

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

WAFFLES HOME

Trabajo de Grado

Autor: María Camila Rincón Sánchez

Bogotá, Colombia

2020-I

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

WAFFLES HOME

Proyecto de Grado

Autor: María Camila Rincón Sánchez

Programa de Administración de negocios internacionales

Bogotá, Colombia

2020-I

TABLA DE CONTENIDO

Resumen ejecutivo	1
Abstract	3
Palabras Clave.....	5
Keywords	6
1. Información del proyecto	1
1.1 Oportunidad de mercado	2
1.2 Financiamiento	5
2. Descripción general del proyecto.....	5
2.1 Antecedentes	5
2.2 Misión:	6
2.3 Propuesta de valor	6
2.4 Metas y objetivos:	7
2.5 Mercado objetivo.....	8
2.6 Describa la industria o el sector	8
2.7 Fortalezas y competencias básicas.	9
2.8 Licencias o permiso.....	10
2.9 Forma jurídica	11
3. Validación de la oportunidad	11
3.1 Descubrimiento de la oportunidad:	11
3.1.1 Encuestas.....	12
4. Construcción y validación del mínimo producto viable	16
4.1 Validación del mercado.....	16
4.1.1 Validación del producto por los clientes	16
4.1.2 Testeo y prototipo.....	19
Fuente: Elaboración Propia	22
4.2 Mínimo Producto Viable	22
5. Producto y/o servicio	23
5.1 Describa en detalle su producto o servicio	23

5.2 Servicio postventa:	27
5.2.1 Encuesta de satisfacción	27
5.2.2 Interacción por redes sociales.....	28
5.3.3 Asesoría en línea.....	29
6. Plan de marketing	29
6.1 Entorno económico	29
6.1.1 Pest.....	30
6.1.2 Análisis de tendencias	31
6.1.3 Barreras de entrada	32
6.2 Clientes.....	33
6.2.1 Segmentación del mercado orientado al consumidor.....	33
6.3 Competencia.....	34
6.3.1 Matriz de análisis competitivo.....	34
6.4 Estrategia de mercado	37
6.4.1 Promoción y publicidad.....	37
6.4.2 Marketing en Redes Sociales.....	38
6.4.3 Facebook.....	39
6.4.4 Instagram	39
6.4.5 Email Marketing.....	39
6.4.6 Otras promociones	40
6.6 Estrategia de precio	40
6.7 Estrategia de precios.....	41
6.7.1 Análisis de Gastos y Costos.....	41
6.8 Distribución.....	42
6.9 Canales de distribución	42
7. Plan operacional.....	43
7.1 Producción.....	43
7.2 Localización	43
7.3 Entorno legal	45
7.4 Personal	46
7.4.1 Organigrama	46

7.4.2 Funciones.....	47
7.4.3 Políticas de Evaluación.....	48
7.5 Inventarios.....	49
7.6 Proveedores.....	49
8. Gestión y organización.....	50
9. Plan financiero.....	50
9.1 Inversión Fija.....	50
9.2 Pronostico de ventas.....	52
9.3 Gastos administrativos.....	52
9.4 Flujo de caja.....	53
9.5 Informe financiero.....	55
9.6 Indicadores.....	57
10. Beneficios de la comunidad.....	57
11. Riesgos y supuestos críticos.....	58
12. Anexos.....	59
12.1 Evidencias plan financiero.....	59
12.1.1 Posibles Locales.....	59
12.1.1 Materiales y herramientas.....	59
12.2 Anexo en Excel.....	59
13. Referencias.....	60

TABLA DE CONTENIDO ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Encuesta pregunta uno	3
Ilustración 2 Encuesta pregunta dos	3
Ilustración 3 Piramide Maslow	4
Ilustración 4 Encuesta pregunta tres.	12
Ilustración 5 Encuesta pregunta cuatro.	13
Ilustración 6 Encuesta pregunta cinco.	13
Ilustración 7 Encuesta pregunta seis.	14
Ilustración 8 Encuesta pregunta siete.....	15
Ilustración 9 prueba de satisfacción uno.	17
Ilustración 10 Prueba de satisfacción dos.	17
Ilustración 11 Prueba de Satisfacción tres.	18
Ilustración 12 Prueba de satisfacción cuatro.....	18
Ilustración 13 Imagen prototipo uno.....	20
Ilustración 14 Imagen prototipo dos.	20
Ilustración 15 Imagen prototipo tres.	21
Ilustración 16 Imagen prototipo cuatro.....	21
Ilustración 17 Imagen prototipo cinco.	22
Ilustración 18 Imagen prototipo de producto uno.....	25
Ilustración 19 Imagen Prototipo de Waffle Saludable	25
Ilustración 20 Imagen Prototipo Carta.....	26
Ilustración 21 Logo Waffles Home.....	38
Ilustración 22 Ubicación Waffles Home.....	44
Ilustración 23 Organigrama de Waffles Home	46

TABLA DE CONTENIDO TABLAS

Tabla 1 Encuesta de Satisfacción.....	27
Tabla 2. Análisis PEST.....	30
Tabla 3 Matriz análisis competitivo.....	34
Tabla 4 Costos y Gastos.....	41
Tabla 5 Inversión fija.....	51
Tabla 6 Gastos de Administración.....	52
Tabla 7 Flujo de caja.....	53
Tabla 8 Informe financiero	55
Tabla 9 Indicadores.....	57

Resumen ejecutivo

Waffles Home es una idea de negocio que se realizó con el objetivo de generar un impacto gastronómico diferente en la ciudad de Villavicencio, brindando como plato principal la variedad de waffles con diferentes toppings y sabores, adicional a esto se ofrecerá dentro de la carta postres únicos que para la ciudad villavicencense serán nuevos y de total innovación.

Waffles home será una waffleria Gourmet estilo vintage que pretende ofrecer un espacio diferente/nuevo para la población villavicencense, donde su valor agregado será la elegancia y el estilo que poco es ofrecido en la ciudad, así mismo este espacio brinda la posibilidad de tardear, compartir con amigos, compañeros de trabajo y familiares, será un lugar agradable y bonito para pasar un buen rato.

Waffles home nació de la idea de unos amigos que en sus vacaciones vendían waffles en la ciudad de Villavicencio a través de Instagram y diferentes redes sociales que promocionaban y vendían este producto de forma online (La waffleria), a partir de esto se pudo concluir que la demanda en Villavicencio frente a estos productos es muy alta y es muy poca la oferta que se presenta en la ciudad.

La waffleria fue un proyecto que desarrolló en el año 2016 en el que a través de diferentes redes sociales vendía waffles, esta waffleria funcionaba a través de pedidos que se realizaban con mínimo 20 minutos de anticipación y eran entregados en domicilios o recogidos en mi casa.

A partir de este proyecto de grado espero estructurar este proyecto el cual me ha dejado diversos aprendizajes y beneficios, y a través de esta oportunidad de aprendizaje por medio de la universidad espero solidificar y fomentar mis conocimientos buscando en algún momento hacer realidad esta idea de negocio con mayor claridad de cómo organizar y estructurar mi emprendimiento.

Abstract

Waffles Home is a business idea that was carried out with the objective of generating a different gastronomic impact in the city of Villavicencio, offering as a main dish the variety of waffles with different toppings and flavors, in addition to this will be offered within the menu unique desserts that for the city of Valencia will be new and totally innovative.

Waffles home will be a vintage-style Gourmet waffleria that aims to offer a different / new space for the villavicencense population, where its added value will be the elegance and style that little is offered in the city, this space also offers the possibility of delaying, sharing With friends, co-workers and family, it will be a nice and beautiful place to have a good time.

Waffles home was born from the idea of friends who on their vacations sold waffles in the city of Villavicencio through Instagram and different social networks that promoted and sold this product online (The waffleria), from this it could be concluded that the demand in Villavicencio in front of these products is very high and the supply that is presented in the city is very little.

The waffleria was a project that I developed in 2016 in which through different social networks I sold waffles, this waffleria worked through orders that were made at least 20 minutes in advance and were delivered to homes or picked up at my home.

From this degree project I hope to structure this project which has left me with various learning and benefits, and through this learning opportunity through the university I hope to

solidify and promote my knowledge, seeking at some point to realize this business idea with greater clarity of how to organize and structure my venture.

Palabras Clave

Calidad, comercio, dulce, experiencia, innovación, oportunidad de negocio, post
Moderno, postres, repostería, restaurante, sabor, servicio, únicos, variedad, villavicencio,
vintage, waffles,

Keywords

Quality, commerce, sweet, experience, innovation, business opportunity, post Modern, desserts, pastries, restaurant, flavor, service, unique, variety, villavicencio, vintage, waffles, waffleria

1. Información del proyecto

Waffles home es un emprendimiento que ofrece productos de repostería gourmet, teniendo como plato principal waffles, los cuales serán ofrecidos en diferentes presentaciones y sabores.

La ventaja competitiva de este proyecto es la calidad de los platos que serán ofrecidos, además de ser platos únicos e innovadores para la ciudad de Villavicencio Waffles Home tendrá un estilo Vintage - post moderno que pretenderá hacerte sentir en un lugar diferente y nuevo a los lugares comunes de la ciudad.

