

## **Diseño y gestión de marca digital para la comercialización de pasteles, en la ciudad de Machala, provincia de El Oro**

### **Design and management of digital mark for the marketing of pastels in the city of Machala, province of El Oro**

Irene del Rosario Guerrero Vargas  
Vladimir Alexander Ávila Rivas  
Universidad Técnica de Machala  
[vavila@utmachala.edu.ec](mailto:vavila@utmachala.edu.ec)

#### **Resumen**

El presente trabajo de emprendimiento se ha realizado utilizando metodología básica de investigación cuyo objetivo es la creación y gestión de marca comercial virtual de una repostería, buscando crear un nuevo negocio utilizando las herramientas virtuales como medio de comunicación para dar a conocer y comercializar el producto en la ciudad de Machala. Uno de los métodos a utilizar es la investigación de mercado que permite identificar si la idea de negocio tendrá o no aceptación, además de esto se analizó los principales índices financieros como son el VAN y TIR, permitiendo conocer si el emprendimiento es factible o no.

**Palabras clave:** VAN, TIR, investigación, emprendimiento, marca, comercialización.

#### **Abstract**

The present work of entrepreneurship has been carried out using basic research methodology whose objective is the creation and management of virtual commercial brand of a bakery, seeking to create a new business using the virtual tools as a means of communication to make known and commercialize the product in the city of Machala. One of the methods to be used is the market research that allows to identify if the idea of business will have or not acceptance, in addition to this the main financial indices such as the NPV and IRR are analyzed, allowing to know if the enterprise is feasible or not.

**Keywords:** VAN, TIR, investigation, entrepreneurship, brand, marketing.

#### **INTRODUCCIÓN**

La repostería es un arte muy antiguo, ha ido evolucionando a lo largo de la historia, tiene su origen en *Egipto* donde se realizaban preparaciones muy simples (Verdegay, 2000).

El hombre desde su inicio fue muy curioso su intuición lo llevó a cultivar cereales, que al pelarlos descubrió así la harina rústica que al ser mezcla con agua formaba una especie de galleta y este fue el alimento del hombre durante décadas (Pérez Ojeda, Mayor Rivas & Navarro, 2005).

Conforme iba pasando el tiempo la pastelería llega a Ecuador, y tiene más de 40 años que este arte se estableció en este país, siendo influenciada por las fiestas tradicionales como la del Corpus Cristi (Diario, 2011).

En la actualidad existen muchas reposterías en la ciudad de Machala, es un negocio tradicional que ha ido creciendo con el pasar de los años, ya que muchas personas han optado por este tipo de negocio con el deseo de superación constante o crear fuentes de trabajo para la población orense, sin embargo muchos de estos establecimientos no cuentan con un producto o servicio de calidad pues solo toman en cuenta vender pasteles y no crear lazos empresa-cliente para mantener relaciones sólidas con ellos.

Muchas empresas grandes han empezado siendo pequeñas empresas. El pensar en un negocio nuevo es una opción que hoy en día han tomado muchos estudiantes universitarios luego de adquirir su título su principal motivo es la creación del autoempleo y el motivo de superación constante (Fernández González, 2009).

Es por ello que se ha decidido crear una página virtual para que los consumidores puedan realizar el pedido vía online, agilizando la compra y entrega del producto y a su vez mantenerlos informados sobre los beneficios que ofrece la empresa.

### **METODOLOGÍA**

*Objetivo general:* diagnosticar qué factores inciden en la demanda de tortas o pasteles y el nivel de aceptación que tendría la creación de un portal para la venta vía online de estos productos en el cantón Machala.

*Tamaño de muestra a calcular:* población económicamente activa ciudad de Machala, 262429 habitantes. (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010).

$$n = \frac{N \cdot d^2}{(d - 1)N^2 + d^2}$$

$$n = \frac{262429 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{0,05^2(262429 - 1) + 0,5^2 \cdot 1,96^2}$$

n: 399

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

*¿Consume usted tortas o pasteles?*

Tabla 1. Consumo

CONSUMO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	395	99%
No	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia.

*¿Estaría dispuesto a realizar la compra de un pastel vía online?*

Tabla 2. Compra virtual

COMPRAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	379	97%
No	11	3%
<b>TOTAL</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia.

¿Cada que tiempo realiza promociones su pastelería de preferencia?

Tabla 3. Promociones competencia

PROMOCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No realiza promociones	389	98
Una vez por semana	2	1
Cada quince días	1	0
En ocasiones especiales	3	1
<b>TOTAL</b>	<b>395</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia.

*Valor agregado*

*Marca:* la identidad visual o representación gráfica de la empresa, en la que se utilizan símbolos, señales, marcas, estilos entre otros para dar a conocer el significado de quien eres, que haces y cómo lo haces

Marca, slogan, logotipo y producto final

*Dulce Capricho*

“La calidad es nuestro compromiso”

Figura 1. Logotipo



Figura 2. Portal Web



*Factibilidad financiera:* mediante el análisis del VAN y TIR se puede identificar si la idea de negocios es factible o no.

Tabla 4. Amortización e Inversión

AMORTIZACIÓN	
Préstamo cooperativa JEP	3000,00
Socio 1	6000,00
Socio 2	6000,00
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>15000,00</b>

Fuente: elaboración propia.

Tabla. 5. VAN Y TIR

VAN	\$ 26.237,45
TIR	40%

Fuente: elaboración propia.

## CONCLUSIONES

- Es factible la creación de esta empresa dado que es un negocio innovador, y existe una demanda identificada que aún no se encuentra satisfecha.
- De acuerdo con la proyección de gastos el proyecto es realizable ya que si se toma en cuenta el nivel de ventas los ingresos obtenidos son superiores a los egresos, permitiendo pagar el préstamo realizado y los recursos humanos contratados.
- Es imprescindible realizar un plan de mercado antes de y durante el inicio de las operaciones para darse a conocer en el mercado y lograr una fidelización de los clientes en un período realizable.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Diario (2011). Repostería. *La Repostería, es un dulce negocio*, 1.
- Fernández González, M. (2009). Idea de negocios para egresados universitarios. *Universidad de Oviedo*, 45-70.
- Verdegay, A. (2000). Innovación tecnológica en panadería. *Scripta Nova: Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 15.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2010). *Censo*, Instituto Nacional de Estadística y Censo. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Pérez Oreja, N.; Mayor Rivas, G. & Navarro Tomás, V. (2005). *Procesos de Pastelería y Panadería*. Madrid: Editorial Paraninfo.