilizando las siguientes herramientas:

Página web: Estaremos promocionando nuestros productos y asistiendo a los clientes a través de la página web.

Redes sociales: Daremos asistencia personalizada a través de diferentes redes sociales.

Otros: Y sobre todo dando un buen servicio para poder ser recomendados a través de las personas que consuman nuestros productos.

Estructura de costos

- ✓ Compra Hosting y Dominio
- ✓ Compra software de seguridad y otros
- ✓ Pago por publicidad en redes sociales
- ✓ Cocina industrial para repostería
- ✓ Oficina equipada que incluya lobby
- ✓ Registro de marca y pago de impuesto
- ✓ Personal Capacitado en el área de repostería
- ✓ Supervisión de un especialista en la salud
- ✓ Un personal para distribuir los pedidos (delivery)

Nombre de la empresa

Sweet sensation bakery (más que una opción para tu ocasión)

Descripción breve del negocio

Somos una empresa dedicada a la repostería y elaboración de diferentes tipos de postres, la cual se destaca por la calidad de los ingredientes que utilizaremos para la elaboración de sus productos y brindar su servicio de manera online.

Visión

Ser una empresa online que cumpla con las herramientas necesarias para la producción y comercialización de productos de repostería y panadería, ofreciendo a nuestros clientes siempre un servicio de excelencia.

Misión

Mantener satisfecho el paladar de nuestros clientes, brindándoles el mejor y más amplio surtido de repostería de alta calidad, agregando valor a nuestro servicio al brindarles la opción de escoger los productos orgánicos para la elaboración de sus postres y ocasiones especiales.

Valores

- Calidad
- Responsabilidad
- Eficiencia
- Higiene
- Competitividad
- Sostenibilidad Ambiental

Antecedentes del sector

El bizcocho dominicano, es uno de los descendientes del conocido bizcocho llamado "Pound cake" muy americano, pero originalmente británico.

En nuestra cultura a diferencia de otras, el bizcocho es de suma importancia en los eventos ocasionales (bodas, cumpleaños, entre otras fiestas), para ellos en el año 1969 la señora Miriam de Gautreaux, empezó de forma honorífica a emular sus conocimientos en este sector mediante una escuela creada por el gobierno y un convenio con el país de Venezuela, cabe destacar que los primeros alumnos de esta escuela fueron personas del sexo femenino, esto así fue para dar cabida a los hombres e insertar las mujeres al mercado laboral.

Para este mercado, según lo indagado, este tipo de estableciendo no ha surgido de forma online, sino que, lo ya existente y posicionado en el mercado se han visto en la plena obligación de hacer la transición o más bien, ofrecer sus productos y servicios por algunas plataformas digitales, cabe destacar que las

principales reposterías en el norte, brindan sus servicios por las redes sociales (WhatsApp, Instagram, y Facebook)

Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado

Tenemos la necesidad de desarrollar una repostería con variedad de productos para diferentes públicos, ya que, aparte de las necesidades básicas, hay personas que buscan ciertas comodidades como la asistencia online, dicha modalidad favorece tanto a los clientes como a la empresa, además le permite a los consumidores dar seguimiento a sus pedidos desde cualquier lugar a través de las redes. Los usuarios tienen mucha información a su disposición de los ingredientes con los que está elaborado el bizcocho o postre que le interesa, también le ahorra tiempo a los clientes ya que su pedido llega a la dirección indicada y asimismo podrá dejar sus comentarios en la página web de la empresa.

Al mismo tiempo, se trata de innovar en el mercado de la ciudad con estos productos, ya que no se encuentran en el comercio y también para que las personas tengan la libertad de escoger los ingredientes orgánicos o tradicionales con los cuales desean la elaboración de sus bizcochos o postres, de igual manera se le estaría ofreciendo algunas variedades de pasteles elaborados con frutas exóticas para los clientes que deseen llevar una vida más sana.

Objetivo general y objetivos específicos

Objetivo general:

Producir bizcochos y postres de alta calidad, exquisito sabor y menor costo con el propósito de establecer la repostería Sweet Sensation Bakery en el mercado de las comunidades de Montecristi y Monseñor Noel.

Específicos:

- ✚ Producir bizcochos y tortas, de alta calidad, exquisito sabor y menor costo buscando así posicionarnos en el mercado.
- ✚ Dar a conocer la calidad que ofrece la materia prima que utilizamos para la elaboración de nuestros bizcochos.
- ✚ Innovar con diseños acordes a las preferencias dentro del mercado, generando así competitividad y preferencia.

Importancia y justificación del proyecto

Se creará una repostería con el fin de satisfacer necesidades propias de los socios y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que consumen bizcochos y otros tipos de postres, ya que nos preocuparemos por tener variedad de productos y daremos la opción a los clientes de escoger los ingredientes para la elaboración de sus postres y bizcochos, pueden escoger ingredientes tradicionales como harina de trigo, leche, frutas, mantequilla, etc. Y para aquellos consumidores que le apasiona llevar una vida más sana que prefieran ingredientes orgánicos, podrán escoger harina sin gluten, avena, frutos secos, leche de almendra, frutas, vegetales y edulcorante.

Al desarrollar una empresa dedicada a la elaboración de bizcochos y postres que dará sus servicios de manera online, dando así la facilidad a los clientes de mantenerse al día de la variedad de productos que se estarán ofreciendo y la facilidad hacer sus pedidos a través de la página web y las diferentes redes sociales, también por la comodidad que brindará, ya que todos sus pedidos serán llevados a la dirección que indique el cliente.

Además, particularmente por ser un híbrido de la variedad de sabores de tortas que se conocen y la infinidad de opciones para decorar, que ofrecen un derroche de creatividad para fiestas o tardes de café.

Metodología

Estaremos llevando a cabo las investigaciones para el desarrollo de la repostería "**SWEET SENSATION BAKERY**" en diversas redes sociales, como también estaremos utilizando el método de recolección de información, para proceder a procesar los datos y poner en marcha la creación de diversos bizcochos y postres de acuerdo a la preferencia de nuestros clientes y así iniciar con nuestro proyecto.

Para la recolección de datos estaremos utilizando las siguientes herramientas:

Método de juego de campo para emprendimiento: el cual consiste en transformar el pensamiento en una idea de negocio, para llevar a cabo esta idea utilizamos algunas técnicas como: la cuestionarte del corazón, el oír, el pensar, el ver y el hacer.

Metodo Canva Board: en esta parte del proyecto estuvimos desarrollando clientes, ofertas, infraestructura y viabilidad de producto.

Análisis FODA: es la responsable de dar a conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta el proyecto

Encuestas, de acuerdo a un cuestionario estructurado: a través de la encuesta aprendemos acerca de nuestros clientes, cuáles son sus gustos, necesidades y nivel de aceptación de nuestros productos.

Delimitación del proyecto

Parece conveniente que la delimitación de la investigación estará determinada en las comunidades de Monseñor Nouel y San Fernando de Montecristi. A tal fin, la limitación en la investigación, tiene como punto central la repostería y bizcocho de fruta exótica en el mercado online

Este proyecto, aunque será online, en principio tendrá su desarrollo en dos localidades de la República Dominicana, en la provincia San Fernando de Montecristi y el Municipio cabecera de la provincia Monseñor Nouel. De igual forma, después de haber concretado todas las ideas del proyecto, escatimamos comenzar en el periodo de Enero 15, 2021.

Limitaciones del proyecto

- ❖ Los recursos económicos para la implementación de cualquier proyecto en todo inicio, son escasos y conllevan precios muy elevados en el mercado como son: la tasa de interés o la rentabilidad.
- ❖ La falta de utensilios para la repostería.

Descripción de la empresa

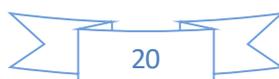
Somos una empresa dedicada a la elaboración de bizcochos y postres para todo tipo de celebraciones, elaborados con el más avanzado control de higiene, calidad, tecnología en diseño y manufactura; utilizando como materia prima básica harina, con diseños innovadores acordes a cada celebración, con acabados impecables permitiendo así una plena satisfacción de nuestros clientes.

A la vez, los pasteles son elaborados de acuerdo a las especificaciones del cliente. Ya que también hacemos diferentes tipos de postres, como galletas, tortas, tartas, pudín, flan, etc. Ofrecemos productos con garantía, calidad tamaño y frescura ideal para la aceptación total.

El servicio a ofrecer es de manera online, mantenemos informados a los clientes a través de la página web y le daremos seguimiento por medio de las diferentes redes sociales.

Imagen Corporativa o Brand Kit

Logo e Isotipo





Eslogan

"Más que una opción".

Colores

Nuestros colores primarios serian: rosado, amarillo, blanco y verde.

Tipografías

- ❖ Time New Roman
- ❖ Arial
- ❖ Cambria

Filosofía del negocio

Nuestro proyecto tiene como filosofía, convertirnos en socios de nuestros clientes, creemos en la diversidad como principio de innovación, nuestra presentación será la satisfacción de nuestros consumidores, vamos a operar con altos estándares de calidad, para brindar experiencias que superen expectativas. También será un equipo que cuente con el mejor talento, que vive una cultura de foco al cliente y pasión por lo que hace, mancomunado con el desarrollo sostenible de nuestra sociedad.

