



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

David Andrés Pineda Matiz
Christyan Giovanny Alape Díaz
Especialización en Gerencia
Fundamentación Investigativa



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N°CO 229557





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951

PLAN DE NEGOCIO

Para La Creación De Una Empresa
Repostera Productora Y Comercializadora
De Postres En La Ciudad De Bogotá D.C.



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification

N°CO 234957



Resumen Ejecutivo

1

Plan de negocios para la creación de una empresa repostería en la ciudad de Bogotá D.C.

2

Producción semi-artesanal y comercialización de productos gastronómicos de alta repostería (tendencias y expectativas de mercado)

3

Formato de negocio innovador - Generen valor para el cliente y los accionistas



4

Orientado principalmente a una población perteneciente a los estratos 3, 4 y 5

5

La edad de la población oscila entre los 18 y 80 años de edad

6

Productos de alta repostería: Presentaciones en tamaño mini, personal y cuatro porciones



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 234957





Justificación

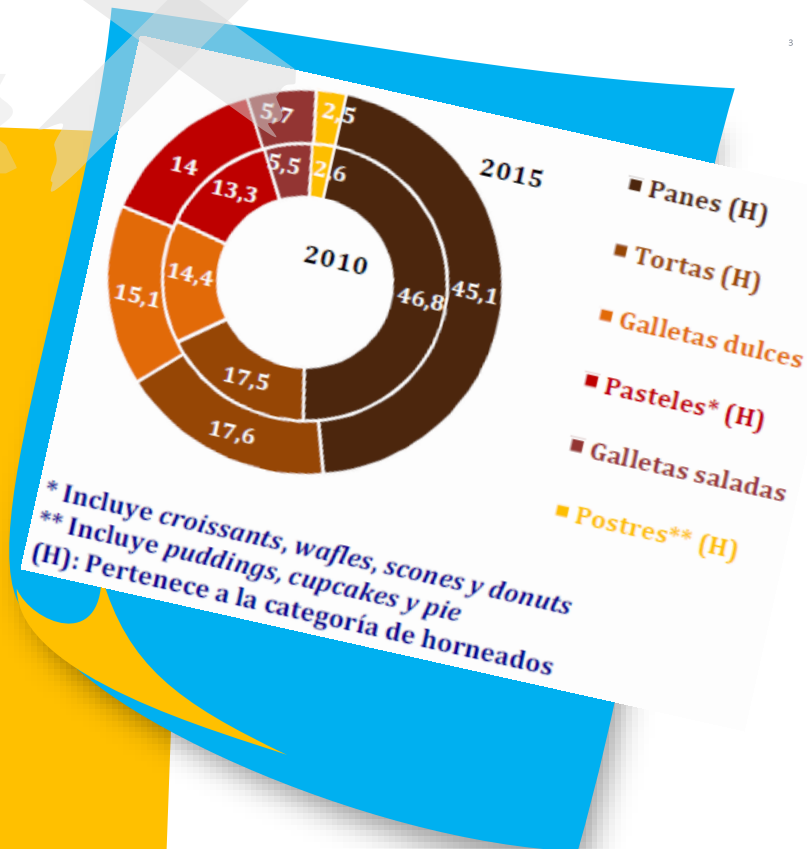
Mercado Internacional

Nota 1

“El valor del mercado mundial de galletería y productos de panadería sumó USD 406,6 mil millones en 2015 y representó 24% del valor del mercado mundial de macrosnacks. El consumo per cápita de galletería y productos de panadería en Latinoamérica creció 12,6% en 2015, frente a 2010” (Cámara de Comercio de Cali, 2017)

Nota 2

La categoría de horneados, conforme al estudio realizado por Euromonitor y la Cámara de Comercio de Cali, “concentró el 79,2% del mercado mundial de galletería y productos de panadería en 2015” (Cámara de Comercio de Cali, 2017, p. 3)



Justificación

Mercado Nacional

RESULTADOS

Esta industria crea más de 400.000 empleos directos, 80.000 indirectos, registran ventas más de 3 billones al año (Dinero, 2016) y aproximadamente el 70% del mercado del sector.

PROYECCIÓN

Se estima que las ventas nacionales de tortas y pasteles serán las más dinámicas en 2020, registrando una tasa de crecimiento promedio anual de 2.2% y 2,1% respectivamente, entre 2016 y 2020.



Ha presentado estabilidad en los últimos años a nivel nacional y coherencia con los resultados internacionales del sector con expectativas de crecimiento

En Colombia se encuentran en funcionamiento cerca de 25 mil panaderías y pastelerías de las cuales en Bogotá hay aproximadamente 8.000 establecimientos

Los productos deben caracterizarse por lograr un equilibrio entre precio-calidad y la innovación de recetas con sabores originales, aprovechando las frutas e ingredientes nacionales, al igual que en la producción artesanal, diseño y presentación de los establecimientos comerciales, transparencia en la información de ingredientes y cantidades



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 234957





Justificación

1

El negocio de las panaderías y pastelerías en Colombia presenta oportunidades para abrirse camino en el mercado nacional con la articulación de factores como el precio, la calidad e innovación de recetas para el diseño de productos que puedan responder a las tendencias y expectativas del mercado actual.

2

El plan de negocio propuesto tiene como objetivo crear una empresa repostera para la producción y distribución de postres a través de dos líneas de comercialización, ventas en punto y por medio del comercio electrónico, la cual operará en la localidad de Engativá de la ciudad de Bogotá D.C.

3

Los productos que se distribuirán estarán enfocados a una población que oscila entre los 4 a los 75 años de edad, caracterizándose por lograr un equilibrio entre precio-calidad y la innovación de recetas con sabores originales, aprovechando las frutas e ingredientes nacionales.

Este tipo de negocio tiene oportunidades éxito en el sector colombiano



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N°CO 234957





Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa repostera productora y comercializadora de postres al por menor en la ciudad de Bogotá D.C.



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

1

Realizar un estudio de mercado con fin de determinar el entorno de mercado, el mercado objetivo y conocer las tendencias y preferencias que tienen los consumidores, referente a los productos de repostería, al igual que la estrategia de comercialización

2

Realizar un estudio técnico de los procesos de producción, la plataforma logística y operativa de la empresa.

3

Desarrollar el estudio administrativo y el planteamiento estratégico que permita diseñar la misión, visión y objetivos organizacionales de la sociedad a constituir.

4

Realizar un estudio financiero para calcular los recursos requeridos para el inicio de operaciones y el desempeño de la empresa a un periodo de cinco años, con el fin de determinar la viabilidad financiera del proyecto empresarial de la empresa a constituir.

Objetivos Específicos





Marco Teórico

“La importancia de un modelo de negocio para el emprendedor estriba en que, por lo común, la planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso.”

(Alcaraz Rodríguez, 2011)

“posibles clientes, el segmento del mercado al cual se va a llegar con el bien y/o servicio ofrecido; la cuantificación del volumen de ventas periódicas, la proyección de ese posible mercado; la definición de las características y atributos del producto”

(Floréz, Uribe, 2015)



Marco Teórico

“
...por su parte, Hellriegel et al. (2009) proponen ocho tareas en el proceso de la planeación estratégica de negocios: 1. Desarrollar la visión, la misión y las metas. 2. Diagnosticar las oportunidades y las amenazas. 3. Diagnosticar las fortalezas y las debilidades. 4. Desarrollar las estrategias. 5. Preparar el plan estratégico. 6. Diseñar los planes tácticos. 7. Controlar y diagnosticar los resultados. 8. Planeación
”
continua” su éxito o fracaso.

