

UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
FACISA

SEMINARIO DE GESTION EMPRESARIAL

TRANSFORMACION DIGITAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA: “ANY’S CRAFTS”



PRESENTADO POR:

ANA LUCIA BAUTISTA LOPEZ

CARNE: 20015243

Previo a optar el grado académico de:

LICENCIADA EN GESTION EMPRESARIAL

Guatemala, noviembre 2023

INDICE

1.	Introducción	3
2.	Información General.....	4
2.1	Historia de Any's Craft	4
2.2	Misión.....	4
2.3	Visión	4
2.4	Principios Institucionales	4
2.5	Slogan.....	5
2.6	Estructura Organizacional	6
2.7	Logo Actual	6
3.	Evaluación Integral de la Empresa	7
3.1	Factores Internos	7
3.2	Factores Externos	13
4.	Análisis FODA.....	15
5.	Identificación del problema.....	16
5.1	Análisis del problema	17
6.	Propuesta de soluciones	23
6.1	Transformación Digital.....	23
6.2	Plan de implementación	27
7.	Factibilidad de la propuesta de solución.....	28
7.1	Inversión.....	28
7.2	Análisis Comparativo.....	30
8.	Conclusión	31
9.	Recomendaciones	32

1. Introducción

El proyecto "Any's Craft" surge de la visión de establecer una pequeña empresa dedicada a la creación de manualidades y pasteles profesionales, fusionando arte y repostería en una propuesta única. Desde la conceptualización de la misión y visión hasta la evaluación financiera detallada, este proyecto ha explorado diversas facetas del proceso empresarial.

En nuestra travesía, hemos delineado la esencia de "Any's Craft", definiendo sus principios institucionales, valores, y estableciendo un claro enfoque en la satisfacción del cliente y la calidad artesanal. Hemos explorado la importancia de una planeación a corto plazo, especialmente para una empresa que opera a puerta cerrada y depende del boca a boca para su reconocimiento.

Asimismo, hemos examinado la organización interna y la dirección, destacando la necesidad de adaptabilidad y aprendizaje continuo en un mercado dinámico. Desde la identificación de factores de organización hasta la elección de estrategias de dirección adecuadas, hemos delineado un camino para el crecimiento y la eficiencia operativa.

El corazón financiero del proyecto ha sido desglosado con proyecciones detalladas, evaluando la rentabilidad a través de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN). Sin embargo, enfrentamos la realidad de desafíos financieros que requieren una revisión estratégica y ajustes significativos.

Este viaje nos ha llevado a conclusiones fundamentales sobre la necesidad de adaptación, revisión estratégica constante, y una atención cuidadosa a las dinámicas del mercado. A través de recomendaciones específicas, hemos trazado un camino hacia la mejora, la eficiencia y la búsqueda de nuevas oportunidades.

En resumen, el proyecto "Any's Craft" es un testimonio de la complejidad y la oportunidad que implica la creación y gestión de una pequeña empresa. A medida que avanzamos, queda claro que el éxito radica en la capacidad de aprender, adaptarse y evolucionar continuamente.

2. Información General

2.1 Historia de Any's Craft

En el año 2,000 en el municipio de Mixco de la ciudad de Guatemala se funda la empresa Any's Craft bajo el nombre de ByL Pasteleria, la cual se dedicaba completamente a la organización de eventos enfocándose en la creación y elaboración de pasteles para eventos. Esta empresa es manejada por su fundadora Ana Maria Lopez de Bautista quien empezó a generar una reputación de boca en boca sobre el éxito de su emprendimiento. Después del año 2,020 en donde el mundo se encuentra con la pandemia, las ventas de dicha empresa bajan un 85% por lo que la propietaria decide hacer un cambio de nombre y ahora conocerse como Any's Craft en donde se dedica también a la elaboración de manualidades.

Any's Craft no cuenta con una tienda física y tampoco medios digitales por lo que sigue contando con la propaganda de boca en boca.

2.2 Misión

Creamos momentos inolvidables a través de nuestras manualidades y pasteles profesionales. Nos comprometemos a ofrecer productos excepcionales, fusionando creatividad y calidad artesanal para satisfacer las expectativas de nuestros clientes en cada celebración.

2.3 Visión

Nos esforzamos por ser la elección preferida en el mundo de las manualidades y pasteles, destacando por nuestra originalidad y dedicación. Buscamos expandir nuestra influencia, inspirando la creatividad y convirtiendo cada ocasión en un lienzo único de deleite visual y delicias irresistibles.

2.4 Principios Institucionales

1. Creatividad y Originalidad:

Nos comprometemos a cultivar un ambiente donde la creatividad florezca. Valoramos la originalidad en cada manualidad y pastel, buscando constantemente nuevas ideas y enfoques para ofrecer productos únicos y sorprendentes.

2. Calidad Artesanal:

Mantenemos un estándar inquebrantable de calidad artesanal en cada creación. Desde la selección de ingredientes hasta la ejecución final, perseguimos la excelencia en cada detalle para garantizar la satisfacción total de nuestros clientes.

3. Atención Personalizada:

Cada cliente es único, y tratamos a cada uno con atención personalizada. Nos esforzamos por comprender sus visiones y necesidades específicas, colaborando estrechamente para transformar sus ideas en realidades palpables.

4. Compromiso Ético:

Operamos con integridad y ética en todas nuestras prácticas comerciales. Nos comprometemos a ser transparentes, honestos y justos en nuestras interacciones con clientes, proveedores y miembros del equipo.

5. Innovación Continua:

Abrazamos el cambio y la mejora continua. Estamos abiertos a la innovación y a la adopción de nuevas técnicas, tecnologías y tendencias en el mundo de las manualidades y la pastelería para mantenernos a la vanguardia de la creatividad y la excelencia.

6. Pasión por el Servicio:

Nos apasiona brindar un servicio excepcional. Desde el primer contacto hasta la entrega final, nos esforzamos por superar las expectativas, dejando una impresión duradera y positiva en cada cliente.

7. Comunidad y Colaboración:

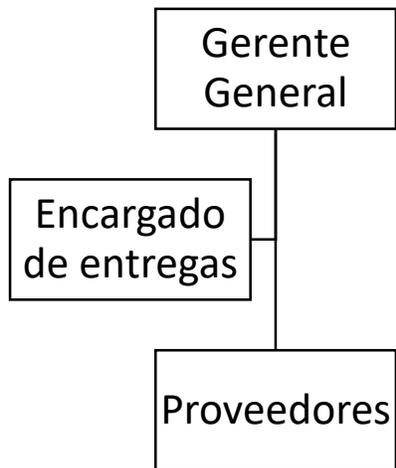
Reconocemos la importancia de la comunidad y la colaboración. Colaboramos con otros creadores, apoyamos iniciativas locales y trabajamos para construir relaciones sólidas dentro de la comunidad en la que operamos.