Misión.

Mantener satisfecho el paladar de nuestros clientes, brindándoles el mejor y más amplio surtido de repostería de alta calidad, agregando valor a nuestros servicios, al brindarles la opción de escoger ingredientes orgánicos para la elaboración de sus bizcochos y postres.

Visión

Ser una empresa de repostería de servicio online que cumpla con las herramientas necesarias para la comercialización de bizcochos personalizados y diferentes tipos de postres.

Valores

- ✓ Calidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Eficiencia
- ✓ Higiene
- ✓ Competitividad
- ✓ Sostenibilidad Ambiental

Ventajas competitivas

A pesar de que las ciudades donde estará ubicada la repostería no están muy desarrolladas en este tipo de comercio, el ofrecer opciones saludables nos convierte en una empresa atractiva y diferente a las demás.

Valor agregado

Algunos valores agregados que obtendrán nuestros aliados para buscar con ellos la fidelización de los mismos son:

- ✓ Oferta de temporada
- ✓ Descuento
- ✓ Entrega en el tiempo establecido
- ✓ Regalos
- ✓ Plataforma para autoservicios 24/7
- ✓ Servicios asistido
- ✓ Descuentos especiales a los clientes potenciales
- ✓ Calidad
- ✓ Responsabilidad, higienización y producto personalizado.

Estrategias de diferenciación

Con lo expuesto anteriormente, todos esos valores nos llevarán a marcar la diferencia en nuestro mercado, además trabajaremos para posicionarnos como marca. En otro ámbito, seremos un proyecto socialmente responsable con nuestra sociedad, así aportamos al desarrollo sostenible, brindándole servicios de calidad, exóticos, que vayan acorde al buen gusto de cada consumidor.

Fortalezas.

- ✓ Servicio online ya que ofrece la posibilidad de que desde cualquier parte se pueden visualizar y hacer sus pedidos de bizcochos y postres.
- ✓ Servicio a domicilio.
- ✓ Se cuenta con el personal comprometido y capacitado para realizar todos los procesos necesarios que lleva la elaboración y comercialización de bizcochos personalizados y diferentes tipos de postres.
- ✓ Se manejan diversos precios de acuerdo a la necesidad del cliente, con el fin de abarcar los clientes potenciales.
- ✓ Se cuenta con diseños originales, variedad de sabores y que tanto los bizcochos como los postres serán elaborados con ingredientes tradicionales o ingredientes orgánicos, ofreciendo una variedad de productos al gusto de cada cliente.
- ✓ Para la adquisición de la materia prima se cuenta con un proveedor titular, el cual brinda las garantías necesarias, garantizando la calidad del insumo, además se cuenta con proveedores alternos los cuales serán contactados en caso de que el titular no cumpla, con el fin de que la empresa no tenga problemas en la adquisición de los insumos.

Oportunidades.

- ✓ Aunque haya en el mercado una variedad de empresas dedicadas a la repostería, son pocas las empresas que dan opción a sus clientes de escoger entre dos tipos de ingredientes ya sean tradicionales u orgánicos, para la elaboración de sus bizcochos y postres.
- ✓ Prestar un portafolio de servicios amplios a empresas dedicadas a la elaboración de eventos sociales de todo tipo, ya que muchas de ellas no son especializadas en la fabricación de este tipo de productos y prefieren subcontratar este servicio.
- ✓ A través de las imágenes y la ilusión óptica de los productos que ofrecemos se hace publicidad llamativa, es así como mantendremos al tato a nuestros clientes de la variedad y creatividad de nuestros bizcochos y postres.
- ✓ Incluir a la sociedad en los programas sociales del proyecto.
- ✓ Crecimiento sostenible.
- ✓ Podemos desarrollar nuevos productos para mercados nuevos.
- ✓ Podemos desarrollar o adquirir nuevas tecnologías de fabricación.
- ✓ Tendencia al crecimiento en el mercado local.

Debilidades.

- ✓ Al ser una empresa que está incursionando en el mercado, no se cuenta con el reconocimiento dentro del sector, a pesar que tenga productos de calidad.

- ✓ La disminución de costos no será un punto a favor porque la empresa no tiene el capital necesario para realizar la compra de insumos en grandes volúmenes.
- ✓ Se tiene una capacidad productiva relativamente baja, por contar con poca maquinaria y personal por encontrarse en etapa de introducción en el mercado.
- ✓ No se tienen los recursos necesarios para la ejecución del plan de negocios
- ✓ Falta relación con diferentes entes emprendedores.
- ✓ No conocemos a fondo el mercado.

Amenazas.

- ✓ La presencia en el mercado de empresas reconocidas a nivel nacional en el sector de repostería.
- ✓ Ventas Informales de bizcochos y postres a precios bajos.
- ✓ Variedad de productos sustitutos que se encuentran en el mercado, los cuales cumplen con la misma finalidad, por lo que hay que tener una estrategia de penetración de mercado fuerte para poder tener una mejor acogida en el mercado.
- ✓ Poco crecimiento en la economía.

Análisis de la competencia.

Es importante conocer la competencia del mercado para generar una característica diferenciadora que permita lograr posicionar la empresa, generar una mayor participación y fidelización de los clientes, además para una empresa que apenas va ingresar a un mercado es de mucha ayuda saber cómo es el comportamiento de las empresas de este sector, cuáles son sus productos, sus precios, sus clientes, sus estrategias de mercado, su ubicación, los cuales son aspectos fundamentales que ayuden a establecer la estrategia de mercado de la empresa.

La competencia se puede identificar a nivel local estableciendo las más reconocidas del sector económico con su respectiva información, los datos se recolectaron por medio de una encuesta en la medida que fuera posible, o por información establecida en las páginas web de las empresas.

Competencia local:

- Repostería y Panadería Miguelina.
- Repostería Mía.
- Panadería Vanesa.

Fortalezas.

- Las reposterías mencionadas son reconocidas por la calidad de sus productos y servicios.
- Están establecidas en el mercado por sus años de experiencia en el área de repostería.

Debilidades.

- Alto costo
- Los precios no son visible para el público.
- Falta de publicidad.
- Oportunidad para que los consumidores conozcan con cuales productos está elaborado su bizcocho.

Análisis de la demanda o consumidores.

La teoría económica define la demanda de mercado como la cantidad de un bien o servicios que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado y en un periodo dado. De esta manera se presenta una relación de causalidad entre la cantidad demandada y el precio, pero en el sentido económico más amplio, existen otras variables que influyen en la demanda de un bien o servicio y están íntimamente relacionadas con esta, como lo es el nivel de ingresos y los hábitos de consumo de los usuarios potenciales, y el precio de otros bienes sustitutos o complementarios.

Aplicación encuesta a 50 posibles consumidores.

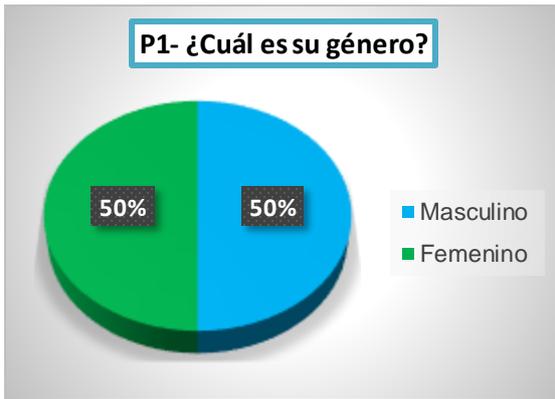
En este link podemos observar la aplicación del cuestionario a una muestra de nuestro posibles consumidores.

<https://es.surveymonkey.com/r/87YY3TH>

Análisis y presentación de los resultados de la encuesta.

A modo de gráfica y tabla, con su respectivo análisis a continuación se muestra el resultado obtenido de la encuesta realizada para conocer el nivel de aceptación que tienen los bizcochos personalizados. Dicha investigación se ha realizado en la fecha 19 hasta el 20 del mes de Julio con una muestra de 40 personas y una aplicación de un cuestionario de 15 preguntas.

También cabe destacar que la herramienta utilizada para realizar esta pesquisa fue la App Survey Monkey, y su modo de aplicación fue vía WhatsApp.



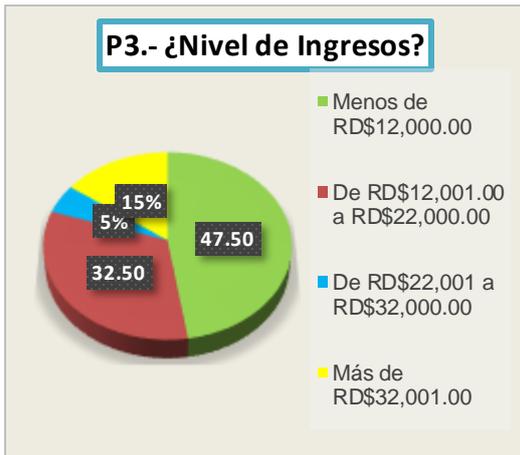
P1.- ¿Tu Genero?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Masculino	50%	20
Femenino	50%	20
Totales	100	40

Argumento: como los criterios de cada estudio que se vaya a realizar es de prioridad conocer el perfil de sus entrevistados, quisimos realizar e identificar el porcentaje de cada género que le aplicamos el cuestionario haciendo la pregunta **¿Cuál es su género?**, y obtuvimos los resultado de que en nuestra muestra levantada el 50% fue para el género masculino además el otro 50% lo obtuvo el género femenino.