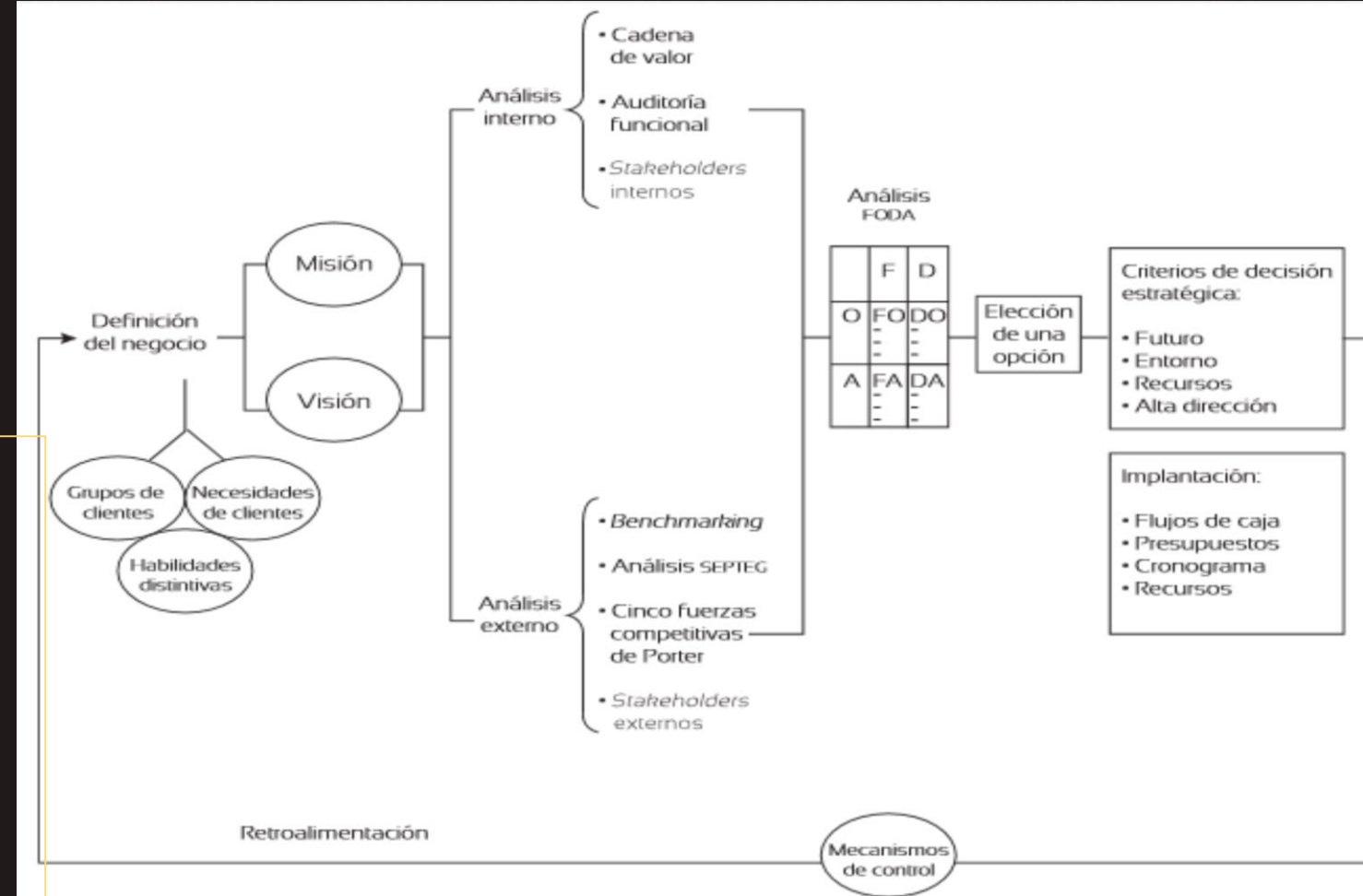
(Como se cita en Arbaiza, 2014).



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 234957



Modelo L. Arbaiza de Administración Estratégica



Fuente: Administración y organización. Arbaiza, L., 2014, p.113.



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

1

ESTUDIO DE MERCADO



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 234957



Estudio de Mercado



Encuestas

Se aplicó una encuesta online a través de la herramienta Google Formularios, dirigida a 203 personas residentes en la ciudad de Bogotá D.C., y pertenecientes a diferentes estratos socioeconómicos

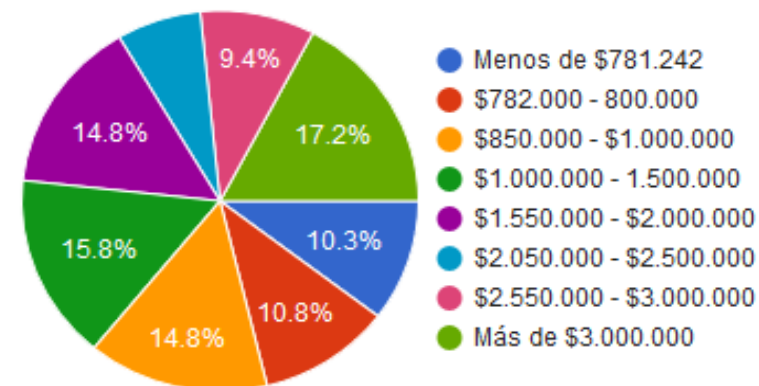
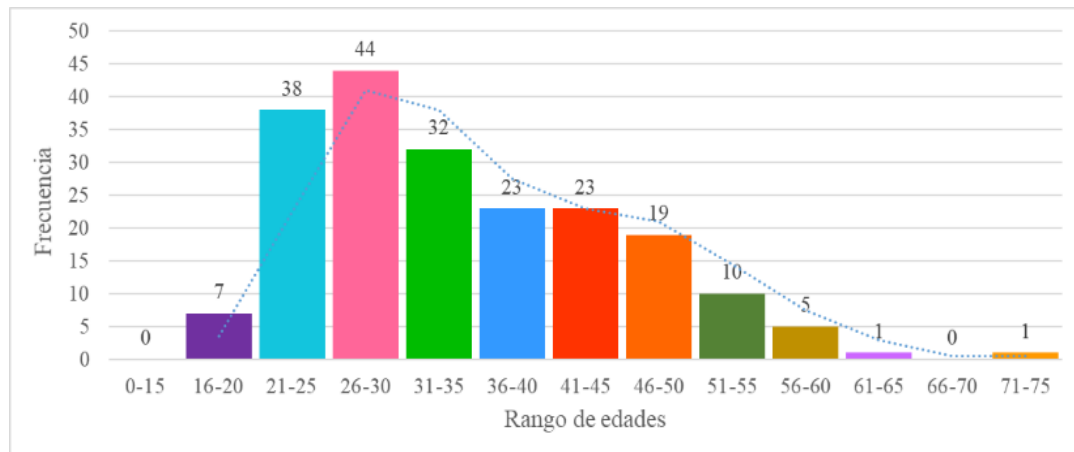
La población con mayor frecuencia de compra de productos de repostería, corresponde a un rango comprendido entre los 26 y 30 años, seguido del rango de 21 a 25 años



Rango Salarial

Los ingresos mensuales promedio de la población encuestada corresponden al rango comprendido \$1.550.000 y \$ 2.000.000

La moda corresponde al rango de más de \$3.000.000 de ingresos mensuales



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N°CO 234957





Estudio de Mercado

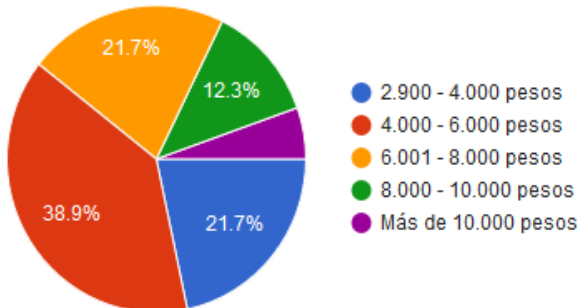


Productos

La preferencia de los encuestados se enfoca en los siguientes postres:

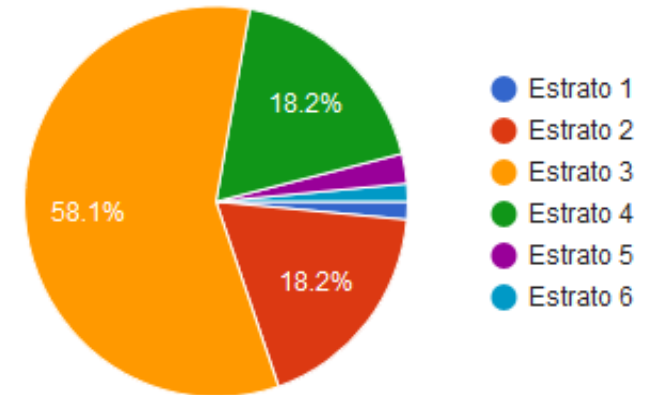
1. Torta Tres Leches de Baileys
2. Tiramisú
3. Cheesecake de Fresa

Igualmente, la población encuestada evidencia una intención de compra que oscila entre los \$6.000 y \$10.000



Estratos Socioeconómicos

El mayor porcentaje corresponde al 58% localizado en el estrato 3, seguido del estrato 4 con el 18,2% de participación y por último el estrato 5 representado con el 2,5%



Estudio de Mercado

Análisis de Precios

Para el análisis de precios se estudió la competencia, su localización, calidad y precio de los productos. Se tuvo en cuenta las 3 principales reposterías en Bogotá



1

Pastelería Toledo



2

Nicolukas



3

Deli

Estudio de Mercado

Localización Competencia



Pastelería	Localización
Pastelería Toledo	Fontibón
	Kennedy
	Palermo
	Cedritos
	Suba
	Floresta
	Salitre
	Calle 100
Nicolukas	Andino
	Santa Fe
	Galerías
	Iserra 100
	Salitre
	Titán plaza
	Calima
	Cedritos
Deli	Calle 170
	Colina
	Niza
	Andino
	Chico
	Av. Jiménez

Según este análisis se tiene que la mayoría se ubican en el centro y norte de la ciudad de Bogotá entre los estratos 3 y 4.