Este proyecto es credo por la estudiante de administración de negocios internacionales Maria Camila Rincon Sánchez, pero cabe resaltar que este proyecto nació acompañado de otra persona, fui yo (Maria Camila) quien continúo con este emprendimiento y espera solidificar más el proyecto.

Los objetivos que Waffles Home espera alcanzar son llegar a hacer realidad este proyecto de una forma más estructurada y a si mismo ser el lugar más buscado y frecuentado por la ciudad de Villavicencio para el sector de postres y waffles. Además de buscar posicionarse de manera rápida por la calidad de sus productos y su servicio.

1.1 Oportunidad de mercado

Basándonos en las tendencias sociales que actualmente se ven en el mundo de comer productos especializados y productos gourmet, se pudo ver que en la ciudad de Villavicencio es muy poca la oferta que se encuentra, pues la mayoría de restaurantes no tienen esta tendencia de especializar sus productos, y menos en la parte de pastelería y repostería.

Adicional a esto se ve que en los últimos años el estilo vintage ha sido uno de los más posicionados y llamativos para la decoración de algunos restaurantes reconocidos en el mundo, Villavicencio es una ciudad que no cuenta con constante innovación y un estilo así podría ser nuevo y cautivador, por esto se puede ver que este estilo junto a este producto podría ser una oportunidad de negocio en Villavicencio.

Adicional a esto quiero decir que como llanera tengo el interés de hacer que mi ciudad crezca y se desarrolle continuamente, por esto a través de este proyecto pretendo aportar innovación y calidad para tanto los habitantes como los turistas.

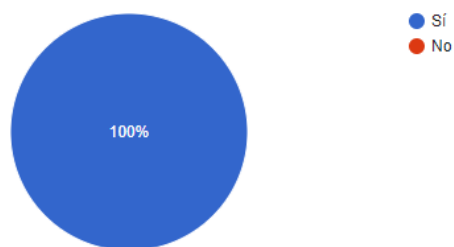
Waffles home es un proyecto que en algún momento fue realizado en la ciudad de Villavicencio, el cual superó las expectativas, se logró identificar que Villavicencio es una ciudad la cual no tiene mucha oferta de este tipo de productos pero sí una gran demanda, y a partir de este proyecto que nació en el 2016 se logró determinar que había aceptación y alta demanda.

Se realizaron validaciones a través de encuestas donde se pudo identificar y verificar que un lugar como Waffles Home es deseado por la población de la ciudad.

Ilustración 1. Encuesta pregunta uno

¿Le gustaría conocer variedad de waffles con diferentes toppings y sabores en diferentes presentaciones?

80 respuestas

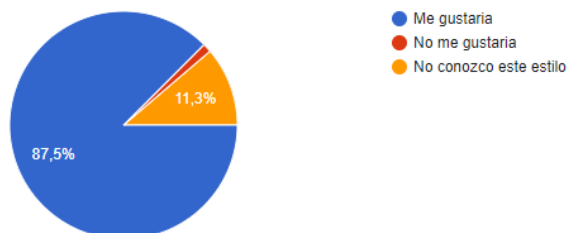


Fuente: Elaboration Propia

Ilustración 2 Encuesta pregunta dos

¿Qué tal le parecería si este lugar es un lugar elegante con un estilo vintage?

80 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Este proyecto parte del análisis de la pirámide de Maslow teniendo en cuenta las necesidades que tienen las personas, en la base de la pirámide encontramos la necesidades fisiológicas en las cuales se encuentra la alimentación de lo cual podemos tener en cuenta que todas las personas deben alimentarse. Adicionalmente están las necesidades sociales, estas hacen referencia a la interacción y la comunicación entre las personas. Waffles Home quiere no solo cumplir con brindarles comida a sus clientes, queremos brindar un espacio tranquilo donde las personas puedan encontrarse y disfrutar un rato agradable sin el estrés del día a día.

Ilustración 3 Pirámide Maslow



Fuente: Imagen sacada de página de internet www.robertoespinosa.es

Analizando las tendencias y los cambios que ha tenido el mercado en los últimos años en Villavicencio pude observar que las personas buscan un espacio con características específicas para pasar su tiempo libre. Actualmente las personas quieren reflejar cierto estatus en su vivir por lo cual estamos ofreciendo un espacio sofisticado con un estilo vintage que sea cómodo y agradable, donde puedan relajarse, escuchar música y disfrutar de un rico postre.

Con respecto a la participación en el mercado actualmente existen cinco wafflerias en la ciudad pero ninguna de estas cuenta con las características y el objetivo de Waffle's Home por lo cual se considera que aunque haya competidores directos los platos que se ofrecen serán totalmente diferentes y estarán apuntados a diferentes tipos de clientes. Esto hará que la empresa crezca rápidamente y pueda abrir otras filiales con el paso de los años.

1.2 Financiamiento

Este proyecto se implementara con una inversión de 20 millones de pesos, de los cuales 15 millones serán invertidos como patrimonio y 5 serán financiados por medio de una entidad bancaria.

2. Descripción general del proyecto

2.1 Antecedentes

Como fue mencionado anteriormente Waffles Home nació a partir de la creación de La Waffleria el cual fue un proyecto que fue desarrollado en el año 2016, en el que por medio de

diferentes redes sociales vendía waffles. Esta wafflería funcionaba a través de pedidos que se realizaban con un mínimo de anticipación y eran entregados a domicilio o recogidos en mi casa.

La wafflería tenía un valor agregado, ofrecía un tipo de waffle, llamado “waffle especial” era indicado para regalar en forma de detalle, ideal para cualquier fecha importante o para ser regalado a una persona especial.

A partir de esto nace waffles home, tomando los ingredientes y conocimientos adquiridos de la wafflería para convertirse es una wafflería más estructurada y proyectada a ser mejorada.

2.2 Misión:

Cumplir antojos de calidad a quienes confían en nosotros, con amor, Consentimos tus gustos.

2.3 Propuesta de valor

Ofrecer un espacio único, con un estilo vintage y sofisticado que brinde al cliente un ambiente cómodo, acompañado de platos de calidad e innovación.

2.4 Metas y objetivos:

Principalmente Waffles Home pretende enamorar a la ciudad de Villavicencio a través de su calidad y servicio, generar un impacto positivo a la ciudad de Villavicencio tanto como restaurante como empresa, buscamos aporta a la economía de la ciudad generando empleo.

Nuestra meta principal es cautivar al cliente y generar posicionamiento, que cada vez que piensen en waffles piensen en Waffles Home.

Objetivos

1. Ser la waffleria mas posicionada del mercado.
2. Superar siempre las expectativas del cliente.
3. En un tiempo aproximado de un año lograr abrir las segunda waffleria.
4. Innovar cada determinado tiempo.
5. Buscamos ventas de aproximadamente 10.000.000 mensuales.
6. Nuestro objetivo es vender aproximadamente 35 waffles diarios.

2.5 Mercado objetivo

El mercado objetivo al que queremos llegar son personas amantes del dulce, con un estrato de 4 en adelante, estamos abiertos a recibir personas de todas las edades pero nuestro segmento específico son personas en edades de 15 a 40 años de edad.

Waffles home es un espacio ideal para tardear con amigos, familiares y hasta cerrar un negocio.

2.6 Describa la industria o el sector

Villavicencio es una ciudad que actualmente está en crecimiento y desarrollo, actualmente es una ciudad clave para invertir, pues está solo a dos horas de la capital colombiana y en los últimos años es una de las más visitada por los turistas, a partir de esto también hay que tener en cuenta que existirá y crecerá competencia pero este proyecto tiene como pilares la calidad y el servicio que buscare cautivar a los cliente. Actualmente Villavicencio cuenta con aproximadamente 600.000 habitantes y se espera que para el año 2027 según el DANE cumpla con 1.087.993 de habitantes. Teniendo en cuenta lo anterior es importante mencionar que Villavicencio actualmente ofrece oportunidades de negocio por su crecimiento y su poca oferta

en productos especializados e innovadores, que de alguna manera pretender aportar a la gastronomía y generar satisfacción a los consumidores. (REDACCIÓN ECONOMÍA Y NEGOCIOS, 2019)

2.7 Fortalezas y competencias básicas.

Waffles home será una empresa que tiene como pilares la calidad, el servicio y un ambiente que refleje innovación, clase y comodidad, un lugar nuevo para la ciudad de Villavicencio. Esta empresa ya cuenta con una experiencia en cuanto al producto el cual demostró total aceptación por la ciudad, fidelizo clientes y posiciono su anterior marca “La Waffleria” Por dicho motivo Waffles Home es la mejora de la Waffleria donde se tendrán en cuenta el valor agregado que se mencionó el en inicio de este documento “waffle especial” y otros de sus productos que eran aceptados y buscador por los clientes. En el 2017 cuando la waffleria cerró algunos de los comentarios de los clientes fueron “no cierren” y aportaban críticas o aportes constructivos que se tendrán en cuenta para generar mayor satisfacción. Por lo anterior podemos decir que Waffles Home cuenta con algunas fortalezas y habilidades previas la cuales se espera llevar a cabo y superar las expectativas de todos los clientes.