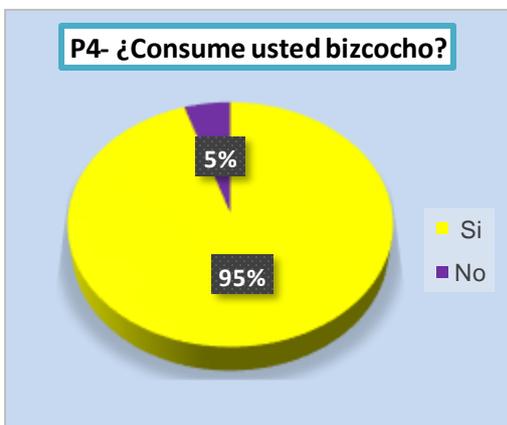
P2.- ¿Ocupación?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Empleado privado	74.36	29
Empresario	10.26	04
Ama de casa	2.26	01
Estudiante	12.82	05
Totales	100	39

Argumentación: Dándole continuidad a nuestra aplicación de nuestro cuestionario queremos conocer el perfil de nuestros posibles consumidores le preguntamos a que se dedican, y el 74.36 % de la muestra respondió que son empleado privado, mientras que el 10.26% de los encuestado son empresarios además la ama de casa representan 2.26 % de los entrevistado así el 12.82% son estudiante.



Argumentación: Es de gran importancia para todo aquel que tiene previsto desarrollar un proyecto o idea de negocio conocer demográficamente sus posible consumidores en este caso preguntamos el nivel de ingreso y como resultado a la muestra donde aplicamos este cuestionario el 47.50 por ciento de los encuetado respondieron que sus ingresos son menos o igual a RD\$12,000.00, así otro 32.50 por ciento respondieron que sus ingresos rondan los RD\$12,001.00 a RD\$22,000.00 mientras que lo que su entrada es de RD\$22,001 a RD\$32,000.00 de nuestra muestra representan el 05 por ciento de igual manera los que reciben RD\$32,001.00 o más, en nuestra estudio constituyen el 15 por ciento.

P3.- ¿Nivel de Ingresos?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Menos de RD\$12,000.00	47.50	19
De RD\$12,001.00 a RD\$22,000.00	32.50	13
De RD\$22,001 a RD\$32,000.00	5	02
Más de RD\$32,001.00	15	06
Totales	100	40



P4.- ¿Consume usted bizcocho?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Si	95	38
No	05	02
Totales	100	40

Argumentación: Como nuestra idea de negocio se enfoca en la elaboración de bizcocho personalizado o exótico quisimos realizarle las preguntas a nuestros encuestados de que si consumían bizcocho y obtuvimos como resultado de que 95% de los entrevistados dijeron que consumían bizcocho y el otro 02% de la muestra dijeron no consumirlo.



P5.- ¿Qué tipo de bizcochos compra?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Bizcocho personalizado	45	18
Bizcocho caseros	22.50	09
Bizcocho industrializado	15	06
Otro	17	07
Totales	100	40

Argumentación: Luego de haber conocido nuestra población en el consumo de nuestro producto, aspiramos conocer el tipo de bizcocho consumen nuestros posibles consumidores. Obteniendo los resultados siguientes: los compradores de bizcocho personalizado en nuestra muestra están representado 45 por ciento con 18 personas entrevistadas, mientras el 22.50, equivalente a 09 personas que compran pasteles, se inclinan por los bizcochos caseros así de igual forma los consumidores de bizcochos industrializados están representado el 05 por ciento es decir 02 personas, mientras el 17.50 por ciento de nuestra población donde se aplicó la encuesta desean otro tipo de bizcocho.



P6.- ¿Qué aspectos son importantes al comprar este producto?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Calidad	87.50	35
Ingredientes	05	02
Precio	2.50	01
Diversidad	00	00
Totales	100	40

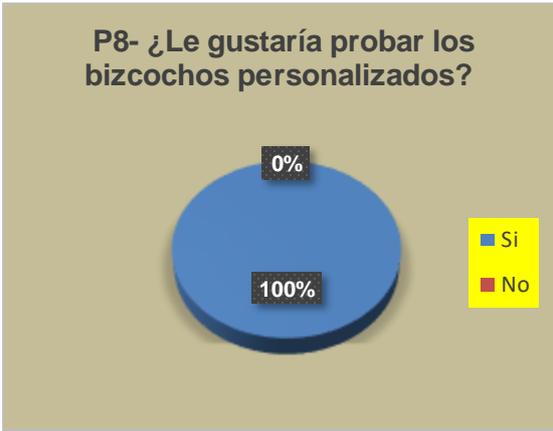
Argumento: continuando con el desarrollo de nuestro estudio, esta vez buscamos conocer los aspectos de más relevancia para nuestros consumidores y la colecta obtenida en nuestra muestra fue que un 87.50% busca calidad, otro lote de nuestro encuestado correspondiente al 05% dijeron que para ellos son más apreciables los ingredientes, además el 2.50% manifestó que el precio es su aspecto principal.



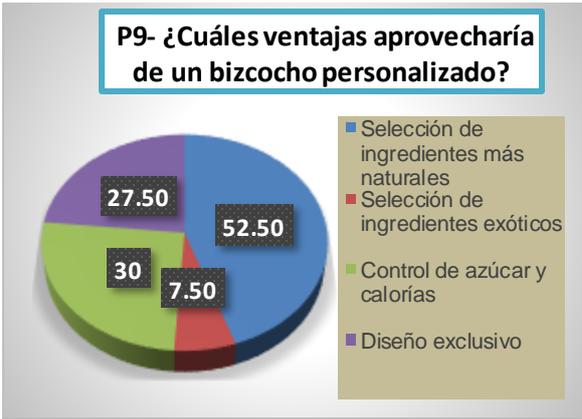
Argumento: como nuestra idea de negocio está plasmada en su desarrollo online en nuestro estudio no deben faltar los establecimientos que nuestros posible consumidores usan para realizar la compra de sus pasteles, dicho sondeo arrojó que los compran en reposterías especializadas en la muestra corresponde al 42.50%, mientras que el 37.50% compran en la Panadería & Repostería así mismo el 05% adquiere sus productos en restaurantes y cafeterita otro 05% consume de supermercados, además un 10% de nuestra población encuestada declaró que compra en otros establecimientos.

P8.- ¿Le gustaría probar los bizcochos personalizados?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Si	100	40
No	00	0
Totales	100	40

P7.- ¿Qué aspectos son importantes al comprar este producto?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Reposterías especializadas	42.50	17
Panaderías & Repostería	37.50	15
Supermercados	05	02
Restaurantes o cafeterías	05	02
Otro	10	4
Totales	100	40



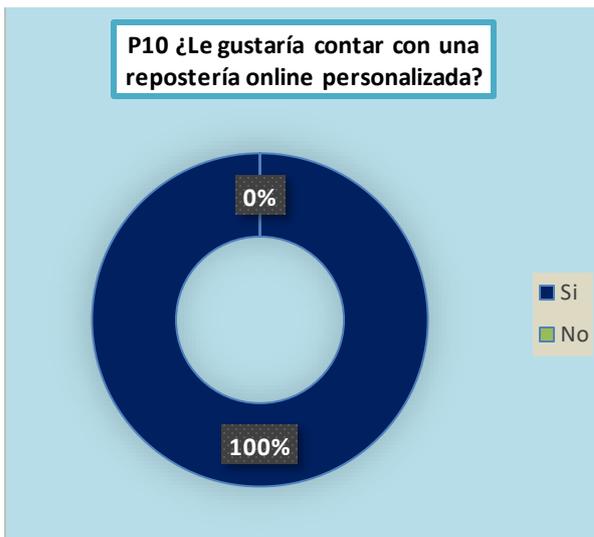
Argumento: De acuerdo a los resultados arrojados por la encuesta al cien por ciento de las personas encuetadas les gustaría probar bizcochos personalizados, lo que indica que el producto tiene una buena rotación en el mercado dominicano y permite tener unas buenas ventas por mes.



P9.- ¿Cuáles ventajas aprovecharía de un bizcocho personalizado?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Selección de ingredientes más naturales	52.50	21
Selección de ingredientes exóticos	7.50	03
Control de azúcar y calorías	30	12
Diseño exclusivo	27.50	11
Totales	100	40

Argumento: Es para nosotros de muchas preeminencias estar al tanto con nuestros clientes, esta vez le cuestionamos sobre que es de mayor beneficio para ellos en los bizcochos personalizados y los resultados logrados muestran lo siguiente: que al 52.50% les gusta que los ingredientes sean más naturales, de igual forma los que prefieren ingredientes exóticos, están representados en un 7.50%, también el 30% de los que le aplicamos el cuestionario dijo que aprovecharía más el control de azúcar y calorías, distinto al 27.50% ven más ventajoso los diseño exclusivo.