Estos principios institucionales son la base de nuestra empresa, guiando nuestras acciones y decisiones en la búsqueda constante de la excelencia y la satisfacción del cliente.

2.5 Slogan

“Hecho artesanalmente para usted”

2.6 Estructura Organizacional



2.7 Logo Actual



3. Evaluación Integral de la Empresa

3.1 Factores Internos

3.1.1 De Planeación

La empresa Any's Crafts, dedicada a la pastelería y artes manuales, ha optado por la planeación a corto plazo debido a su naturaleza actual y a los desafíos y oportunidades que enfrenta en el presente. Aquí se detallan algunas razones por las cuales la empresa ha adoptado esta estrategia:

1. Adaptación Rápida a Cambios:

La naturaleza del negocio, centrada en la artesanía y la producción de productos personalizados, significa que la empresa necesita adaptarse rápidamente a las demandas cambiantes del mercado y las preferencias del cliente. La planeación a corto plazo permite ajustar estrategias y operaciones con mayor agilidad.

2. Modelo de Negocio sin Ubicación Física ni Medios Digitales:

Al operar a puerta cerrada y de boca en boca, la empresa actualmente no cuenta con una ubicación física para exhibir productos ni con medios digitales para llegar a un público más amplio. La planeación a corto plazo se adapta a esta realidad al centrarse en estrategias que pueden implementarse rápidamente a nivel local.

3. Demanda Estacional o Temática:

La pastelería y las artes manuales a menudo se ven influenciadas por eventos estacionales o temáticos. La planeación a corto plazo permite a la empresa ajustar su oferta de productos de manera rápida y eficiente para satisfacer la demanda específica durante ciertos períodos del año o eventos especiales.

Mes	Pasteles	Galletas	Manualidades (llaveros, jabones, tazas decoradas, etc)	Ventas Totales
Enero	Q 1,200.00	-	Q 50.00	Q 1,250.00
Febrero	Q 2,200.00	Q 875.00	Q 770.00	Q 3,845.00
Marzo	Q 1,540.00	Q 300.00	Q 230.00	Q 2,070.00
Abril	Q 675.00	Q 135.00	Q 25.00	Q 835.00
Mayo	Q 450.00	Q 1,100.00	Q 900.00	Q 2,450.00
Junio	-	Q 150.00	Q 225.00	Q 375.00
Julio	Q 776.00	Q 523.00	Q 475.00	Q 1,774.00
Agosto	-	-	-	Q -
Septiembre	Q -	Q 895.00	Q 25.00	Q 920.00
Octubre	Q 675.00	Q 175.00	Q 600.00	Q 1,450.00
Noviembre	Q 1,000.00	Q 1,100.00	-	Q 2,100.00
Diciembre	Q 2,500.00	Q 1,800.00	Q 550.00	Q 4,850.00

Esta tabla representa las ventas mensuales para Any's Craft, con aumentos destacados en febrero (Día del Cariño), mayo (Día de la Madre), julio (Día del Padre), octubre (Halloween), noviembre (Día de Muertos) y diciembre (Navidad). Puedes ajustar las cifras y los meses según las estimaciones y las tendencias reales de ventas de la empresa.

4. Falta de Presencia Digital Establecida:

La empresa actualmente no cuenta con una presencia digital establecida, lo que limita su capacidad para planificar estrategias a largo plazo en el ámbito digital. La planeación a corto plazo se centra en estrategias tangibles y locales que pueden implementarse sin depender en gran medida de la presencia en línea.

5. Evaluación Rápida de Estrategias:

La empresa utiliza la planeación a corto plazo para probar y evaluar rápidamente diferentes estrategias y tácticas. Esto permite identificar qué enfoques son más efectivos en términos de adquisición de clientes y aumento de ventas.

3.1.2 De Organización

Gestión de Recursos:

1. Optimización de Recursos: Garantizar la eficiente asignación de recursos, incluyendo personal, ingredientes y tiempo de producción, para maximizar la calidad y minimizar los desperdicios.
2. Capacitación Continua: Asistir programas de capacitación continua para el personal, asegurando que estén actualizados con las últimas tendencias y técnicas en pastelería y artes manuales.

Gestión de Calidad:

1. Control de Calidad Riguroso: Implementar estándares estrictos de control de calidad para garantizar que cada producto cumpla con los niveles de excelencia establecidos.
2. Mejora Continua: Fomentar una cultura de mejora continua, donde se identifiquen oportunidades para perfeccionar los procesos y la calidad de los productos.

Mes	Ingresos Totales	Salario Dueña	Costos Variables	Costos Fijos	Impuesto Tributario (5%)	Gastos Totales	Relación Gastos/Ingresos
Enero	Q 1,250.00	Q 1,000.00	Q 124.00	Q 123.00	Q 62.50	Q 1,309.50	-Q 59.50
Febrero	Q 3,845.00	Q 1,000.00	Q 675.00	Q 325.00	Q 192.25	Q 2,192.25	Q 1,652.75
Marzo	Q 2,070.00	Q 1,000.00	Q 423.00	Q 325.00	Q 103.50	Q 1,851.50	Q 218.50
Abril	Q 835.00	Q 1,000.00	Q 100.00	Q 98.00	Q 41.75	Q 1,239.75	-Q 404.75

Mayo	Q 2,450.00	Q 1,000.00	Q 675.00	Q 325.00	Q 122.50	Q 2,122.50	Q 327.50
Junio	Q 375.00	Q 1,000.00	Q 25.00	Q 75.00	Q 18.75	Q 1,118.75	-Q 743.75
Julio	Q 1,774.00	Q 1,000.00	Q 345.00	Q 325.00	Q 88.70	Q 1,758.70	Q 15.30
Agosto	-	-	-	-	-	Q -	-
Septiembre	Q 920.00	Q 1,000.00	Q 87.00	Q 65.00	Q 46.00	Q 1,198.00	-Q 278.00
Octubre	Q 1,450.00	Q 1,000.00	Q 235.00	Q 325.00	Q 72.50	Q 1,632.50	-Q 182.50
Noviembre	Q 2,100.00	Q 1,000.00	Q 65.00	Q 325.00	Q 105.00	Q 1,495.00	Q 605.00
Diciembre	Q 4,850.00	Q 1,000.00	Q 675.00	Q 325.00	Q 242.50	Q 2,242.50	Q 2,607.50

En general, es importante seguir controlando los gastos y ajustar el presupuesto para lograr una relación de gastos/ingresos más saludable y mantener la rentabilidad.