Adicional a esto las tendencias por los productos gourmet día a día son más altos, teniendo en cuenta la experiencia y las habilidades que he desarrollado junto al entorno en el que actualmente estamos y la oportunidad de negocio que nos brinda la ciudad podemos decir que este proyecto tiene una proyección positiva y sólida para iniciar.

2.8 Licencias o permiso

Las licencias y permisos que son necesarias para la apertura y el funcionamiento de Waffles Home son las siguientes:

- Validación en un SUPER CADE para ver si el lugar es apto para restaurante bajo los parámetros de planeación urbana.
- Registro en Cámara y comercio
- Matricula mercantil Vigente
- Certificado Sayco y Acinpro
- Permiso de facturación
- Registro Nacional de Turismo
- Concepto Sanitario
- Concepto de Seguridad humana y protección
- Inscripción en el RUT
- Inscripción en el RIT
- Certificación manipulación de alimentos.

(CAMARA DE COMERCIO, 2016)

2.9 Forma jurídica

Para empezar este proyecto, Waffles Home tendrá una forma jurídica por empresario individual (autónomo), la fiscalidad que va a manejar va a ser IRPF (Rendimientos por actividades económicas). Según la página web autónomos y emprendedores (2017), las características de esta forma jurídica son:

- Control total de la empresa por parte del propietario
- La personalidad jurídica de la empresa es la misma que la del propietario.
- No hay diferencia entre patrimonio mercantil y civil.

3. Validación de la oportunidad

3.1 Descubrimiento de la oportunidad:

Teniendo en cuenta que este proyecto tiene un antecedente “La wafflería” y en algún momento se hizo y se demostró una aceptación de esta idea de negocio se contempla y se valida nueva mente la oportunidad en el mercado con el objetivo de verificar la aceptación que puede tener Waffles Home.

3.1.1 Encuestas

Con el objetivo de validar nuevamente este proyecto se realizó una encuesta para determinar qué tan aceptados podemos estar en el mercado, esta encuesta se realizó a un grupo de personas entre los 15 y 40 años de edad, donde se incluyeron estudiante y trabajadores. Se obtuvieron 81 respuestas donde los resultados fueron los siguientes:

Ilustración 4 Encuesta pregunta tres.

¿Le gusta a usted el dulce? (postres, chocolates, todo aquello que contenga dulce.)
81 respuestas



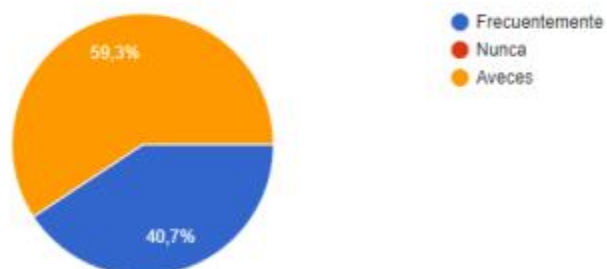
Fuente: Elaboración propia.

De la pregunta anterior podemos afirmar que el 100% de los encuestados son amantes del dulce, a partir de esta primera pregunta podemos decir que es un grupo de personas claves para continuar con el análisis.

Ilustración 5 Encuesta pregunta cuatro.

¿Realiza planes de ir a comer algo de dulce?

81 respuestas



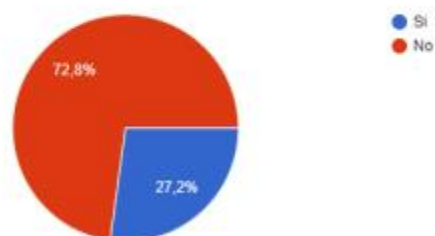
Fuente: Elaboración propia

Casi el 60% de los encuestados incluye frecuentemente entre sus planes salir a comer algo de dulce y el 40% habitualmente lo hace, de esto podemos concluir que en Villavicencio hay gran oportunidad de negocio para el tema del dulce.

Ilustración 6 Encuesta pregunta cinco.

¿Encuentra usted en villavicencio un lugar único, diferente a lo habitual, agradable en el cual puede disfrutar y compartir de un postre?

81 respuestas



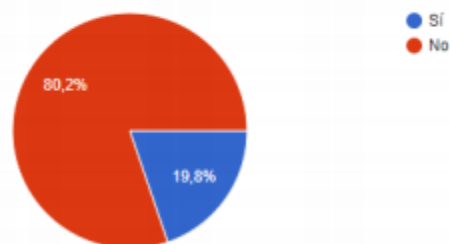
Fuente: Elaboración propia

Aproximadamente el 73% de los encuestados no conoce o encuentra un establecimiento único y de mayor agrado para compartir un postre, de esto podemos concluir que una idea de negocio que supla esta opinión puede ser de gran agrado para los villavicensenses.

Ilustración 7 Encuesta pregunta seis.

¿ Conoce usted en villavicencio algún lugar en el que pueda encontrar postres Gourmet?

81 respuestas



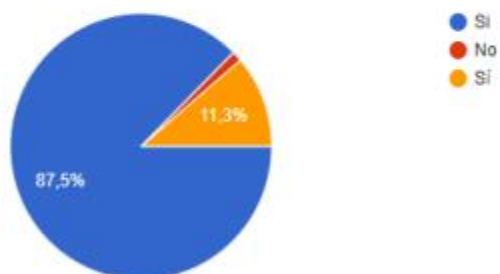
Fuente: Elaboración propia

A partir de esta pregunta y teniendo en cuenta la anterior es evidente concluir que un gran porcentaje de los encuestados de la ciudad de Villavicencio no encuentran un lugar con las características mencionadas donde ofrezcan un postre gourmet y sea de agrado para ellos, por esto nuevamente podemos determinar que esta idea de negocio puede ser aceptada y esperada para la ciudad.

Ilustración 8 Encuesta pregunta siete.

Le gustaría encontrar un espacio en villavicencio en el cual pueda encontrar este producto (waffle)? ¿Entre otros postres Gourmet?

80 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Con la pregunta anterior terminamos nuestra encuesta de validación, de la cual es importante concluir que los villavicenses esperan y les sería de total agrado encontrar un lugar que ofrezca las características que Waffles Home pretende brindar.

4. Construcción y validación del mínimo producto viable

4.1 Validación del mercado

Como ya lo he mencionado anteriormente la waffleria fue el inicio de este proyecto, a través de la waffleria se pudo hacer una validación del producto donde se concluyó que el producto era aceptado y además apetecido por sus clientes, siempre los cliente respondieron a los productos de una manera positiva lo que supero mis expectativas.

4.1.1 Validación del producto por los clientes

A continuación unos pantallazos de conversaciones con algunos de los cliente, donde se puede afirmar que el producto es de total agrado y satisfacción.

Ilustración 9 prueba de satisfacción uno.



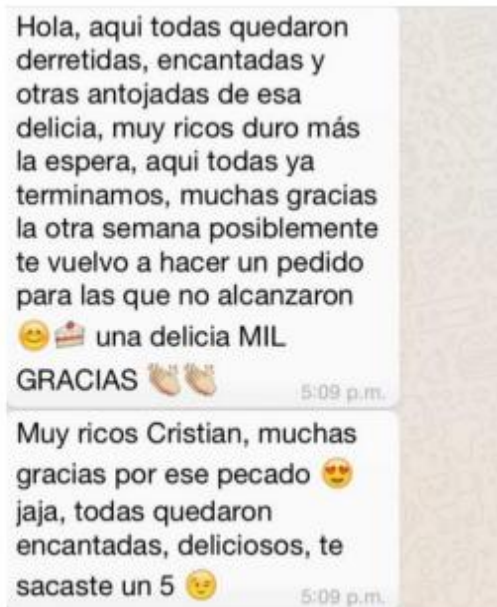
Fuente: Elaboración Propia.

Ilustración 10 Prueba de satisfacción dos.



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 11 Prueba de Satisfacción tres.



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 12 Prueba de satisfacción cuatro.



4.1.2 Testeo y prototipo.

Adicional con contar con la experiencia que se tuvo con la waffleria, se realizó nuevamente un testeo del producto, donde en un fin de semana se ofrecieron los waffles por medio de la cuenta de la waffleria y a través de mis redes sociales, Se tenía como objetivo hacer 500.000 pesos, es importante mencionar que como este proyecto es en la ciudad de Villavicencio y yo vivo en la ciudad de Bogotá se contaba con solo un fin de semana para realizar esta prueba. Los resultados fueron los siguientes:

1. Se lograron vender 61 waffles entre el sábado y domingo obteniendo 518.500 en ventas.
2. Se logró cumplir con el objetivo.
3. Muchos de los clientes que ya conocían la waffleria fueron los primeros en realizar sus pedidos.

A continuación unas fotos del testeo y la prueba piloto que se hizo para una vez más validar el producto.

Ilustración 13 Imagen prototipo uno.



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 14 Imagen prototipo dos.



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 15 Imagen prototipo tres.



