

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
REPOSTERÍA ORGÁNICA Y VEGETARIANA DE TIPO ARTESANAL**

SANDRA PÁCACIRA SANCHEZ

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

BOGOTÁ

2018

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
REPOSTERÍA ORGÁNICA Y VEGETARIANA DE TIPO ARTESANAL**

SANDRA PACACIRA SANCHEZ

Proyecto De Emprendimiento Empresarial

Director

Mauricio Mejía Martínez

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

BOGOTÁ

2018

DEDICATORIA

A Dios, a mi Padre y Madre, por todo el apoyo permanente y paciencia desde el inicio hasta el final de mi proceso de formación. Y seguidamente a las personas que no se encuentran conmigo de cuerpo presente que en vida fueron de gran apoyo en los personal y educativo.

AGRADECIMIENTOS

Inicialmente a Dios por permitir culminar el proceso de aprendizaje, a mis Padres por el apoyo durante todo el proceso de formación, a mis Familiares que ya no se encuentran por el apoyo que me ofrecieron desde siempre y finalmente a la Universidad y profesores por la oportunidad y compartir sus conocimientos.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
1 OBJETIVOS	15
Objetivo General	15
Objetivos específicos	15
2 ANTECEDENTES	16
3 JUSTIFICACIÓN	18
4 MODULO DE MERCADOS	
4.1 Investigación de Mercados	20
4.1.1 Análisis del sector	32
4.1.2 Análisis del mercado	34
4.1.3 Análisis de la competencia	36
4.2 Estrategias de mercadeo	41
4.2.1 Concepto del Producto	44
4.2.2 Estrategias de distribución	55
4.2.3 Estrategias de ventas	58
4.2.4 Estrategias de precios	59
4.2.5 Estrategias de promoción	72

4.2.6 Estrategias de comunicación	74
4.2.7 Estrategias de Servicio	76
4.2.8 Presupuesto de la mezcla de mercadeo	77
4.3 Proyecciones de ventas	78
5 - MODULO OPERACIÓN	
5.1 Operación	81
5.1.1 Ficha técnica del producto o servicio	81
5.1.2 Estado de Desarrollo	90
5.1.3 Descripción del proceso	90
5.1.4 Necesidades y requerimiento	101
5.1.5 Plan de Producción	110
5.2 Costos de producción	111
5.3 Infraestructura	113
6. MODULO ORGANIZACIONAL	
6.1 Estrategia organizacional	117
6.2 Estructura organizacional	119
6.3 Aspectos Legales	120
6.4 Costos Administrativos	123
7. MODULO FINANZAS	
7.1 Inversión diferida	125

7.2 Inversión Fija	126
7.3 Financiamiento	126
7.4 Balance General Proyectado	129
7.5 Estado de Resultados Proyectado	131
7.6 Flujo De Caja proyectado (Mensual)	131
8 - IMPACTOS	
8.1 Impacto Económico	133
8.2 Impacto Social	133
8.3 Impacto Ambiental	134
CONCLUSIONES	136
RECOMENDACIONES	138
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	139
ANEXOS	144

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Estimación del Mercado Potencial.

Tabla 2. Empresas Competidoras.

Tabla 3. Factores de análisis de la competencia.

Tabla 4. Análisis de precios de venta de la competencia y segmentos de mercados.

Tabla 5. Análisis competitivo de precios

Tabla 6. Relación de precios y descuentos por volumen de ventas.

Tabla 7. Fijación Del Precio.

Tabla 8 Presupuesto de mezcla de mercadeo.

Tabla 9. Proyección de ventas a un año.

Tabla 10. Proyección de ventas a un año.

Tabla 11. Plan de Producción.

Tabla 12. Costos por unidad de producto

Tabla 13. Consumo por unidad de producto año 1.

Tabla 14. Capacidad mano de obra.

Tabla 15 Costos de inversión.

Tabla 16 Análisis D.O.F.A.

Tabla 17 Análisis D.O.F.A. – F.O.D.A

Tabla 18 Estructura Organizacional.

Tabla 19 Presupuesto de la nómina año 1

Tabla 20 Gastos administrativos.

Tabla 21 Inversión diferida.

Tabla 22 Inversión fija.

Tabla 23 Amortización Crédito Bancario.

Tabla 24. Balance General Proyectado.

Tabla 25. Estado de Resultados Proyectado.

Tabla 26. Flujo De Caja proyectado (Mensual).

Tabla 27. Matriz de Impactos.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. ¿En qué sector de la ciudad vive?

Figura 2. ¿Estrato Socioeconómico?

Figura 3. Género.

Figura 4. Edad.

Figura 5. Ocupación.

Figura 6. ¿Tiene conocimiento sobre los productos Orgánicos y Vegetarianos?

Figura 7. ¿Sabe cuáles son los beneficios del consumo de productos Orgánicos?

Figura 8. ¿Alguna vez ha consumido productos orgánicos y vegetarianos?

Figura 9. ¿Qué tipos de alimentos consumes o eres una persona...?

Figura 10. ¿Qué tipo de alimentos orgánicos ha consumido?

Figura 11. ¿Le gusta la pastelería y repostería Orgánica y/o vegetariana?

Figura 12. ¿Cuál es la frecuencia de consumo de pastelería – repostería Orgánica?

Figura 13. ¿Cuál de repostería orgánica y/o vegetariana consume o consumiría?

Figura 14. ¿En dónde adquiere sus productos de panadería, pastelería y repostería?

Figura 15. ¿Cuál es la razón para su consumo de pastelería/repostería orgánica y/o vegetariana?

Figura 16. ¿Qué tipos de productos prefieres?

Figura 17. ¿Cuál es la importancia que le da (en que se fija) al comprar este tipo de productos?

Figura 18. ¿Qué cantidad de producto: Mermelada Orgánica (Fresa, Mora con trozos de fruta) 235 ml compraría a la semana?

Figura 19. ¿Qué cantidad de producto (variedad de tortas y mantecada) compraría a la semana?

Figura 20. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por productos orgánicos como: Mermelada, leche condensada, arroz, con leche y otros (Cantidad: 235 ml)?

Figura 21. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por productos orgánicos como: tortas (entre 1.100 y .1300gr aprox.) Y mantecada (1.350 gr aprox.)?

Figura 22. Canal de distribución del bien.

Figura 23. Punto de equilibrio Leche condensada Vegana.

Figura 24. Punto de equilibrio Mermelada de Zanahoria (Concentrada)

Figura 25. Punto de equilibrio Mermelada de Zanahoria y Naranja.

Figura 26. Punto de equilibrio Mermelada de Fresa con Fruta.

Figura 27. Punto de equilibrio Torta de Arroz

Figura 28. Punto de equilibrio Mantecada

Figura 29. Punto de equilibrio Torta Invertida

Figura 30. Punto de equilibrio Torta de Zanahoria Orgánica y Veg.

RESUMEN

La idea de crear una microempresa surge a partir de la observación y análisis de la necesidad y gustos de los consumidores de la ciudad, con preferencias en el consumo de productos específicos en el sector de la repostería orgánica-vegetariana y elaborando productos que cumplan con los gustos del cliente.

La microempresa consiste en la producción de Productos alimenticios dirigidos al mercado orgánico y Comunidad en general de la Ciudad de Bogotá, con elaboración artesanal. Adquiriendo materia prima a pequeños agricultores de Bogotá y alrededores en especial de la ciudad, uso de bolsas de papel y Tela, para contribuir al desarrollo económico, social, ambiental y productivo en la ciudad, contribuyendo a la reducción la contaminación ambiental, generación de empleos directos e indirectos, determinando viabilidad en la ejecución año 2017. La Microempresa transforma materia prima, elabora productos pasteleros como: Tortas, Mermeladas y postres, con venta directa e empleando la Publicidad Directa con “Mailing” y Marketing Digital. Se tiene en cuenta los principales competidores a las panaderías industriales, grandes y pequeñas pastelerías antiguas. Diseño plan de mercadeo, Se identifican los requerimientos monetarios para funcionamiento y financiación con entidades bancarias. Y se determina la utilidad respecto a los costos de la producción. Incentivar la producción orgánica a pobladores de la ciudad de Bogotá y alrededores.

Palabras Clave.

Distribución,

Mercadeo,

Producción,

Repostería,

Orgánico y Vegetariano

ABSTRACT

The main idea of creating a microenterprise arises from the observation and analysis of the needs and tastes of consumers in the city with preferences in the consumption of specific products in the organic-vegetarian pastry sector and producing products that comply with the tastes of the client.

Therefore, the microenterprise consists of the production of food products aimed at the organic market and the community in general (Bogota City), with handcrafted production. Acquiring raw materials to small farmers from Bogotá and around the city, with the use of paper bags, cloth and natural fiber to contribute to economic, social, environmental and productive development in the city, contributing to the reduction of environmental pollution, generation of jobs direct and jobs indirect, determining viability in the year 2017 execution. Microenterprise transforms raw material, producing different products such as: Cakes, jams and desserts, with direct sales and using Direct Advertising "Mailing" and Digital Marketing. It takes into account the main competitors to industrial bakeries, large and small old bakeries. With Marketing plan design and monetary requirements for operation and financing with banking entities are identified. And the utility is determined with respect to production costs. Encourage organic production to customers of the city of Bogotá and surrounding areas.

Keywords

Distribution,

Marketing,

Production,

Pastry,

Organic and Vegetarian

INTRODUCCIÓN

Dentro del presente informe sobre emprendimiento empresarial comprende y describe el desarrollo de cada una de las estrategias e investigaciones necesarias para la creación de microempresa y su viabilidad, proyecto el cual es denominado “Estudio de viabilidad para la creación de una empresa de repostería orgánica y vegetariana de tipo artesanal”.

Procesos en los que se incluye inicialmente la investigación de mercados donde se realiza el respectivo análisis del sector, análisis de mercadeo, análisis de la competencia y estrategias a implementar (Mercadeo, Distribución, Ventas, Precios, Promoción y comunicación) la cual se incluye la herramienta de cuestionario para conocer la intención de compra por parte de los consumidores y presentación del Presupuesto de la mezcla de mercadeo previsto.

Posteriormente se realiza el desarrollo y descripción de los procesos de los producto y procesos, necesidades y los requerimientos para la elaboración, y los respectivos costos de producción requeridos. Descripción de la estructura organizacional, requerimientos legales y los costos administrativos necesarios en la parte organizacional para la constitución de la microempresa.

En la parte financiera se exponen las inversiones fija y diferida, las fuentes de financiamiento (crédito bancario y amortización), realización del Balance General, estados de resultados, para conocer las posibles ganancias del proyecto.

Finalmente Se presenta los impactos ambientales que el proyecto tendría a nivel Ambiental, Social y Económico.

OBJETIVOS

Evaluar la viabilidad para crear una empresa de producción de repostería orgánica, y vegetariana de tipo artesanal e implementando envases de vidrio y Cartón, uso de bolsas de papel, “Cambrel” (ecológicas) y de fique, contribuyendo al desarrollo económico y productivo y reduciendo el impacto ambiental de la Ciudad de Bogotá.

Objetivos Específicos

Realizar el estudio de Mercado para identificar los clientes potenciales y posterior planeación de las estrategias de marketing de los productos con los precios y beneficios.

Elaborar un plan Organizacional y administrativo, en el que se define el planteamiento de la estrategia y características de la estructura de la empresa y personal.

Definir el estudio Técnico estableciendo la ubicación, infraestructura, el proceso productivo y la comercialización de los productos.

Determinar el estudio financiero evaluando la viabilidad financiera, rentabilidad económica y fuentes de financiación para la creación de la empresa.

2. ANTECEDENTES

Desde la antigüedad, los procesos de panificación han tenido gran importancia para el ser humano satisfaciendo las necesidades de alimentación, proceso que ha estado presente en las diferentes etapas de la evolución de la humanidad, y evolucionando en técnicas, producción, reinventado sus productos y derivados, al igual que el caso de la pastelería, la cual ha estado presente en las cocinas de las antiguas civilizaciones hasta la modernidad con elaboraciones de alimentos dulces y caseras incorporando azúcares, frutas, distintos tipos de harinas, frutos secos para reinventar productos existentes o realizar nuevos productos. En la modernidad las preparaciones dulces están presentes en todas las cocinas, en donde se encuentra la repostería la cual con la cual se realizan postres como mermeladas, salsas dulces, tartas, siendo estos con preparaciones muy complejas o elaboraciones simples que sirven como acompañantes de preparaciones o platos salados o para degustaciones en cualquier momento del día.

En la actualidad, el mercado de la repostería tiene retos, debido a que es necesario reinventarse teniendo en cuenta los estilos, cambios de comportamiento de consumo y requerimientos de los nuevos consumidores, como es el caso de los alimentos de origen natural, con prácticas de producción sostenible que beneficien al ser humano y amigable con el medio ambiente. En los últimos años la demanda de productos alimenticios a nivel mundial ha venido creciendo, “Con el paso del tiempo, y gracias a sus beneficios, el mercado de este tipo de bienes ha venido aumentando a nivel mundial. Los expertos estiman que, el año pasado, las ventas globales de alimentos orgánicos pudieron estar alrededor de los 90.000 millones de dólares” (Perfetti, Juan. 2018).

Actualmente el ser humano toma conciencia en el consumo responsable, tiene en cuenta que porta nutrientes, vitaminas la salud humana y que no conlleve efectos negativos en el ecosistema. Adquisición de cualquier tipo de alimentos, productos como la repostería con

orígenes orgánicos que los consumidores están dispuestos a pagar, adicionando la producción artesanal que aporta valor agregado para los consumidores al momento de adquirirlos, por ser productos más frescos, productos libres de químicos y de cultivadores locales. Llegando a ser un mercado potencial, contribuyendo a la economía local.

La idea nace a partir de la identificación dentro de la Ciudad de Bogotá, de la necesidad de encontrar más productos de repostería con calidad orgánica, de producción limpia agregando el factor artesanal, poder aportar nutrientes, vitaminas, minerales. Dentro del mercado, el sector de alimentos es el que suple la necesidad más básica para el desarrollo del ser humano, siendo el segmento del cual se obtienen mayores ingresos y con crecimiento dentro de la economía actual.

La principal razón es la creación de empresa con productos alternativos a los tradicionales y con precios asequibles, en donde se contribuye al Impacto Social, el cual se generan empleos directos e indirectos permitiendo reducir el desempleo en la ciudad, en el impacto Económico con la adquisición de materias primas nacionales y locales, contribuyendo y fomentando en la región la producción orgánica y responsable, reduciendo las prácticas agrícolas industriales o tradicionales para evitar el aumento de la contaminación ambiental, porque se implementaren gran parte sustitutos del plástico. Obteniendo beneficios en todos los sectores y ofreciendo productos con calidad, aprovechando el crecimiento de la demanda para este tipo de alimentos.