P10.- ¿Le gustaría contar con una repostería online personalizada?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Si	100	40
No	00	0
Totales	100	40

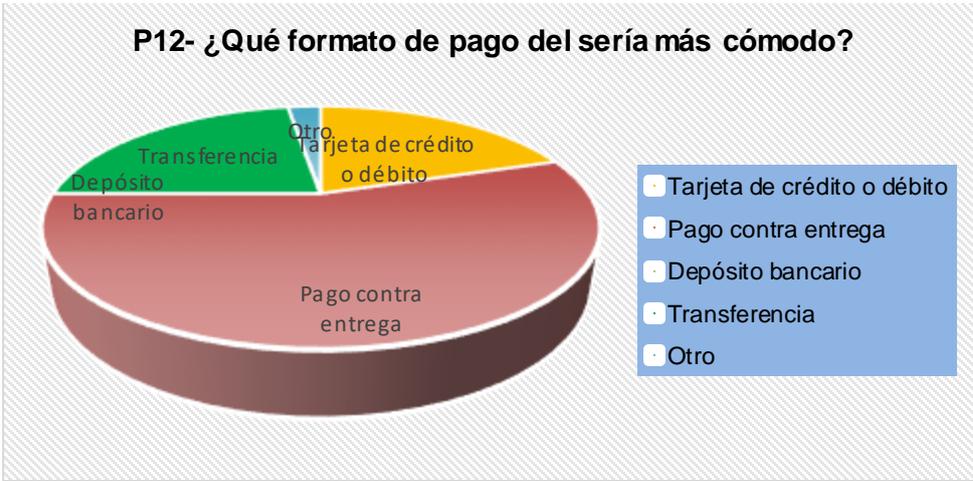


Argumento: Ya para conocer el auge de aceptación preguntamos ¿Le gustaría contar con una repostería online personalizada? Y la repuesta de lo que se le aplicó la interrogante dijeron en un 100% estar de acuerdo.

P11.- ¿Por cuáles plataformas le gustaría realizar sus pedidos?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Página web	52.50	21
Redes sociales	7.50	03
WhatsApp	61	12
Otro	27.50	11
Totales	100	40



Argumento: En los datos colectados queríamos conocer la intensidad o forma que nuestros posibles consumidores realizarían sus pedidos y el 61% eligió la App de mensajería instantánea de WhatsApp, así mismo el 29% dijo que usarían las redes sociales por otra parte representado en el 6% de nuestra población encuesta explorarían otra vía, y los que obtuvieron el 4% usarían página web.



Argumento: Es favorable de todo proyecto que se vaya a desarrollar manejar la viabilidad de sus consumidores, esta vez se aplicó el test buscando conocer de qué forma se le haría más útil realizar los pagos a nuestros clientes y el 55% dice que prefiere el pago contra entrega, así mismo el 22.50% de nuestra muestra eligió realizar transferencia, el 20% fue para los que decidieron pagar con tarjeta de crédito o débito de igual forma el 2.50% utilizarían otros medios de pago.

P12.- ¿Qué formato de pago del sería más cómodo?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Tarjeta de crédito o débito	20	08
Pago contra entrega	55	22
Depósito bancario	0	0
Transferencia	22.50	9
Otro	2.50	1
Totales	100	40

P13.- ¿POR QUÉ VÍA LE GUSTARÍA RECIBIR EL PRODUCTO?

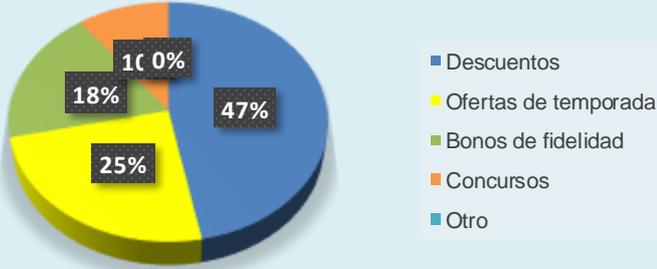


P13.- ¿Por qué vía le gustaría recibir el producto?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Servicio a domicilio	97.50	39
Pick Up	2.50	1
Totales	100	40

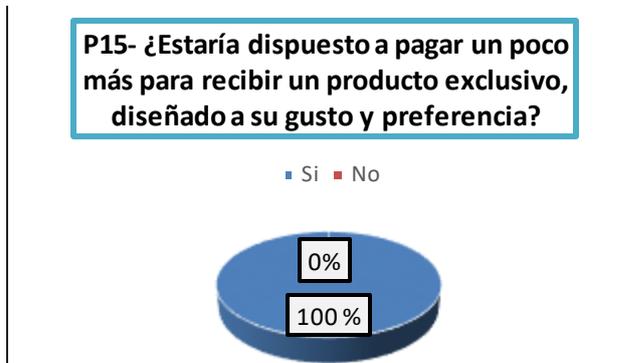
Argumento: Cuando decidimos levantar nuestra muestra a los entrevistados le cuestionamos porque vía preferirían para recibir sus productos y el 97.50% de los datos colectados dijeron que utilizarían los servicios a domicilios, mientras que para 2.50% es mejor el Pick Up.

P14.- ¿Qué Tipo de ofertas les gustaría disfrutar de esta repostería online?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Descuentos	57.50	23
Ofertas de temporada	30	12
Bonos de fidelidad	22.50	09
Concursos	12.50	5
Otro	00	0
Totales	100	40

P14.- ¿Qué tipo de ofertas les gustaría disfrutar de esta repostería online?



Argumento: Como podemos apreciar en el gráfico, las personas prefieren descuentos al realizar sus compras, se puede apreciar que el 57.5% de las personas lo prefieren, evidentemente esta es una pregunta útil para monitorear los tipos de ofertas que atraen la atención de los clientes. El resultado del resto de las opciones son ofertas de temporada con un 30%, así mismo el 22.5% escogieron bonos de fidelidad y el 12.5% escogieron concursos.



Argumento: El 100% de las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar un poco más para recibir un producto exclusivo diseñado a su gusto y preferencia, lo cual indica que el producto va a tener gran aceptación y grandes ventas.

Sección 3: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

Avatar de cliente

La repostería "SWEET SENSATION BAKERY", está conformada para aquellas personas que deseen adquirir productos de pastelería para todo tipo de evento y para personas que prefieren comer saludable, ya que además de los bizcochos y postres tradicionales también estaremos ofreciendo estos productos elaborados con ingredientes orgánicos.

Va dirigido a las personas que habitan en la ciudad de Monseñor Noel, San Fernando de Montecristi y las comunidades vecinas de esas provincias.

Principales necesidades o deseos y expectativas

Nuestros clientes buscan variedad de productos, que cumplan con altos estándares de calidad e higiene, a parte de estas características también buscan ciertas comodidades como la asistencia online ya que les permite dar seguimiento a sus

P15- ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más para recibir un producto exclusivo, diseñado a su gusto y preferencia?		
Resultado		
Opciones	%	Conteo
Si	100	40
No	00	0
Totales	100	40

pedidos desde cualquier lugar a través de diferentes redes sociales, además de que sus pedidos serán llevados al lugar indicado por medio de un delivery.

Prefieren productos elaborados a su gusto, personalizados y con ingredientes más naturales.

Estrategias de producto

Descripción del producto o servicio

La repostería "SWEET SENSATION BAKERY", estará ofreciendo bizcochos personalizados y diferentes tipos de postres, los cuales serán elaborados con ingredientes tradicionales y con ingredientes orgánicos libres de gluten.

Todo lo anterior con un único fin, el cual consiste en generar al consumidor final la seguridad y certeza de que "SWEET SENSATION BAKERY" es realmente una casa pastelera especializada en elaboración de bizcochos personalizados y de postres, como también de que los productos son de calidad y sobretodo saludables, que tiene en cuenta la importancia del buen cuidado de la salud, en la que el consumidor final no tenga duda alguna de que opción elegir para disfrutar de un momento dulce y agradable.

Características

Para el negocio es de suma importancia que sus clientes sientan seguridad de los productos y servicios que deseen adquirir, es por esta razón que una de las principales políticas que desea implementar la organización es proporcionarle al cliente la información nutricional y composición del producto en general

Actualmente la empresa comercializara las siguientes referencias en cuanto a productos:

🍴 Recetas tradicionales

- **Bizcochos personalizados con ingredientes tradicionales:** harina todo uso, polvo de hornear, sal, mantequilla, azúcar, huevos, leche entera, jugo de piña o jugo de naranja, extracto de Vainilla, ralladura de limón.
Relleno de fruta: piña y azúcar blanca.
O relleno de dulce de leche: leche, dulce de leche y maicena.
Capa de decoración: clara de Huevo, vainilla, azúcar blanca, suero, agua y colorante (de acuerdo al color que pida el cliente).
- **Cupcakes:** Harina de trigo, polvo de hornear, sal, mantequilla, azúcar, huevo y vainilla.

- **Galletas con chispas de chocolate:** harina de trigo, vainilla, huevo, azúcar, mantequilla y chispas de chocolate.
- **Pudin de pan:** pan blanco, huevo, leche evaporada, condensada, canela molida y vainilla.