Estudio de Mercado

Precios Competencia

Precios			
Tipo de postre	Toledo	Nicolukas	Deli
Bizcochuelo	\$5,500.00		\$8,000.00
Porción de torta	\$5,000.00		\$12,500.00
Milhoja	\$5,500.00		\$3,200.00
Profiterol	\$4,500.00		
Cheescake	\$6,600.00	\$7,500.00	\$8,800.00
Promedio	\$5,420.00	\$7,500.00	\$8,125.00
Atiende eventos			
Si/No	Si	Si	Si
Descripción del establecimiento			
Tv/música	Música	Música	Música
Tipo de servicio	A la mesa	Autoservicio	Autoservicio
Tipo de decoración	Fotografía	Fotografía	Fotografía
Tipo de clientes que asisten	Hombres y mujeres entre 20 y 30 años. Al parecer estaban realizando actividades de tipo comercial, abitanes de la zona y estudiantes	Hombres y mujeres entre 20 y 30 años. Al parecer estaban realizando actividades de tipo comercial, habitantes de la zona y estudiantes	Hombres y mujeres entre 20 y 30 años. Al parecer estaban realizando actividades de tipo comercial, habitantes de la zona y estudiantes



DEFINICIÓN DE PRODUCTOS Y PROYECCIÓN DE VENTAS

Productos	Precio Producción	% Utilidad General		Precio de Venta	Cant. Ventas Anuales	Ventas Anuales
Genovesa de Tres Leches de Baileys	\$ 5.321	\$ 4.679	87,92%	\$ 10.000	11880	\$ 118.800.000
Genovesa de Tres Leches	\$ 3.067	\$ 4.833	157,57%	\$ 7.900	12600	\$ 99.540.000
Genovesa de Tres Leches de Hersheys	\$ 3.107	\$ 5.793	186,43%	\$ 8.900	11160	\$ 99.324.000
Genovesa de Tres Leches de Maracuyá	\$ 3.170	\$ 4.731	149,25%	\$ 7.900	11520	\$ 91.008.000
Postre de Tiramisú	\$ 2.708	\$ 1.592	58,79%	\$ 4.300	6480	\$ 27.864.000
Cheesecake de Fresa	\$ 2.191	\$ 1.809	82,55%	\$ 4.000	9000	\$ 36.000.000
Pie de Limón	\$ 2.267	\$ 1.634	72,07%	\$ 3.900	7200	\$ 28.080.000
Scons de Queso	\$ 600	\$ 1.500	250,27%	\$ 2.100	14400	\$ 30.240.000
Quiche Lorraine	\$ 2.894	\$ 6.006	207,53%	\$ 8.900	5400	\$ 48.060.000
Quiche de Pollo	\$ 2.482	\$ 5.419	218,36%	\$ 7.900	7920	\$ 62.568.000
Brownie	\$ 2.539	\$ 4.361	171,72%	\$ 6.900	12600	\$ 86.940.000
Trufas de Maracuyá con Chocolate Blanco	\$ 391	\$ 2.009	513,84%	\$ 2.400	21240	\$ 50.976.000
TOTAL PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 1						\$ 779.400.000





Estudio de Mercado

PRODUCTO - CONCEPTO





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

Estudio de Mercado Comercialización - Plaza



Isla Centro Comercial

Tienda Virtual

CORTO Y MEDIANO PLAZO



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N°CO 234957



Estudio de Mercado

Comercialización – Estrategia de Promoción





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

2

ESTUDIO TÉCNICO



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 234957



Estudio de Técnico

MACRO- LOCALIZACIÓN

Localización		Descripción		
Macro Localización	Bogotá D.C.	La iniciativa empresarial se implementará en la ciudad de Bogotá D.C., la		
		Población Mujeres (Departamento Nacional de Planeación, 2018):	4.217.194 (51,6%)	
		Población Hombres (Departamento Nacional de Planeación, 2018):	3.963.853 (48,5%)	
		De acuerdo con la investigación realizada por el Observatorio de Desarrollo Económico e Invest Bogotá, se concluyó que la clase media representa el 51% de la población capitalina y de esta, el 62.9% se encuentra distribuida entre los estratos socioeconómicos 3 y 4, teniendo un ingreso diario per cápita que oscila entre los \$12.963 y \$64.813 pesos, considerándose un mercado potencial para los ejercicios empresariales (clientes – fuerza laboral). Este es un punto de partida importante, no solo para atraer y estimular la inversión, sino también para la creación de empresas (Invest in Bogotá, 2017), lo cual es un insumo importante para la localización del presente plan de negocio, el cual se enfocará en los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5.		
	Localidad	De acuerdo con la Secretaría Distrital de Hábitat, esta localidad tiene aproximadamente 883.319 habitantes, distribuidos en nueve (9) Unidades de Planeamiento Zonal (UPZ) (2018).		
		Engativa	De los 186.206 predios residenciales que se encuentran ubicados en esta localidad, y teniendo en cuenta el mercado objetivo en el que se enfocará la empresa a constituir, el estrato 3 tiene una participación del 76,1%, el estrato 4 del 4,8% y por último, el estrato 5 le corresponde el 0,4% (Secretaría Distrital de Hábitat, 2018).	
			Igualmente, esta localidad tiene aproximadamente 277.460 hogares de los - 2 a 4 SMMLV: 29,7% - 4 a 8 SMMLV: 28,5% - + de 8 SMMLV: 17,7% Total: 75%	



MICRO- LOCALIZACIÓN

Tipo Localización		Descripción	
Micro-Localización	UPZ Las Ferias y Minuto de Dios (Alcaldía Local de Engativa)	Para el desarrollo específico de este plan de negocio, se desarrollará en la UPZ No. 26 Las Ferias, donde se instalará el Punto Estratégico de Comercialización, teniendo ubicación concreta el Centro Comercial Titán Plaza.	
		Respecto a la instalación del Punto Estratégico de Producción y de acuerdo con las condiciones generales del modelo de negocio descrito, este se ubicará en el barrio Minuto de Dios (UPZ del mismo nombre) o el barrio Bonanza que está ubicado en la UPZ Las Ferias.	
		Es importante ubicar el P.E. Producción lo más cerca posible del P.E. de comercialización.	
	Servicios Públicos Domiciliarios	P.E. Producción Es importante que el local que se decida arrendar cuente con los principales servicios públicos domiciliarios tales como energía, acueducto y alcantarillado, gas natural domiciliario y telefonía e internet, los cuales son importantes e indispensables para el correcto funcionamiento de la unidad productiva. Igualmente, es importante que en el sector donde se ubique este P.E. Producción, haya un buen alumbrado público por aspectos de seguridad y un eficiente sistema de recolección de basuras (condiciones sanitarias externas).	P.E. Comercialización La isla o concesión en el Centro Comercial, deberá tener la capacidad de instalar un lavamanos con su respectivo sistema de vertimiento de aguas residuales domésticas (ARD) (Resolución 631 de 2015), debido a la manipulación de alimentos en el área de comercialización y las actividades básicas correspondientes a la limpieza y mantenimiento de la misma.



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 234957





MICRO- LOCALIZACIÓN

Micro- Localización	Transporte (Movilidad y Vías de Acceso)	Es importante que el Punto de Comercialización pueda ubicarse en un sector estratégico que le permita la facilidad de movilidad para la compra y recepción de la materia prima, cercanía, control y abastecimiento entre los puntos de la unidad productiva, distribución y entrega de los pedidos por los canales online y el acceso potencial al mercado objetivo.
		Por estas razones, el Centro Comercial Titán Plaza se considerará como el punto de referencia, el cual posee la facilidad de acceso a algunas de las principales vías de la ciudad tales como: ➤ Avenida Boyacá: permite la conexión con el sur y norte de la ciudad. ➤ Avenida Medellín – Calle 80: Permite el transito directo entre el noroccidente y el norte de la ciudad. ➤ Avenida Rojas: Esta relativamente cerca a esta avenida, la cual permite el fácil acceso a la calle 26 y a la avenida esperanza. ➤ Múltiples opciones de transporte público. Estas ventajas estratégicas de transporte permiten reducir significativamente el costo de transporte para el abastecimiento del P. E. de Comercialización y a su vez, con múltiples opciones para el desplazamiento de la entrega de pedidos a domicilio cuando la empresa implemente este servicio. Fuente: (Google Maps, 2018).