3. JUSTIFICACIÓN

Dentro de los procesos de cultivos y manufactura actual, se cultivan diversas frutas y verduras con apariencias perfectas que son atractivos para el consumidor gracias a químicos, pero en realidad el aporte Nutricional es menor en comparación con los alimentos cultivados con las prácticas agroecológicas, que no contienen contaminantes químicos que perjudiquen a la salud y al ecosistema. Los alimentos orgánicos carecen de pesticidas o abonos químicos durante sus cultivos, lo cual favorece la producción sana de los productos y por lo tanto no afecta a la salud humana y provee de grades nutrientes. *“Los productos Orgánicos son producidos en la tierra que ha sido fortalecida con materiales orgánicos. Estudios han demostrado que los alimentos orgánicos tienen lo doble de nutrientes que los productos que se cultivan de manera convencional.”* (Herrera, 2011, p. 12).

Actualmente las personas buscan productos alimenticios que beneficien su salud y no alteren el equilibrio del ecosistema, dentro de ellas se encuentra la preferencia por los diferentes tipos de alimentos de origen y/o fabricación orgánica que sustituyen a los tradicionales como lo son los productos de panadería y sus derivados, que es más amigable con la tierra por el mínimo impacto ambiental generado, y en otros casos la sustitución de productos de origen animal por los de origen vegetal permitiéndole al consumidor mejor su calidad de vida, alimentación y salud.

La presente propuesta de Emprendimiento Empresarial, tiene como finalidad la creación de una microempresa de repostería para desarrollar actividades en la ciudad de Bogotá, Cundinamarca, siendo la estrategia empresarial el uso de materia prima campesinos y libres de pesticidas para la elaboración se quiere llegar con las estrategias para aumentar el consumo de productos de pastelera – orgánica y Vegetariana con calidad artesanal, para personas que tiene dificultades en encontrar repostería de acuerdo a su estilo de vida y a bajos precios en el sur de la ciudad como Mercado Meta.

Teniendo en cuenta los diversos impactos como el *Ámbito Ambiental*, en donde nuestra sociedad va a adquirir productos ecológicos, que permite reducir la contaminación ambiental que producen el uso irracional de pesticidas y de fuentes hídricas. En el *Ámbito Económico y social* con el aumento de compra de producto de la Región, Campesinos a los pequeños cultivadores, con la transformación de materia prima y elaboración de productos para ofrecerlos sin preservantes, frescos y sin químicos con mejoras sustentables en el bienestar de todas las personas en primera instancia a población vegetariana y orgánica. Pretendiendo ser una microempresa con sostenibilidad ambiental y su cuidado.

Usando elementos que sean reciclables o biodegradables como el Fique, Tela y papel como insumo principal para las bolsas al empacar los postres y tortas en varias cantidades al momento de ser adquiridos por los clientes para suplir necesidades alimentarias. También se tiene el riesgo de no ser adquiridos los productos por falta de conocimiento, competencia de precios por otras empresas de panificación tradicionales y años experiencia de varias reposterías en el mercado de la ciudad, escases de la materia prima por factores económicos y ambientales, altos costos para la preparación.

4. MODULO DE MERCADOS

4.1 Investigación de Mercados

Para la presente investigación de mercados y elaboración de plan del mercadeo, se implementara el cuestionario como herramienta cualitativa para obtener información y posterior análisis de los resultados, se realizaran cuestionarios enviados por correo electrónico e implementando una Red social, para facilitar la información y acceso a diferentes personas de la ciudad de Bogotá de diferentes estratos sociales.

Se utilizan fuentes de información tanto primarias y secundarias para el análisis sectorial como estadísticas de diferentes entidades colombianas, revistas y periódicos:

Primarias: Secretaría Distrital de Planeación, Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Establecimientos del sector de la Panadería y pastelería (Tradicional y Orgánica)

Secundarias: diferentes Revistas Digitales y Periódicos (Catering, Dinero, Cocina Semana, El Tiempo)

*** La metodología implementada.**

Estudio de Mercado por medio de cuestionario (Vía Internet)

La metodología que se utilizada para la recolección de información realizar el estudio de mercado fue el cuestionario. Aplicada a personas de diferentes estratos de los sectores del Norte, sur , Oriente y Occidente y edades entre los 15 años hasta más de 60 años de la ciudad de Bogotá, la cual permite conocer la demografía y preferencias, la aceptabilidad de algunos de los productos a distribuir. Exponiendo los rangos de precios y rangos de cantidades de los productos como tortas, mermeladas y dulces, con el fin de conocer la intención de compra futura por parte de los clientes.

- **Formato del cuestionario,**

Remitirse al anexo 1.

Cuestionario aplicado vía online (Red Social), y se presenta el diseño online:

<https://goo.gl/forms/ajFgfD1TLHtWkPaa2>

- **Ficha Técnica,**

Se presenta la ficha técnica del estudio de mercado implementada.

FICHA TECNICA	
Objetivo	Realizar estudio de Mercado para identificar la intención de compra acerca de los productos de Repostería Orgánicos
Área Geográfica	Bogotá D.C, Cundinamarca
Fecha de Realización	30/10/2017
Encuestador (a)	Estudiante Sandra Pácacira Sanchez.
Población	Hombres y Mujeres.
Edad	Entre 15 Años y más de 60 años.
Técnica	Encuesta (Online) con Preguntas cerrado con selección múltiple.

* **Resultados de la investigación de mercados**

Se presentan los resultados que fueron obtenidos del cuestionario realizado, los resultados por medio de las siguientes gráficas y respectivo análisis de los resultados obtenidos de manera individual de cada pregunta.

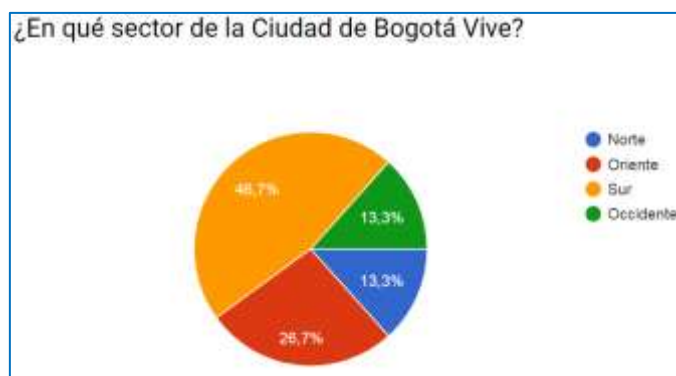
- **Tabulación**

La Información obtenida se realizó la tabulación por medio de gráficos circulares o grafico de pastel, para presentar las distribuciones de los porcentajes obtenidos en cada una de las preguntas y sus opciones de respuesta.

- **Gráficas y análisis individual cada pregunta**

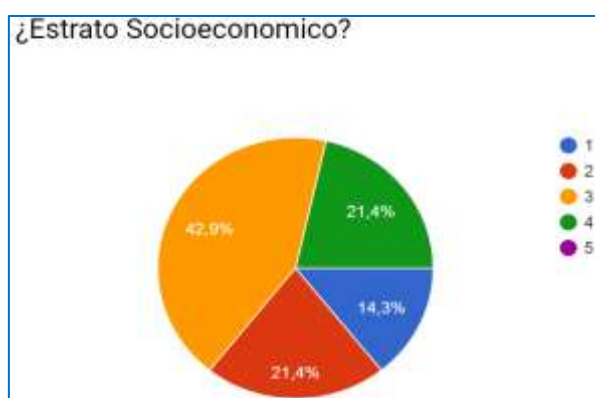
Se presentan las gráficas correspondientes a las preguntas realizadas a la población encuestada y posterior análisis individual con la interpretación de los datos obtenidos.

Figura 1.

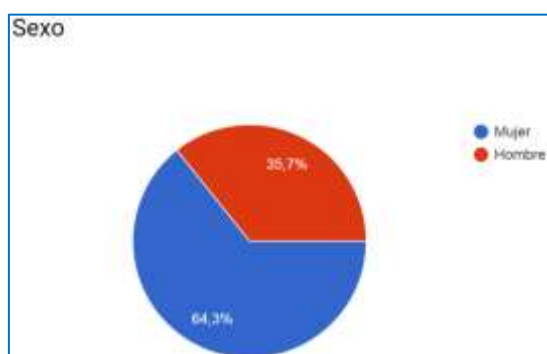


De acuerdo a la ubicación de la población encuestada: En la Ciudad de Bogotá el 46,7% de los encuestados vive al Sur de la Ciudad. El 26,7% de los encuestados viven al oriente de la Ciudad. El 13,3% de los encuestados viven al Norte de la Ciudad y otro 13,3% viven al Occidente.

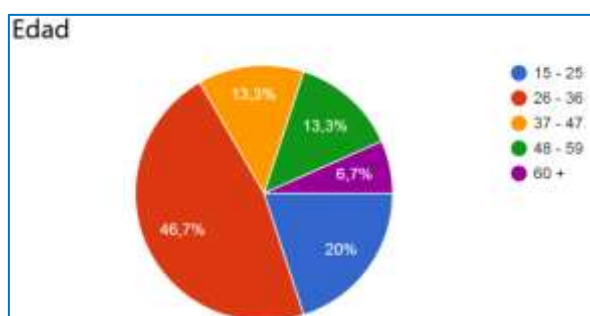
Figura 2



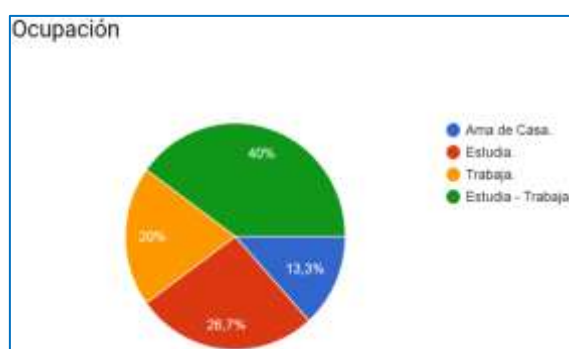
De acuerdo al estrato socioeconómico, El 14,3% de los encuestados son de estrato 1, el 21,4% son de estrato 2, el 42,9% de los encuestados son de estrato 3 y el 21,4% son de estrato 4.

Figura 3.

De acuerdo a la población encuestada, el 64,3% son de sexo Femenino y el 35,7% son de sexo Masculino.

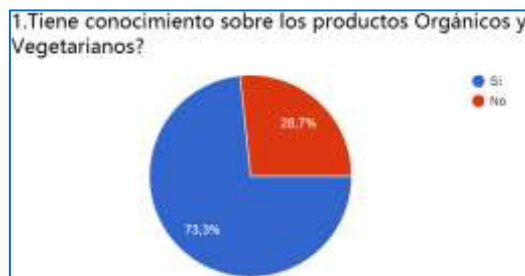
Figura 4.

Teniendo en cuenta la edad población encuestada, el 46,7% se encuentran entre los 26 y 36 años de Edad, el 20% se encuentran entre los 15 y 25, el 13,3% se encuentran entre los 37 y 47 años de edad, el 13,3% se encuentran entre el 48 y 59 años de edad y el 6,7% se encuentran son mayores de 60 años de edad.

Figura 5.

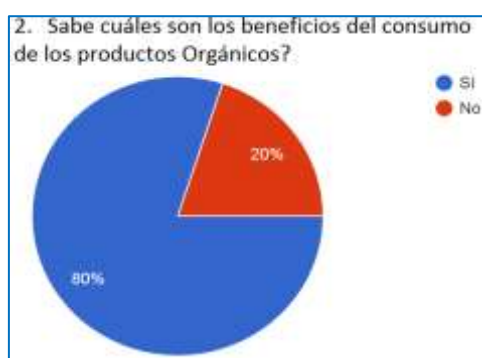
La ocupación de La población encuestada: el 13,3% son Amas de Casa, el 20% son trabajadores, el 26,7% son estudiantes y el 40% estudian y trabajan.

Figura 6.



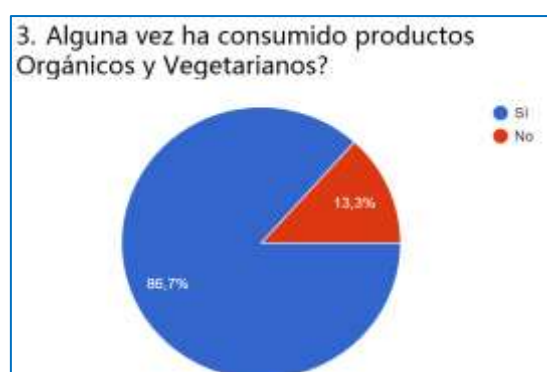
De acuerdo al conocimiento o desconocimiento que tiene la población encuestada acerca de los productos “Orgánicos y Vegetarianos”: El 73,3% Menciona Tener conocimiento y el 26,7 restante menciona desconocimiento.

Figura 7.



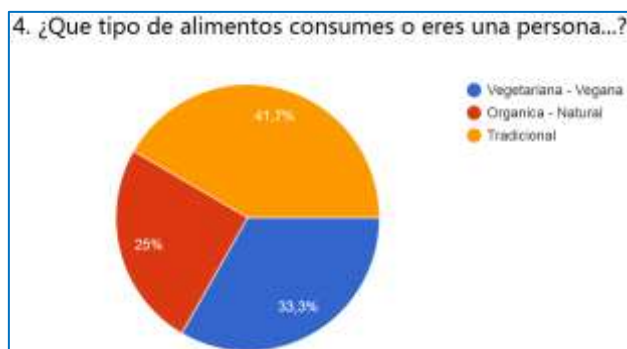
El 80% de la población encuestada sabe sobre los beneficios del consumo de los productos orgánicos, mientras que el 20% de los encuestados menciona no saber los beneficios del consumo de los productos.

Figura 8.



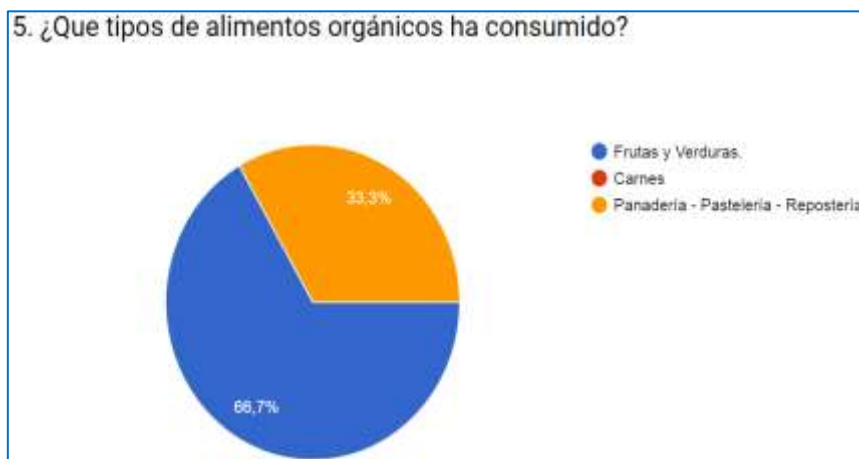
Acerca del consumo de los productos “orgánicos o vegetarianos.”: Del 100% de los encuestados, El 86,7% alguna vez si ha consumido productos orgánicos y vegetarianos, y el 13,3% ninguna vez ha consumido productos orgánicos y vegetarianos ya sean artesanales o tradicionales.