3.1.3 De Dirección

Dirección Situacional:

Debido a la naturaleza de la empresa, esta ajusta su estilo de dirección según la situación y las necesidades del entorno. Esto, debido a que las demandas y el entorno son cambiantes. Permite flexibilidad en la toma de decisiones y enfoque.

3.1.4 De Control y Procedimientos

Control Social:

Se basa en las relaciones sociales y la cultura organizacional para influir en el comportamiento de los clientes.

3.1.5 Recursos Humanos

Colaboradores:

Cocinera/Artista Manual	1
Encargado de Entregas	1 (no en planilla fija)
Montaje de eventos	1 (no en planilla fija)
Total de Recursos Humanos	3 personas

Compensación:

La cocinera/artista manual se queda con el 100% de las ventas dependiendo del tamaño de la entrega, ya que si no necesita encargado de entregas y/o montaje de eventos no debe en incurrir en este pago.

Si en caso es necesario, entonces la cocinera/artista manual se queda con el 50% de las ventas y distribuye el 50% en formas iguales en la entrega y/o montaje de eventos.

3.1.6 Recursos Tecnológicos

Taller profesional, dentro de vivienda, exclusivo para la elaboración de productos:

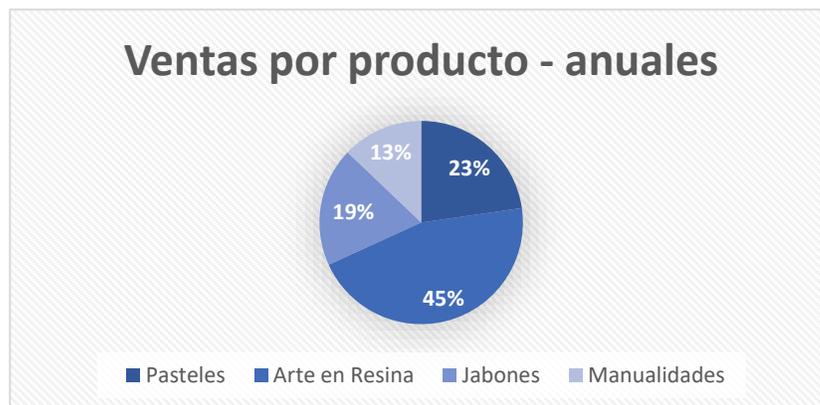




3.1.7 Principales productos y/o servicios

1. Pasteles Profesionales:

- Pasteles Personalizados: Elaboración de pasteles personalizados para ocasiones especiales como cumpleaños, bodas, aniversarios y eventos corporativos.
- Cupcakes Decorados: Variedad de cupcakes con decoraciones creativas y sabores únicos.
- Pasteles Temáticos: Diseño y creación de pasteles temáticos para eventos específicos, como personajes de películas, deportes o celebraciones temáticas.



2. Arte en Resina:

- Joyas Artesanales: Creación de joyas únicas, como collares, pulseras y aretes, utilizando la técnica de la resina y la inclusión de elementos decorativos.
- Cuadros Decorativos: Elaboración de cuadros decorativos con diseños personalizados y detalles en resina para añadir un toque artístico a los espacios.
- Artículos de Decoración para el Hogar: Creación de artículos decorativos para el hogar, como posavasos, bandejas y lámparas, utilizando la versatilidad y brillo de la resina.

3. Jabones Artesanales:

- Jabones Personalizados: Fabricación de jabones hechos a mano con ingredientes naturales y personalización de fragancias y formas.
- Sets de Regalo: Creación de sets de regalo que incluyen una variedad de jabones artesanales, toallas y accesorios de baño.
- Jabones Terapéuticos: Elaboración de jabones con propiedades terapéuticas, como relajantes, exfoliantes o hidratantes, para promover el bienestar.

4. Artículos de Uso Personal Artesanales:

- Velas Decorativas: Fabricación de velas artesanales con aromas personalizados y diseños decorativos.
- Accesorios de Tela: Creación de accesorios de tela, como bolsos, estuches y almohadas, con detalles artesanales y únicos.
- Productos de Cuidado Personal: Desarrollo de productos de cuidado personal, como lociones, bálsamos labiales y aceites esenciales, elaborados con ingredientes naturales.

5. Talleres y Clases:

- Clases de Decoración de Pasteles: Ofrecimiento de talleres para aprender técnicas de decoración de pasteles y cupcakes.
- Workshops de Arte en Resina: Impartición de clases para enseñar a los clientes a crear sus propias piezas de arte en resina.
- Cursos de Elaboración de Jabones: Organización de cursos donde se enseñan las técnicas para hacer jabones artesanales.

3.1.8 Aspectos financieros

Aspectos Financieros de Any's Craft Actualizado:

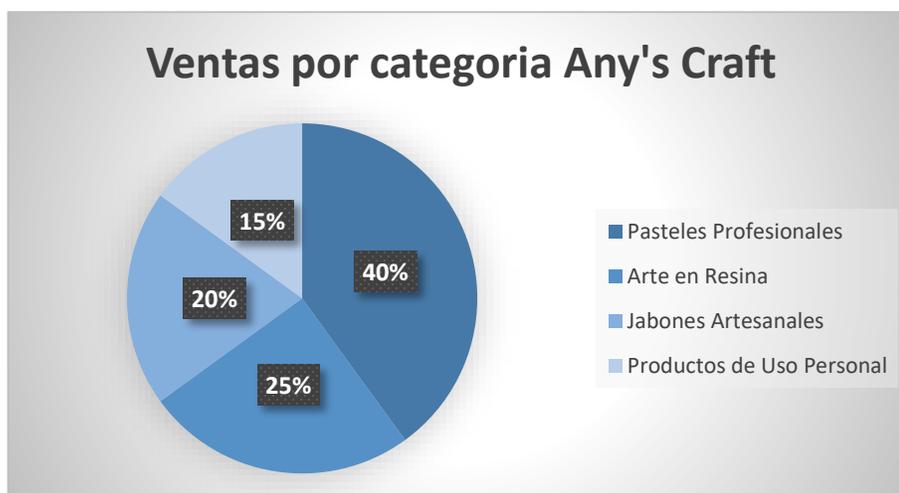
Concepto	Monto (Q)	% Ingresos
Ingresos por ventas	2500	100%
Costo de Ventas		
(-) Costos Variables	675	-27%
Margen Bruto	1825	73%
Gastos Operativos		
(-) Costos fijos mensuales	-325	-13%
(-) Salario	-1000	-40%
(-) Pago impuesto tributario (5%)	-125	-5%
(-) Costo por entregas	-25	-1%
(-) Ayudante por día	-150	-6%
Utilidad Neta	200	8%

3.2 Factores Externos

3.2.1 Posicionamiento de mercado

Any's Craft se posiciona estratégicamente en el mercado guatemalteco como una marca artesanal que fusiona la exquisitez de la pastelería profesional con la creatividad única del arte en resina, jabones y productos de uso personal artesanales.