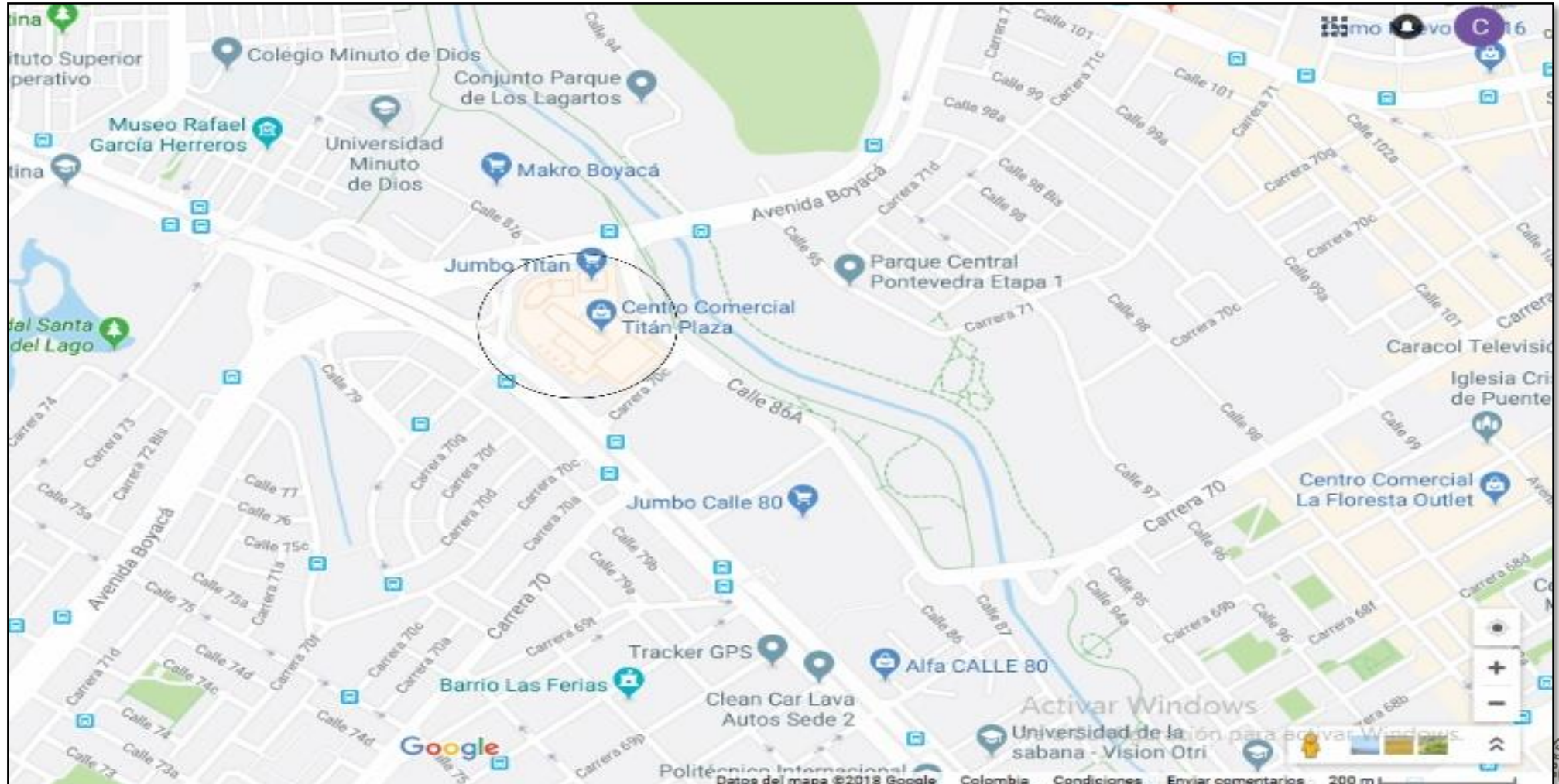
MICRO- LOCALIZACIÓN

Micro- Localización	Centro Comercial Titán Plaza	Ubicación:	Noroccidente de Bogotá D.C.
		Antigüedad:	Casi seis (6) años.
		Liderazgo en el Sector:	La Cámara Colombiana de la Construcción (Camacol) publicó en el año 2017, los resultados del primer “Estudio de Percepción de Centros Comerciales” ubicados en la ciudad de Bogotá D.C., en el cual el Centro Comercial Titán se destacó por. <i>“...contar con la mayor cantidad de visitas, es evaluado satisfactoriamente en criterios como entretenimiento, limpieza, atención al cliente, practicidad, modernidad y responsabilidad social...”</i> (Camacol, 2017). Es importante mencionar que su liderazgo también se representa a través de los siguientes factores: • Mix de marcas, promociones y seguridad (Camacol, 2017). • Respecto a la tasa de penetración, la cual <i>“representa el número de clientes regulares y ocasionales que ingresan a estos sitios, Titán Plaza fue el que encabezó la lista con un 64% de clientes regulares y un 36% ocasionales”</i> (Revista Portafolio, 2017). • Satisfacción (publicidad – plazoleta de comidas: Titán Plaza obtuvo el segundo lugar después de Centro Mayor (Revista Portafolio, 2017).
		Estratos Socioeconómicos	• Los sectores que rodean al Centro Comercial corresponden a los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5.





Estudio de Técnico





Estudio de Técnico

Punto Estratégico de Producción (Condiciones)	Punto Estratégico de Comercialización (Condiciones)
Ubicación: 1 Deberá estar ubicado dentro de un radio de cinco kilómetros del Punto Estratégico de Comercialización. Modalidad de Contratación: 2 Se deberá realizar a través de la figura del contrato de arrendamiento de local comercial, mínimo a una periodicidad de seis (6) meses. Área Requerida: 3 El local comercial deberá tener como mínimo un área mínima construida de 18 m².	Ubicación: 1 Deberá estar ubicado en un centro comercial donde su público objetivo este principalmente concentrado entre los estratos 3, 4 y 5. Modalidad de contratación: 2 Deberá llevarse a cabo a través del contrato atípico de colaboración empresarial de Concesión de Espacio o Isla Comercial con una periodicidad mínimo de un (1) año. Área Requerida: 3 La concesión de espacio o isla comercial debe tener una dimensión mínima de 2 m².





Estudio de Técnico

Equipo Técnico
\$ 22.874.310

Equipo Cómputo
y Oficina
\$3.737.890

Inversiones

(Estudio Técnico)

Muebles y Enseres
\$11.383.716

Gastos Preoperativos
\$853.400

Materias Primas
\$1.288.160

Ficha Técnica de Productos y Costos De Producción

Genovesa de Tres Leches de Baileys x 1lb.		
Ingredientes	Cant Preparación	Precio Unitario
Harina de Trigo	312,5 gr.	\$ 500
Huevos	10 Und.	\$ 2.300
Leche Entera	550 ml	\$ 1.100
Crema de Leche	700 ml	\$ 6.223
Leche Condensada	500 ml	\$ 6.875
Esencia de Vainilla	5 gr	\$ 100
Azucar	275 gr.	\$ 451
Crema de Whisky	240 ml	\$ 14.160
Chips de Chocolate	10 gr.	\$ 219
Total		\$ 31.928
De una libra de Genovesa de Baileys, se extraen 6 porciones de las cuales, el precio unitario de cada una es:		\$ 5.321
Precio de Venta		\$ 10.000

Genovesa de Tres Leches x 1lb.		
Ingredientes	Cant Preparación	Precio Unitario
Harina de Trigo	312,5 gr.	\$ 500
Huevos	10 Und.	\$ 2.300
Leche Entera	550 ml	\$ 1.100
Crema de Leche	700 ml	\$ 6.223
Leche Condensada	500 ml	\$ 6.875
Esencia de Vainilla	5 gr	\$ 100
Azucar	275 gr.	\$ 451
Cobertura de Chocolate	30 gr.	\$ 679
Fresas	35 gr.	\$ 175
Total		\$ 18.403
De una libra de Genovesa de Tres Leches, se extraen 6 porciones de las cuales, el precio unitario de cada una es:		\$ 3.067
Precio de Venta		\$ 7.900

Genovesa de Tres Leches de Hersheys x 1lb.		
Ingredientes	Cant Preparación	Precio Unitario
Harina de Trigo	312,5 gr.	\$ 500
Huevos	10 Und.	\$ 2.300
Leche Entera	550 ml	\$ 1.100
Crema de Leche	700 ml	\$ 6.223
Leche Condensada	500 ml	\$ 6.875
Esencia de Vainilla	5 gr	\$ 100
Azucar	275 gr.	\$ 451
Hersheys Sirup	100 ml	\$ 919
Cobertura Chocolate	8 gr.	\$ 175
Total		\$ 18.643
De una libra de Genovesa de Hersheys se extraen 6 porciones de las cuales, el precio unitario de cada una es:		\$ 3.107
Precio de Venta		\$ 8.900