✚ Recetas orgánicas

- **Bizcochos personalizados con ingredientes orgánicos sin gluten:** de harina de arroz o de maicena, polvo de hornear premium, sal, aceite de coco, azúcar stevia, linaza, leche de almendra, extracto de vainilla, ralladura de limón.

Relleno de fruta: piña y azúcar stevia.

O relleno con sabor a coco: preparar leche condensada con leche nutra en polvo, agua tibia, azúcar stevia al gusto; después de dejarla reposar agregar lo siguiente: leche de coco, coco rallado, maicena y extracto de vainilla.

Capa de decoración: clara de Huevo, vainilla, azúcar stevia y agua.

O frutas exótica.

- **Torta de avena y frutos secos:** avena molida, granola, frutos secos, aceite de coco, leche de almendra, huevo, vainilla, polvo de hornear premium y miel.
- **Galletas de avena:** avena, linaza, aceite de coco, harina integral, vainilla, sal y miel.

Ingredientes	Descripción	Precio
Harina para bizcocho	50 lb	1290
Harina gluten free	5 lb	1055
Harina de trigo integral	5 lb	500
Avena integral	55 lb	1220
Maicena	32 onz	90
Frutos secos	5 lb	500
Linaza	16 onz	90
Espicias variedad	20 onz	135
Vainilla	16 onz	200
Leche evaporada (10 unidad)	315 ml	550
Polvo de hornear doble acción	5 lb	205
chocolate chips	5 lb	600

Edulcorante	10 lb	800
Miel pura	1 galon	450
Azúcar blanca	50lb	1105
Sal refinada	7 lb	50
Colorantes / combo de 4	2 onz	475
Crema de batir velvetop	15.2 lb	2000
Suspiro en polvo	5 lb	1155
Mantequilla manisera	3 libra	350
Mantequilla de coco	1 libra	200
Huevo (2 cartones)	24 unidad	190
Total		\$ 13.800

Beneficios

Los productos que se estarán ofreciendo serán elaborados con ingredientes confiables y de calidad. Los clientes podrán beneficiarse del servicio que le estaremos ofreciendo ya que será de manera online el cual le ahorra tiempo y le evita ir hasta donde estamos para obtener nuestros bizcochos y postres. Cabe destacar que además los productos tradicionales también estaremos ofreciendo productos orgánicos incluimos en nuestra dieta ingredientes beneficiosos para nuestro organismo, como los frutos secos o la miel que ayudan a prevenir problemas de corazón, reducen los niveles de colesterol además de favorecer la digestión.

Ventajas

Una de las principales ventajas que tiene la empresa por ser una pastelería mixta que ofrece variedad de productos y su especialidad en productos tanto elaborados con ingredientes tradicionales como con ingredientes orgánicos y libre de gluten, ya que en comparación con el resto de pastelerías tradicionales que están en la ciudad de Monseñor Noel y San Fernando de Montecristi este tipo de pastelería son escasas. Además de lo mencionado tenemos como ventaja la modalidad de servicio ya que de acuerdo a nuestro estudio un alto porcentaje de personas prefieren recibir asistencia a través de las redes sociales.

Valor agregado

Nuestros clientes podrán disfrutar de ofertas de temporada, las cuales se estarán colocando de acuerdo a los días de fiestas y de acuerdo a la temporada, dicha oferta consiste en precios más bajos de los precios habituales, los clientes fieles serán gratificados por su fidelidad, con regalos como: 6 cupcakes para completar la decoración o 6 galletas y se les regalará la vela a las personas que compren bizcochos para cumpleaños.

Formato de compra

Tenemos previsto establecer relaciones con algunas entidades comerciales de la zona, donde obtendremos prácticamente a precio de costo de nuestra materia prima, otra parte serian comprado a productores de algunos productos de la localidad.

Estrategias de precios

Se denomina estrategia de precios a todos aquellos recursos de marketing que una empresa puede desarrollar consistentes en la modificación de los precios de sus productos. La empresa proyecta y comunica una imagen perceptible y clara para que sea percibida a medio y largo plazo.

Una estrategia de precios va orientada a ofrecer [precios](#) inferiores, superiores o iguales a los precios medios del mercado.

Para nuestro proyecto prevemos establecer la penetración. Que consiste ofrecer siempre precios inferiores a los de la categoría y los compradores dan al producto un valor superior al precio que tiene.

Costo o inversión de producción o adquisición

Estimar bien los costos para obtener la buena formulación de un proyecto es un factor crucial para el futuro del mismo.

Este proyecto para ser puesto en marcha se prevé la inversión de RD\$150,000.00, estos incluiría las industrialización de los cocinas a los fines así como el equipamientos de (02) mini depósito para guardar la materia prima de nuestro producto, de igual modo este inversión alcanzan los gastos operativos y administrativos.

Margen de beneficios

En general los negocios de este tipo trabajan a margen de un 20% de beneficios, pero como seremos bisoños en el mercado con deseo de posicionamientos de nuestra marca trabajaremos una marginalidad en escala **(05% - 20%)**, hasta que logremos establecernos en los nichos como marca y se logren afectuosas relaciones con nuestros proveedores.

Precio de venta

La fijación del precio de venta es un punto clave en la exitosa penetración del mercado que posicionará a la empresa con ventajas comparativas y competitivas dentro del ramo de postres caseros, éste vendrá dado por el análisis entre los costos directos de producción y el margen de ganancia que se espera, en comparación con el precio fijado por la competencia para productos similares.

Las encuestas arrojaron que un 100% de la población conoce lo que es un bizcocho y postres elaborados con tradicionales y los mismos productos elaborados con ingredientes orgánicos por lo que se está frente a unos productos conocidos en el país. Claro está que la elaboración de los bizcochos y postres con materia prima no convencional eleva los costos de producción, por lo tanto la fijación de precios oscilará en principio tomando en cuenta un margen de ganancia no superior al 30% y en segundo lugar identificando el precio fijado por la competencia.

Una vez posicionado el proyecto en el mercado y se pueda verificar la calidad del producto ofrecido, se ventilará la posibilidad de incrementar el precio de los bizcochos y los postres, siempre y cuando los clientes se muestren satisfechos en cuanto a la relación atención - precio - calidad.

Cabe destacar, que en cuanto a la fijación de precios, la encuesta realizada arrojó objetivamente la disposición de pago del consumidor final, por cuanto la tendencia se inclinó a seleccionar que está dispuesto a pagar más por un producto exclusivo, diseñado a su gusto y preferencia, siendo así la referencia con los precios fijados por la competencia en el mercado marcaron la política de fijación de precios sin arriesgar la relación costo-beneficio de la empresa, que sin duda alguna es lo que garantizará la sostenibilidad del proyecto en el tiempo, como también un precio justo y asequible para que los clientes puedan estar satisfechos y de la misma manera podamos satisfacer sus necesidades.

Precios promocionales

En la promoción de nuestros productos, se explorarán estrategias tales como en el punto de venta se manejará de la siguiente manera: haremos una evaluación de precios de la competencia, ya que como seremos nuevos en el mercado y el producto que ofrecemos no es totalmente reconocido una estrategia puede ser hacer una evaluación de los gastos de la empresa para ponerles precios justos o hasta más bajos de los que ofrece la competencia, para que el producto se dé a conocer.

Formatos de pago

Estaremos utilizando varios formatos de pago, así nuestros clientes podrán escoger el que más le convenga, podrán hacer sus pagos a través de transferencias bancarias, depósitos bancarios, tarjeta de crédito o débito y pagos contra entrega.

Manejo de devoluciones, descuentos e impuestos

Para garantizar nuestros servicios, nos aseguraremos de que el producto llegue en las condiciones acordadas, procuraremos tener un sistema de repartición de los productos responsable ya que de esto dependen de que el producto llegue a tiempo y en perfecto estado, de haber un inconveniente podrán ponerse en contacto con la empresa y de acuerdo a nuestras políticas le ayudaremos, en que caso de que el consumidor final decida no adquirir el producto le haremos un crédito a favor del mismo para consumo de cualquier producto del catálogo de nuestros servicios el mismo **tendría vigencia durante el año completo del que se consuma**, la misma no aplica para ofertas promocionales descuentos y con cursos.

En caso de que el producto que el cliente escoja sea más o menos costoso, podrá completar el pago y obtendrá el producto en caso de que sea menos costoso podrá escoger dos productos equivalentes al monto del crédito.

Estrategias de distribución

La distribución es el perímetro intrínsecamente de las técnicas operativas que se ocupa de la venta de mercancías o servicios. En ella se incluye en primera instancia la logística y la representación comercial, pero también a las personas de contacto para comerciantes y empresas. Las decisiones estratégicas relativas a la distribución conforman la política de distribución (o política de ventas) de la empresa.

Todo método de distribución tiene como objetivo un mercado meta, en este sentido como llevamos una online nuestros canales de distribución serían:

- ✚ Webside
- ✚ App de mensajería Instantánea (WhatsApp)
- ✚ Correo electrónico.
- ✚ Redes sociales (Instagram y Facebook)

Puntos de exhibición y ventas.

Nuestros productos estarían disponibles en todas nuestras plataformas digitales hábiles comentada más arriba, con actualizaciones diaria de nuestro catálogo.

Formato y medios de distribución física.

Tenemos previsto dentro de la idea de este negocio realizar la entrega de los productos brindando servicio a domicilio (Delivery).