La posición se sustenta de la siguiente manera en distribución de ventas:



Actualmente Any's Craft se encuentra en la posición número 6 en cuanto a competidores de pequeño contribuyente.

Competidor	Ventas Anuales (Q)
La Colonia	15,000
Pasteleria Italiana	12,500
Slurpy	11,000
La Cenicienta	8,500
Sofia Cobian	6,000
Any's Craft	2,500

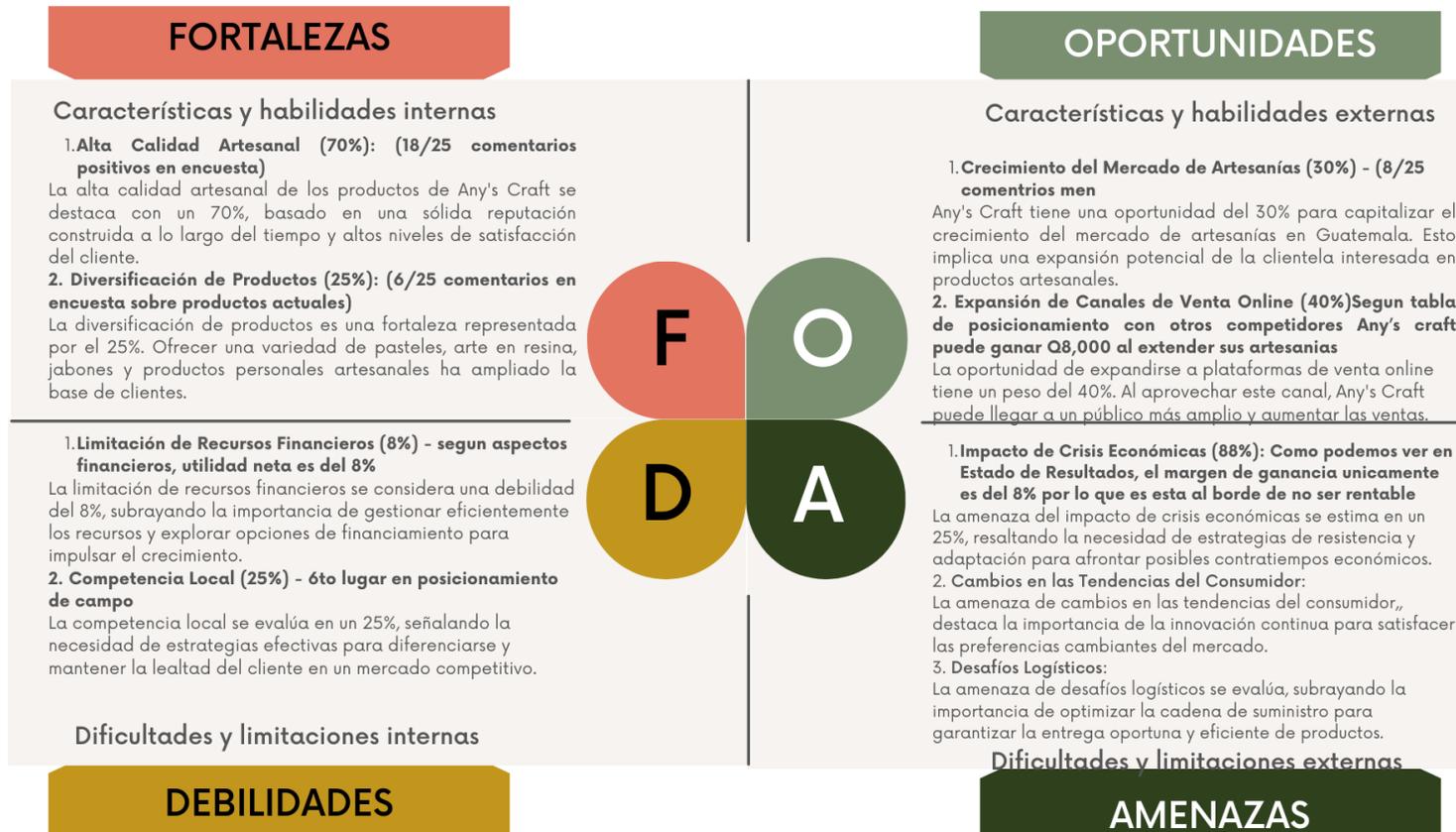
Todas las empresas descritas se encuentran actualmente posicionadas en redes sociales.

3.2.2 Clientes

El público objetivo de Any's Craft busca más que simplemente productos; buscan experiencias únicas y personalizadas que reflejen su estilo de vida y personalidad. La empresa se esfuerza por proporcionar no solo productos de alta calidad, sino también un servicio personalizado que responda a las necesidades y expectativas individuales de cada cliente. Si dirige no exclusivamente a mujeres entre 18 y 65 años.

4. Análisis FODA

FODA ANY'S CRAFT



5. Identificación del problema

Any's Craft, a pesar de contar con fortalezas notables en la calidad artesanal y una diversificación de productos, se enfrenta a un desafío crítico que afecta su potencial de ingresos: la ausencia de presencia en redes sociales y plataformas digitales. Este problema es evidente en un mundo empresarial cada vez más digitalizado, donde la visibilidad en línea se ha vuelto crucial para el éxito y el crecimiento sostenible.

La falta de presencia en redes sociales limita la capacidad de Any's Craft para llegar a un público más amplio y diversificado. La sociedad contemporánea se ha vuelto altamente conectada digitalmente, y las redes sociales se han convertido en un canal esencial para la promoción de productos y la interacción con clientes potenciales. Esta limitación impacta directamente en los ingresos potenciales de la empresa, ya que se pierde la oportunidad de llegar a nuevos clientes, generar interés en sus productos y fomentar la lealtad de la marca.

Para abordar este problema, se requerirá una estrategia integral de marketing digital que incluya la creación y gestión activa de perfiles en redes sociales, la participación en plataformas de comercio electrónico y la implementación de campañas publicitarias en línea. Esta inversión en presencia digital no solo aumentará la visibilidad de Any's Craft, sino que también abrirá nuevas oportunidades para llegar a clientes potenciales y maximizar los ingresos a través de canales en línea.