Ficha Técnica de Productos y Costos De Producción

Genovesa de Tres Leches de Maracuya x 1lb.			
Ingredientes	Cant Preparación		Precio Unitario
Harina de Trigo	312,5	gr.	\$ 500
Huevos	10	Und.	\$ 2.300
Leche Entera	550	ml	\$ 1.100
Crema de Leche	700	ml	\$ 6.223
Leche Condensada	500	ml	\$ 6.875
Esencia de Vainilla	5	gr	\$ 100
Azucar	275	gr.	\$ 451
Salsa de Maracuya	120	gr.	\$ 1.014
Cobertura Chocolate	20	gr.	\$ 454
Total			\$ 19.017
De una libra de Genovesa de Maracuya, se extrae 6 porciones de las cuales, el precio unitario de cada una es:			\$ 3.170
Precio de Venta			\$ 7.900

Postre de Tiramisú (1 Lb.)			
Ingredientes	Cant Preparación		Precio Unitario
Harina de Trigo	120	gr.	\$ 192
Huevos	5	Und.	\$ 1.500
Gelatina sin Sabor	10	gr.	\$ 667
Crema de Leche	200	gr.	\$ 1.778
Queso Crema	200	gr.	\$ 2.695
Esencia de Vainilla	5	gr	\$ 100
Azucar	250	gr.	\$ 410
Caco Amargo	20	gr.	\$ 656
Licor de Café	50	gr.	\$ 5.247
Café Instantaneo	5	gr.	\$ 295
Total			\$ 13.540
De una libra de Postre de Tiramisú, se extrae 5 porciones de las cuales, el precio unitario de cada una es:			\$ 2.708
Precio de Venta			\$ 4.300

Cheesecake de Fresa (1 Lb.)			
Ingredientes	Cant Preparación		Precio Unitario
Harina de Trigo	100	gr.	\$ 160
Huevos	3	Und.	\$ 900
Azucar Pulverizada	50	gr.	\$ 450
Esencia de Vainilla	5	gr.	\$ 100
Aceite	30	gr	\$ 279
Gelatina sin Sabor	10	gr.	\$ 667
Fresas	200	gr.	\$ 1.000
Mantequilla	150	gr.	\$ 2.400
Crema Pastelera	350	gr.	\$ 5.000
Total			\$ 10.956
De una libra de Cheesecake de Fresa, se extrae 5 porciones de las cuales, el precio unitario de cada una es:			\$ 2.191
Precio de Venta			\$ 4.000

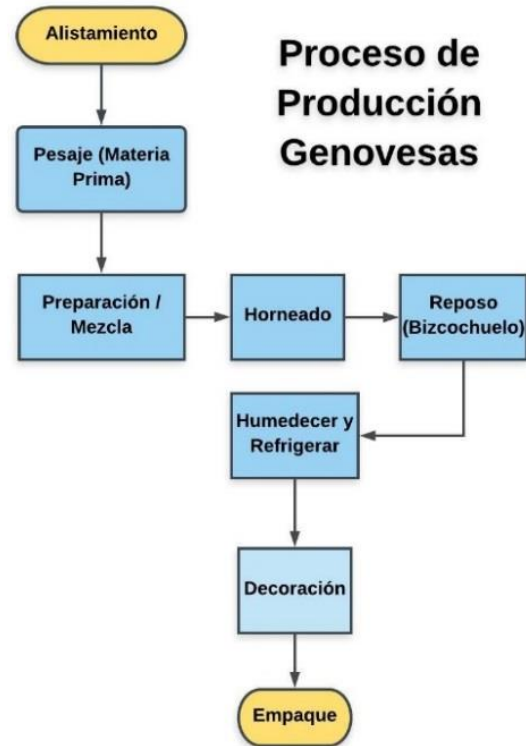


ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 234957

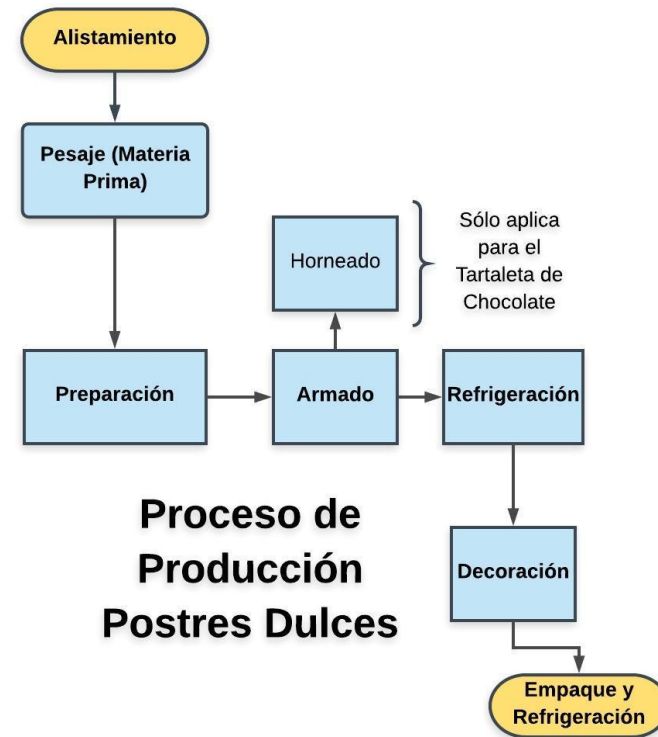


Proceso de Producción

Proceso de Producción de Genovesas



Proceso de Producción Postres Dulces

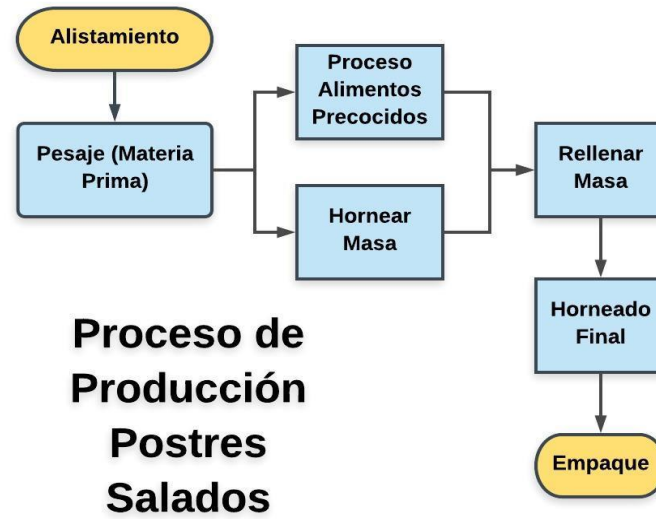


ISO 9001: 2008
 BUREAU VERITAS
 Certification
 N° CO 234957

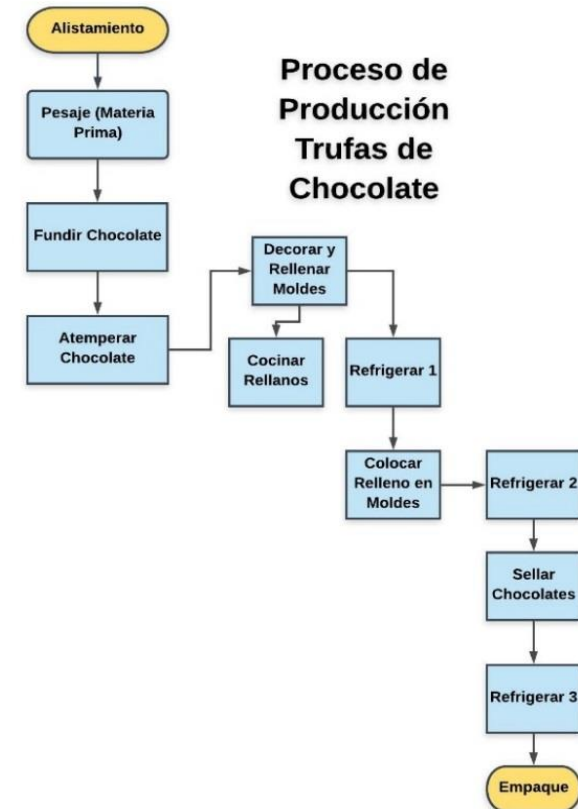


Proceso de Producción

Proceso de Producción de Postres Salados



Proceso de Producción Trufas - Chocolate





Estudio de Técnico Colaboradores

Área	# Colaboradores	Colaboradores
Administración	3	Gerente
		Coordinador Administrativo
		Coordinador Community Manager
Producción	2	Jefe de Repostería
		Asistente de Repostería
Producción / Comercialización	1	Auxiliar de Repostería y Comercial
Comercialización	1	Cajero – Vendedor
Total	7	





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

3

ESTUDIO ADMINISTRATIVO



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N°CO 234957





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

Estudio Administrativo Misión



Somos una empresa dedicada a la creación de experiencias y sensaciones a través de los sabores y texturas de productos gastronómicos de la alta repostería, fruto del esfuerzo y del talento de nuestros colaboradores y proveedores, buscando la satisfacción integral del cliente y garantizando la excelente calidad de los ingredientes, las recetas, las presentaciones y la óptima atención al cliente, con el objetivo de construir lazos duraderos y disfrutar junto a ellos en cada etapa de sus vidas, aquellos momentos u ocasiones que nos hacen recordar que la vida es dulce.