Figura 9.

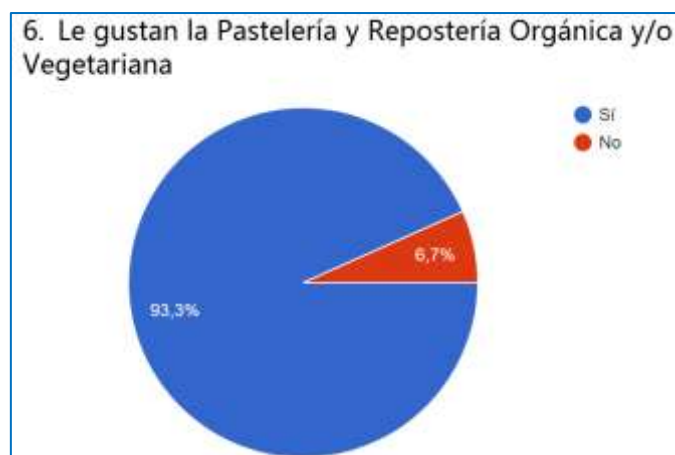


Sobre el consumo de tipos de alimentos, El 41,7% de los encuestados consume productos tradicionales, el 33,3% de los encuestados consume productos Vegetarianos – Veganos y el 25% de los encuestados consume productos orgánicos.

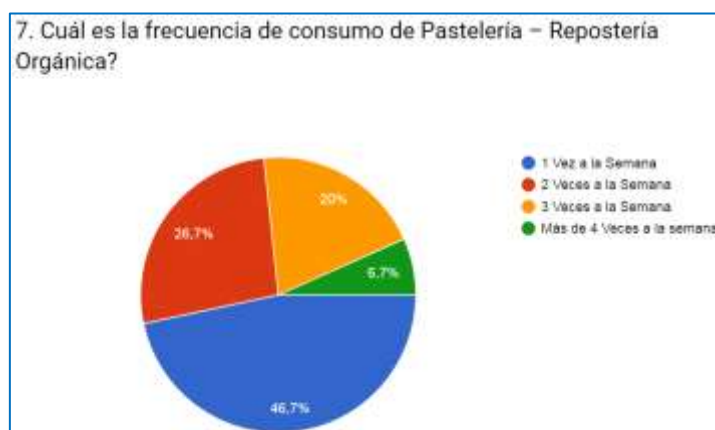
Figura 10



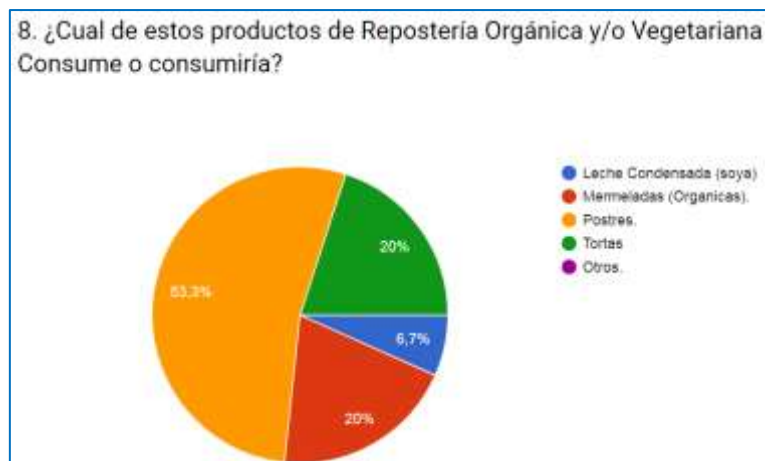
Sobre los tipos de alimentos orgánicos que la población ha consumido o consume: El 66,7% ha consumido “Frutas y Verduras” y el 33,3% ha consumido panadería, pastelería, y repostería.

Figura 11.

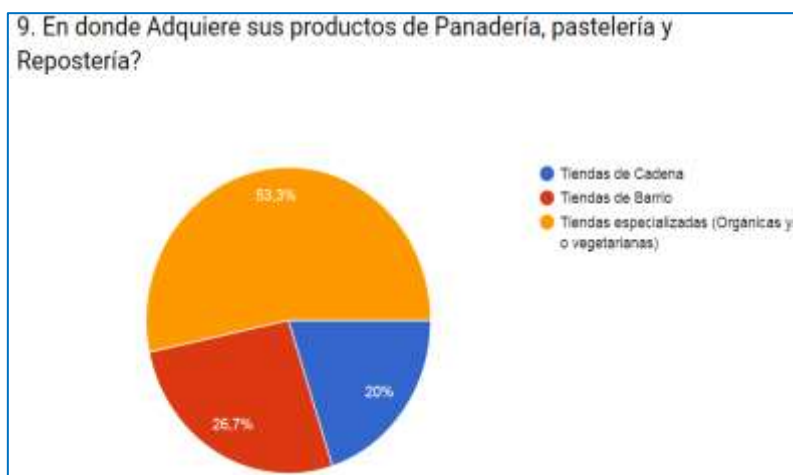
Sobre el gusto de la población Bogotana hacia los productos orgánicos y/o vegetarianos, del 100%, el 93,3% es positivo el gusto y el 6,7% es negativo hacia el gusto de dichos tipos productos.

Figura 12.

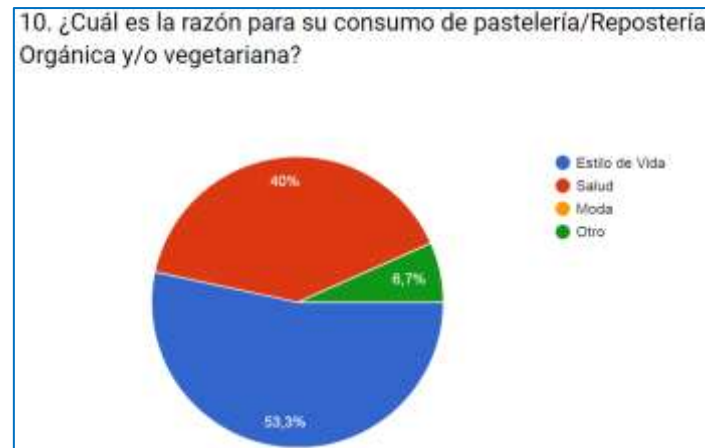
Sobre la frecuencia de consumo de pastelería orgánica, El 46,7 % de los encuestados consume los 1 vez a la semana, el 26,7% de los encuestados consume los productos 2 veces a la semana, el 20% de los encuestados los consume 3 veces a la semana y el 6,7% restante de los encuestados los consume más de 4 veces a la semana.

Figura 13.

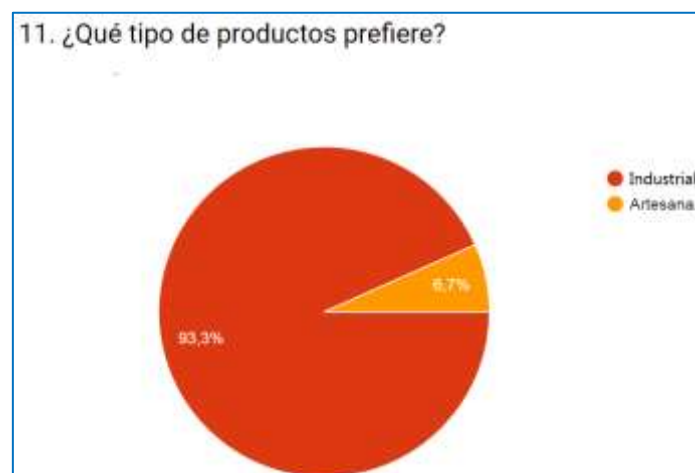
El 53,3% de la población encuestada consume o consumiría “Postres”, el 20% de la población encuestada consume o consumiría “Tortas”, el 6,7% de la población encuestada consume o consumiría “Leche condensada (Soya)” y el 20% de la población encuestada consume o consumiría otros productos.

Figura 14.

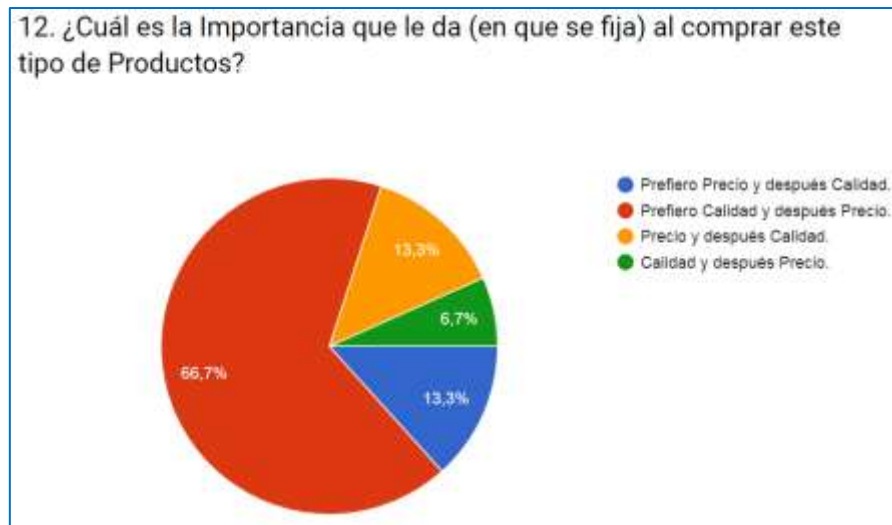
Respecto a los Lugares de adquisición de los productos de panadería: El 53,3% de la población encuestada los adquiere en “Tiendas especializadas”, el 26% de los encuestados los adquiere en tiendas de barrio y el 20% de los encuestados los adquiere en tiendas de cadena.

Figura 15.

Sobre la razón del consumo de pastelería orgánica y/o vegetariana, el 53,3% de los encuestados lo hace por “estilo de vida”, el 40% de los encuestados lo hace por salud y el 6,7 de los encuestados lo hace por otros motivos.

Figura 16.

Acerca de la preferencia de la fabricación de los productos, el 93,3% de los encuestados prefieren productos artesanales y el 6,7% de los encuestados prefieren productos con elaboraciones Industriales.

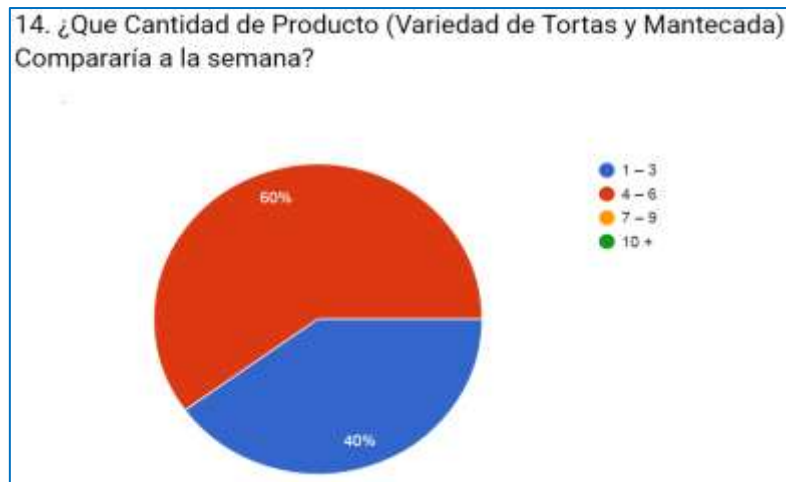
Figura 17.

Acerca de la importancia al momento de comprar este tipo de productos, el 66,7 de los encuestados prefiere Calidad y después el precio y el 13,3% de los encuestados prefiere Precio y después el Precio.

Figura 18.

Acerca de la cantidad de mermelada a comprar, el 60% de la población encuestada compraría entre 1 – 3 mermeladas a la semana y el 40% de la población encuestada compraría entre 4 – 6 mermeladas a la semana.

Figura 19.

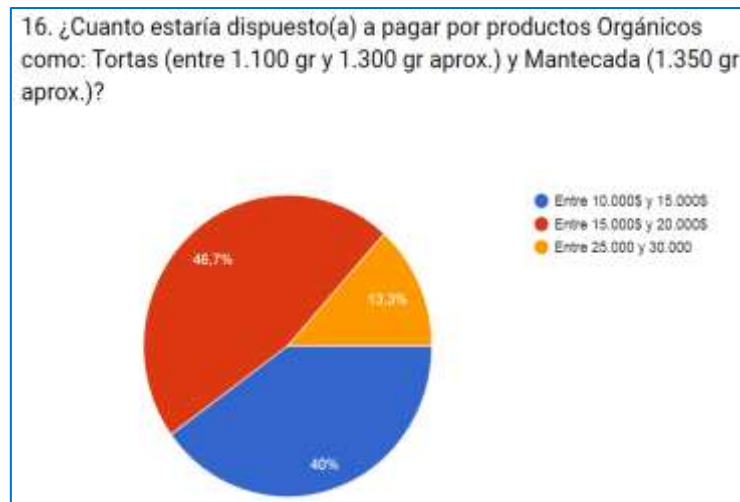


Acerca de la cantidad de producto a comprar a la Semana: el 60% de los encuestados compraría entre 4 – 6 tortas y el 40% de los encuestados compraría entre 1 – 3 tortas.

Figura 20.



Acerca de productos como dulces o conservas: El 46,7% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre “\$ 6.000 y \$9.000”, el 40% estaría dispuesto a pagar entre “\$ 3.000 y \$6.000” y el 13,3% estaría dispuesto a pagar entre “\$ 9.000 y \$12.000”.

Figura 21.

Acerca de productos como tortas: El 46,7% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre “\$ 15.000 y \$20.000”, el 40% estaría dispuesto a pagar entre “\$ 10.000 y \$15.000” y el 13,3% estaría dispuesto a pagar entre “\$ 25.000 y \$30.000”.

- **Análisis General**

De acuerdo con la información obtenida por medio del estudio de mercado, se puede concluir que los productos Orgánicos del sector de la pastelería presentan aceptabilidad dentro del sector de la ciudad de Bogotá, tanto para la población objetivo como para la población en general, principalmente al sur de la ciudad, A personas con edades entre 26 y 36 años, el 43% pertenece al estrato socioeconómico “3”, el 64% son de género femenino y el 40% son estudiantes y trabajadores. Con preferencia para adquisición de productos artesanales dando gran importancia en primer lugar a la calidad sobre el precio y con prioridad de adquisición en tiendas especializadas, asignando un rango de precios para las mermeladas y demás dulces donde la población aceptaría adquirirlos entre \$6.000 y \$ 9.000 pesos y el rango de precios favorable para tortas en general entre 25.000 y \$30.000. Siendo

resultado positivo en la creación de la empresa, lo cual es diseñar estrategias enfatizando los productos como orgánicos con elaboración artesanal.