5.1 Análisis del problema

Any's Craft

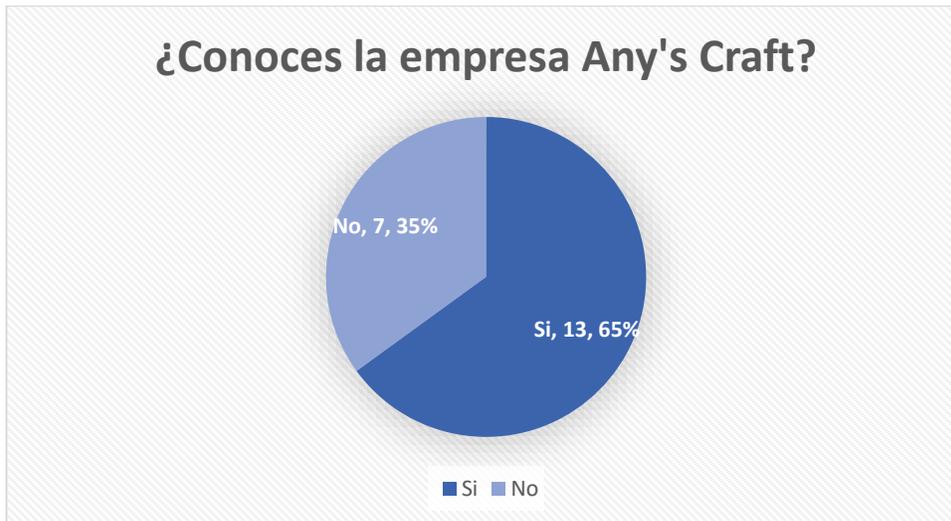


5.1.1 Evidencias

5.1.1.1 Encuesta Publica¹

25 respuestas

1. ¿Conoces la empresa Any's Crafts?



2. ¿Cómo calificarías los productos elaborados por Any's Craft?

Excelente 13

Mala 0



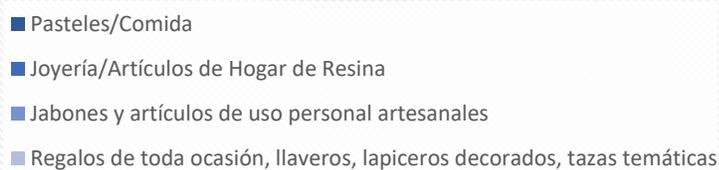
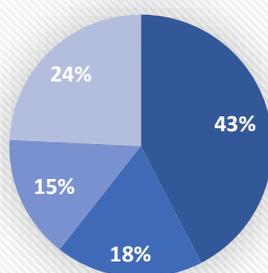
¹

<https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?prevorigin=Marketing&origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=DQSIKWdsW0yxEjajBLZtrQAAAAAAAAAAAAAYAAJBfadFUOE45VzBKRU83OUZIOUJOVkpZUKZQM0w1Sy4u&branchingelementid=r0b510efbbd8b40e0a47ed014dd082ac6&analysis=false>

3. Entre las siguientes opciones que te interesa más al momento de comprar

Pasteles/Comida	14
Joyería/Artículos de Hogar de Resina	6
Jabones y artículos de uso personal artesanales	5
Regalos de toda ocasión, llaveros, lapiceros decorados, tazas temáticas	8

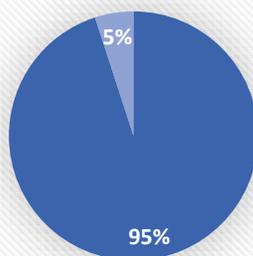
Entre las siguientes opciones que te interesa mas al momento de comprar



4. ¿Te inspira más confianza una marca a la que puedas seguir y tenga presencia activa en redes?

Si	19
No	1

¿Te inspira mas confianza una marca a la que puedas seguir y tenga presencia activa en redes?



5. ¿Cómo prefieres recibir información sobre nuevos productos y promociones?

Instagram	13
Facebook	6
WhatsApp	7



5.1.2 Desventajas del problema a corto plazo

1. Pérdida de Oportunidades de Ventas Inmediatas:

- Any's Craft se perderá de oportunidades inmediatas de ventas al no estar presente en plataformas donde los consumidores buscan y descubren productos.

2. Limitación en la Difusión de Promociones y Ofertas Especiales:

- La falta de presencia en redes sociales impide la rápida difusión de promociones, descuentos y ofertas especiales, limitando la capacidad de atraer clientes con incentivos inmediatos.

3. Baja Interacción con Clientes Potenciales:

- La ausencia en redes sociales reduce la posibilidad de interactuar directamente con clientes potenciales, perdiendo oportunidades para responder a preguntas, recibir comentarios y construir relaciones a corto plazo.

4. Desconexión con Tendencias Actuales:

- Any's Craft puede quedar desconectado de las tendencias actuales y conversaciones en línea, perdiendo la oportunidad de adaptarse rápidamente a cambios en la demanda y preferencias del mercado.
5. Competencia Desleal de Empresas con Presencia Digital:
 - Otras empresas en el mercado que aprovechan la presencia en redes sociales pueden ganar ventaja competitiva al atraer a clientes que de otra manera podrían haber elegido a Any's Craft.

5.1.3 Desventajas del problema a largo plazo

1. Pérdida Continua de Oportunidades de Mercado:
 - A medida que la presencia en redes sociales se vuelve cada vez más integral en las estrategias de marketing, la falta continua de participación puede resultar en la pérdida constante de oportunidades de mercado a largo plazo.
2. Deterioro de la Imagen de Marca a Largo Plazo:
 - La falta de participación en redes sociales puede contribuir al deterioro de la imagen de marca a lo largo del tiempo, ya que los consumidores pueden percibir la empresa como desactualizada o menos comprometida con la interacción en línea.
3. Menos Influencia en las Decisiones del Consumidor:
 - A largo plazo, la falta de presencia en redes sociales puede traducirse en menos influencia sobre las decisiones de compra de los consumidores, ya que la marca no está presente en los canales donde los clientes buscan recomendaciones y experiencias compartidas.
4. Dificultades en la Adopción de Nuevas Estrategias de Marketing:
 - Con el tiempo, la falta de experiencia en marketing digital y en redes sociales puede hacer que sea más difícil para Any's Craft adoptar y aprovechar nuevas estrategias que se vuelven dominantes en el mercado.
5. Menor Conexión con la Audiencia Joven:
 - A medida que la audiencia joven se convierte en una parte significativa del mercado, la falta de presencia en redes sociales puede resultar en una conexión deficiente con este segmento demográfico a largo plazo.