Igualmente, buscamos mejorar la calidad de vida de nuestros accionistas, colaboradores, sus familias y la sociedad en general, en beneficio de la empresa y reivindicando los valores fundantes de la dignidad humana, contribuyendo a la construcción de un mejor país.



Estudio Administrativo Visión

En el 2023, será reconocida como una de las mejores reposterías de Bogotá D.C., por la excelente calidad de sus productos y del servicio al cliente, no solo a través del canal de contacto presencial o físico, sino a través del entorno virtual con un amplio portafolio de productos y servicios orientados a la creación de experiencias y sensaciones gastronómicas de la alta repostería.





Estudio Administrativo Objetivos Estratégicos



Elaborar los productos gastronómicos de la alta pastelería con ingredientes de calidad y sin conservantes



Promover el trabajo en equipo y la capacitación de nuestros colaboradores



Brindar la excelente atención a nuestros clientes en todo el proceso de asesoría, venta y posventa de nuestros productos y servicios



Posicionar la marca en el mercado de repostería y garantizar la rentabilidad de la empresa



Contribuir al desarrollo del país y la sociedad, a través de la generación de empleo





Estudio Administrativo

Descripción Modelo de Negocio

1. Los productos estarán enfocados principalmente a la producción de porciones de tamaño mini, personal y para cuatro.

2. Las líneas de productos se dividirán en chocolatería, postres salados y dulces.

3. Los productos principales serán las genovesas y los chocolates.

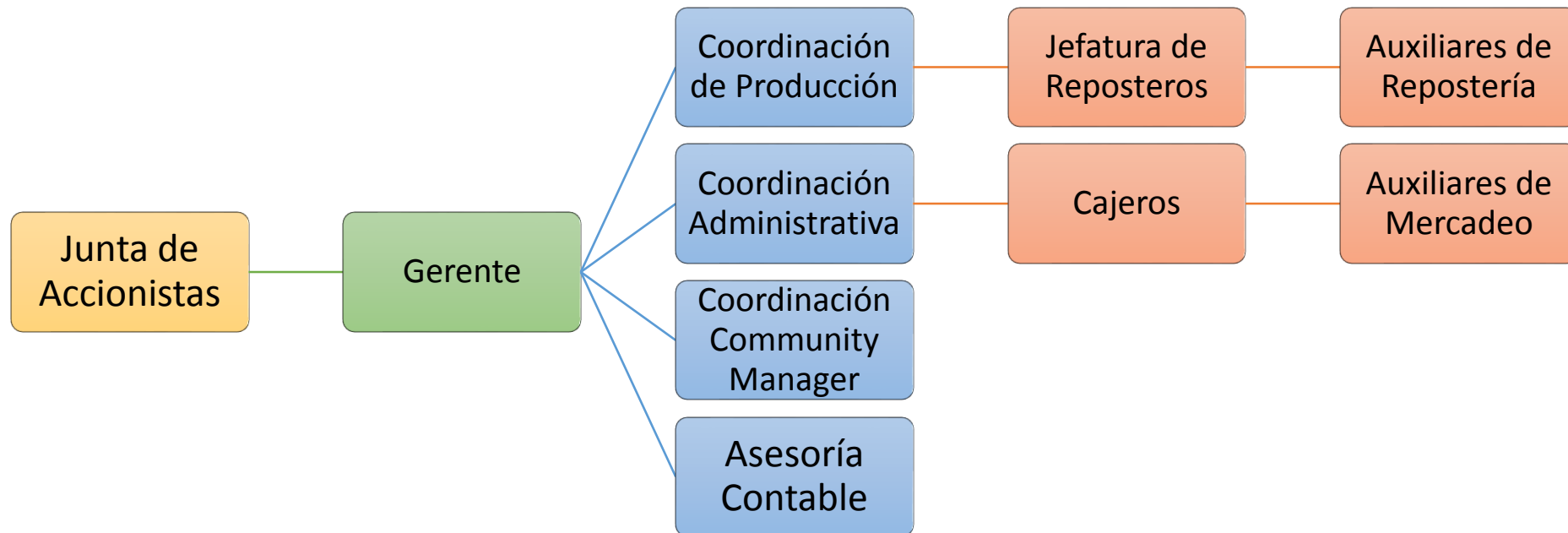
4. La empresa operará en dos ubicaciones denominadas puntos estratégicos, el primero llevará a cabo los procesos de administración, producción y distribución y el segundo, realizará la actividad de comercialización.

5. Es necesario que los dos puntos estratégicos se encuentren geográficamente cerca con el fin de disminuir costos de transporte.





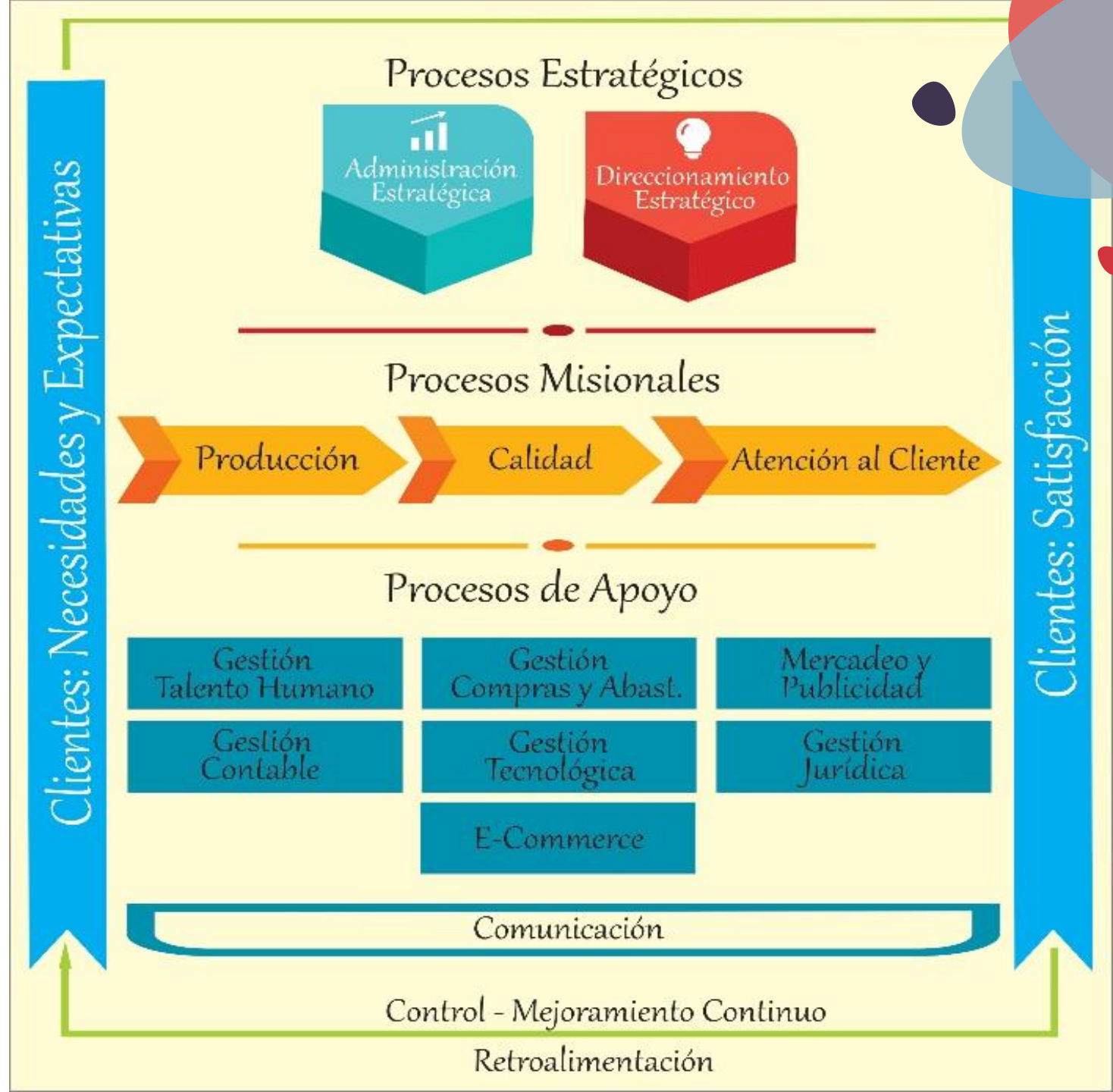
ORGANIGRAMA





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

Estudio Administrativo Mapa de Procesos





PROYECCIÓN DE NÓMINA (PS)