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 16 Imagen prototipo cuatro.



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 17 Imagen prototipo cinco.



Fuente: Elaboración Propia

4.2 Mínimo Producto Viable

Adicional a las pruebas y validaciones anteriormente mencionadas también se hizo una validación desde la página de Instagram de la waffleria hacia sus seguidores, donde se hicieron las siguientes preguntas:

1. ¿Qué tal fue su experiencia con la waffleria?
2. ¿De 1 a 10 en cuanto nos califican?
3. ¿Les gustaría que regresáramos?

Todas las respuestas fueron positivas, recibimos mensajes como “son los mejores, quiero”, “Vuelvan ya”, “En mi opinión tienen un 10” de lo que nos permite concluir que tenemos oportunidad en el mercado siempre buscando mejorar y enamorando a más clientes.

5. Producto y/o servicio

5.1 Describa en detalle su producto o servicio

Con este proyecto se pretende aportar a la gastronomía de Villavicencio con un lugar el cual brinde postres de calidad, sofisticados y que le permita a sus clientes vivir una experiencia con el producto y con el servicio que Waffles Home pretender brindar; un lugar diferente, único, innovador y agradable y una carta llena de toques de amor, dulce y recetas únicas es el secreto con el que waffles home pretende enamorar a sus clientes.

La carta de waffles home se concentra en cinco tipos de waffles diferentes, donde los clientes tendrán la oportunidad de conocer de esta receta en diferentes presentaciones y con diferentes sabores según su gusto, adicional a esto dentro de su carta también se podrán encontrar diferentes postrecitos gourmet que permita sorprender al cliente a través de su sabor y su presentación.

A continuación una breve descripción de los seis tipos de waffle:

1. StrawBerry Waffle: Waffle con fresas, crema, helado y banano. La elección de la base es al gusto se brindan diferentes opciones como arequipe, nutella y base de frutas.
2. Tuwaffle: Este es el waffle a tu antojo lo armas a tu gusto, tienes derecho a tres topping, si se desea agregar más, es adicional.
3. Waffle love: Este waffle ideal para los niños, son dos waffles en forma de corazón acompañado de dos toppings.
4. Supperwaffle: Mitad arequipe mitad nutella acompañado de banano fresas y helado.
5. Chocowaffle: El waffle del chocolate, este waffle contiene nutella, brownies, chips de chocolate y helado.
6. Waffle Fit: Waffle para diabéticos o personas que llevan una vida fitness, hecho a base de harina de almendras, leche de coco y stevia. Acompañado de arequipe de almendras o Mantequilla de maní, helado a base leche de soya y dos frutas.

Las siguientes imágenes son un prototipo del producto:

Ilustración 18 Imagen prototipo de producto uno.



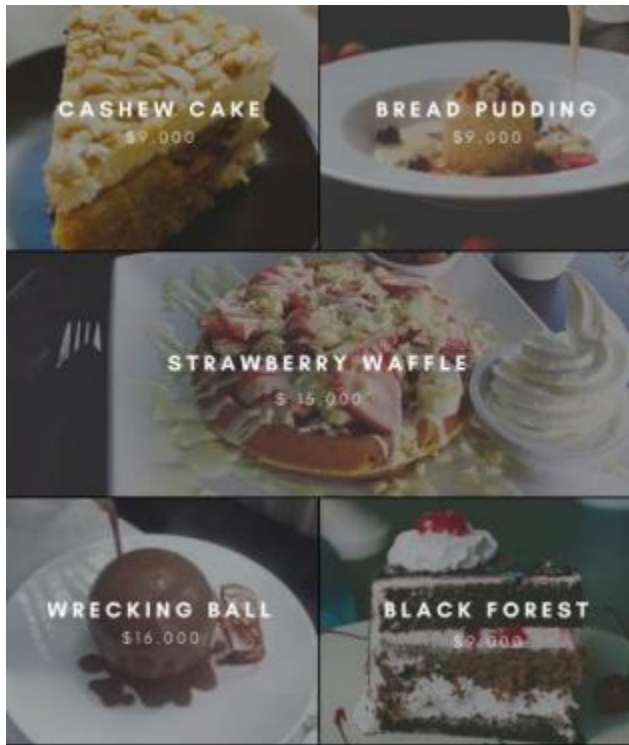
Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 19 Imagen Prototipo de Waffle Saludable



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 20 Imagen Prototipo Carta



Fuente: Imagen realizada en Canva ,elaboración Propia

Todos nuestros productos serán especializados y anteriormente testeados por profesionales, en nuestro equipo contaremos con un chef amigo encargado de hacer las mejoras en las recetas.

Cuentas con ingredientes de Calidad y la presentación tendrá parámetros y estandarización para ser entregada al cliente.

5.2 Servicio postventa:

Mi mayor interés y propósito para este proyecto es brindar una experiencia única tanto en los platos como en el servicio, por esto contamos con diferentes tipos de servicio Post venta.

5.2.1 Encuesta de satisfacción

Después de haber brindado la experiencia al cliente, junto con la cuenta se enviara una encuesta donde se pretende analizar el nivel de servicio y agrado que vivió el cliente, está encuesta también tiene una parte de observación donde se espera conocer a detalle la experiencia, este espacio es ideal para sugerencias, recomendaciones y opiniones por parte del cliente.

A continuación un prototipo de la encuesta de satisfacción:

Tabla 1 Encuesta de Satisfacción

Tu opinión es muy importante para nosotros, por eso te invitamos a que respondas esta encuesta.					
Marca con una x la casilla con la que se identificó, siendo 1 la peor respuesta y 5 la mejor.					
Productos	1	2	3	4	5
Calidad del producto					
Calidad de las bebidas					

Temperatura					
Servicio	1	2	3	4	5
Instalaciones					
Atención del personal					
Rapidez					
Comodidad					
Experiencia General					
Observaciones					
Gracias por tu visita, ¡es un placer atenderte!					

5.2.2 Interacción por redes sociales

A través de nuestras redes sociales no solo se pretenderá hacerle publicidad a nuestros productos y al restaurante, también se busca tener una relación con los seguidores, de esta manera se busca interactuar con el cliente por medio de preguntas interactivas, información de nuestros ingredientes y productos, promociones adicionales, fidelización de clientes entre otras opciones.

Así mismo la página Web es otra herramienta para ofrecer un servicio post venta, a través de esta se ofrecerá un servicio de Chat para tener contacto directo con nuestros clientes.

5.3.3 Asesoría en línea

Contaremos con una línea de atención la cual brindara al cliente la oportunidad de llamar y preguntar todo acerca de nosotros, esta línea tiene como objetivo establecer un espacio para tener mejor y mayor relación con los clientes y también es un espacio para hacer reservas, dar opiniones y sugerencias.

6. Plan de marketing

6.1 Entorno económico

Con el objetivo de entender el entorno y contexto en que se desarrollara Waffles home se realizó un análisis PEST donde se estudiaron y analizaron los diferentes factores que afectan el entorno del proyecto, adicional a esto se realizó un estudio de tendencias donde se tuvieron en cuenta datos cuantitativos y cifras.

6.1.1 Pest

Tabla 2. Análisis PEST

ANALISIS PEST		
POLITICO	Políticas de la empresa	Este proyecto cumplirá con todas las políticas para la creación de un restaurante, donde se tendrán en cuenta todas los trámites necesarios y adicional a esto estará bajo todos los estándares para ser un restaurante Gourmet.
	Desempleo	A partir de este proyecto se estudian los factores macroeconómicos que hay en el entorno de la ciudad de Villavicencio, a partir de esto es importante decir que con Waffles Home se aporta la posibilidad de generar empleo y a largo plazo ser una empresa fuente de disminuir el desempleo de la ciudad de Villavicencio.
ECONOMICO	Crecimiento económico	Como anteriormente se mencionó este proyecto tiene la iniciativa no solo de ser un lugar nuevo y agradable para la ciudad, si no también aportarle a la economía y gastronomía de Villavicencio, se busca que tenga un crecimiento exponencial y en menos de un año logre abrir una nueva sede.
SOCIAL	Posicionamiento	Se busca que Waffles home este en la mente de consumidor, cada vez que piensen en un buen postre o en un Waffle piensen en Waffles home, esto se pretende lograr a través de la calidad, presentación y servicio que se espera ofrecer.

	<p>Fidelización</p>	<p>Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado la fidelización de nuestros clientes es de suma importancia, por eso se tendrá un servicio post venta para determinar que tal fue su experiencia, el objetivo de este proyecto es satisfacer los gustos de nuestros clientes.</p>
<p>TECNOLOGICO</p>	<p>Avances</p>	<p>Hoy en día la tecnología es un punto clave para optimizar todos los procesos de una empresa, por eso es de suma importancia que waffles home incluya dentro de su plan de trabajo la tecnología necesaria para ser eficiente y productiva, además de contar con todos los equipos tecnológicos dentro de su cocina y administración, se esperara contar con código QR para que los clientes optimicen procesos de reservas y pedidos.</p>

Fuente: Elaboración propia.