5.1.4 Costos financieros y/o de oportunidad del problema:

Concepto	Monto (Q)	% Ingresos
Ingresos por ventas	2,500	100%
Costo de Ventas		
(-) Costos Variables	675	-27%
Margen Bruto	1,825	73%
Gastos Operativos		
(-) Costos fijos mensuales	-325	-13%
(-) Salario	-1000	-40%
(-) Pago impuesto tributario (5%)	-125	-5%
(-) Costo por entregas	-25	-1%
(-) Ayudante por día	-150	-6%
Utilidad Neta	200	8%

1. Margen Bruto: El margen bruto es el beneficio antes de considerar los gastos operativos y se calcula restando los costos variables de los ingresos por ventas. En este caso, el margen bruto es de Q1,825, lo que representa el 73% de los ingresos por ventas. Una oportunidad clave podría ser mejorar el margen bruto mediante la optimización de costos variables o el aumento de los ingresos por ventas.
2. Gastos Operativos: Los gastos operativos incluyen costos fijos mensuales, salario, impuesto tributario, costo por entregas y pago a ayudante por día. La reducción de estos gastos podría aumentar la utilidad neta.
3. Utilidad Neta: La utilidad neta actual es de Q200, lo que representa el 8% de los ingresos por ventas. La oportunidad aquí es aumentar la utilidad neta, ya sea mediante la reducción de gastos operativos, el aumento de los ingresos por ventas o ambas estrategias combinadas.

En resumen, la oportunidad del problema se encuentra en mejorar la eficiencia y la rentabilidad de "Any's Craft". Esto podría lograrse mediante la reducción de costos operativos, la optimización de los procesos de producción y ventas, así como el aumento de los ingresos por ventas a través de estrategias de marketing efectivas.

6. Propuesta de soluciones

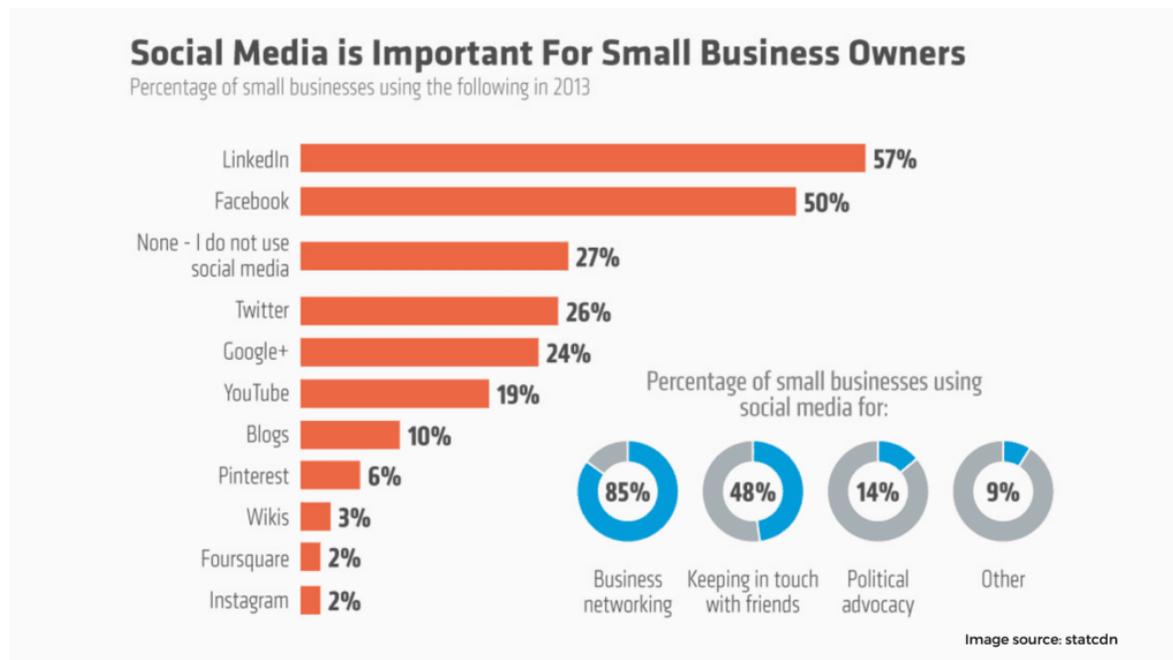
6.1 Transformación Digital

6.1.1 Ventajas claves de presencia en redes para una pequeña empresa

Actualmente en Guatemala existen muchas empresas con presencia en redes sociales, sin embargo, muchas de esas redes sufren de problemas como:

- Falta de actualización
- Poco uso
- No hay respuesta a preguntas de posibles compradores
- El negocio es manejado por el mismo dueño o familiares que no cuentan con la disponibilidad de tiempo ni estudios del mercado para llegar a los clientes necesarios

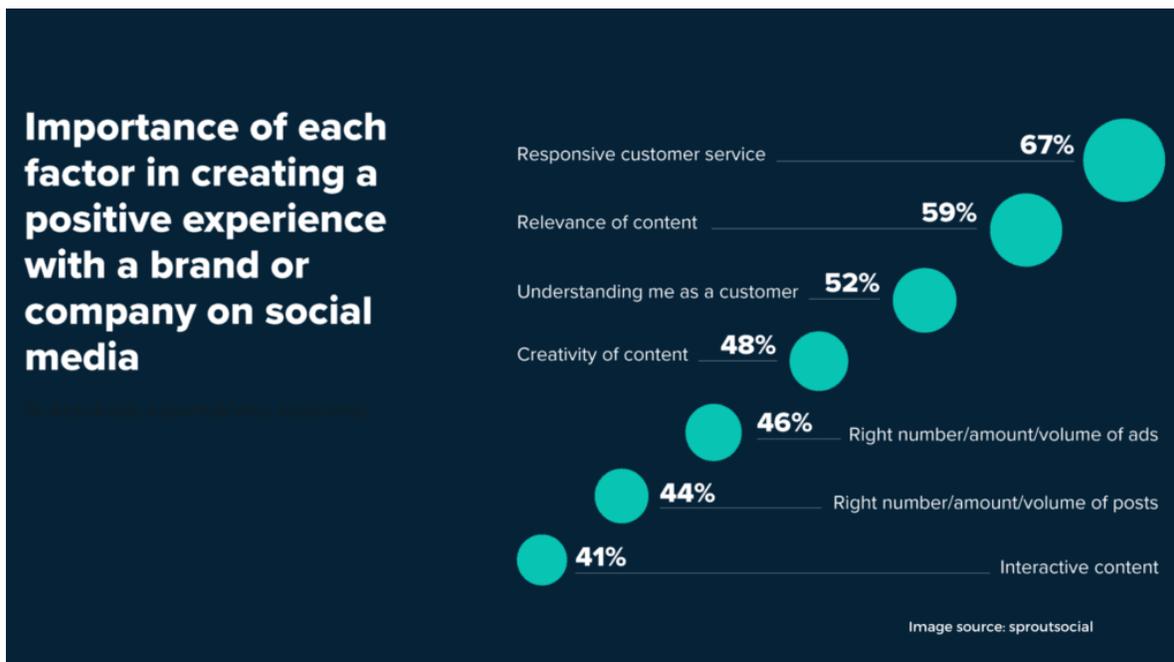
Debido a estos problemas, la mejor comparativa para un mundo exitoso para pequeñas empresas con presencia en redes se puede encontrar en Estados Unidos, se comprende que el mercado no es el mismo sin embargo tiene resultados a los cuales podemos esperar igualar en moneda local.