Proyección de nómina y prestaciones sociales total

- \$ 7.775.002,92

Proyección Pago Prestaciones Sociales (2018) total

- \$ 15.326.051





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

4

ESTUDIO FINANCIERO



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 234957





Inversión Inicial	
Rubro	Valor Unitario
1. Inversión Fija	
Equipo de Cómputo y de Oficina	\$ 3.737.890
Maquinaria y Equipos	\$ 22.874.310
Muebles, Enseres e Implementos	\$ 11.383.716
Subtotal	\$ 37.995.916
2. Gastos Preoperativos	
Notariales	\$ 150.00
Cámara de Comercio	\$ 148.40
Página web (Hosting y Dominio)	\$ 702.00
Subtotal	\$ 1.000.400
3. Capital de Trabajo Inicial	
Excedente Capital de Trabajo	\$ 20.899.109
Total Excedente C.T.	\$ 20.899.109
Total Inversión Inicial	\$ 59.895.425

INVERSIÓN INICIAL





CAPITAL SOCIAL INICIAL



Capital Social Inicial	
Monto requerido	\$ 59.895.425
Capital Propio	
Accionista No. 1 (efectivo)	\$ 11.979.085
Accionista No. 2 (efectivo)	\$ 11.979.085
Accionista No. 3 (efectivo)	\$ 11.979.085
Accionista No. 4 (efectivo)	\$ 11.979.085
Accionista No. 5 (efectivo)	\$ 11.979.085
Crédito Bancario	\$ 0
Total Capital Disponible	\$ 59.895.425





PROYECCIÓN VENTAS

Productos	Precio Producción	% Utilidad General	Precio de Venta	Cant. Ventas Anuales	Ventas Anuales
Genovesa de Tres Leches de Baileys	\$ 5.32	\$ 4.68 87,92%	\$ 10.00	11880	\$ 118.800.000
Genovesa de Tres Leches	\$ 3.07	\$ 4.83 157,57%	\$ 7.90	12600	\$ 99.540.000
Genovesa de Tres Leches de Hersheys	\$ 3.11	\$ 5.79 186,43%	\$ 8.90	11160	\$ 99.324.000
Genovesa de Tres Leches de Maracuyá	\$ 3.17	\$ 4.73 149,25%	\$ 7.90	11520	\$ 91.008.000
Postre de Tiramisú	\$ 2.71	\$ 1.59 58,79%	\$ 4.30	6480	\$ 27.864.000
Cheesecake de Fresa	\$ 2.19	\$ 1.81 82,55%	\$ 4.00	9000	\$ 36.000.000
Pie de Limón	\$ 2.27	\$ 1.63 72,07%	\$ 3.90	7200	\$ 28.080.000
Scons de Queso	\$ 600	\$ 1.50 250,27%	\$ 2.10	14400	\$ 30.240.000
Quiche Lorraine	\$ 2.89	\$ 6.01 207,53%	\$ 8.90	5400	\$ 48.060.000
Quiche de Pollo	\$ 2.48	\$ 5.42 218,36%	\$ 7.90	7920	\$ 62.568.000
Brownie	\$ 2.54	\$ 4.36 171,72%	\$ 6.90	12600	\$ 86.940.000
Trufas de Maracuyá con Chocolate Blanco	\$ 391	\$ 2.01 513,84%	\$ 2.40	21240	\$ 50.976.000
TOTAL PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 1					\$ 779.400.000





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

FLUJO DE CAJA



EMPRESA|
Flujo de Caja
Valores Expresados en Pesos

		SALDO				
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingresos x Ventas	-	779.400.000	811.277.460	844.458.708	878.997.069	914.948.049
Total Ingresos Ventas	-	779.400.000	811.277.460	844.458.708	878.997.069	914.948.049
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Materias Primas	-	132.780.611	138.211.338	143.642.065	149.072.792	154.503.519
Nomina (Salarios y Prestaciones Sociales)	-	105.951.086	110.936.959	115.474.280	120.197.178	125.113.243
Total Costos de Produccion	-	238.731.697	249.148.297	259.116.345	269.269.970	279.616.762
Utilidad Bruta	-	540.668.303	562.129.163	585.342.363	609.727.099	635.331.288
GASTOS OPERATIVOS						
Arriendo	-	96.000.000	105.600.000	116.160.000	127.776.000	140.553.600
Mantenimiento Maquinaria	-	300.000	312.270	325.042	338.336	352.174
Dotaciones	-	3.000.000	3.122.700	6.557.670	5.901.903	5.901.903
Otros Gastos de operación	-	996.000	1.036.736	1.079.139	1.123.276	1.169.218
Transporte	-	1.000.000	1.040.900	2.185.890	1.967.301	1.967.301
Preoperativos	-	1.000.400	-	-	-	-
Depreciación	-	3.284.250	3.284.250	3.284.250	3.284.250	3.284.250
Total Gastos Operativos	-	105.580.650	114.396.856	129.591.991	140.391.066	153.228.446
Utilidad Operativa	-	435.087.653	447.732.307	455.750.372	469.336.033	482.102.842
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Otros Gastos Administrativos	-	2.000.000	2.081.800	2.166.946	2.255.574	2.347.827
Impuestos	-	1.800.000	1.873.620	1.950.251	2.030.016	2.113.044
Total Gastos Administrativos	-	3.800.000	3.955.420	4.117.197	4.285.590	4.460.871
Utiliad Bruta Antes de Impuestos	-	431.287.653	443.776.887	451.633.176	465.050.443	477.641.971
Impuesto de Renta (33%)	-	142.324.925	146.446.373	149.038.947,93	153.466.646,29	157.621.850,54
Utilidad neta	-	288.962.727	297.330.514	302.594.228	311.583.797	320.020.121
INVERSIÓN INICIAL						
Equipo de Computo y de Oficina	3.737.890	-	-	-	-	-
Muebles y Enseres	11.383.716	-	-	-	-	-
Maquinaria y Equipos	22.874.310	-	-	-	-	-
Gastos de Constitución y Registro Sociedad SAS	298.400	-	-	-	-	-
Página web (Hosting y Dominio)	702.000	-	-	-	-	-
Excedente Capital de Trabajo de inicio	20.899.109	-	-	-	-	-
Total Egresos	38.996.316	490.437.273	513.946.946	541.864.481	567.413.272	594.927.929
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	59.895.425	-	-	-	-	-
Disponible Ingreso Neto	20.899.109	288.962.727	297.330.514	302.594.228	311.583.797	320.020.121
FLUJO DE CAJA	20.899.109	314.146.486	614.761.251	920.639.728	1.235.507.775	1.558.812.146



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

BALANCE GENERAL



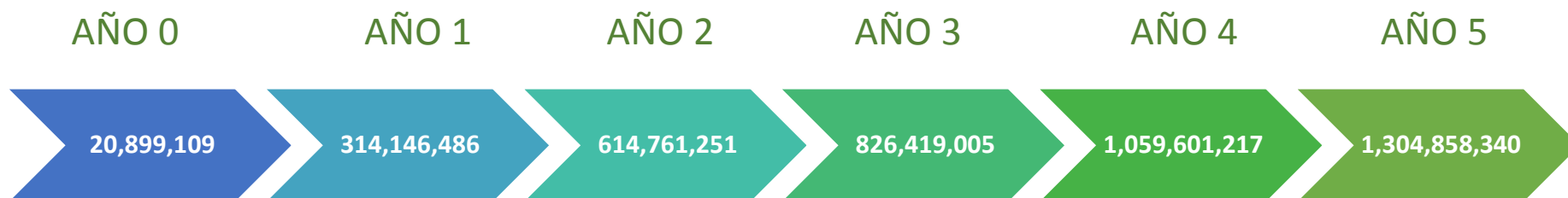
EMPRESA
Balance General
Valores Expresados en Pesos

	Saldos				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Efectivo en Caja	500.000	525.000	551.250	578.813	607.753
Banco	313.646.486	614.236.251	920.088.478	1.234.928.963	1.558.204.393
Total Activos Corrientes	314.146.486	614.761.251	920.639.728	1.235.507.775	1.558.812.146
Activos Fijos					
Maquinaria	22.874.310	22.874.310	22.874.310	22.874.310	22.874.310
Depreciación Acumulada	-1.524.954	-2.663.326	-3.801.697	-4.940.069	-6.078.440
Equipo de Computo	3.737.890	3.737.890	3.737.890	3.737.890	3.737.890
Depreciación Acumulada	-620.925	-1.241.849	-1.862.774	-2.483.699	-3.104.623
Muebles y Enseres	11.383.716	11.383.716	11.383.716	11.383.716	11.383.716
Depreciación Acumulada	-1.138.372	-2.663.326	-4.188.280	-5.713.234	-7.238.188
Total Activos Fijos	34.711.666	31.427.415	28.143.165	24.858.915	21.574.665
TOTAL ACTIVOS	348.858.152	646.188.666	948.782.894	1.260.366.690	1.580.386.811
PASIVOS					
Obligaciones Largo Plazo	-	-	-	-	-
TOTAL PASIVOS	-	-	-	-	-
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	59.895.425	59.895.425	59.895.425	59.895.425	59.895.425
UTILIDAD DEL EJERCICIO	288.962.727	297.330.514	302.594.228	311.583.797	320.020.121
Utilidades Retenidas		288.962.727	586.293.241,0	888.887.469	1.200.471.266
Total Patrimonio	348.858.152	646.188.666,0	948.782.894	1.260.366.691	1.580.386.811
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	348.858.152	646.188.666	948.782.894	1.260.366.691	1.580.386.811