A partir de lo anteriormente analizado, para Waffles Home es de suma importancia cada uno de los factores expuestos, es muy importante siempre tener en cuenta tanto los factores macroeconómicos como microeconómicos del proyecto.

6.1.2 Análisis de tendencias

Como anteriormente fue mencionada las tendencias por los productos especializados y de calidad día a día son más fuertes, los consumidores hoy en día optan por consumir productos de carácter natural, a sí mismo la presentación es de suma importancia en la actualidad, aquellos

postres de carácter diferente con presentaciones únicas han marcado tendencia en los últimos años, un postre fuera de los común a cautivado la atención de las personas y permite que los consumidores vivan una experiencia gastronómica única.

Adicional a lo anterior las tendencias por la vida fit y la buena alimentación donde se incluye la salud y la apariencia física día a día son más altas, por eso dentro de nuestra carta se ofrece un waffle para Diabéticos que cumple con todas las características fitness.

GenialGuru blog de tendencias de alimentos afirma que los waffles llevan posicionados en la última década, y que su contaste innovación ha sido el boom en la repostería y amantes del dulce. (GENIAL GURU, 2019)

6.1.3 Barreras de entrada

Como barreras de entrada podemos determinar el capital para este proyecto, aunque ya se ha hecho un estudio financiero y se han determinado costos y gastos que son necesarios para emprender este proyecto hay que tener en cuenta que a veces se sobre pasan estos costos y gastos que se tenían analizados, ahorita se cuenta con un presupuesto de 30 millones para la inversión inicial y una barrera de entrada inicial seria que estos gastos se sobrepasen, por otro lado otra barrera de entrada puede ser el escepticismo por parte el consumidor, hay que tener en cuenta que vamos a entrar al mercado como una marca nueva y alcanzar la posición que buscamos puede tardar un tiempo mientras logramos llegar al cliente como buscamos, así mismo por ser un

restaurante con un carácter más sofisticado y gourmet el cliente puede tener la percepción de ofrecer productos muy pequeños y muy caros.

La ubicación también la podemos ver como una barrera de entrada, en el marketing mix que se desarrolló para plantear inicialmente este proyecto se hizo el análisis del lugar donde se desarrollaría este proyecto, se cotizó el lugar y fue de suma atracción para este proyecto ya que el arriendo no era muy elevado, era un local con el área indicada y estaba ubicado en unas de las zonas de más flujo de las personas a las que queremos llegar. Si esta ubicación ya no está disponible tendremos que recurrir a otros de los lugares analizados que talvez no sea de mi mayor atracción como el anteriormente mencionado.

6.2 Clientes

6.2.1 Segmentación del mercado orientado al consumidor.

Personas naturales; trabajadores, estudiantes, empresarios, amas de casa amantes del dulce, que incluyen dentro de sus planes salir y compartir de un lugar agradable y una buena compañía.

Variables:

Geográfico: Personas que vivan o trabajen en la ciudad de Villavicencio o en sus zonas rurales, turistas que visiten la ciudad.

Demográfico: Nos enfocamos en personas de 15 a 40 años con un poder adquisitivo medio alto, un espacio ideal para familias, amigos, compañeros de trabajo.

Psicográfico: Tienen una vida social activa, de carácter extrovertido, les gusta salir, conocer cosas nuevas, compartir de momentos nuevos y agradables.

Comportamental: Son personas sociales, que buscan siempre de un buen lugar para compartir, son exigentes con la calidad, el servicio y la presentación de las cosas que comprar o tienen. Les llama la atención la variedad y la innovación que un producto puede ofrecer.

6.3 Competencia

6.3.1 Matriz de análisis competitivo

Tabla 3 Matriz análisis competitivo

<i>Factor</i>	Waffles Home	Fortaleza	Debilidades	Creeps and Waffles	Sweet Waffleria	Importancia para el cliente
Productos	Variedad de waffles, se ofrecen seis tipos de waffles	Seremos un proyecto con un estilo nuevo, donde prima la	Por ser nuestras recetas de calidad y estar bajo altos	Es un restaurante especializado en comida y postres, dentro	Es una waffleria tradicional, ofrece el producto en	Importante ya que dentro de un waffle esperan encontrar la variedad de sabores que

	diferentes, también hay una carta de postres gourmet	innovación la calidad y el servicio, no se conoce en la ciudad ningún lugar con estas características de presentación en los waffles.	estándares de prestación nuestros precios no son asequibles para todos los habitantes.	de su carta solo ofrece dos tipos de waffles diferentes pero con variedad de toppings, es un restaurante más para almorzar y complementar con un postre.	una sola presentación, no ofrece un lugar físico lindo y agradable para la ciudad.	quieren, la innovación y la presentación es de suma importancia para hacer un waffle atractivo, un buen waffle y un buen lugar son claves para el cliente.
Precio	El precio de nuestros waffles tiene un precio base de 12.000 pesos	Para ser un waffle de calidad y ofrecer la experiencia que ofrece no es muy elevado frente a la competencia.	Restricción para ciertas personas por su precio.	Oscilan con un precio de 9000 a 13000.	Su precio base es 9000.	El mercado al que queremos llegar esta dispuesto a pagar el producto que espera obtener, teniendo en cuenta que nuestro segmento es de estrato medio alto, este precio no es inadecuado.
Calidad	Nos vamos a caracterizar por vender productos de calidad, contamos con los mejores ingredientes y sabores, a base de productos naturales.	Basándonos en las tendencias actuales las personas optan por comer productos naturales, los productos artificiales día a día gustan menos, las personas en la actualidad le dan más importancia a los productos de calidad que a la economía.	Al ser los productos de waffles home de calidad cada uno de sus ingredientes es de mayor costo. Habrá cierto tipo de personas que no valoran ni están dispuestos a pagar la calidad de los productos.	Se caracterizan por ofrecer productos de calidad.	El cliente tiene una percepción de que los waffles son sobresalientes pero no excelentes.	El segmento en el que nos enfocamos le da suma importancia a la calidad de los productos que compran.
Servicio	Este proyecto pretende más que ofrecer un producto brindar una experiencia, por eso para Waffles Home es de suma importancia brinda un servicio 10/10	Las personas a las que queremos llegar son personas que les gusta verse bien atendidas, a través de nuestra experiencia y calidad de servicio pretendemos dar un plus y fidelizar a los clientes. Estaremos evaluando constantemente	Llegar a un punto donde no podamos brindar servicio para todos nuestros clientes por la capacidad del tamaño de nuestro establecimiento.	Ofrecen un buen servicio, se preocupan por atender bien a las personas en su gran mayoría, a veces suelen tener problemas por el tiempo y la cantidad de personas que atienden.	Tienen buen servicio pero no brindan un valor agregado.	Para el cliente el servicio muchas veces es aún más importante que el producto, brindar una experiencia donde el cliente se siente bien atendido puede fidelizar y garantizar que el cliente vuelva.

		e la calidad del servicio.				
Reputación de la empresa	Esperamos que nuestra reputación sea la mejor que nuestros clientes nos den un 10/10, fidelizarlos y ser su lugar favorito para compartir de un buen momento y un buen waffle.	La wafflería logro obtener una buena reputación por la calidad de sus productos, esperamos seguir así y seguir trabajando por ofrecer un servicio 10/10	No tenemos aún experiencia en atención al cliente esperamos nunca decepcionar a nuestros clientes por la percepción que tienen de la wafflería.	Tienen muy buena reputación es un restaurante posicionado en el mercado.	Son aceptados en el mercado.	Para el consumidor en cuenta a temas de comida es de suma importancia la reputación de un establecimiento de comida.
Ubicación	Esperamos estar en una zona comercial, donde hay flujo de personas permanente, es una plazoleta de comidas frente a centros empresariales , un hotel y conjuntos de vivienda.	El establecimiento pensado para Waffles home tiene todas las características para adecuarse, su ubicación es muy buena ya que siempre circula buen flujo de personas.	No poder contar con este establecimiento y tener que recurrir a otros de menos atracción.	Están ubicados en un centro comercial de alto flujo de personas.	Ubicados en el barrio la esperanza de Villavicencio tiene un segmento de personas de poder adquisitivo medio.	Por ser Villavicencio una ciudad no tan grande los habitantes no tienen mucho problema por ir a un lugar de su gusto. Waffles home quiere ofrecer un lugar bonito y agradable y así mismo de fácil acceso para encontrarlo.

Fuente: Elaboración propia.

Los clientes de Waffles Home son personas que buscan calidad y servicio en lo que compran, no les importa pagar algo de más porque aprecian la calidad y el servicio que están adquiriendo, son personas sociales, dulceras, curiosas, les encanta la innovación y el buen trabajo. Por eso se ve la necesidad y la oportunidad de crear waffles home un lugar nuevo para Villavicencio que plasme la innovación, la calidad, el servicio y la presentación en un lugar lindo y agradable.