6.1.2 Importancia de una experiencia positiva con una marca/empresa

A continuación, importancia de cada uno de los aspectos un posible comprador espera, según estudio realizado por New York Times²

1. 67% - Respuesta rápida al cliente
2. 59% - Contenido relevante
3. 52% - Entender al cliente y sus necesidades
4. 48% - Creatividad en el contenido
5. 46% - Cantidad correcta de anuncios – sin agobiar
6. 44% - Cantidad correcta de publicaciones – sin agobiar, pero actualizando
7. 41% - Contenido interactivo/rifas/giveaways



6.1.3 Solución de mercado

Propone hacer una actualización completa de la empresa Any's Craft con colores más llamativos, así como caligrafía más juvenil.

² Rohan Ferrao – New York Times 2022

Logo actual:



Nuevo Logo – Incluyendo banner para cabeceras en las diferentes plataformas:

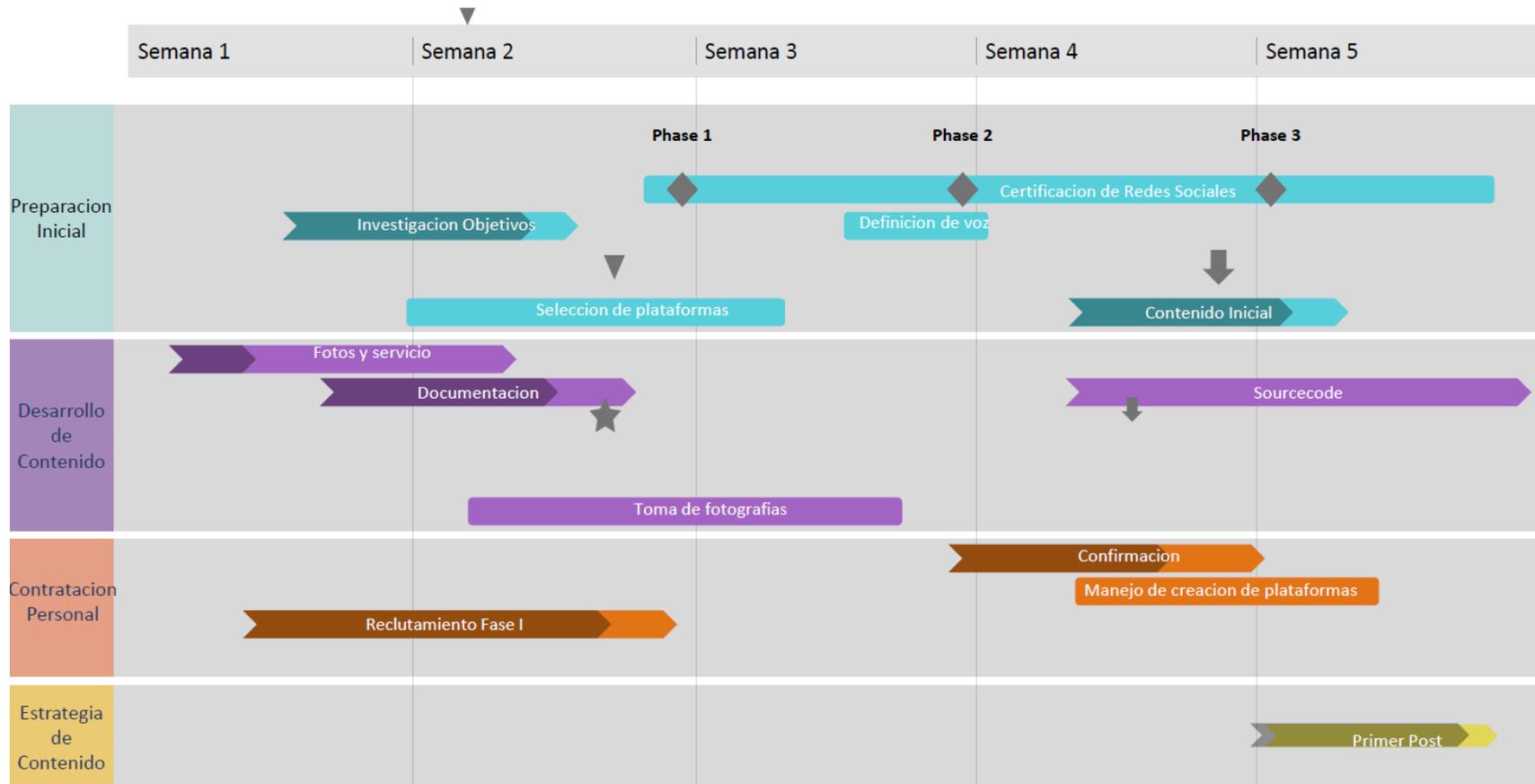




Nuevo slogan: “Made with love” – “Hecho con amor” haciendo referencia que cada uno de los artículos que sean adquiridos contarán con un proceso personalizado de creación

6.2 Plan de implementación

Proceso de 5 Semanas – Any's Craft



7. Factibilidad de la propuesta de solución

7.1 Inversión

Community Manager	Q2500 – Salario Mensual
Publicidad en Facebook	\$11.00 - Q88.00
Publicidad en Instagram	\$11.00 – Q88.00
Equipo de cómputo para manejo de redes	Q3300
Curso de fotografía para la dueña	Q550
Inversion Total	Q6,526.00

7.1.1 Análisis Financiero – Costo Beneficio Escenario 1:

Meses	Ingresos (Q)	Costos(Q)	Inversión Inicial (Q)	Flujo Efectivo (Q)
Mes 1	2,500	4,000	-6,526	-8,026
Mes 2	2,750	4,000		-1250
Mes 3	3,000	4,000		-1000
Mes 4	3,250	4,000		-750
Mes 5	3,500	4,000		-500
Mes 6	3,750	4,000		-250
Mes 7	4,000	4,000		0
Mes 8	4,250	4,000		250
Mes 9	4,500	4,000		500
Mes 10	4,750	4,000		750
Mes 11	5,000	4,000		1000
Mes 12	5,500	4,000		1500

"Ingresos" representan las ventas mensuales proyectadas para "Any's Craft".