4.1.1 Análisis del sector.

La empresa de Productos pasteleros se ubica en el Sector Secundario, Perteneciendo a la Industria Alimentaria, con el procesamiento de materia prima como: lácteos, Harinas, azúcares, huevos, grasas y demás con actividades artesanales para la obtención de productos de panificación y sus derivados. Materia prima obtenido de cultivos con prácticas Orgánicas.

Los beneficios que aporta la Nueva empresa a nivel Local, dentro de la Ciudad de Bogotá son:

- **Ambiental**, Menor contaminación al eliminar el uso de pesticidas, fertilizantes en las actividades de agricultura y siendo reemplazos por productos orgánicos para proteger los recursos renovables a largo plazo obteniendo productos sin químicos perjudiciales para el consumidor “*según información proporcionada por la FAO, genera enormes beneficios ambientales y entrega buenos productos para la salud Humana*”. (Sanchez. 2005, p 51 y 52)
- **Económico**, para aportar en la oferta dentro de la “Economía Verde” con nuevos y diferentes alimentos libres de contaminantes, incentivar la demanda del consumo de productos orgánicos locales, pero sobretodo de pastelería para personas con estilos de vida Orgánicos y Vegetarianos.
- **Social**, con el apoyo a pequeños agricultores dentro de la Ciudad y de sus alrededores promoviendo las actividades en el campo.

Objetivo Principal es el evaluar el entorno y analizar la viabilidad e identificando las oportunidades y amenazas que existen en el sector de la Ciudad de Bogotá, en donde la

empresa de Repostería Orgánica realizar las actividades de producción, teniendo en cuenta la Rentabilidad, las ventas, tendencias de consumo, factores sociales y competencias como las pastelerías tradicionales y/o de cadenas.

Siendo la industria de la panificación y sus productos de gran importancia en cualquier nivel socio económico, y adaptándose a las exigencias de sus clientes antiguos y futuros clientes, que según el Instituto Colombiano de Panadería y Pastelería, Para el año 2016, En el país existían “*más de 25.000 panaderías y pastelerías las cuales desarrollan su actividad principalmente en sectores populares de los estratos dos y tres*” contando con el consumo per cápita de 23 kilos y alcanzando los 3 billones de pesos al año. Siendo un sector en crecimiento y más dinámico.

Desde el Inicio de la Panadería, Pastelería y por lo tanto la repostería, se han implementado utensilios básicos para el apoyo en las preparaciones, cocción y horneado, siendo instrumentos rudimentarios y elaborados a base de madera para mezclar, cedazo para cernir, rodillos, piedras para moler, hornos de barro y leña. Pero con la modernidad dichos utensilios rudimentarios y básicos se han desarrollado nuevos instrumentos y mejorado los existentes para el desarrollo de nuevas técnicas de preparación, como lo son: Amasadoras y Batidoras sustituyendo la mezcla de Ingredientes realizadas a mano; Hornos (Cámaras, Convección, Rotatorios); Placas de horno, extractores de fruta, Moldes de silicona, Refrigeradores y cuartos de fermentación. La tecnología también en los procesos y productos obtenidos en técnicas como: La cocción al Vacío “*cocciones a bajas temperaturas, conservación de alimentos, cocción de frutas para evitar que puedan romperse*”; Criococina, uso de gases criogénicos como el Nitrógeno “*preparación instantánea de Helados y Sorbetes*”.

(Mayordomo & Mazorriaga. 2016, p 26)

4.1.2 Análisis del mercado.

Mercado objetivo.

Los productos están dirigidos a Hombres y Mujeres de Todas las edades que integran la Ciudad de Bogotá, en el departamento de Cundinamarca. Dirigido inicialmente a clientes con gustos de productos Orgánicos, segundo a la población vegetariana y por último a la población en general que quieren adquirir productos diferentes a los tradicionales, sin distinción de estrato socioeconómico y de nivel educacional indiferente o situación profesional.

Justificación Del mercado objetivo.

El mercado de productos Orgánicas y Vegetarianos se presenta como una idea con oportunidades nuevas para aquellas personas que buscan productos, Artesanales con ingredientes orgánicos o libres de proteína animal, ya sean con gustos por mejorar su salud, por la responsabilidad del cuidado del medio ambiente o por el respeto a los animales, y aprovechar dicha demanda actual de productos y aportando en la difusión y consumo de este tipo de productos.

Nicho de Mercado.

Mercado de los Alimentos de repostería, Orgánicos y Vegetarianos (Hombres y Mujeres de las diferentes Localidades de la ciudad de Bogotá D.C.)

Segmento de mercado.

Dirijo a consumidores que cuentan con los siguientes aspectos:

- **Geográficos:** Ciudad de Bogotá, Departamento de Cundinamarca
- **Demográfico:** Sexo Femenino y Masculino; Edades entre 4 y 80, Educación: Indiferente.

- **Psicograficos:** Nivel socio Económico: 1, 2, 3+; Estilo de Vida: Saludable y orgánico.
- **Frecuencia De Compra:** Adquisición de productos Diariamente.

Perfil del cliente y/o consumidor a atender.

Habitantes de la Ciudad de Bogotá, en el Departamento de Cundinamarca, de Sexo Femenino y Masculino entre las edades 4 y más 80 años, con tipo Educación Indiferente, que se encuentren en los Niveles socio Económico: 1, 2, y más 3, con estilos de Estilo de Vida Saludable para su salud y ecológico con responsabilidad de medio ambiente y animales. Con frecuencia de comprar sea a Diario.

Productos sustitutos y complementarios.

En términos de mercados; son aquellos que un determinado producto puede ser reemplazado por otro, teniendo en cuenta las propuestas de la competencia “*las diferencias están en... la marca, el precio, y la calidad*” (Vargas. 2006, p465). Los productos Complementarios son aquellos que se utilizan con otros para la creación de un nuevo producto, el cual es necesario para satisfacer las necesidades, por lo tanto depende de su valor y calidad en el mercado, “*una discriminación en el precio del uno resulta en un incremento en la demanda del otro, y viceversa.*” (Case & Fair. 1997)

Los productos sustitutos y complementarios de los postres son:

Sustitutos: Panes, Cereales, Hojaldrados, Helados, Jugos.

Complementarios: Leches, Margarina – Mantequilla, Huevos, Verduras, Frutas,

Estimación del mercado potencial.

En la siguiente tabla se presenta la estimación del mercado, teniendo en cuenta el consumo de panadería en la ciudad de Bogotá.

Tabla 1. Estimación del Mercado Potencial

Mercado Objetivo (Segmento)	Unidad de Consumo (kilos, producto)	Cantidad de consumidores (No. Clientes segmento)	Consumo promedio (Anual)	Precio promedio (Por unidad)	Mercado Potencial
Mujeres	23	2.891.363	23 (Kg/Hab)	\$ 27.000	\$ 621.000
Hombres	24	2.692.289	24 (Kg/Hab)	\$ 27.000	\$ 648.000
TOTAL	70	10468534	27 Kilos	\$ 27.000	\$ 729.000

Fuentes: Secretaría Distrital de Planeación. (2015). – CC de Cali – Publicaciones semana

Para el año 2012 el Consumo aparente y per cápita de los productos y derivados de la panadería: Bogotá, 82 kilos, consumo promedio por hogar durante un año (*Publicaciones semana, 2012*), Para el año 2015, El consumo per cápita de Colombia fue 22,7 (Kg/Hab) y para el año 2016 el consumo per cápita fue de 23 (Kg/Hab). (*Cámara de Comercio de Cali*)

4.1.3 Análisis de la competencia.

En la actualidad existen establecimientos en menor cantidad a comparación a establecimientos con producción y distribución de productos de elaboración tradicional. La empresa actualmente presenta con menor cantidad de tiendas especializadas en repostería orgánica como competencia directa, la mayor competencia directa la representan las tienda de productos tradicionales y elaboración industrial.

Se realiza la Presentación de algunas pequeñas empresas (5) de repostería sobre alimentos orgánicos de las establecidas dentro de los diferentes barrios de la ciudad de Bogotá.

Tabla 2. Empresas Competidoras.

Se presenta algunas de las empresas que son competidoras de acuerdo a los productos que cada una vende, lugar de ubicación y cobertura, y tamaño de cada una.

Empresas Competidoras	Ubicación (Lugar, dirección)	Tamaño	Cobertura
Alivir	Bogotá - online	pequeña	Regional
Aurora orgánica	Chapinero - Carrera 10a # 67 - 42	pequeña	Local
Ecorgánicos de Colombia	Bogotá	Grande	Local
Pan y Soya Gourmet	Cedritos Calle 150 #20-22	pequeña	Local
Vermeladas	Cartago - Tenjo - Villeta - Bogotá: Cl. 165 #8h-54, Cl. 136 #18-7, Cr. 8 # 127-76. Bella Suiza, Cl. 12c #1-40	Mediana (Distribución)	Regional - Nacional

Fuente Propia

Competidores más Importantes inicialmente son “*Ecorganicos*” y “*Vermeladas*”, seguido por “*Aurora Orgánica*”, por ubicación estratégica y lugares muy conocidos por la ciudadanía, Manejo de Grandes cantidades de Producto y son distribuidores con puntos físicos.

Tabla 3. Factores de análisis de la competencia

Factores de Análisis	Alivir	Aurora Orgánica	Ecorgánico de Colombia	Pan y Soya Gourmet	Vermeladas
Nivel de satisfacción de los clientes	-	4	2	-	4
Localización	4	4	4	4	4
Poder financiero	-	-	-	-	-

Estrategia de precios	3	3	3	3	3
Posicionamiento	3	4	4	3	4
Imagen de calidad	4	4	4	3	4
Garantías	4	4	4	4	4
Estrategia de ventas	4	4	4	4	4
Política de servicio al cliente	3	3	4	3	4
Habilidad de ventas de los empleados	4	4	4	4	4
Número de empleados	-	-	-	-	-
Canales de distribución	4	4	4	4	4
Número de mercados metas	3	3	2	3	2
Confiabilidad	4	4	4	4	4
Estrategias de promoción	3	3	3	3	3
Relaciones públicas	-	-	-	-	-
Relación con proveedores	4	4	4	4	4
Disponibilidad de producto	4	4	4	4	4
Estrategia de mercadeo	3	3	4	3	4
Precios de la competencia	2	3	2	3	3
Segmentos	4	4	4	3	4
TOTAL	60	66	64	59	67

Fuente: Autor.

De acuerdo a la tabla de factores de análisis de la competencia, se puede evidenciar que:

Alivir, Presenta factores positivos en: la Localización de varios puntos, dentro y fuera de la ciudad, Imagen de calidad, Garantía y confiabilidad de sus productos, Estrategia de ventas, Habilidad de ventas de los empleados (aunque no se tiene conocimiento del Numero), Relación con proveedores, Disponibilidad de producto y segmentación al mercado en general – Presentado un aspecto negativo en cuanto al alto precio de sus productos.

Aurora Orgánica Presenta factores apositivos en: Nivel de satisfacción de los clientes Localización, Posicionamiento de sus productos e Imagen de calidad, Garantías, Canales de

distribución y su confiabilidad, Relación con sus proveedores, Disponibilidad de los productos y buena segmentación a los diferentes mercados. – Factor negativo: Precios medio altos de los productos.

Estrategia de ventas **Ecorganicos de Colombia** Presenta factores apositivos en: la Localización para la distribución, Posicionamiento de los productos, Imagen de calidad, Garantías, Estrategia de ventas, Política de servicio al cliente, Habilidad de ventas de los empleados (se desconoce número exacto), Canales de distribución, Relación con proveedores, Disponibilidad de producto, Estrategia de mercadeo, Segmentos – Aspectos negativo: Numero de mercados metas y Precios de la competencia Alto

Pan y Soya Gourmet Presenta factores apositivos en: la localización, Garantías, Estrategia de ventas, Habilidad de ventas de los empleados, Canales de distribución y confiabilidad, Relación con proveedores, Disponibilidad de producto,

Vermeladas Presenta factores apositivos en: el Nivel de satisfacción de los clientes, la Localización, el Poder financiero, el Posicionamiento, Imagen de calidad, Garantías, Estrategia de ventas, Política de servicio al cliente, Habilidad de ventas de los empleados, en los Canales de distribución, en la confiabilidad generada, Relación con proveedores, la disponibilidad de producto, Estrategia de mercadeo y la segmentación en el mercado. Obteniendo puntuación la más alta seguido por *Aurora Orgánica*.

Sustitutos o productos similares.

Se Indica los beneficios y posibles carencias de algunos de los productos sustitutos de la pequeña empresa Aurora Orgánica.

- *Brownies veganos*: Es libre de Gluten y endulzante Orgánico – El grosor del producto es pequeño.

- *Trufas*: Se ofrecen en diferentes sabores (Frutas) – No cuenta con empaque propio.
- *Turrón de almendra y Rosa*: No apto para consumidores alérgicos a la almendra o nueces.
- *Mermeladas*: Es producto artesanal con ingredientes orgánicos. – El empaque es poco llamativo y contiene poca cantidad.
- *Mousse de Mora*: Elaboración con ingredientes orgánicos – Sin refrigeración su vida útil es corta.
- *Ponqué de Banano*: Es un producto vegano y libre de gluten – vida útil es corta.
- *Cupcakes con harina de arroz, frutos secos y Arándanos*: es Libre de Gluten – No especifica los frutos secos que contiene, ni advierte a los clientes con posibles alergias.

Tabla 4. Análisis de precios de venta de la competencia y segmentos de mercados.

NOMBRE DEL COMPETIDOR	SEGMENTOS DE MERCADO Qué tipo de clientes y regiones	PRECIO UNITARIO
Alivir	Orgánico / Vegano	\$ 35000 - \$ 115.000
Aurora Orgánica	Orgánico / Vegetariano	\$ 18.000,00
Ecorganicos de Colombia	Orgánico	\$ 13.000 - \$ 24.000
Pan y Soya Gourmet	Vegetariano	\$ 15.000,00
Vermeladas	Orgánicos / Tradicional	\$ 13.000,00

Fuente: Autor.

En la anterior tabla se presenta el rango de los precios de venta de los competidores: “Alivir, Aurora Orgánica, Ecorganicos” y los segmentos de mercado (Orgánico o Vegetariano)

4.2 Estrategias de mercadeo

Se presenta una matriz de plan de acción con los objetivos, las estrategias y las actividades a realizar para las estrategias de mercadeo.

OBJETIVOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD
Definir los canales y alternativas para distribuir los diferentes productos	Distribución de los productos	El canal de distribución del bien será de tipo directo y presencia en redes sociales, Implementación las estrategias de las 4Ps como Alternativas de penetración del mercado. Ventas y contacto directo con los clientes y posterior seguimiento, para la comercialización del bien.
Establecer las condiciones de Pago por parte de los clientes. Seleccionar el personal y el medio para las	Ventas de los productos a los clientes	Como condición de pago se establecen en su totalidad en efectivo y de contado. Contratación de personal con cocimientos y amable. Como medio de ventas se establece

ventas.		“point o sale”, los productos se venden directamente desde la fábrica.
<p>Establecer precios para el lanzamiento y venta de los productos.</p> <p>Condiciones de pago y estrategias dentro del mercado.</p>	Precios para entrar al mercado	<p>Precio de lanzamiento del bien se venderán con % de descuentos, se ofrecen muestras gratuitas,</p> <p>Se Utiliza como herramienta la formula CF/ (PVU-CVU) para calcular Punto de equilibrio del precio de cada producto,</p> <p>Se venden los productos a contado y en efectivo,</p> <p>Diversificar productos y garantías,</p> <p>Como Estrategia en la guerra de precios que se presenta en el mercado.</p>
Promocionar los productos antes, durante y después del lanzamiento.	Promoción de los productos.	<p>Definir el precio con un porcentaje más bajo según a de la competencia,</p> <p>Se implementa el mercadeo digital con la ayuda de algunas de las redes sociales e información de productos en diferentes sitios presenciales.</p> <p>Incentivación para los clientes especiales</p>

		<p>por medio de suvenires y degustaciones,</p> <p>Establecimiento del presupuesto necesarios que se debe tener en cuenta para la promoción.</p>
<p>Implementar herramientas necesarias y acordes a la comunicación que se quiere enviar al cliente</p>	<p>Comunicación por medio Virtual y físico.</p>	<p>Volantes publicitarios como medios físicos,</p> <p>Medios virtuales creación de perfiles en: Facebook, Instagram y/o Twitter.</p>
<p>Mencionar las actividades a tener en cuenta para el servicio al cliente.</p>	<p>Servicio que se ofrece al cliente</p>	<p>Atención personal y puntual para el Servicio posventa.</p> <p>Brindarle al cliente la información necesaria y detallada del proceso y producto final.</p> <p>Garantizando que el productos se elabora con ingredientes orgánicos y/o vegetarianos.</p>

Fuente: Autor.

4.2.1 Concepto del Producto.

Platos con preparaciones dulces incluidos dentro de los productos alimentación, del sector de la panadería y pastelería, postre que inicialmente sirve después de una comida, pero en la cotidianidad y modernidad los postres pueden ser consumidos en cualquier ocasión y hora del día.

El servicio que se va a ofrecer es la venta de Productos de repostería elaborados a partir de ingredientes orgánicos y de origen vegetal, aprovechando la materia prima cultivada por pequeños productos dentro de la ciudad de Bogotá y de sus alrededores, productos elaborados de manera artesanal los cuales se pueden consumir frescos, refrigerados y con presentación en tamaño familiar y personal.

Añadiendo y/o modificando los productos de la pastelería tradicional, para brindar productos más saludables libres de residuos químicos, contribuyendo al factor nutricional, económico y social con la adquisición y consumo de productos alimenticios sanos característicos de las frutas, con sabores suaves y con sabor.

Qué se va a vender.

Para la elaboración y posterior distribución cuenta con varios productos para consumidores en la línea Orgánica y línea Vegetariana (también se incluye la línea tradicional) con sus respectivos ingredientes.

Algunos de los productos que se van a elaborar y a distribuir son:

- **Línea Orgánica. (Dulces y Postres - Tortas)**
 - **Arroz con leche Orgánico:** Arroz, Leche, Endulzante, canela, fruta.
 - **Mermeladas de verduras y fruta:** Zanahoria; zanahoria y Naranja; Fresa; Mora y Mango.

- **Mantecada elaborada:** Azúcar, Harinas (Maíz y Trigo), Huevos, leche, Mantequilla o Margarina y licor o esencia. (También puede ser Vegetarianos)
- **Torta de Arroz:** Azúcar, Arroz, Huevos, leche, Mantequilla o Margarina y esencia. (También puede ser Vegetariano)
- **Torta Casera de Coco Orgánica:** Azúcar, Harina, Leche y coco. (También puede ser Vegetariana)
- **Torta de Zanahoria Vegetariana:** Aceite de Coco, Azúcar, Avena, Canela, esencia, Leche Vegetal, Zanahoria. (Organiza y Vegetariana)
- **Línea Vegetariana (Dulces y Postres - Tortas)**
 - **Leche Condensada** (vegana) leche de soya, azúcar, esencia.
 - **Torta Simple:** Azúcar, Harina, Leche y esencia,
 - **Tarta Invertida (cereales):** Duraznos, Edulcorante, Harinas: Almendras, Arroz, Avena, Leche vegetal
- **Línea Tradicional (Dulces y Postres - Tortas)**
 - **Postre de manzana:** Azúcar, Canela y Manzana (Orgánico y Vegetariano)
 - **Torta de Manzana:** Azúcar, Harina, Leche, Manzana y margarina (También puede ser Orgánica y Vegetariana)

Cuál es el nivel de estacionalidad o moda del bien o servicio.

En general los productos se consumen durante todo el año, aunque hay determinados productos que se venden o consumen en determinadas fechas o épocas especiales. *“La demanda de productos de repostería está muy relacionada con fechas festivas y tradiciones. Los productos estacionales son de marcada influencia habiéndose desarrollado productos o*

elaboraciones específicas... que darán lugar a una mayor demanda, dando pie al consumo.”(Caro & Rey Acosta. 2013. p)

Las festividades en las cuales tienen Máxima influencia al aumento en el consumo de productos de pastelería/Repostería, siendo estos de consumo inmediato:

San Valentín (Febrero), Día de la Madre (Mayo), Día del Padre (Junio), Amor y amistad (Septiembre), Navidad (Diciembre). En donde inicialmente las ventas se incrementan en los primeros meses. Donde la Torta es la más adquirida por los consumidores para la celebración de cualquier festividad.

Descripción básica del bien: Se definen los productos de manera más amplia y detallada.

Son productos que pertenecen al Sector Secundario, correspondiendo a la Industria Alimentaria, en donde se realiza el procesamiento de materia prima, las tortas con ingredientes a partir de harinas como: Trigo, avena, arroz, Leche, leche de almendras, leche de avena, Huevos, Mantequilla/margarina, Endulzantes, las mermeladas y postres son elaborados con ingredientes principales: frutas y verduras. Productos frescos y de rápido consumo, los cuales pueden ser adquiridos en porciones (individual) o completos (Familiar).

Empaque de cartón para las Tortas y Postres, Envase de vidrio con tapa Para las mermeladas como principales materiales para los empaques.

Sus especificaciones.

- Leche Condensada (vegana):

Envase de vidrio con tapa: 245 ml.

Ingredientes: Leche de Soya, Azúcar y esencia.

No Apto para Diabéticos.

Almacenar en lugar fresco

- **Arroz con leche y fruta Orgánico:**

Envase de Vidrio con Tapa: 235 gr,

Ingredientes: Arroz, Leche, Azúcar y Fruta.

Almacenar en lugar fresco.

- **Mermelada de Zanahoria Orgánica**

Envase de Vidrio con Tapa: 235 gr,

No contiene Gluten, No apto para diabéticos.

Ingredientes: Zanahoria, Azúcar.

Almacenar en lugar fresco.

- **Mermeladas de zanahoria y Naranja Orgánica;**

Envase de Vidrio con Tapa: 235 gr,

No contiene Gluten, No apto para diabéticos.

Ingredientes: Zanahoria, Naranja y Azúcar.

Almacenar en lugar fresco

- ***Mermelada de Fresa Orgánica:***

Envase de Vidrio con Tapa: 235 gr,

No contiene Gluten, No apto para diabéticos.

Ingredientes: Fresa y Azúcar.

Almacenar en lugar fresco.

- ***Mermelada de Mora Orgánica:***

Envase de Vidrio con Tapa: 235 gr,

No contiene Gluten, No apto para diabéticos.

Ingredientes: Mora y Azúcar.

Almacenar en lugar fresco.

- ***Mermelada de Mango Orgánica.***

Envase de Vidrio con Tapa: 235 gr,

No contiene Gluten, No apto para diabéticos.

Ingredientes: Mango y Azúcar.

Almacenar en lugar fresco.

- ***Mantecada (Orgánica): 1.350 gr***

Ingredientes: Azúcar, esencia, Harina de maíz, Harina de Trigo, Huevos, Leche,

Mantequilla, polvo de Hornear.

Caja de Cartón 33x33 cm

Contiene Gluten.

Almacenar en lugar fresco.

- ***Torta de Arroz Orgánica 2.350 gr***

Ingredientes: Arroz, Azúcar, Huevos, Leche, Mantequilla, Polvo de horneo, Vainilla.

Caja de Cartón 33x33 cm

Libre de Gluten

Almacenar en lugar fresco y/o refrigeración.

- ***Torta Casera de Coco Orgánica y/o Vegetariana: 1.200 gr***

Ingredientes: Azúcar, Coco, Leche, Trigo.

Caja de Cartón 30x30 cm

Contiene Gluten.

Almacenar en lugar fresco y/o refrigeración.

- ***Tarta Invertida Vegana Durazno: 800 gr***

Ingredientes: Endulzante, Harinas (Almendras, Arroz, Avena,) Leche Vegetal, Polvo

Horneo, Panela, Duraznos.

Caja Cartón 20x20 cm

Puede Contener Gluten.

Almacenar en lugar fresco.

- ***Torta de Zanahoria Vegetariana: 1100 gr***

Ingredientes: Aceite de Coco, Avena, Azúcar, Canela, Leche Vegeta, Polvo Horneo, Sal, Zanahoria,

Caja Cartón 30x30 cm

Almacenar en lugar fresco y/o refrigeración.

Características y aplicación

- Por su suavidad, concentración de sabor en las frutas, productos sin conservantes, Principalmente para Usos gastronómicos,
- Las mermeladas y dulces, para Batidos, preparación de salsas, relleno, recubrimiento y decoración de tortas o platos (Salados o dulces).
- Los postres para el Acompañamiento de las comidas principales (final),

¿Qué es un producto de consumo directo e indirecto?

Es un producto de consumo con distribución directa, poniendo a disposición la repostería al consumidor en el punto de venta.

Descripción, especificaciones o características

Los Dulces, Mermeladas, tortas y postres son productos alimenticios artesanales, preparados con ingredientes orgánicos locales de la ciudad, con sabores frutales a Fresa, manzana, Mango, o mora. Productos que transmiten seguridad al consumo por ser repostería fresca y no contener químicos nocivos para la salud para los productos orgánicos, y no contener ingredientes de origen animal que comprometan su vida para productos vegetarianos. Invitando al consumo responsable y saludable de productos.

Diseño y Empaque: Teniendo en cuenta el factor ambiental y el aporte a la reducción del impacto negativo con la implementación de elementos que sean utilitarios, reciclables o biodegradables.

Inicialmente los materiales que se implementaran serán el Vidrio y el papel o cartón para los envases los cuales serán: Cajas de Cartón, servilletas ecológicas, y frascos de vidrio con tapa metálicas para los productos Terminados. Seguido por las bolsas de Papel, Cambrel (tela), y el Fique para la exhibición de algunos productos

Leche Condensada (vegana)

Frasco de vidrio con tapa: 245 ml.

Botella de vidrio 100 ml



Fuente: <http://cajasyempaquesdecolombia.com>



Fuente: Sandra Pacacira

- Crumble de Manzana 900 gr

Caja de Cartón cuadrada Blanca 22x22 cm



Fuente: Sandra Pacacira

- **Arroz con leche y Fruta Orgánico**

Vaso de Vidrio con Tapa Metálica blanca: 235 gr,



Fuente: Sandra Pácacira

- **Mermeladas orgánicas de:** Fresa Mango, Mora, Zanahoria, zanahoria y Naranja.

Frasco de Vidrio con Tapa Metálica blanca: 235 gr,



Fuente: Sandra Pácacira

- **Mantecada: 1.350 gr**

Caja de Cartón cuadrada Blanca 33x33 cm



Fuente: <http://visualcake.com.co>

- **Torta de Arroz:**

Caja de Cartón cuadrada Blanca con tapa 33x33 cm



Fuente: Sandra Pácacira

- **Torta Casera de Coco Orgánica y/o Vegetariana**

Caja de Cartón cuadrada con Tapa blanca 30x30 cm



Fuente: Sandra Pácacira

- **Tarta Invertida Vegana Durazno: 800 gr**

Caja Cartón cuadrada con tapa blanca y líneas celestes 20x20 cm



Fuente. Sandra Pacacira

- **Torta de Zanahoria Vegetariana:**

Caja Cartón mediana con diseño



Fuente: <http://visualcake.com.co>

Calidad

Son Productos comprometidos con la salud y aportando nutrientes a los consumidores, conservación del Medio ambiente y el respeto por la vida de los animales. No contienen químicos o preservantes, ni sabores artificiales, ni colorantes implementando las normas de manipulación del alimento BPM y la gestión de calidad necesarias en cada uno de los procesos. Materiales de Empaque como el Vidrio para el envase, que permite doble uso después de consumido el producto y Cartón para el empaque que permite ser reciclado, reduciendo la contaminación con desechos innecesarios.

Mermeladas:

- **Durabilidad:** Mínima de tres meses en un lugar fresco y bien tapado.
- **Materiales:** Envases con tapa, Azúcar y Fruta Orgánica (Estado de madurez), estanterías de exhibición, equipos de cocina.
- **Beneficios:** Diseñadas y elaboradas 100% con ingredientes Orgánicos y alta concentración de fruta y sabor natural como ingrediente principal. Conservando las propiedades naturales y nutricionales. Aporte de fibra, Vitaminas

Leche Condensada vegana

- **Durabilidad:** Hasta una semana sin refrigeración y con envase bien tapado, Hasta dos semanas en refrigeración y con envase bien tapado.
- **Materiales:** Envases con tapa, Leche vegetal, Azúcar o endulzante y esencia, Estanterías de exhibición, equipos de cocina y refrigeración.
- **Beneficios:** Apto para personas intolerantes a la lactosa, con ingredientes orgánicos, Aporte de minerales y vitaminas, Sabor y textura Suave. Apto para acompañar cualquier alimento. Ideal para personas veganas.

Arroz con leche Orgánico

- **Durabilidad:** Hasta una semana en Refrigeración y bien tapado.
- **Materiales:** Envases de vidrio con tapa, Equipos de cocina, Cereales, Leches (animal y/o vegetal), Frutos orgánicos, exhibición.
- **Beneficios:** No contiene químicos, Aporta minerales como calcio, Hierro, magnesio y Vitaminas como A, b1, b2, b3, E, K, entre otras

Tortas, mantecada

- **Durabilidad:** Máximo una semana en refrigeración.
- **Materiales:** Equipos de cocina, pastelería y Refrigeración, Materia Prima (Harinas, Leches, frutas, Frescas, Azucres o endulzantes, grasas, entre otros), Vitrinas de Exhibición, Cajas y empaques de Cartón.
- **Beneficios:** Aporte de Fibra, Hidratos de carbono, Vitaminas y Minerales, Productos libres de preservantes, frutas frescas con olor y sabor característico, sin saborizantes.