6.4 Estrategia de mercado

A través de nuestras estrategias de mercadeo se pretende que el cliente perciba Waffles Home como un restaurante único, que genere confianza y amor a nuestros clientes. Por esto también se implementará estrategias de mercadeo relacional para generar una mayor relación con cada uno de nuestros clientes. Para la apertura de Waffles Home se hará una invitación de inauguración donde se invitaran a algunos de los clientes de La Waffleria, influenceadores de la ciudad, amigos y conocidos con el fin de generar estrategias de promoción voz a voz y dar a conocer alguno de nuestros productos y sabores, cada uno de nuestros clientes deberá subir una foto en Instagram en nuestro establecimiento etiquetarnos y poner el Hashtag #AbrimosWafflesHome para poder disfrutar de esta inauguración de manera gratuita.

6.4.1 Promoción y publicidad.

Para comenzar el proyecto se implementara promoción a través de la inauguración anteriormente mencionada, adicional a esto se hará promoción y publicidad a través de redes sociales, Instagram y Facebook serán las herramientas más usadas para la promoción y la publicidad que queremos manejar. Adicional a esto también se diseñó un plan de promoción a través de estrategias de email marketing y blogs sobre lugares recomendados de la ciudad de Villavicencio.

6.4.1.1 Logo Waffles Home.

Ilustración 21 Logo Waffles Home



Fuente: Imagen elaborada en Canva, elaboración propia.

6.4.2 Marketing en Redes Sociales.

El objetivo de nuestra estrategia a través de las redes sociales es poder generar una relación más cercana y confiable con nuestros clientes, a través de las diferentes redes sociales se pretende informar a nuestros clientes de todo acerca de nosotros, por acá generaremos promociones, haremos constantes preguntas acerca de nuestro servicio y productos, con el fin de poder interactuar, así mismo será un espacio en la que podremos encontrar la opinión de nuestros clientes acerca de nuestros productos de temporada o próximos postres.

Adicional a esto implementaremos estrategias para llegar a más clientes con el fin de que nuestros seguidores y clientes nos ayuden a expandirnos.

6.4.3 Facebook

Facebook será nuestra mayor herramienta de información, a través de esta red social buscamos informar detalles de nuestros productos de lanzamiento, eventos, y promociones, este es un espacio para que nuestros clientes compartan su experiencia en Waffles Home.

6.4.4 Instagram

Instagram será nuestra herramienta de promoción y publicidad, en esta red social damos información superficial de nuestras actividades pero con estrategias que logren llamar la atención de nuestros clientes, esta red social será movida diariamente con el fin de que el consumidor nos tenga presente, se hará constante contenido en las historias y semanalmente en las publicaciones.

6.4.5 Email Marketing

El email marketing es una herramienta adicional para dar información, a través de esta herramienta podemos generar una base de datos y obtener control de nuestros clientes activos, a

si mismo a través de esta red podemos generar promociones adicionales y dar información detallada a todos nuestros clientes.

6.4.6 Otras promociones

En el momento en el que Waffles Home alcance una estabilidad económica se harán inversiones en mercadeo y publicidad, se implementara publicidad física a través de pautas en mini vallas por la ciudad.

6.6 Estrategia de precio

Para las estrategias de publicidad se invertirán 600.000 pesos mensuales las cuales estarán divididas en pago a Instagram y Facebook y pauta en un blog de recomendaciones de la ciudad de Villavicencio.

6.7 Estrategia de precios

6.7.1 Análisis de Gastos y Costos

Tabla 4 Costos y Gastos

GASTOS FIJOS	GASTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Arriendo	Publicidad	Cocinero	Harina
2.000.000	600.000	1.500.000	330
Contador		Luz	Polvo de hornear
1.500.000		600.000	10
		Gas	Sal
		80.000	10
		Agua	Leche
		150.000	380
		Mesero	Huevos
		1.500.000	200
			Mantequilla
			100
			Esencia de Vainilla
			20
			Fruta
			500
			Helado
			1.200
			Salsa
			500
3.500.000	600.000	3.830.000	3.440

Fuente: Elaboración Propia.

Teniendo en cuenta que el costo de un waffle es aproximadamente 3400 pesos y que los gastos y costos mensuales son de 7.930.000 se estableció que el precio del waffle sería de 12.000 pesos dejando un margen de contribución del 74%. Después de hacer un análisis competitivo se puede decir que nuestros precios son parcialmente superiores a los de la competencia esto determinado y concluido por el servicio y producto que se quiere ofrecer.

6.8 Distribución

La ubicación es uno de los puntos clave para la apertura de Waffles Home, Buscamos un lugar comercial donde se garantice el flujo de personas, cerca de restaurantes de cadena, hoteles, y oficinas. Estamos relativamente cerca a la competencia, cabe aclarar que nuestro punto pensado es en una plazoleta de comidas donde tendremos competidores secundarios.

6.9 Canales de distribución

El canal de distribución es un punto propio, se maneja al principio fuerza de ventas propia. También se tendrá canal de distribución a través de nuestra página web y redes sociales, por este medio se ofrecerá la posibilidad de hacer y enviar el pedido a domicilio.

7. Plan operacional

7.1 Producción

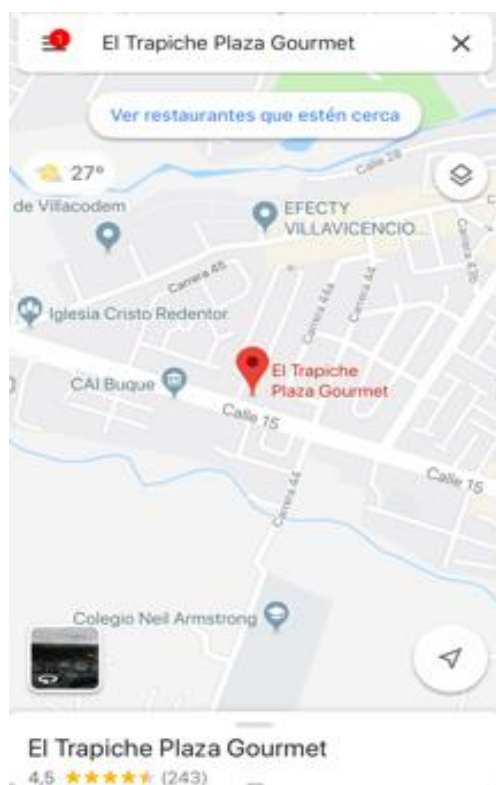
Todos nuestros productos serán hechos en nuestro local, este restaurante cuenta con un cocina en la cual se harán desde nuestros waffles y postres hasta lo diferentes aderezos, salsas y mermeladas que vamos a ofrecer. Contaremos con las herramientas necesarias para llevar a cabo la producción de nuestros productos, donde se contará con las waffleras, elementos de cocina, nevera, entre otros. Todos los waffles y productos estarán casi listos para la producción, es decir, para el caso de los waffles ya se tendrá lista la mezcla para poner en las waffleras generando eficiencia en la producción de los waffles, a si mismo la mayoría de postres ya estarán casi listos para ofrecer al consumidor.

7.2 Localización

Pensamos en un lugar con flujo de personas, el lugar es un establecimiento de 40 m² cuenta con una cocina amplia, y un espacio para la atención del cliente donde aproximadamente se pueden acomodar siete mesas. Nos centramos en ofrecer un lugar agradable por eso es muy importante la decoración del establecimiento, tendrá un estilo vintage con una mezcla post moderno. Es necesario un espacio para la caja, se contará con un pequeño espacio donde se tendrá la caja y un buzón donde se pondrá la encuesta de atención al cliente.

Se tiene pensado que Waffles Home quede en El trapiche plaza Gourmet en Villavicencio CII 15 #44-104 . Esta plazoleta cuenta con parqueadero gratuito y fácil acceso, es frente a una calle principal y a sus alrededores se encuentran hoteles, conjuntos de vivienda y oficinas.

Ilustración 22 Ubicación Waffles Home



Fuente: Imagen obtenida de Google Maps

Se pagara un arriendo de 2.000.000, este lugar se adecuara con una inversión de 5.000.000 de pesos donde se incluirá decoración y muebles cotizados. Se estima un pago de servicio aproximado de 850.000 pesos mensuales donde se incluye la luz, el agua y el gas.

7.3 Entorno legal

Con el objetivo de cumplir cada uno de los requerimientos y trámites legales para hacer la apertura de Waffles Home se hizo el estudio con un amigo abogado el cual nos asesoró y nos informó de los siguientes trámites que hay que realizar para la apertura.