Estrategias de comunicación

Tácticas promocionales: Como clientes que consuman nuestros servicios por primera vez estaríamos realizando un 10% de descuento, igual aquellos clientes repetitivos ocasionalmente se le otorgará, un bono promocional para su próxima compra, así mismo incluiríamos la oferta de temporada, esto indica que nuestras pericias propagandísticas son: **(Descuento, Bono promocionales y oferta de temporada).**

Formas publicitarias promocionales: En este sentido a fin de que la información pueda ser consumida por nuestros clientes tenemos previsto usar (Spot, Mini video en youtube, al igual que flayers para los post en las redes sociales).

Modos promocionales de medios: Redes sociales, mensajería telefónica, correo electrónico otro.

Maneras de ventas: Aquí estrategia de venta vamos a tener disponible en nuestras plataforma hábiles los que son: Show room online videos y boomerang en página web, o redes sociales, interactivo, correos electrónicos, mensajes masivos, visitas personalizadas.

Tácticas de relaciones públicas: Todo proyecto debe tener como una de su prioridad la responsabilidad social, donde la comunidad en donde se desarrolle dicho plan obtenga algunos beneficios, nosotros no seremos la excepción en nuestros proyecto incluiremos: (Donaciones a personas benéficas y carentes de recursos, así vamos participar en actividades para el bien social que se desarrollen por organizaciones sin fines de lucro, también vamos a incluir programas de fomenten el desarrollo sostenible de la comunidad.

Formato de compra

Tenemos previsto establecer relaciones con algunas entidades comerciales de la zona, donde obtendremos prácticamente a precio de costo de nuestra materia prima, otra parte serian comprado a productores de algunos productos de la localidad.

Estrategias de precios

Se denomina estrategia de precios a todos aquellos recursos de marketing que una empresa puede desarrollar consistentes en la modificación de los precios de sus productos. La empresa proyecta y comunica una imagen perceptible y clara para que sea percibida a medio y largo plazo.

Una estrategia de precios va orientada a ofrecer [precios](#) inferiores, superiores o iguales a los precios medios del mercado.

Para nuestro proyecto prevemos establecer la penetración. Que consiste ofrecer siempre precios inferiores a los de la categoría y los compradores dan al producto un valor superior al precio que tiene.

Costo o inversión de producción o adquisición

Estimar bien los costos para obtener la buena formulación de un proyecto es un factor crucial para el futuro del mismo.

Este proyecto para ser puesto en marcha se prevé la inversión de RD\$150,000.00, estos incluirían las industrializaciones de las cocinas a los fines así como el equipamientos de (02) mini depósito para guardar la materia prima de nuestro producto, de igual modo este inversión alcanzan los gastos operativos y administrativos.

SECCIÓN 4: ESTRUCTURA TECNICA

Principales socios claves del proyecto

Accionistas o Inversionista

Este proyecto operaria bajo la tutela de sus dos accionistas y único dueño los Sres. Ada I. Valdez y Domingo A. Solis, los cuales van aportar 100% de las acciones para la organización

Proveedores

Uno de los proveedores de la repostería Sweet Sensation Bakery es la empresa NTD Ingredientes el 80 por ciento de los ingredientes que vamos a utilizar para la elaboración de los bizcochos y postres serán pedidos a través de la página web ventas@ntdingredientes.com, al utilizar dicha página obtenemos diversas ventajas ya que tenemos la opción de hacer pedidos al por mayor y por la calidad de sus productos.

Hacen envíos de mercancías a cualquier parte del país y garantizan la entrega de su pedido en un periodo máximo de 48 horas, la misma cuenta con una flotilla propia de camiones de carga seca y refrigerada apta para darle un servicio de entrega rápido y personalizado.

También estaremos utilizando otras páginas web que se dedican a la venta de ingredientes de repostería para hacer una evaluación de precio ya que estas páginas también tienen los ingredientes que necesitamos en menor cantidad.

Las páginas que utilizaremos son las siguientes:

- info@puratos.com.do
- afeliz@puratos.com.do

Suplidores

Los suplidores nos estarán surtiendo frutas y vegetales para la elaboración de los bizcochos y postres la empresa de suplidores mas es “Procesadora de frutos y Vegetales del caribe SRL (Profuveca)” ya que nos ofrece los productos más frescos y naturales, además de ser productos exclusivos para el uso de las recetas orgánicas. Otra empresa que está dándonos sus servicios es “Productos Ready JT, SRL” la misma tienen las cualidades anteriormente mencionada ya que es la encargada de suplirnos los frutos secos al por mayor y a menor coste.

Otras que también estarán supliendo nuestras necesidades son:

- Molino del Ozama CxA
- Pasteurizadora Rica

Nota: Otros productos comprados en almacenes, supermercados y productores.

Plataformas online

- ✓ Instagram } Sweet Sensation Bakery
- ✓ Facebook }
- ✓ Webside (www.sweetsensationbakery.com)
- ✓ Correo (sweetsensationbakery@gmail.com)
- ✓ Mensajería instantánea (WhatsApp)

Asesores o especialistas de producción y Operaciones

Diseño gráfico

Esta parte del proyecto en su comienzo va a ser manejada por uno de los accionistas del proyecto ya que este, posee los conocimientos sobre la creación de contenido y dibujo para post publicitario. El mismo tendrá la responsabilidad de producir: videos, flyers y post., para las diferentes plataformas digitales.

Soporte técnico

Como soporte vamos a contratar una persona o una empresa que brinde los servicios de mantenimientos y los software y dispositivos electrónicos serían los responsables de reparar y dar soporte ante cualquier imprevisto o eventualidad que pueda ocurrir.

Manejo de sitios webs

Se prevé contratar un especialista del área de informática y que tenga práctica en marketing online para la puesta en marcha del proyecto que pueda dar un rastreo apropiado a los canales de atención a los consumidores y logre establecer tácticas de progreso de acuerdo a sus habilidades en la interacción y manejo con los clientes.

Producción de alimentos o artículos

Nuestra producción será elaborada con productos de las mejores marcas y con lo más altos estándares de calidad de los mercados mencionados, además contaremos con los servicios de un especialista nutricional que pueda certificar el nivel de salubridad de nuestros productos, logrando con esto introducir nuestros productos al mercado, marcando tendencia además haremos que nuestros clientes o consumidores vivan experiencias memorables al usar los productos de la repostería Sweet Sensation Bakery.

Productos

Para los inicios del proyecto vamos a marcar las diferencias satisfaciendo las necesidades del mercado con las siguientes mercancías:

- ✓ Bizcocho personalizado para ocasiones.
- ✓ Bizcochos elaborados con productos orgánicos.
- ✓ Y variedades de productos como (pudin, tarta, torta, galletas).

Áreas operativas del proyecto

Gerencia administrativa

Gerencia administrativa tendrá a su cargo ejecutar los procesos administrativos del área, disponiendo las políticas y operaciones concretadas, procesando todas las documentaciones necesarias, además debe revisar y realizar los cálculos,

con el propósito de poder alcanzar los resultados propuestos en nuestro plan de negocio.

De igual forma esta velaría por el fin cumplimiento y cuidado de la marca además de garantizarle un servicio de calidad al mercado que esto puedan vivir expresión memorable, para con esto sería parte de ser en nuestros consumidores más que una opción para su elección. De igual manera este departamento efectuaría cambio periódico que pueda lograr su buen desempeño.

Otras de las funciones de la gerencia administrativas serian:

- ✓ Garante de la gestión financiera de la sociedad, examinando los gastos que se darán a los patrimonios financieros disponibles.
- ✓ Debe confeccionar los estados contables y financieros además anexar sugerencia enfocada a mejorar resultados.
- ✓ Elaborar un plan que pueda regir el Dpto. de Gestión humanas que cumpla e incentive a nuestros colaboradores.

Atención al cliente

Le estaremos dando seguimiento a nuestros clientes de la siguiente manera, los socios calificados que puedan ofrecer servicio de calidad a nuestros clientes por los diferentes canales que se venderán nuestros productos (websites, Redes sociales, Mensajería instantánea, correos y llamada telefónica). Además estos estarían dotados de los equipos tecnológicos a la vanguardia del mercado y recibirán un reentrenamiento paulatinamente.

En ocasiones vamos a dar a conocer nuestros productos en algunas ferias y exposiciones que pueda realizar la comunidad.

Ventas y gestión de pedidos

Ventas: Sweet Sensation Bakery, lanzará una página web que no le complique la vida a los usuarios en su manejo, a la hora de que esto piensen en nosotros esto le ayudara a tener mejor comunicación con el departamento de venta cuando esto realicen su compra así mismo tenemos previsto crear un rastreador de pedidos que los clientes le puedan dar seguimiento a su orden.

La website sería el principal o uno de los principales canales de comunicación con los que los clientes tendrán un primer contacto de la marca sería una de las herramientas y con la que podrán gestionar sus ventas. Aparte de la página web, realizaremos ventas vía, Instagram, Facebook, WhatsApp web y correo electrónico.