Embalaje

Dulces y mermeladas.

- De 1 a 6 Unidades Tendrá la Misma presentación Individual,
- De 6 a 11 Unidades Tendrá la Misma presentación Individual en Bolsa de Fique.
- De + 12 Unidades Tendrá la Misma presentación Individual y se empacarían en cajas de Cartón de Cuatro tapas x 12 unidades.

Tortas, mantecada,

Tendrán la Misma Presentación del producto Individual, adicionando un empaque (Caja de Cartón) de mayor calibre y corrugado para la conservación del producto. Dependiendo el producto y los Gramos se realizaría el agrupamiento x 6 unidades

4.2.2 Estrategias de distribución.

Canal de distribución del bien.

Es un canal de distribución directo o nivel 0:

Adquisición de Materia Prima de manera directa al proveedor, Elaboración de los productos pasteleros en la fábrica y distribución directa hacia el Consumidor.

Figura 22.



Fuente: Sandra Pácacira

Alternativas de penetración del mercado

Implementar las estrategias del Mercadeo Mix (4Ps)

- **Producto:** Desarrollo de Productos, mejoramiento de algunos que tienen buena salida, teniendo en cuenta opiniones de los consumidores.
- **Precio:** Ajuste en los Precios, Ofrecer productos un poco más bajo de acuerdo a los productos de la competencia de pastelerías orgánicas y productos tradicionales,
- **Promoción:** Ofrecer un producto en promoción en diferentes días de la semana o por tiempo determinado, Rifas una vez al mes de productos alusivos, Definir un valor mínimo de comprar – Obsequiar bolsas ecológicas como publicidad, pequeñas muestras de los productos,
- **Plaza:** distribución y venta en puntos propios directos y ventas sobre pedidos de acuerdo al gusto del cliente.

Presentación sencilla y/o personalizada, uso de materiales para que estos sean reutilizados (Papel, vidrio o tela).

Estrategias para la comercialización del bien

- Distribución con un punto de venta en el mismo lugar de la producción. Ventas directas en puntos propios contando con portafolio o “Book de fotos” de productos,
- Contacto directo con el cliente y Recolección de información por parte del consumidor sobre los productos que desea adquirir,
- Seguimiento del producto y solicitud de calificación o comentarios,
- Diversificación de productos existentes, y recepción de pedidos especiales,
- Distribución en servicios especiales (Banquetes, reuniones, fiestas, negocios)

- Uso de Redes sociales para la promoción y venta, Publicación de nuevos productos y degustaciones disponibles.

Las diferentes alternativas para poner en disposición el producto al mercado.

- *Merchandising del Distribuidor*, Directo a los consumidores Dentro del punto de venta: vitrinas refrigeradas y estanterías, Degustación,
- *Merchandising Promocional*, en sitios públicos, Renta de espacios en Supermercado independientes, Grandes superficies o C.C para la muestra, Promoción y venta por tiempos definidos o cortos.
- *Merchandising Permanente*, La distribución de productos de acuerdo al tipo de postre (Dulces, Mermeladas, Tortas etc.), ubicando las vitrinas circulares para mejor visualización, acercar productos en específico para incidir en la compra.

Presupuesto de distribución.

PRESUPUESTO DE DISTRIBUCIÓN				
CONCEPTO	CANTIDAD			VALOR TOTAL
Arriendo	1	Mensual	\$	700.000,00
Servicios Públicos				
Agua	1	Bimestral	\$	85.000,00
Energía	1	Mensual	\$	65.000,00
Gas	1	Mensual	\$	55.000,00
Teléfono	1	Mensual	\$	38.000,00
Publicidad	1	Anual	\$	120.000,00

Salarios	3	Mensual	\$	3.213.151,00
Utensilios	1	Anual	\$	1.790.900,00
TOTAL			\$	6.067.051,00

Fuente: Autor.

4.2.3 Estrategias de ventas.

Condiciones de pago: Los pagos se realizaran con dinero en efectivo y 100% de contado,

- Pedidos por anticipado pago inicial en efectivo del 50% y 50% restante para la entrega,
- Pedidos por anticipado descuento en efectivo del 5% por pronto pago, 5 días antes de la entrega,
- Descuentos por volumen del 10% en efectivo a partir de 10 unidades de cualquier producto.

Selección del personal de ventas.

“...resaltar la importancia de las relaciones con el cliente, en otorgar un mayor énfasis en la orientación de las actividades hacia la satisfacción del cliente. Todo ello con el objetivo último de ofrecerle un mayor valor añadido.”(Bigne, 2003. p 371). Contar con un personal de ventas idóneo que ayude e informe sobre los productos que se ofrecen en el establecimiento es un factor importante para acercar a los nuevos clientes y retener clientes actuales, personal que cuente con características:

- **Conocimiento de los productos** y sus características para informar de manera correcta al consumidor,
- **Manejo de BPM** e Higiene en la preparación y presentación de alimentos,
- **Uso responsable de uniforme** (Tapabocas, Gorro y Guantes),
- **Amabilidad**, Personal amable al momento de orientar a los clientes,

- **Atención personalizada**, estar atento y dando la importancia necesaria a cada cliente,
- **Dedicación**, prestan el tiempo necesario que cada cliente requieren en la adquisición y asesoría en la compra de los productos,
- **Actitud Positiva**, prestando la atención entendiendo y resolviendo las inquietudes de forma satisfactoria.
- **Buena Comunicación**, atención y respuestas asertivas y eficaces en cuanto al proceso de fabricación.

Selección del medio de ventas: La comercialización de los productos se realizara directamente desde la fábrica, Por medio de un punto de venta (point o sale) propio localizada en la ciudad de Bogotá, con la interacción de vendedor y consumidor, de manera física.

4.2.4 Estrategias de precios.

Se tienden en cuenta los costos de la materia prima que se van a utilizar en cada proceso de elaboración de cada uno de los productos,

Se tuvo en cuenta para definir el precio de venta: el costo de la Materia prima, sumando la mano de obra que se empleó en la producción del producto por unidad, sumando el empaque de cada producto (Cajas y envases) resultando el costo de producción. Sumando el Porcentaje de utilidad entre el (dependiendo la complejidad de producción del producto) consiguiendo el total de venta.

Materia prima (MP) + Mano de Obra (MO) + Empaque

= Costo de producción X % Margen de Contribución

= PRECIO TOTAL DE VENTA.

Precio de lanzamiento del bien o servicio

- Precios bajos con % de descuento: El Primer Producto tendrá descuento del 5%, el segundo con descuento del 10% y el tercero con el 15%
- Productos Gratuitos: Al comprar un Producto se agrega una muestra de otro producto.
- Bono de descuento: 10% en la siguiente compra de un producto de la misma referencia.
- Productos Personalizados (Comestible): de acuerdo al gusto del cliente.
- Obsequios Publicitarios: De acuerdo a los productos comprados (Esferos, Bolsas, Mugs)

Punto de equilibrio del precio

Es donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, y donde la empresa no obtiene utilidades ni pérdidas. Para el cálculo del Q_0 se tiene en cuenta los costos fijos y variables.

COSTOS FIJOS (CF)	
Arriendo	\$ 700.000
Salarios	\$ 3.213.151
Servicios Públicos	\$ 200.500
Agua	\$ 85.000
Energía	\$ 65.000
Gas	\$ 55.000
Teléfono	\$ 38.000
TOTAL	\$ 4.113.651

Fuente: Sandra Pacacira.

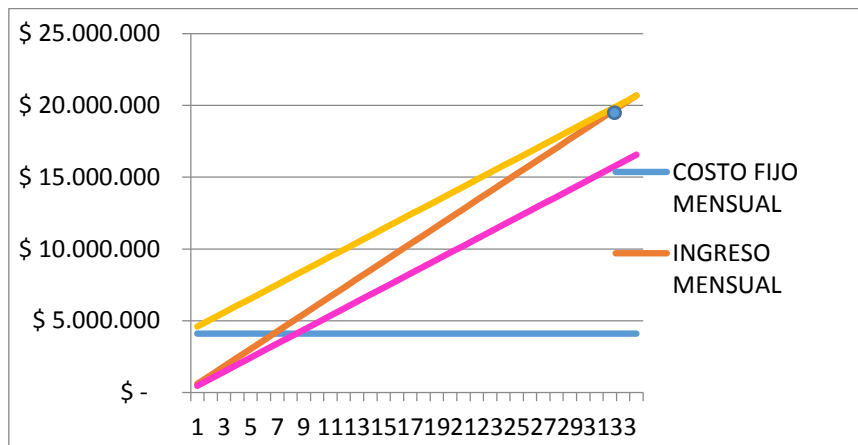
El punto de equilibrio se realizó para cada uno de los productos y Se realiza la interpretación por medio la Graficación del punto de equilibrio de los productos a ofrecer,

identificando la mínima cantidad de productos que se deben vender por cada producto, para poder cubrir los costos de producción y evitar pérdidas.

Implementando la Formula para hallar el Punto de Equilibrio: $CF / (PVU - CVU)$

Dónde: Se obtienen los siguientes datos para los diferentes productos.

Figura 23. Punto de equilibrio Leche condensada Vegana.

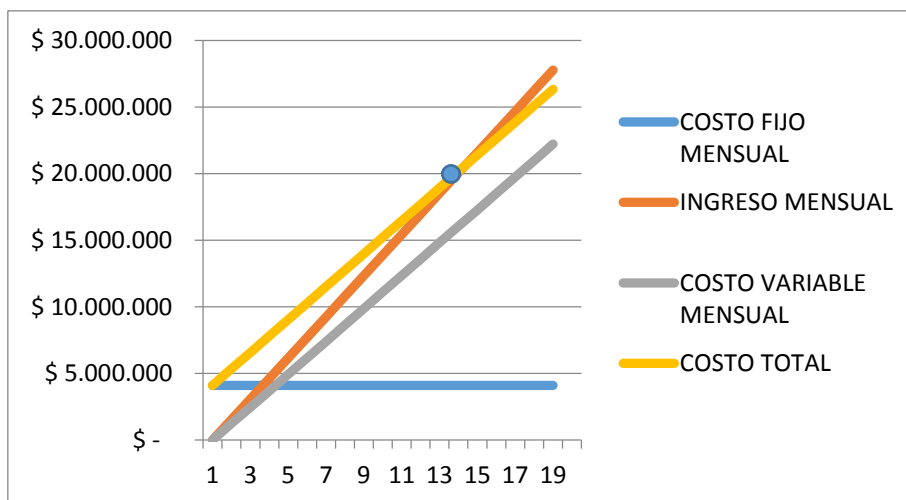


Dónde:

CF (Costos Fijos) \$ 4.113.651 **CVU (Costo Valor Unitario)** \$ \$ 9.742

PVU (Precio Valor Unitario) \$ 12.178 **P. E.** 1689 Unidades

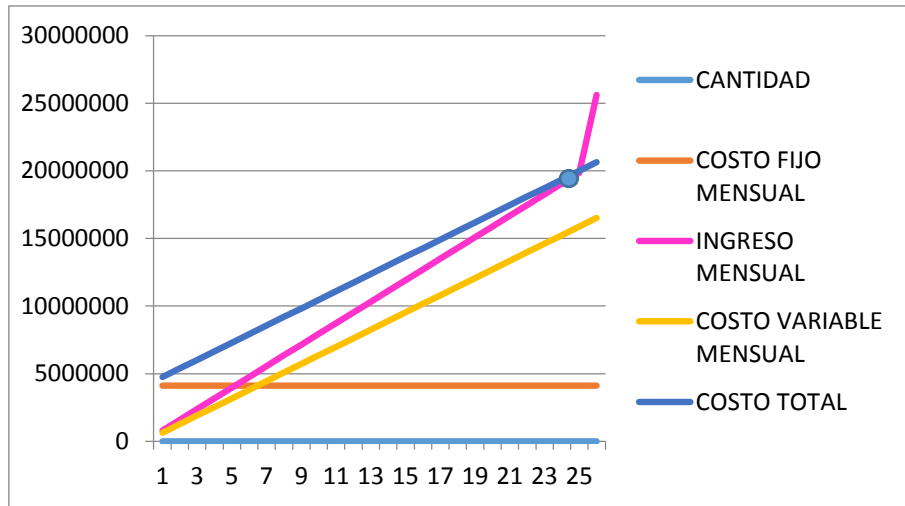
Figura 24. Punto de equilibrio Mermelada de Zanahoria (Concentrada)



Dónde:

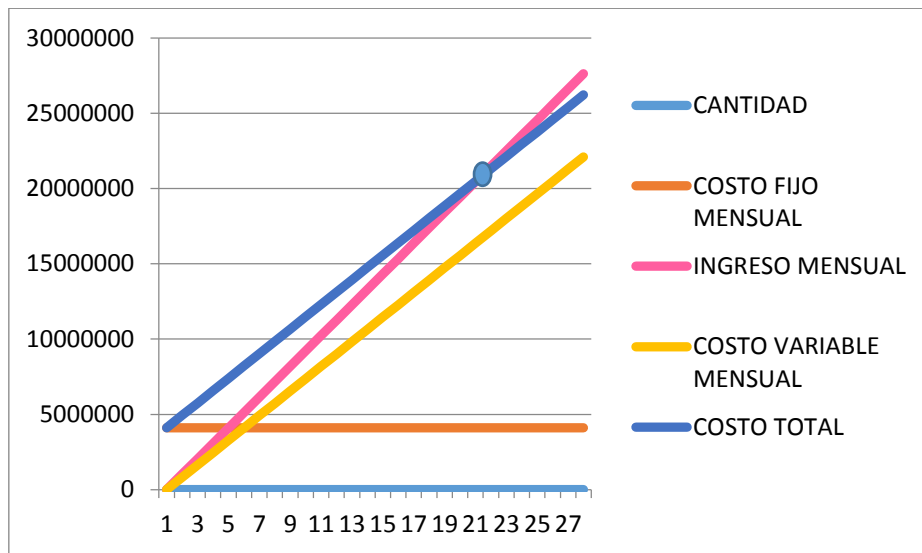
CF \$ 4.113.651 CVU \$ \$ 8.226 PVU \$ 10.283 P. E. 2.000 Unidades

Figura 25. Punto de equilibrio Mermelada de Zanahoria y Naranja



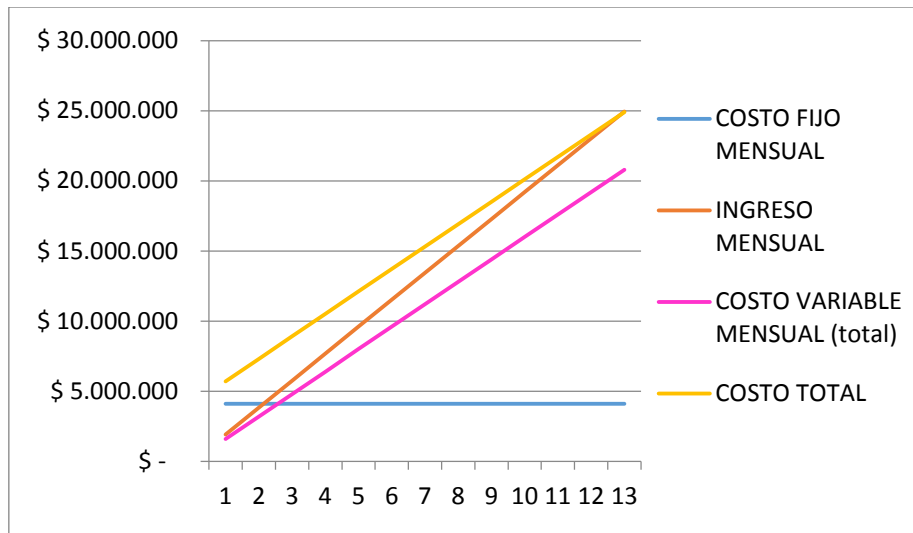
CF \$ 4.113.651 CVU \$ \$ 6.356 PVU \$ \$ 7.944 P. E. 2589 Unidades

Figura 26. Punto de equilibrio Mermelada de Fresa con Fruta.