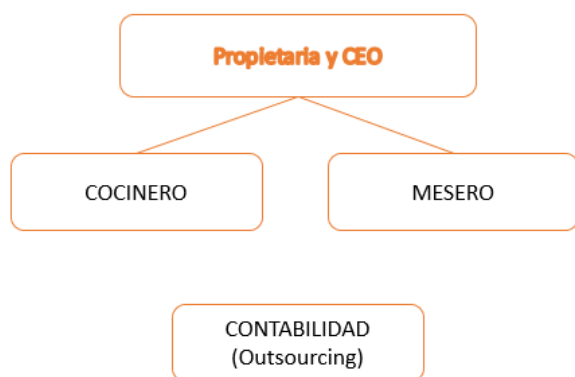
- Registro en Cámara y comercio
- Matricula mercantil Vigente
- Certificado Sayco y Acinpro
- Permiso de facturación
- Registro Nacional de Turismo
- Concepto Sanitario
- Concepto de Seguridad humana y protección
- Inscripción en el RUT
- Inscripción en el RIT
- Certificación manipulación de alimentos

(CAMARA DE COMERCIO, 2016)

7.4 Personal

7.4.1 Organigrama

Ilustración 23 Organigrama de Waffles Home



Fuente: Elaboración Propia

El personal de este proyecto está estipulado inicialmente por tres personas contándome a mí como propietaria y gerente, contaremos con un Chef amigo que nos ha ayudado y nos ayudara con las mejoras de Waffles Home, Este chef no entrara en la nómina del equipo de trabajo de Waffles Home. Se cuenta con un cocinero y un mesero calificado a los cuales se les pagara mensualmente, deben tener experiencia de mínimo un año, para el caso del cocinero en el área de repostería, cada uno con referencias laborales. Este personal será reclutado a través de la página web Computrabajo.

7.4.2 Funciones

7.4.2.1 Propietaria y CEO

Administradora de negocios internacionales de la universidad del rosario capacitada para el control y manejo de Este emprendimiento, con experiencia en el área comercial en Parmalat Colombia y experiencia en otros emprendimientos como la waffleria.

Con las diferentes funciones de planear, organizar y definir las diferentes actividades y recursos de la empresa. Encargada de la relación y el contacto directo con el cliente.

7.4.2.2 Cocinero

Con experiencia en repostería, será una persona eficiente, organizada y cuidadosa. Es el encargado de la elaboración de los platos siguiendo cada una de las recetas ya establecidas.

7.4.2.3 Mesero

Con experiencia como mesero, será una persona carismática, su función es el servicio al cliente, es el encargado de llevar el plato a la mesa y dar y recibir la cuenta.

Cuando sea necesario dependiendo de la demanda, se contratara personal adicional para generar eficiencia, se podrá contar con un cocinero y mesero adicional para llevar las tareas a cabo de manera más productiva.

7.4.3 Políticas de Evaluación

A través del servicio post-venta, encuesta de servicio al cliente también se pretende conocer la evaluación de nuestros clientes de los productos y la atención, por esto en nuestra encuesta incluimos preguntas acerca de la atención por parte del mesero y del estado del producto. De esta manera evaluaremos el trabajo del equipo de Waffles Home dándole prioridad a la opinión y la percepción que tiene el cliente.

También se tiene pensando un margen de error para detectar y controlar los desperdicios de cada uno de nuestros productos, se estimara un porcentaje para los errores que puedan surgir en cocina o en el restaurante, con el objetivo de tener control sobre los problemas que puedan surgir.

Los empleados contarán con una capacitación e introducción hacia cada una de sus tareas, para mí es de suma importancia capacitar y enseñar al personal sobre cada cosa que deban hacer.

7.5 Inventarios

Se realizara un inventario de cada uno de los elementos y herramientas con los que cuenta la empresa, todos los activos son importantes para mí, por eso se tendrá control del estado de las cosas y los suministros con los que se cuentan.

Dentro del inventario incluiremos nuestros activos de esta forma encontraremos Waffleras, Licuadoras, Nevera, Computador, Caja registradora, Elementos de cocina, Platos, decoraciones, Muebles entre otros.

Adicional a esto se pretenderá tener más que in inventario de los productos un control de ellos, es decir se hará un pronóstico para determinar los productos necesarios semanales y cuantos necesitamos y cuantos gastamos, de tal manera que sepamos exactamente cuántos y cuanto producto necesitamos para hacer un waffle y de esta forma controlar los desperdicios por parte del cocinero.

7.6 Proveedores

Al empezar siendo un proyecto pequeño no podemos contar con proveedores directos. Empezaremos comprando productos al por mayor a la empresa distribuidora Altipal la cual nos garantiza buenos precios. A través de este distribuidor compraremos los lácteos y culinarios (Parmalat Colombia) , Crema Nutella, harinas entre otros.

La fruta la compraremos directamente de una de las grandes plazas de la ciudad, donde de manera selectiva se escogerá fruta buena y fresca.

8. Gestión y organización

Waffles home estará dirigido y administrado por su propietaria Maria Camila Rincon Sánchez, la cual es la encargada de la funciones gerenciales del proyecto, donde se incluyen planes de mercadeo y contabilidad. Adicional se contara determinadamente con un apoyo profesional financiero, donde se espera tener de una forma más organizada todos los aspectos financieros y contables al día. Yo como creadora y CEO de este proyecto ya cuento con una experiencia de emprendimiento similar “La waffleria” Explicada en el cuerpo de este documento a si mismo con experiencia en prácticas en la multinacional Parmalat en el área comercial ya graduada y con diferentes habilidades y aprendizajes espero mejorar y posicionar este proyecto de manera significativa.

9. Plan financiero

9.1 Inversión Fija

Tabla 5 Inversión fija

INVERSION FIJA		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Adecuación		\$ 5.000.000
Activos Fijos		
Sillas	28	\$ 2.700.000
Mesas	7	\$ 3.500.000
Wafflera tipo 1	2	\$ 1.600.000
Wafflera Tipo 2	2	\$ 1.200.000
Microondas	1	\$ 200.000
Wafflera tipo 3	1	\$ 530.000
Nevera Especial	1	\$ 1.100.000
Licuadaora	2	\$ 400.000
Elementos de cocina		\$ 350.000
Platos	30	\$ 550.000
Decoración		\$ 300.000
Fundidora de Chocolate	1	\$ 300.000
Activos Intangibles		
Página Web		\$ 800.000
Dominio		\$ 120.000
Total Inversión		\$ 18.650.000

Fuente: Elaboración propia.

Es importante decir que del proyecto anterior “La waffleria” quedaron algunas herramientas y activos que serán de uso para este proyecto, contamos actualmente con dos Waffleras, una licuadora, un computador, una caja registradora, una impresora y utensilios y elementos de cocina.

9.2 Pronostico de ventas

Para empezar, se espera que Waffles Home tenga un crecimiento mensual de 130 waffles. Se estima que las unidades vendidas en el primer mes sean 780 waffles mensuales y se pronostica que termine el primer año vendiendo 1 143, hay que tener en cuenta que tenemos que acercarnos a la realidad y por eso no podemos pronosticar un crecimiento lineal, hay que tener en cuenta que pueden haber temporadas donde no cumplamos con las ventas esperadas, por eso se hizo un pronóstico en el cual vamos creciendo de una forma más realista. Se esperan ingresos en el primer mes de \$9.360.000 y se espera terminar el año con un ingreso de 13.716.000 y un total anual de 134.000.0000. En el informe financiero se vera de manera detallada nuestro pronóstico de ventas.

9.3 Gastos administrativos

Tabla 6 Gastos de Administración

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	AÑO 1	MENSUAL AÑO 2	AÑO 2
Nómina	\$ 2.733.300	\$ 19.133.100	\$ 2.815.299	\$ 33.783.588
Arriendo	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 2.060.000	\$ 24.720.000
Servicios Públicos	\$ 830.000	\$ 9.130.000	\$ 840.000	\$ 10.080.000
Total Gastos mensuales	\$ 5.563.300		\$ 5.715.299	

Total Gastos Administrativos Anuales		\$ 52.263.100		\$ 68.583.588
---	--	----------------------	--	----------------------

Fuente: Elaboración propia.

9.4 Flujo de caja

Tabla 7 Flujo de caja

FLUJO DE TESORERIA	Mes 1	AÑO 1	AÑO 2
UNIDADES			
Ingresos			
-Cartera Mes			
+Cartera recuperada			
Total Ingresos		\$ 163.128.000	\$ 286.461.420

Materiales Directos			
+Inventario Inicial	\$ -	\$ 5.346.000	\$ 5.832.000
+Compras Mes	\$ 486.000	\$ 44.530.560	\$ 78.487.607
- CONSUMO MES	\$ -	\$ 44.044.560	\$ 78.487.607
-Inventario Final	\$ 486.000	\$ 5.832.000	\$ 5.832.000
+Inventario Inicial	\$ -	\$ 247.500	\$ 270.000
+Compras Mes	\$ 22.500	\$ 2.061.600	\$ 3.633.686
- CONSUMO MES	\$ -	\$ 2.039.100	\$ 3.633.686
-Inventario Final	\$ 22.500	\$ 270.000	\$ 270.000

Mano Obra Directa (incluyendo prestaciones)	\$ -	\$ 36.376.879	\$ 84.129.800
--	-------------	----------------------	----------------------

Costos indirectos de fabricación		\$ -	\$ -
SERVICIOS PUBLICOS	\$ -	\$ 9.130.000	\$ 10.080.000
		\$ -	\$ -

Gastos Administrativos	\$ 2.000.000	\$ 43.133.100	\$ 64.983.588
-------------------------------	---------------------	----------------------	----------------------

Nómina		\$ 19.133.100	\$ 33.783.588
Arriendo	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 31.200.000
Comisión	\$ -	\$ -	\$ -