Gestión de Pedidos

Los consumidores tendrían a su disposición un conglomerado de plataforma mancomunada vía telefónica, sweetsensationbakery@gmail.com, nuestra página web www.sweetsensationbakery.com, Redes sociales sweet sensation bakery y el sistema de mensajería de WhatsApp, en las plataformas mencionadas los clientes podrán realizar su compra.

Producción

Este departamento es el responsable de la producir los diferentes bizcochos, galletas, tartas, pudin y demás productos que estaremos ofreciendo además de velar por la calidad de cada uno de ellos, tendrá a su cargo el personal que producirá nuestros productos es decir los socios del área de panadería, repostería y los respetivos auxiliares del área.

Facturación y cobros

Para el sistema de facturación y cobros vamos adquirir el sistema **ALEGRA**, en este sistema vamos a poder emitir lo que son proforma o cotizaciones.

Para el cobro de las facturas de nuestros clientes tendrán diferente medios de pago online, (transferencia bancaria, deposito, tarjeta de crédito y pago contra entrega en esta ultima el usuario se le haría retención por el valor del productos adquiridos a una tarjeta del cliente este serviría de garantía para la elaboración del producto, el mismo sería liberado a la hora de la entrega del producto y que el cliente efectué el pago acordado).

Contabilidad

El sistema contable de nuestra empresa será miembro del software de ALEGRA, ya que permite observar los flujos de venta y los movimientos financieros, que pueda obtener la organización así también le concederá a la gerencia administrativa sintetizar ideas a fin de elaborar propuesta para la toma de decisiones.

Legal

La empresa **Sweet Sensation Bakery** va a operar bajo el régimen tributario y amparo legal de las leyes mercantiles del Estado Dominicano con la tutela o Responsabilidad Social (**SRL**), esta sociedad como su nombre estipula es una sociedad de responsabilidad social con capital limitado. De igual forma dicha

sociedad dispondrá de dos socios los cuales aportarían la misma cantidad de acciones para así tener el mismo grado a la hora de la toma de decisiones.

Compras y control de inventarios

La estrategia de compras para el inicio del proyecto vamos a disponer de la cantidad de materia prima de nuestros productos la equivalencia a diez bizcochos y luego periódicamente iremos abasteciéndonos según vayan fluyendo las ventas, provisionalmente no tendremos compra fija hasta que podamos introducirnos en el mercado y posicionarnos como marca. Luego de haber escalado y lograr las captaciones de una cartera de clientes si crearemos políticas de compra.

Control de inventario: Ya que, nuestra propuesta sería muy joven y no tendrá liquidez y solvencia en el mercado se pautaría un cierre o más bien una relación mensual.

Actualización de contenidos online: Nuestros medios digitales recibirán actualización dos veces por semana ya que, dicho contenido va a surgir del área de producción, esta será una técnica para captar posibles nuevos clientes. De cada producto elaborado vamos a hacer los interactivos para nuestras plataformas digitales.



más que una opción para tu ocasión

**Junta Directiva
(Socios)**

Gerente

Contabilidad

Secretaria

Sub-gerente

Dpto. Marketing Online

Crear contenido,
Post, Flyers y
Video

Producción

Asesoría de producción

Servicios al Clientes / ventas

Táctica y gestión de
comunidades

Repostero

Panadero

Control de Calidad

Pedido

Despacho

Monitoreo en
internet y Redes
Sociales de la Marca

Diseño de
contenido de
la Marca

Colaborador

Estructura y funcionamientos
de la página web

Delivery

Horario de trabajo y asistencia al cliente

El horario de trabajo sería para nuestros clientes en horarios corridos de lunes a viernes del 09:30 A.M. hasta la 7:00 P.M. sábado, domingo y días feriados estaríamos disponible de 10:00 A.M. hasta la 4:00 P.M.

También los clientes podrán realizar sus órdenes 24/7 y serían asistido en los horarios de trabajo establecido.

Políticas operativas del negocio

Las políticas operativas serán creadas para hacer de nuestro usuario más que una opción para su elección, además tendremos una insignia inclinada hacer clientes que vivan experiencias memorables. Aquí desglosamos parte de nuestras reglas operacionales:

- ✓ Entrega en el tiempo establecido.
- ✓ Verificación que el producto entregado sea el elegido por el cliente.
- ✓ Criterios para interactuar con los usuarios.
- ✓ conservar una cultura de servicio.
- ✓ Escuchar y priorizar las sugerencias de nuestros consumidores.
- ✓ Ofrecer por los menos tres variedades de bizcocho exclusivo de las marcas
- ✓ Crear estrategia marketing y programas de fidelización para nuestros clientes.

Normas laborales

Para el desarrollo de este proyecto utilizaremos a los criterios estipulados en el código laboral dominicano los con vigencia de dos acuerdos laborales (**contrato temporal y contrato por servicios realizado**), con los beneficios que establece el código para dichos contratos, además de eso concorde dicho acuerdo el colaborador debe estar familiarizado con las políticas establecidas, esto sería hasta que se logre el posicionamiento del producto.

Sección 5: ESTRUCTURA FINANCIERA

Sweet Sensation Bakery		
PLAN DE INVERSION		
Descripcion	Costo	Total
Ordenador de mesa o laptop	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00
Impresora de inyector de tinta	\$ 11,000.00	\$ 29,000.00
Mobiliario de oficina	\$ 6,000.00	\$ 35,000.00
Dispositiv o movil o tablet	\$ 18,000.00	\$ 53,000.00
Aire acondicionado	\$ 20,000.00	\$ 73,000.00
Hosting y dominio web	\$ 3,500.00	\$ 76,500.00
Software especializados	\$ 5,000.00	\$ 81,500.00
Soporte tecnico	\$ 4,500.00	\$ 86,000.00
Disenador grafico	\$ 3,000.00	\$ 89,000.00
Equipos y maquinarias*	-	\$ 89,000.00
Horno industrial	\$ 45,000.00	\$ 134,000.00
Batidora industrial	\$ 8,000.00	\$ 142,000.00
Moldes y vandejas	\$ 10,000.00	\$ 152,000.00
Mesa de metal	\$ 4,000.00	\$ 156,000.00
Insumos y materiales	\$ 5,000.00	\$ 161,000.00
Materia prima*	\$ 13,800.00	\$ 174,800.00
Suministro electricidad	\$ 1,500.00	\$ 176,300.00
Servicios de data o internet	\$ 700.00	\$ 177,000.00
Embalaje o empaques	\$ 3,000.00	\$ 180,000.00
Otros gastos	\$ 10,000.00	\$ 190,000.00

Sweet Sensation Bakery

Estado de Flujos de Efectivo Proforma

Cuentas por cobrar		
	\$	
Ventas al contado mensual	70,000.00	
Ventas a credito mensual	\$	-
Otros ingresos	\$	-
		\$
Total cuentas por cobrar		70,000.00
Gastos Operacionales		
	\$	
Servicio de luz electrica	1,500.00	
	\$	
Plan de telefono fijo y movil	1,000.00	
	\$	
Plan de internet fijo y movil	700.00	
	\$	
Transporte	5,000.00	
Otros	\$	-
		\$
Total Gastos Operacionales		-
Costos Operacionales		
	\$	
Hosting y dominio	300.00	
	\$	
Software seguridad	400.00	
	\$	
Software especializados	900.00	
	\$	
Diseno grafico o contenido web	3,000.00	
	\$	
Embalaje	3,000.00	
Envios	\$	-
Otros	\$	-
		\$
Total Costos Operativos		7,600.00
Prestamos o financiamientos		
	\$	
Tarjeta de credito		-
	\$	
Prestamos independiente		-
	\$	
Financiamiento bancario	190,000.00	
Otros	\$	-
		\$
Total Prestamos o financiamientos		190,000.00
		-\$
Total		127,600.00

Sweet Sensation Bakery

Plan de Medios Online

Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total
Flyers*	12	\$ -	\$ -
Videos	6	\$ -	\$ -
Tutoriales*	5	\$ -	\$ -
Catalogos	1	3,500.00	\$ 3,500.00
Fotos	50	100.00	\$ 5,000.00
Articulos	7	1,500.00	\$ 10,500.00
Infomerciales	1	4,000.00	\$ 4,000.00
Publicidad en Youtube	30	300.00	\$ 9,000.00
Publicidad en redes sociales	20	50.00	\$ 1,000.00
Capsulas informativas	3	1,000.00	\$ 3,000.00
Otros*		\$ -	\$ -
Total		\$ 10,450.00	\$ 36,000.00

Observaciones

Sweet Sensation

Bakery

Estado de Resultados Proforma

Ingresos por ventas anuales	
	\$
Primer cuatrimestre	188,620.00
	\$
Segundo cuatrimestre	247,480.00
	\$
Tercer cuatrimestre	270,200.00
	\$
Total de ingresos	706,300.00
Costos	
	\$
Costos directos	27,550.00
	\$
Costos indirectos	10,450.00
	\$
Costos fijos	15,700.00
	\$
Costos variables	2,340.00
	\$
Total costos	56,040.00
Intereses sobre prestamos o imp.	
	\$
Financiamientos bancarios	190,000.00
Tarjeta de credito	\$ -
Prestamos independientes	\$ -
	\$
Impuestos	0.02
	\$
Total intereses o impuestos	190,000.02
	\$
Ganancia o Perdida Neta	460,259.98