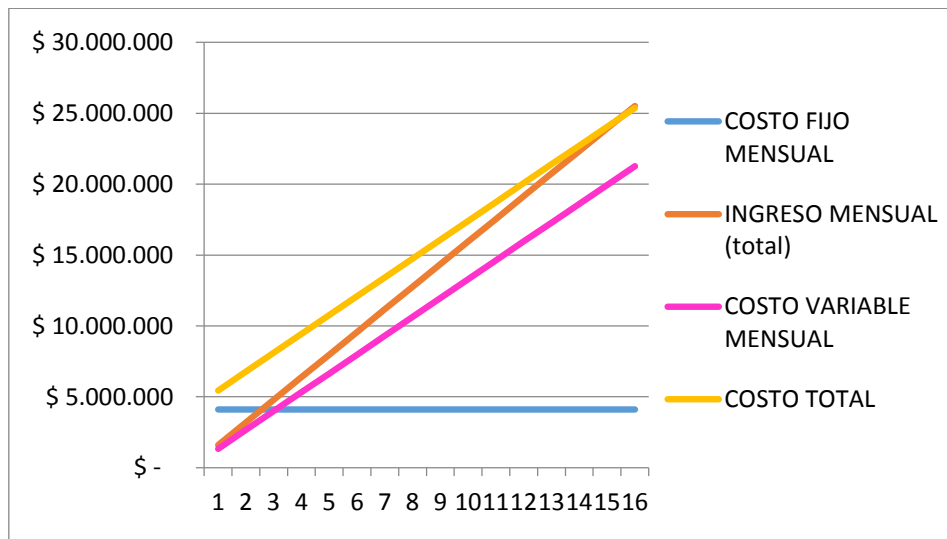
CF \$ 4.113.651 CVU \$ 8.183 PVU \$ 10.228 P. E. .2011 Unidades

Figura 27. Punto de equilibrio Torta de Arroz



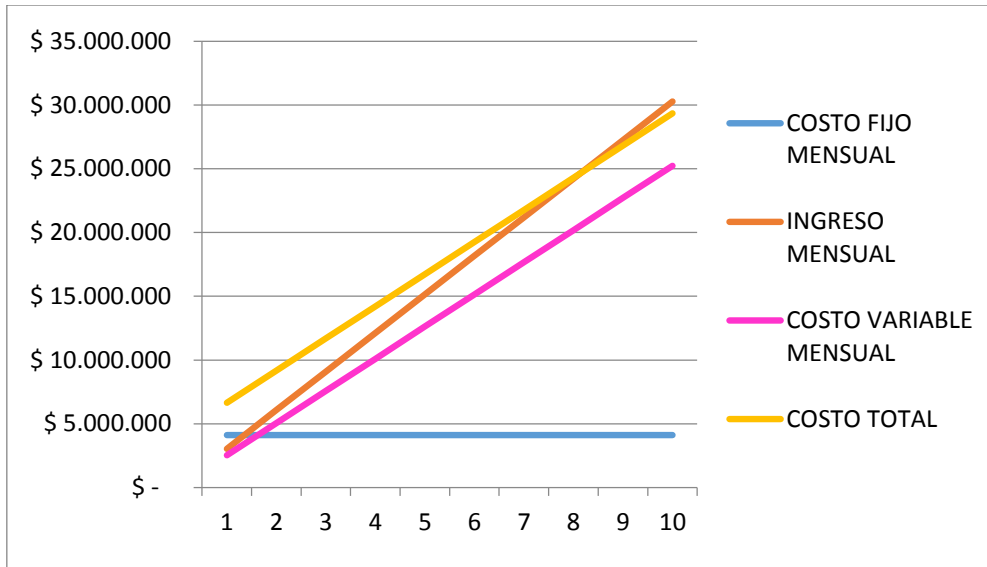
CF \$ 4.113.651 CVU \$ \$ 16.002 PVU \$ 20.003 P. E. \$ 1.028 Unidades

Figura 28. Punto de equilibrio Mantecada



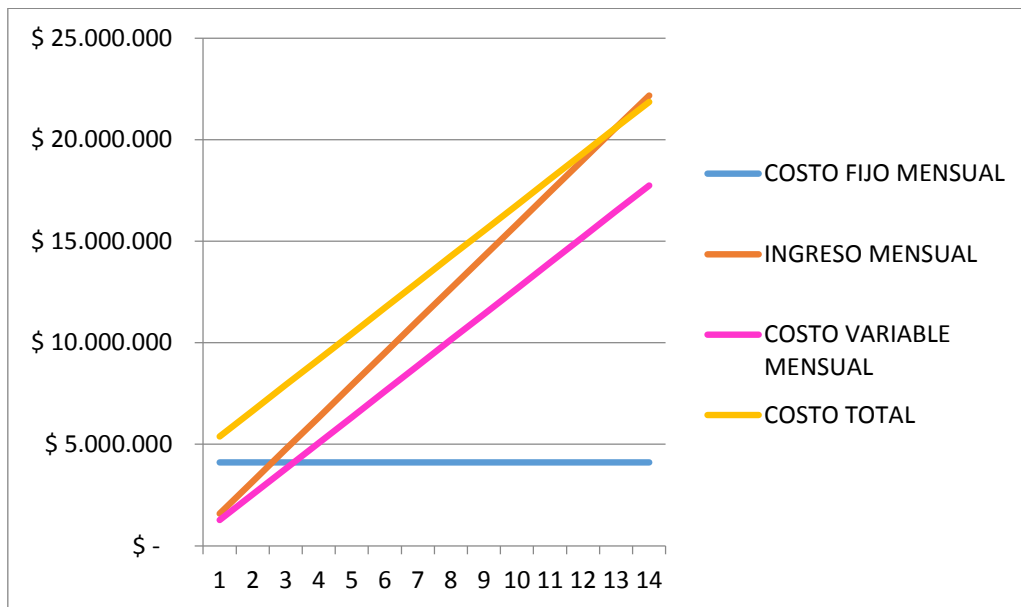
CF \$ 4.113.651 CVU \$ \$ 26.589 PVU \$ \$ 33.236 P. E. \$ 619 Unidades

Figura 29. Punto de equilibrio Torta Casera De Coco Orgánica y Vegetariana



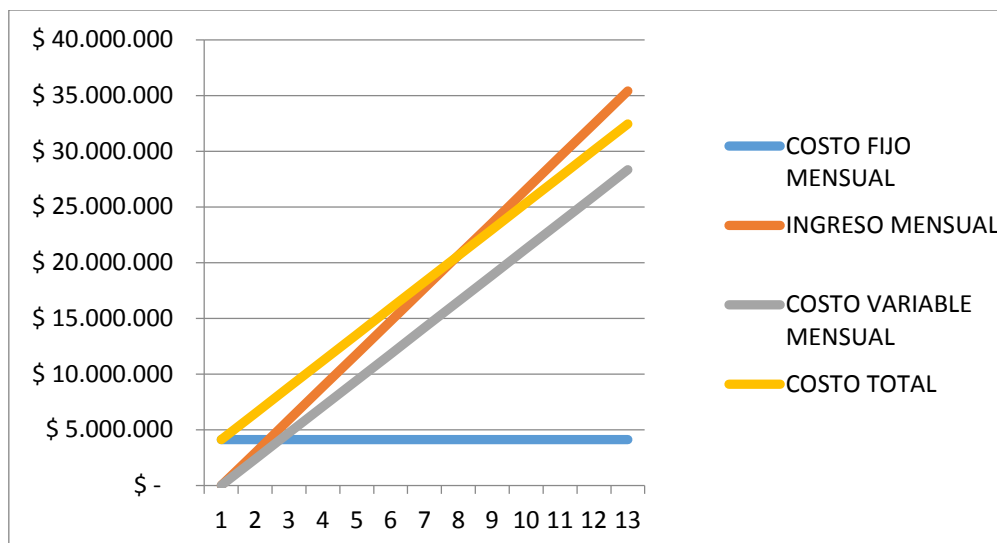
CF \$ 4.113.651 CVU \$ \$ 16.825 PVU \$ 21.031 P. E. \$ 978 Unidades

Figura 29. Punto de equilibrio Torta Invertida



CF \$ 4.113.651 CVU \$ \$ 12.674 PVU \$ \$ 15.842 P. E. \$ 1.298 Unidades

Figura 30. Punto de equilibrio Torta de Zanahoria Orgánica y Veg.



CF \$ 4.113.651 **CVU** \$ \$ 12.674 **PVU** \$ 29.506 **P. E.** \$ 697 Unidades

Condiciones de pago del bien o servicio

- Pago 100% en efectivo y de contado al momento de la compra,

Porcentaje de gravamen IVA

Impuesto Sobre las Ventas Menciona:

6. Tarifa general.

“La tarifa general del Impuesto Sobre las Ventas para bienes y servicios es del dieciséis por ciento (19%), con excepción de los excluidos expresamente y de aquellos que tengan una tarifa diferencial.” (DIAN)

Estrategias para resistir la guerra de precios

- No hacer parte de la guerra, no participar junto a los precios de los competidores, diferenciando y segmentando productos y mercado,

- Diversificación de Productos y ofrecer productos a otros segmentos de mercados, ya no solo a clientes orgánicos sino también al cliente tradicional,
- Ofrecer garantía de los productos, que sean frescos y con los ingredientes mencionados y oportunidad de devolución,
- Entregar Pruebas o muestras gratuitas, para crear un interés sobre dichos productos y atraer nuevo consumidores,
- Pequeños Obsequios de productos con publicidad a clientes para fidelizar clientes.

Tabla 5. Análisis competitivo de precios:

NOMBRE DEL COMPETIDOR	PRECIO UNITARIO	CONDICIONES DE PAGO	PRECIO DE MI EMPRESA
Alivir: Torta Vegana de Vainilla y Zanahoria Orgánica 35000	\$ 35.000,00	En línea, Tarjeta: Débito y crédito	\$ 14.959,00
Vermeladas: Mermelada	\$ 13.000,00	En Línea. Contado	\$ 5.500,00
Naturalmente Vegano	\$ 30.000,00	Contado	\$ 13.000,00
Frambuesa Pastelería Vegan	\$ 230.000,00	contado	\$ 10.500,00

Fuente: Sandra Pácacira.

Se reducen los precios en la compra de mayor cantidad en todos los productos, a continuación Se presenta la relación del precio y el descuento para algunos de los productos a ofrecer, presentando el rango de unidades, el % de descuento a aplicar, el precio final con el descuento y el tipo de clientes.

El % de descuento para los productos se realizara inicialmente con el 5% a partir de la Unidad seis, 10% a partir de más 13 unidades y con el 10% de descuento.

Tabla 6. Relación de precios y descuentos por volumen de ventas.

Torta de Arroz

RANGO DE UNIDADES	DESCUENTO	PRECIO	TIPO DE CLIENTE
6 a 12	5%	\$ 18.242,00	Tradicional/Orgánico
13+	10%	\$ 17.282,00	Tradicional/Orgánico

Mantecada

RANGO DE UNIDADES	DESCUENTO	PRECIO	TIPO DE CLIENTE
6 a 12	5%	\$ 30.311,00	Tradicional/Orgánico
13+	10%	\$ 28.716,00	Tradicional/Orgánico

Torta Casera de coco orgánica

RANGO DE UNIDADES	DESCUENTO	PRECIO	TIPO DE CLIENTE
6 a 12	5%	\$ 19.180,00	General/Orgánico/Vegetariano
13+	10%	\$ 18.171,00	General/Orgánico/Vegetariano

Torta Invertida

RANGO DE UNIDADES	DESCUENTO	PRECIO	TIPO DE CLIENTE
6 a 12	5%	\$ 15.050,00	Tradicional/Orgánico/Vegetariano
13+	10%	\$ 14.258,00	Tradicional/Orgánico/Vegetariano

Torta de Zanahoria.

RANGO DE UNIDADES	DESCUENTO	PRECIO	TIPO DE CLIENTE
6 a 12	5%	\$ 26.909,00	Tradicional/Orgánico/Vegano
13+	10%	\$ 25.493,00	Tradicional/Orgánico/Vegano

Mermeladas

RANGO DE UNIDADES	DESCUENTO	PRECIO	TIPO DE CLIENTE
6 a 12	5%	\$ 7.547,00	Tradicional/Orgánico
13+	10%	\$ 7.150,00	Tradicional/Orgánico

Fuente: Autor

Tácticas relacionadas con los precios.

- **Precios Psicológicos:**
- **Precios de Introducción:**
- **Muestras Gratis:**
- **Marketing Colaborativo:**
- **Por Percepción:**
- **Por paquete:** “Mix” varios productos.

Tabla 7. Fijación Del Precio

A continuación se presenta la tabla para la fijación del precio de cada uno de los productos, obteniendo el punto de equilibrio.