Total Egresos Operativos	\$ 2.508.500	\$ 138.494.699	\$ 247.043.909
---------------------------------	---------------------	-----------------------	-----------------------

FLUJO DE CAJA NETO OPERATIVO	-\$ 2.508.500	\$ 24.633.301	\$ 39.417.511
-------------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Egresos No Operacionales	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ -
Act. Fijos Amortizables	\$ 13.650.000	\$ 13.650.000	\$ -
Total Egreso no Operacional	\$ 18.650.000	\$ 18.650.000	\$ -

CAJA INCLUYENDO EGRESO NO OPERACIONAL	-\$ 21.158.500	\$ 5.983.301	\$ 39.417.511
--	-----------------------	---------------------	----------------------

Aportes socios	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ -
Creditos obtenidos	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ -
Subtotal ingresos financieros	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ -

Intereses	\$ -	\$ 604.995	\$ 278.785
Capital	\$ -	\$ 2.093.235	\$ 2.664.738
Total Egresos Financieros	\$ -	\$ 2.698.230	\$ 2.943.524

		\$ -	\$ -
Caja del período	-\$ 1.158.500	\$ 23.285.071	\$ 36.473.988
Caja inicial	\$ -	\$ 82.764.245	\$ 437.529.832
Caja neta acumulada	-\$ 1.158.500	\$ 106.049.316	\$ 474.003.819

Impuestos		\$ -	\$ -
Impuesto a la renta		\$ -	\$ -
Total Impuestos		\$ -	\$ -

Caja del período despues de Impuestos	-\$ 1.158.500	\$ 23.285.071	\$ 36.473.988
---------------------------------------	---------------	---------------	---------------

Caja inicial	\$ -	\$ 82.764.245	\$ 437.529.832
Caja neta acumulada después de impuestos	-\$ 1.158.500	\$ 106.049.316	\$ 474.003.819

Fuente: Elaboración propia.

9.5 Informe financiero

Tabla 8 Informe financiero

	INICIO	Año 1	Año 2
Ventas		\$ 163.128.000	\$ 286.461.420
+Inventario inicial materia prima			\$ 508.500
+Compras materia prima		\$ 46.592.160	\$ 82.121.292
- Consumo		\$ 46.083.660	\$ 82.121.292
-Inventario final de materia prima		\$ 508.500	\$ 508.500
=Materiales directos consumidos		\$ 46.083.660	\$ 82.121.292
+Mano de obra directa		\$ 36.376.879	\$ 84.129.800
+Costos indirectos de fabricación		\$ 9.130.000	\$ 10.080.000
=Costo de productos fabricados		\$ 91.590.539	\$ 176.331.092
+Inventario inicial de productos en proceso			
-Inventario final de productos en proceso			
=Costo de productos terminados		\$ 91.590.539	\$ 176.331.092
+Inventario inicial de producto terminado			
-Inventario final de producto terminado			
Costo de ventas		\$ 91.590.539	\$ 176.331.092
Utilidad Bruta		\$ 71.537.461	\$ 110.130.328
Gastos de administración y ventas		\$ 43.133.100	\$ 64.983.588
Depreciacion y Amortizacion		\$ 2.730.000	\$ 2.730.000
Utilidad Operacional		\$ 25.674.361	\$ 42.416.740

Ingresos no Operacionales		\$	-	
Gastos No Operacionales				
Gastos financieros		\$	604.995	\$ 278.785

Utilidad Antes de Impuestos		\$	25.069.366	\$ 42.137.954
Impuestos (30%)		\$	7.520.810	\$ 12.641.386

Utilidad Neta		\$	17.548.556	\$ 29.496.568
----------------------	--	----	------------	---------------

ACTIVOS				
Caja y Bancos		\$	22.135.071	\$ 58.609.059
Cuentas por Cobrar				
Inventario final		\$	508.500	\$ 508.500
Total Activo Corriente		\$	22.643.571	\$ 59.117.559
Activos fijos		\$	13.650.000	\$ 13.650.000
Depreciación acumulada		\$	2.730.000	\$ 5.460.000
Activos fijos netos		\$	10.920.000	\$ 8.190.000
Total Activos		\$	33.563.571	\$ 67.307.559

Pasivo y Capital				
Obligaciones Bancarias		\$	2.698.230	
Provisión Impuestos		\$	7.520.810	\$ 12.641.386
Total pasivos CORRIENTE		\$	10.219.040	\$ 15.584.910

Obligaciones Bancarias Lp				
CxP LP				
Total Pasivos LP		\$	-	\$ 2.943.524

Capital Suscrito y Pagado		\$	13.850.000	\$ 13.850.000
Perdida/Utilidad Acumulada		\$	17.548.556	\$ 29.496.568
Total Patrimonio		\$	31.398.556	\$ 43.346.568

Total Pasivo y Patrimonio		\$	41.617.596	\$ 61.875.002
----------------------------------	--	----	------------	---------------

Sumas iguales:	\$	-	\$ 8.054.025	-\$ 5.432.557
-----------------------	----	---	--------------	---------------

Fuente: Elaboración propia

9.6 Indicadores

Tabla 9 Indicadores

INDICADORES	
	\$ (18.650.000)
AÑO 1	\$ 15.455.321,15
AÑO 2	\$ 26.831.829,65
SOCIOS + PRESTAMO	\$ 18.850.000,00
VPN	\$ 9.115.530,86
TIR	68%
PRI	1 año 8 mes 29 días
AÑOS	1,749291514
MESES	8,991498166
DIAS	29,74494499

Fuente: Elaboración propia.

10. Beneficios de la comunidad

Este proyecto pretende satisfacer los antojos y gustos de la ciudad de Villavicencio, nuestro objetivo principal es brindarle a la población y turistas un lugar agradable y diferente para pasar un buen rato, disfrutando de una experiencia única. Adicional a esto queremos que Waffles Home sea un proyecto que le aporte múltiples beneficios a la ciudad de Villavicencio, tanto económico como social, a partir de esto buscamos generar empleo brindándole a cada uno de nuestros empleados múltiples beneficios y aprendizajes, atender a nuestros cliente de la

mejor manera posible, que los turistas de la ciudad nos conozcan y recuerden este lugar como un recomendado para visitar en la ciudad.

Villavicencio cuenta con diferentes wafflerias pero Waffles Home pretende brindar no solo un producto de calidad si no una experiencia inigualable donde prime el buen servicio y la excelencia en la calidad de los productos que se ofrece.

11. Riesgos y supuestos críticos

Waffles home es un proyecto que pretende brindar una experiencia, por eso la innovación, el servicio y la calidad del producto son los puntos más importantes para desarrollarse. A partir de esto actualmente tenemos una oportunidad para posicionarnos y crecer en el mercado y que en el momento Villavicencio no cuenta con algún lugar que brinde las características que waffles home desea brindar. Este proyecto va empezar con un modelo de negocio pequeño y a medida que sea conocido, aceptado y posicionado por la gente va a crecer, por eso dentro de los planes de Waffle home la reinversión es de suma importancia y yo como creadora de este proyecto tendrá un salario como una empleada más buscando reinvertir las ganancias y esperar un crecimiento más rápido.

12. Anexos

12.1 Evidencias plan financiero

Se mostraran anexos de posibles lugares y materiales para el proyecto.

12.1.1 Posibles Locales.

Evidenciado en el archivo de Anexos

12.1.1 Materiales y herramientas.

Evidenciado en el archivo de Anexos

12.2 Anexo en Excel

13. Referencias

http://www.ccv.org.co/site/index.php?id=32&tx_news_pi1%5Bnews%5D=94&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=0e0bd30507aa2a67e106cfb0c0e6cb5b

https://agenciamarketingdigital.com.co/?gclid=CjwKCAiArJjvBRACEiwAWiqq5D9nILcwdNAgrsxXYqu8eahX_SIKcCqg1_IqGGi5OXOxZnjzBRIABoCzC4QAvD_BwE

<https://genial.guru/>

https://intranet.meta.gov.co/secciones_archivos/461-27597.pdf

<https://periodicodelmeta.com/que-tan-lejos-esta-el-meta-de-convertirse-en-destino-gastronomico/>

https://www.amazon.com/?&tag=googleuscol05-20&ref=pd_sl_3bso4tn6l4_e&adgrpid=80934640714&hvppone=&hvptwo=&hvidid=385426280850&hvpos=1t1&hvnetw=g&hvrand=97768481814849142&hvqmt=e&hvdev=c&hvdvcmidl=&hvlocint=&hvlocphy=1003659&hvtargid=kwd-297775401811&hydadcr=8637_11198610&gclid=Cj0KCQjw0brtBRDOARIsANMDykY28SPJf8CgdeiuMEXBgsFTgaUsZ8hBa_WfhQ8uOI0PTWj4tZI365MaAnEVEALw_wcB&language=es_US

<https://www.autonomosyempreendedor.es/blog/section/tu-negocio>

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>

https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Meta2015.pdf

<https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/crecimiento-de-villavicencio-65838>

<https://www.viveelmeta.com/villavicencio-comenzara-a-medir-indicadores-economicos-con-cifras-propias-2413/>

www.robtoespinosa.es