CUATRIMESTRE) **PROYECCION DE VENTAS POR TEMPORADAS (PRIMER**

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES 3		MES 4	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Bizcocho personalizados, de una libra (con ingredientes tradicionales)	\$ 1,000.00	10	\$ 10,000.00	15	\$ 15,000.00	22	\$ 22,000.00	20	\$ 20,000.00
Bizcocho personalizados, de una libra (con ingredientes organicos)	\$ 1,000.00	20	\$ 20,000.00	22	\$ 22,000.00	24	\$ 24,000.00	26	\$ 26,000.00
Cupcake	\$ 60.00	15	\$ 900.00	20	\$ 1,200.00	25	\$ 1,500.00	22	\$ 1,320.00
Galletas con chispas de chocolate	\$ 40.00	20	\$ 800.00	30	\$ 1,200.00	32	\$ 1,280.00	30	\$ 1,200.00
Galletas de avena	\$ 40.00	25	\$ 1,000.00	33	\$ 1,320.00	35	\$ 1,400.00	40	\$ 1,600.00
Pudin de pan (por porcion)	\$ 100.00	10	\$ 1,000.00	15	\$ 1,200.00	15	\$ 1,500.00	18	\$ 1,800.00
Torta de avena y frutos secos (por porcion)	\$ 100.00	20	\$ 2,000.00	23	\$ 2,300.00	26	\$ 2,600.00	25	\$ 2,500.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 2,340.00	120	\$ 35,700.00	158	\$ 44,220.00	179	\$ 54,280.00	181	\$ 54,420.00

CUATRIMESTRE **SEGUNDO**

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 5		MES 6		MES 7		MES 8	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Biscocho personalizados, de una libra (con ingredientes tradicionales)	\$ 1,000.00	25	\$ 25,000.00	20	\$ 20,000.00	25	\$ 25,000.00	24	\$ 24,000.00
Biscocho personalizados, de una libra (con ingredientes organicos)	\$ 1,000.00	30	\$ 30,000.00	25	\$ 25,000.00	28	\$ 28,000.00	32	\$ 32,000.00
Cupcake	\$ 60.00	30	\$ 1,800.00	40	\$ 2,400.00	35	\$ 2,100.00	42	\$ 2,520.00
Galletas con chispas de chocolate	\$ 40.00	25	\$ 1,000.00	30	\$ 1,200.00	32	\$ 1,280.00	30	\$ 1,200.00
Galletas de avena	\$ 40.00	40	\$ 1,600.00	55	\$ 2,200.00	62	\$ 2,480.00	65	\$ 2,600.00
Pudin de pan (por Porcion)	\$ 100.00	15	\$ 1,500.00	20	\$ 2,000.00	25	\$ 2,500.00	28	\$ 2,800.00
Torta de avena y frutos secos (por porcion)	\$ 100.00	12	\$ 1,200.00	17	\$ 1,700.00	19	\$ 1,900.00	25	\$ 2,500.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 2,340.00	177	\$ 62,100.00	207	\$ 54,500.00	226	\$ 63,260.00	246	\$ 67,620.00

TERCER CUATRIMESTRE

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES 10		MES 11		MES 12	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Bizcocho personalizados, de una libra (con ingredientes tradicionales)	\$ 1,000.00	25	\$ 25,000.00	22	\$ 22,000.00	20	\$ 20,000.00	25	\$ 25,000.00
Bizcocho personalizados, de una libra (con ingredientes organicos)	\$ 1,000.00	30	\$ 30,000.00	27	\$ 27,000.00	25	\$ 25,000.00	28	\$ 28,000.00
cupcake	\$ 60.00	50	\$ 3,000.00	57	\$ 3,420.00	62	\$ 3,720.00	80	\$ 4,800.00
Galletas con chispas de chocolate	\$ 40.00	30	\$ 1,200.00	32	\$ 1,280.00	38	\$ 1,520.00	50	\$ 2,000.00
Galletas de avena	\$ 40.00	40	\$ 1,600.00	54	\$ 2,160.00	70	\$ 2,800.00	80	\$ 3,200.00
Pudin de pan (por porcion)	\$ 100.00	50	\$ 5,000.00	46	\$ 4,600.00	61	\$ 6,100.00	52	\$ 5,200.00
Torta de avena y frutos secos (por porcion)	\$ 100.00	40	\$ 4,000.00	38	\$ 3,800.00	48	\$ 4,800.00	40	\$ 4,000.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 2,340.00	265	\$ 69,800.00	276	\$ 64,260.00	324	\$ 63,940.00	\$ 355.00	\$ 72,200.00

Primer cuatrimestre \$ 188,620.00

	\$
<i>Segundo cuatrimestre</i>	247,480.00
	\$
<i>Tercer cuatrimestre</i>	270,200.00
Total proyeccion de ventas	706,300.00

CONCLUSIÓN

En conclusión, cabe destacar existen un sin número de marcas de repostería que ofrecen productos y servicios destinados a diferentes tipos de consumidores, es tanta la competencia que los estándares de calidad han aumentado la cual es difícilmente determinante de la acción de compra. Para que una empresa pueda sobrevivir y diferenciarse de la competencia debe prestar atención al servicio.

En nuestro caso debemos de enfocarnos en nuestro servicio al cliente ya que por ser de manera online debemos de tratar de impactar tanto con nuestros productos como con la manera de dar seguimiento a nuestros clientes como también en la página web y diferentes redes sociales.

Para diferenciarnos de la competencia, debemos de centrar todos los procesos en el cliente. “Sweet Sensation Bakery” se destaca por entablar una relación individual y personalizada con cada cliente y diseñarles una solución a sus requerimientos: pasteles a su medida, según su personalidad y acorde a su ocasión especial. De esto, resaltamos que, para superar expectativas, escuchar al cliente es fundamental.

Para tener una ventaja competitiva es necesario tener algo que la competencia no tenga, que sea poco imitable y qué mejor que aquello que no pueden ver. Es por eso que una base de datos con información confiable y actualizada es la piedra angular de cualquier CRM. El cual permitirá conocer al cliente, clasificarlo y diseñar acciones comerciales dirigidas a él que sean más efectivas.

La información de los clientes es determinante para crear una experiencia de marca en el que el cliente cuente por nosotros. El CRM es una tendencia del marketing moderno que está ganando terreno, la implantación del sistema es fundamental para obtener buenos resultados que sean útiles a los objetivos de la empresa.

BIBLIOGRAFIA

<https://www.ejemplos.co/15-ejemplos-de-citas-textuales/>

http://cuatrimestral.uapa.edu.do/pluginfile.php/1980345/mod_resource/content/1/APA%20Espa%C3%B1ol%20Manual%20de%20Publicaciones%20de%20la%20APA%20en%20Espa%C3%B1ol.pdf

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/uapasp/reader.action?docID=5350316&ppg=1>

ANEXOS

Cuestionario vacío

Nivel de aceptación de bizcochos personalizados

1. ¿Cuál es su género?

- a) Masculino
- b) Femenino

2. ¿Por favor díganos de cuantos son sus Ingresos?

- a) Menos de RD\$12,000.00
- b) De RD\$12,001.00 a RD\$22,000.00
- c) De RD\$22,001 a RD\$32,000.00
- d) Más de RD\$32,001.00

3. ¿Indíquenos cuál es su Ocupación?

- Empleado privado
- Empresario
- Ama de casa
- Estudiante

4. ¿Consume usted bizcocho?

- a) Si
- b) No

5. ¿Qué tipo de bizcochos compra?

- a) Bizcocho personalizado
- b) Bizcocho caseros
- c) Bizcocho industrializado
- d) Otro

6. ¿Qué aspectos son importantes al comprar este producto?

- a) Calidad
- b) Ingredientes
- c) Precio
- d) Diversidad
- e) Otro

7. ¿Por lo general, dónde compra sus bizcochos?

- a) Reposterías especializadas
- b) Panaderías & Repostería
- c) Supermercados
- d) Restaurantes o cafeterías
- e) Otro

8. ¿Le gustaría probar los bizcochos personalizados?

- a) Si
- b) No

9. ¿Cuáles ventajas aprovecharía de un bizcocho personalizado?

- a) Selección de ingredientes más naturales
- b) Selección de ingredientes exóticos
- c) Control de azúcar y calorías
- d) Diseño exclusivo

10. ¿Le gustaría contar con una repostería online personalizada?

- a) Si
- b) No

11. ¿Por cuáles plataformas le gustaría realizar sus pedidos?

- a) Página web
- b) Redes sociales
- c) WhatsApp
- d) Otro

12. ¿Qué formato de pago del sería más cómodo?

- a) Tarjeta de crédito o débito
- b) Pago contra entrega
- c) Depósito bancario
- d) Transferencia
- e) Otro

13. ¿Por qué vía le gustaría recibir el producto?

- a) Servicio a domicilio
- b) Pick Up

14. ¿Qué tipo de ofertas le gustaría disfrutar de esta repostería online?

- c) Descuentos
- d) Ofertas de temporada
- e) Bonos de fidelidad
- f) Concursos
- g) Otro

15. ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más para recibir un producto exclusivo, diseñado a su gusto y preferencia?

- a) Si
- b) No