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

FLUJO DE CAJA-RESUMEN



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N°CO 234957





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

ANÁLISIS FINANCIERO



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 234957





ANÁLISIS FINANCIERO

INDICADORES DE RENTABILIDAD

Indicadores De Rentabilidad			
Indicador		Resultado	Descripción
Margen Bruto	Utilidad Bruta / Ventas Netas	69,37%	El índice arrojado por el indicador permite comprobar que la empresa tiene altas oportunidades de cubrir los gastos operacionales y a su vez, el uso de la financiación de la organización, sin embargo es importante aclarar que la eficiencia de este indicador depende de la variación (aumento o disminución) de los costos que presente la empresa (Entrepreneur, 2010).
Margen Operacional de Utilidad	Utilidad Operacional / Ventas Netas	55,82%	Este indicador muestra el porcentaje de utilidad operacional que presenta la empresa correspondiente a la proyección de ventas en el primer año (Gerencie.com, 2017).
ROA	(Utilidad Neta/Total Activos)x100	82,83%	Evidencia la rentabilidad que tiene la utilidad neta obtenida de la empresa en relación con el activo que posee. También infiere la eficiencia de una futura administración y aprovechamiento de los activos en la generación de renta (Actualícese, 2016).
Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE)	(Utilidad Neta/Patrimonio)x100	82,83%	De acuerdo al resultado obtenido, el cual <i>"constituye un claro indicador de cómo una empresa gestiona y saca rendimiento al capital que en ella depositan los accionistas"</i> (Gerencie.com, 2017), por lo tanto, refleja la viabilidad que tiene la empresa a mediano plazo como su respectivo potencial en el mercado.





ANÁLISIS FINANCIERO

TIR - VAN

Resultados Evaluación Financiera

Tasa de Descuento:	40%
TIR del Proyecto:	254%
Valor Actual Neto (VAN):	\$1.102.694.841,08

SI ES VIABLE





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

CONCLUSIONES



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 234957





CONCLUSIONES

RESULTADOS ESTUDIO FINANCIERO

- ❖ El proyecto empresarial presenta viabilidad financiera:

Accionistas: 5 **Inversión Inicial:** \$59.895.425
Tasa de Descuento: 40% **Proyección:** 5 años

VAN: 1.102.694.841,08

TIR: 254%

RESULTADOS ESTUDIO ADMINISTRATIVO

- ❖ Se desarrolló el planteamiento estratégico, logrado determinar la promulgación de existencia de la empresa a constituir, la misión, visión y objetivos estratégicos, el cual orientará la relación de empresa-cliente, al igual el tipo de sociedad y el modelo accionario requerido.
- ❖ Racionalización de la planta administrativa y proyección del costo del talento humano requerido.
- ❖ Mapa de procesos que orientarán la gestión de calidad de la compañía y su tipo de gerencia



RESULTADOS ESTUDIO DE MERCADO

1

- ❖ El sector panificador de la industria nacional de alimentos presenta un crecimiento sostenido en el país
- ❖ La iniciativa empresarial a constituir, presenta oportunidades de entrada y permanencia en el mercado
- ❖ Mercado Objetivo: Se encuentra conformado por personas principalmente entre los 18 a los 80 años, pertenecientes a los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5.

- ❖ Coadyuvó para la fijación de los precios de venta de los productos, tomando como referencia los precios del mercado y los canales de comercialización y sus estrategias de promoción.
- ❖ Contribuyó para establecer la localización inicial de los puntos estratégicos de producción y comercialización.

2

RESULTADOS ESTUDIO TÉCNICO

- ❖ Es factible la geolocalización proyectada en el estudio técnico, permitiendo igualmente establecer el modelo de negocio
- ❖ Se logró establecer el monto de inversión inicial requerida, la cual se distribuirá en la adquisición de maquinaria, muebles y enseres, materia prima, entre otros.
- ❖ Permitió conocer el número de colaboradores requeridos para la operación.

BIBLIOGRAFÍA

- Actualícese. (14 de Enero de 2016). *Actualícese.com*. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de <https://actualicese.com/2016/01/14/rendimiento-del-activo-roa/>
- Alcaldía Local de Engativa. (s.f.). *Alcaldía Local de Engativa*. Recuperado el 31 de Julio de 2018, de <http://www.engativa.gov.co/sites/engativa.gov.co/files/mapas/loc10.pdf>
- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (30 de Julio de 1996). *Ley 300 de 1996*. Recuperado el 4 de Junio de 2018, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8634>
- Alcaraz Rodriguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito* (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill. Recuperado el 7 de Octubre de 2017, de https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTO_GUIA_1_El_e_m_p_r_e_n_d_e_d_o_r_de_E_x_i_t_o.pdf
- Arbaiza Fermini, L. (2014). *Administración y organización un enfoque contemporáneo*. CENGAGE LEARNING. Recuperado el 16 de Enero de 2018
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (Séptima ed.). México D.C.: MCGraw-Hill.
- Camacol. (2017). Estudio de Centros Comerciales. (67). Bogotá D.C., Bogotá D.C., Colombia. Recuperado el 20 de Junio de 2018, de <https://construnota.camacolcundinamarca.co/edicion-67/84-gesti%C3%B3n-gremial/370-estudio-de-centros-comerciales.html>
- Cámara de Comercio de Cali. (2017). *En la Puerta del Horno*. Cali. Recuperado el 25 de Septiembre de 2017, de <http://www.ccc.org.co/file/2017/01/Informe-N84-EC-En-la-Puerta-del-Horno.pdf>
- CENSA Consultorio Contable y Financiero. (2018). *ICESI*. Recuperado el 31 de Julio de 2018, de <http://www.icesi.edu.co/censea/images/VENTAJAS-DEVENTAJAS-SAS.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación. (2018). *TERRIDATA*. Recuperado el 9 de Agosto de 2018, de <https://terridata.dnp.gov.co/#/perfiles>

BIBLIOGRAFÍA

- Entrepreneur. (11 de Octubre de 2010). *Entrepreneur*. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de <https://www.entrepreneur.com/article/263733>
- Florez Uribe, J. A. (2015). *Plan de negocio para pequeñas empresas*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2017
- Gerencie.com. (29 de Octubre de 2017). *Gerencia.com*. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de <https://www.gerencie.com/roe-return-on-equity.html>
- Gerencie.com. (23 de Octubre de 2017). *Gerencie.com*. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de <https://www.gerencie.com/indicadores-de-rentabilidad-del-estado-de-resultados.html>
- Google Maps. (2018). *Google Maps*. Recuperado el 31 de Julio de 2018, de <https://www.google.com/maps/place/Centro+Comercial+Tit%C3%A1n+Plaza/@4.694708,-74.086188,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xaa39a3ad6b78b4cb!8m2!3d4.694708!4d-74.086188>
- Hitt, M., & Hoskisson, R. (2015). *Administración estratégica, competitividad y globalización*. Recuperado el 18 de Febrero de 2018
- Invest in Bogotá. (14 de Agosto de 2017). Invest in Bogotá. *La clase media bogotana representa más del 51% de la población de la ciudad*. Bogotá D.C., Bogotá D.C., Colombia: Invest in Bogotá. Recuperado el 12 de Abril de 2018, de <https://es.investinbogota.org/noticias/la-clase-media-bogotana-representa-mas-del-51-de-la-poblacion-de-la-ciudad>
- Llorens Bueno, G. (2010). *Una perspectiva al concepto de negocios*.
- Macrosnacks. (2014). *Revista acción*. Recuperado el 20 de Octubre de 2017
- Münch, L. (2014). *Administración gestión organizacional*. Recuperado el 8 de Enero de 2018



BIBLIOGRAFÍA

Salazar, A. (2017). Panorama actual de las panaderías en Colombia. La barra. Secretaría Distrital de Hábitat. (1 de Junio de 2018). Recuperado el 9 de Agosto de 2018, de <http://habitatencifras.habitatbogota.gov.co/documentos/boletines/Localidades/Sectorial.co>. (Junio de 2016). Obtenido de Informe sector industria panificadora.

Soriano, C. (2012). El plan de negocios.





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951



CEI 1961. 2006
Sistema de Acreditación
Calificación