"Costos" incluyen los gastos mensuales, que incluyen el salario del Community Manager y el pago de publicidad.

"Inversión Inicial" refleja el costo total inicial de la inversión, que incluye la contratación del Community Manager, pago de publicidad, curso de fotografía y nuevo equipo de cómputo.

"Flujo de Efectivo Neto" muestra el resultado neto para cada mes, calculado como ingresos menos costos y deduciendo la inversión inicial.

7.1.2 Valor Presente Neto (VPN)

El resultado del Valor Presente Neto (VPN) de **(Q8,598.30)** indica que, según las proyecciones y la tasa de descuento del 10%, la inversión inicial y los flujos de efectivo futuros no son suficientes para generar un retorno positivo. En otras palabras, la inversión no parece ser rentable bajo las condiciones y suposiciones proporcionadas.

El resultado del Valor Presente Neto (VPN) de (\$8,598.30) indica que, según las proyecciones y la tasa de descuento del 10%, la inversión inicial y los flujos de efectivo futuros no son suficientes para generar un retorno positivo. En otras palabras, la inversión no parece ser rentable bajo las condiciones y suposiciones proporcionadas.

7.1.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) calculada es del **-11%**, significa que, bajo las condiciones y flujos de efectivo proporcionados, la inversión no es rentable. La TIR negativa sugiere que los flujos de efectivo futuros proyectados no son suficientes para superar el costo de la inversión inicial, incluso considerando una tasa de descuento del 10%.

7.1.4 Análisis Financiero Escenario 2:

Meses	Ingresos (Q)	Costos(Q)	Inversión Inicial (Q)	Flujo Efectivo (Q)
Mes 1	2,500	4,000	-6,526	-8,026
Mes 2	2,750	4,000		-1,250
Mes 3	3,000	4,000		-1,000
Mes 4	3,250	4,000		-750
Mes 5	3,500	4,000		-500
Mes 6	3,750	4,000		-250
Mes 7	4,000	4,000		0
Mes 8	4,250	4,000		250
Mes 9	4,500	4,000		500
Mes 10	4,750	4,000		750
Mes 11	5,000	4,000		1,000
Mes 12	5,250	4,000		1,250
Mes 13	7,000	4,000		3,000
Mes 14	7,500	4,000		3,500
Mes 15	8,000	4,000		4,000
Mes 16	8,500	4,000		4,500
Mes 17	9,000	4,000		5,000
Mes 18	10,000	4,000		6,000

7.1.5 Valor Presente Neto (VPN)

En este nuevo escenario la VPN es de **(Q2,882.03)** la cual indica que, según los flujos de efectivo ingresados y utilizando una tasa de descuento del 10%, el proyecto podría tener un valor presente neto negativo. En términos simples, esto sugiere que el proyecto podría no generar suficiente valor presente para cubrir la inversión inicial y proporcionar una rentabilidad adecuada.

Es importante tener en cuenta que una VPN negativa puede indicar que el proyecto no es financieramente viable, ya que no generaría suficiente retorno para justificar la inversión inicial.

7.1.6 TIR

Tasa Interna de Retorno (TIR) calculada es del 7%, significa que, según los flujos de efectivo ingresados, la inversión inicial es rentable y podría proporcionar un rendimiento del 7% en comparación con la tasa de descuento del 10%. Es importante considerar que la TIR del 7% está por debajo de la tasa de descuento del 10%, lo cual podría indicar que el proyecto podría no ser tan rentable como se esperaba.

La TIR (Tasa Interna de Retorno) del 7% y la VPN (Valor Presente Neto) de (\$2,882.03) pueden parecer contradictorias a primera vista, pero hay situaciones en las que esto puede ocurrir. La razón principal de esta aparente discrepancia podría deberse a la magnitud de la inversión inicial y los flujos de efectivo a lo largo del tiempo.

7.2 Análisis Comparativo

Escenario 1:

- TIR -11%
- VPN: (Q8,598.30)

Escenario 2:

- TIR 7%
- VPN: (Q2,882.03)

Análisis Comparativo:

En el Escenario 1, la TIR es negativa (-11%), indicando que la tasa de rendimiento esperada es menor que la tasa de descuento del 10%. La VPN también es negativa, lo que sugiere que, en términos de valor presente neto, el proyecto podría no ser rentable.

En el Escenario 2, la TIR es positiva (7%), lo que implica que el rendimiento esperado es superior a la tasa de descuento. Sin embargo, la VPN sigue siendo negativa, lo que podría deberse a la magnitud de la inversión inicial y los flujos de efectivo a lo largo del tiempo.

Consideraciones:

Ambos escenarios indican desafíos financieros para el proyecto. En el Escenario 1, la baja TIR y VPN negativa sugieren que el proyecto puede no ser viable.

En el Escenario 2, aunque la TIR es positiva, la VPN negativa podría indicar que, incluso si el rendimiento es positivo, no es suficiente para cubrir la inversión inicial y proporcionar una rentabilidad adecuada.

8. Conclusión

Después de analizar detalladamente el proyecto "Any's Craft", que abarca desde la conceptualización de la empresa de manualidades y pasteles hasta la evaluación financiera, se llega a las siguientes conclusiones:

Viabilidad Económica:

Las proyecciones financieras, expresadas a través de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN), indican que, bajo las condiciones actuales, la viabilidad económica del proyecto es desafiante. La TIR negativa y el VPN negativo sugieren que los flujos de efectivo proyectados no son suficientes para recuperar la inversión inicial.

En resumen, el proyecto "Any's Craft" enfrenta desafíos financieros que requieren una revisión estratégica y una adaptación a las dinámicas del mercado. La capacidad para aprender de la experiencia, ajustar estrategias y mantener un enfoque centrado en el cliente será fundamental para el éxito futuro de la empresa.

9. Recomendaciones

Revisión Estratégica:

Realizar una revisión profunda de las proyecciones financieras, considerando ajustes en los ingresos, costos y la inversión inicial. Esto puede implicar una reevaluación de la propuesta de valor y la estrategia de precios.

Enfoque en el Cliente:

Poner un énfasis renovado en comprender las necesidades y expectativas del cliente. Obtener comentarios directos a través de encuestas o interacciones directas puede proporcionar información valiosa para ajustar la oferta de productos y servicios.

Optimización de Procesos:

Evaluar y optimizar los procesos internos para mejorar la eficiencia operativa. Esto puede incluir la optimización de la cadena de suministro, la gestión de inventario y la reducción de desperdicios para controlar costos.

En conclusión, la recomendación principal es revisión de costos actualmente presentados por la empresa y estar dispuestos a ver un retorno de inversión pero a largo plazo y no tan pronto como se deseaba.