Torta de Arroz			
INGREDIENTE	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO
Arroz Orgánico (Blanco)	450	Gramos	\$ 2.250
Huevo	4	Unidad	\$ 2.333
azúcar	340	Gramos	\$ 1.616
Mantequilla	130	Gramos	\$ 7.367
Polvo Horneo	10	Gramos	\$ 100
Vainilla	10	Gramos	\$ 100
Leche	270	Litro	\$ 486

Caja Blanca	1	33x33	\$ 1.750
Costos Variables (Por cada unidad) = CV			\$ 16.002
Costos Fijos (Mensuales) = CF			\$ 4.113.651
Utilidad esperada %			20%
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % tac) = P			\$ 19.202
PUNTO EQUILIBRIO = CF / (P - CV)			1285

Mantecada			
INGREDIENTE	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO
Harina de Maíz	570	Gramos	\$ 5.130
Azúcar	250	Gramos	\$ 1.188
Mantequilla	250	Gramos	\$ 14.167
Harina de Trigo	60	Gramos	\$ 264
Leche	250	Litro	\$ 450
Huevos	6	Unidad	\$ 3.500
Polvo Horneo	10	Gramos	\$ 60
Esencia	10	Gramos	\$ 80
Caja Blanca	1	33x32	\$ 1.750
Costos Variables (Por cada unidad) = CV			\$ 26.589
Costos Fijos (Mensuales) = CF			\$ 4.113.651
Utilidad esperada %			20%
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % tac) = P			\$ 31.907
PUNTO EQUILIBRIO = CF / (P - CV)			774

Torta Casera de Coco Orgánica y Vegetariana			
INGREDIENTE	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO
Harina de Trigo	400	Gramos	\$ 1.840
Leche	400	Litro	\$ 720
Azúcar	300	Gramos	\$ 1.426
Harina de Coco Orgánico	180	Gramos	\$ 9.324

Coco Rallado fresco	155	Gramos	\$ 2.015
Caja Blanca	1	30x30	\$ 1.500
Costos Variables (Por cada unidad) = CV			\$ 16.825
Costos Fijos (Mensuales) = CF			\$ 4.113.651
Utilidad esperada %			20%
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % tac) = P			\$ 20.190
PUNTO EQUILIBRIO = CF / (P - CV)			1222

TORTA INVERTIDA (Cereales)			
INGREDIENTE	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO
Avena (Harina)	80	Gramos	\$ 772
Arroz (Harina)	80	Gramos	\$ 400
Almendras (Harina)	170	Gramos	\$ 1.641
Esencia	4	Gramos	\$ 10
Polvo Horneo	8	Gramos	\$ 20
Leche Vegetal (Almendras)	300	Litro	\$ 2.895
Panela Molida	80	Gramos	\$ 576
Duraznos	500	Gramos	\$ 5.200
Caja Blanca	1	20x20	\$ 1.160
Costos Variables (Por cada unidad) = CV			\$ 12.674
Costos Fijos (Mensuales) = CF			\$ 4.113.651
Utilidad esperada %			25%
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % tác) = P			\$ 15.842
PUNTO EQUILIBRIO = CF / (P - CV)			1298

TORTA DE ZANAHORIA ORGÁNICA Y VEG.			
INGREDIENTE	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO
Avena Molida	330	Gramos	\$ 2.310
Azúcar	200	Gramos	\$ 951
Zanahoria	300	Gramos	\$ 2.277

Leche Vegetal	230	Gramos	\$	1.610
Aceite de Coco	130	ml	\$	13.462
Sal	1	Unidad	\$	5
Canela	1	Unidad	\$	250
Polvo Horneo	10	Gramos	\$	80
Esencia	10		\$	60
Caja Con Diseño	1	x6	\$	2.600
Costos Variables (Por cada unidad) = CV				\$ 23.605
Costos Fijos (Mensuales) = CF				\$ 4.113.651
Utilidad esperada %				20%
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % tác) = P				\$ 28.326
PUNTO EQUILIBRIO = CF / (P - CV)				\$ 871

Leche condensada Soya Vegana			
Ingredientes	Cantidad	Medida	COSTO
Leche de Soya	250	Gramos	\$ 7.300
azúcar	210	Gramos	\$ 998
Esencia	25	Unidad	\$ 250
Agua	256	ml	\$ 0
Envase de Vidrio	235	ml	\$ 1.194
Costos Variables (Por cada unidad) = CV			\$ 9.742
Costos Fijos (Mensuales) = CF			\$ 4.113.651
Utilidad esperada %			25%
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % tác) = P			\$ 12.178
PUNTO EQUILIBRIO = CF / (P - CV)			1689

Mermelada de Zanahoria (Concentrada)			
Ingredientes	Cantidad	Medida	COSTO
Zanahoria	500	Gramos	\$ 3.795

azúcar	400	Gramos	\$ 1.901
Limón	1/4	Unidad	\$ 125
Agua	C/n	ml	\$ 0
Envase de Vidrio	235	Gramos	\$ 2.388
Costos Variables (Por cada unidad) = CV			\$ 8.209
Costos Fijos (Mensuales) = CF			\$ 4.113.651
Utilidad esperada %			20%
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % tac) = P			\$ 9.851
PUNTO EQUILIBRIO = CF / (P - CV)			2506

Mermelada de Zanahoria y Naranja			
Ingredientes	Cantidad	Medida	COSTO
Zanahoria	270	Gramos	\$ 2.049
azúcar	270	Gramos	\$ 1.283
Limón	1/4	Unidad	\$ 125
Naranja	300	Gramos	\$ 1.704
Envase Vidrio	235	Gramos	\$ 1.194
Costos Variables (Por cada unidad) = CV			\$ 6.356
Costos Fijos (Mensuales) = CF			\$ 4.113.651
Utilidad esperada %			25%
Precio = CU + (CU x % Utilidad) + (CU x % tac) = P			\$ 7.944
PUNTO EQUILIBRIO = CF / (P - CV)			2589

4.2.5 Estrategias de promoción

- Publicidad,
- Mercadeo Digital:
- Participación en ferias o eventos:
- Hora de “Puertas Abiertas”:

Estrategias para clientes especiales

- Entrega de obsequios (Pocillos, Bolsas de Tela) especiales y/o personalizados,
- Invitación a degustaciones las variedades de los productos,
- Dar a conocer e integrar al cliente al proceso de fabricación de su producto,
- Entregar un suvenir (Pastelería) a cambio del diligenciamiento de un cuestionario (Online).

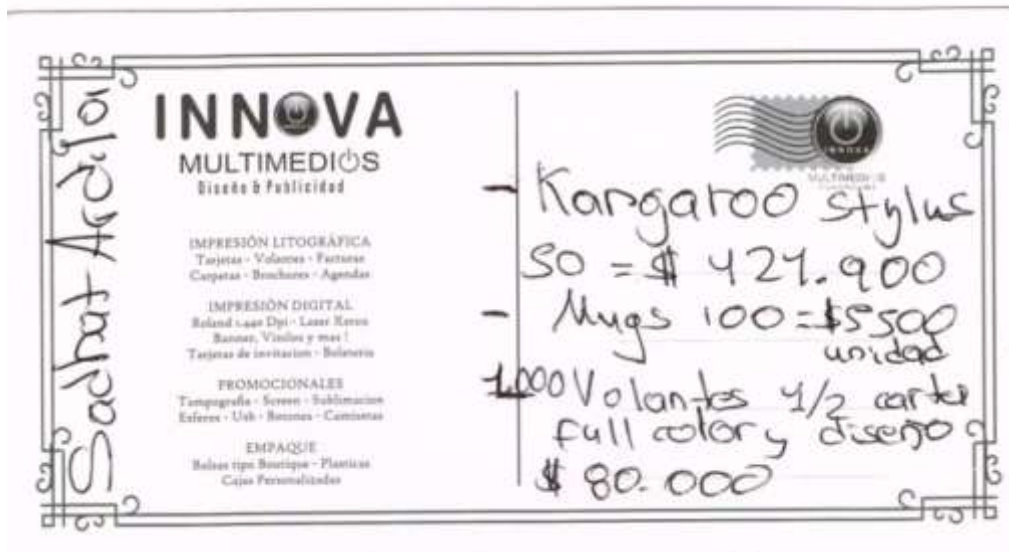
Presupuesto de promoción

En la siguiente tabla se presenta el Presupuesto requerido correspondiente a la estrategia de promoción, enumerando los conceptos a implementar, las cantidades necesarias y el costo total. Mencionando los conceptos, cantidades adquiridas con su respectivo valor unitario y valor total, obteniendo como valor final de \$ 273.681.

PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN				
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	VALOR TOTAL	
Redes Sociales	1	\$ 1.000,00	\$	1.000,00
Pocillo (Mug)	30	\$ 5.500,00	\$	165.000,00
Bolsas de Tela	50	\$ 1.590,00	\$	79.500,00
Degustaciones	80	\$ 352,27	\$	28.181,60
Estudio de Mercado	1	\$ 0,00	\$	0,00
TOTAL			\$	273.681,60

Fuente: Sandra Păcacira

Se presentan las Cotizaciones del presupuesto de promoción.



IP Puden
SERVICIOS PUBLICITARIOS

DETALLES DE SU COTIZACION

Valor unitario de la cotización:
\$1.590

NUMERO DE COTIZACION: **8372**

CANTIDAD BOLSAS: **100**

VALOR DE PEDIDO: **159.000**

COLOR SELECCIONADO: **AGUA MARINA**

TIPO AGARRE: **TROQUEL RIÑON**

UBICACION LOGO: **AMBAS CARAS**

N.COLORES LOGO: **1**

DIMENSION: **ANCHO: 30 ALTO: 40**

Haga su pedido aqui Nueva cotización Inicio

4.2.6 Estrategias de comunicación

La repostería inicialmente implementara la Publicidad por medios No Masivos. Se implementara como medio físico los “Volantes Publicitarios o Flyer” y Tarjetas, como medio digital las redes sociales como Facebook, Instagram y/o Twitter.

Razón por la cual la empresa usará estos medios de publicidad.

La distribución de los volantes se realiza personalmente, mano en mano a personas en sitios concurridos (colegios, universidades y otros) y desde el mismo establecimiento, conteniendo un mensaje breve y con la información necesaria de los productos, horarios y contactos.

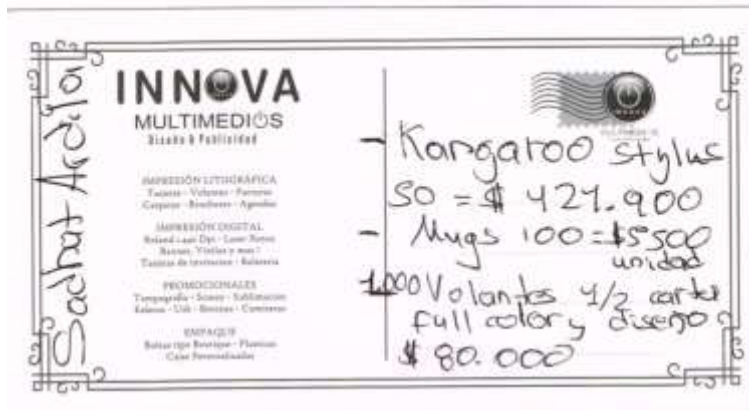
Creación del perfil del establecimiento con información sobre productos, horarios, contactos y posibles eventos, dirigida a público en general de la ciudad de Bogotá, departamental y nacional, siendo la forma más rápida de llegar al cliente objetivo.

En la siguiente tabla se presenta el Presupuesto de publicidad, enumerando los medios a implementar, las cantidades necesarias y el costo de las cantidades. Obteniendo como Valor Total de Publicidad de \$189.140.

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD				
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Esferos (Cargaroo Styles)	30	\$ 2.438,00	\$	73.140,00
Flyers (1/2 carta)	1.000	\$ 80,00	\$	80.000,00
Tarjetas	1.000	\$ 35,00	\$	35.000,00
Redes Sociales	1	\$ 1.000,00	\$	1.000,00
TOTAL			\$	189.140,00

Fuente: Sandra Pácacira.

Se presentan las Cotizaciones correspondientes al Presupuesto Publicidad.



4.2.7 Estrategias de Servicio

Procedimientos para la prestación del servicio (post venta)

- Atención Personalizada, Oportuna y Clara,
- Información sobre Productos, Unidades disponibles, precio y características,
- Seguimiento de los consumidores y productos adquiridos,
- Verificación de las solicitudes y productos de los clientes.

Garantías del servicio

- Cambio o devolución de producto, (Productos vencido o en mal estado)
- Productos 100% Frescos,
- Elaborados con Ingredientes locales y Nacionales,

- Productos 100% libre de químicos, preservantes ni colorantes artificiales (Orgánicos)

Servicio posventa

- Atención personalizada al cliente después de la compra,
- Seguimiento a los productos y satisfacción de los clientes,
- Registro de satisfacción de los clientes,
- Garantías,
- Corrección o cambios de los productos.

4.2.8 Presupuesto de la mezcla de mercadeo

En la siguiente tabla se presenta el presupuesto correspondiente a la mezcla de mercado que se implementara con las estrategias y los costos de inversión.

Tabla 8 Presupuesto de mezcla de mercadeo.

PRESUPUESTO MEZCLA DE MERCADO		
ESTRATEGÍA	COSTO	INVERSIÓN INICIAL
DISTRIBUCIÓN	\$	6.067.051
PROMOCIÓN	\$	273.682
PUBLICIDAD	\$	189.140
COSTO TOTAL	\$	6.529.873

Fuente: Sandra Páccacira.

Se menciona las estrategias con los siguientes valores: Distribución, \$ 6.067.051, Promoción \$ 273.681 y Publicidad \$ 189.140 obteniendo como Costo Total de inversión Inicial el valor de \$ 6.529.872.

4.3 Proyecciones de ventas

Se presenta la Proyección de Ventas para el Año Uno (mes a mes), Por medio del Método de Pronostico para el cálculo de las ventas a partir del sexto mes, Teniendo en cuenta el punto de equilibrio (del primer mes) de cada producto como punto de partida, el cual indica las cantidades mínimas a vender para cubrir los Costos Fijos en el primer mes, a partir del segundo mes se realiza el ajuste de porcentaje del 3% de aumento de ventas (aumento de demanda temporada del mes de febrero, San Valentín), para el mes tres el ajuste porcentual es de 5% (aumento de demanda temporada del mes de marzo), para el mes cuatro el ajuste porcentual es de -2% (Disminución de demanda mes de Abril) y para el mes cinco el ajuste porcentual es de 8% (aumento de demanda en la temporada del mes Mayo), permitiendo realizar el pronóstico de ventas para los siguientes meses.

Tabla 9. Proyección de ventas a un año

La meta inmediata es lograr alcanzar el punto de equilibrio

- Mantecada

	3%	5%	-2%	8%								
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
619	638	650	607	662	652	657	652	654	651	652	650	
UNIDAD ECONOMICA DE VENTA					\$ 257.348.785							

- Torta Casera de Coco Orgánica y Vegetariana

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
978	1007	1027	958	1046	1029	1082	1089	1127	1143	1174	1196	
UNIDAD ECONOMICA DE VENTA					\$ 270.384.506							

- Torta de Zanahoria Orgánica y Veg.

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
697	718	732	683	746	734	772	777	804	816	838	853
UNIDAD ECONOMICA DE VENTA				\$ 270.607.892							

Tabla 10. Proyección de ventas a Tres Años

- Mantecada

AÑO	1	2	3
UNIDADES	7743	7844	7946
PRECIO	\$ 33.236	\$ 34.566	\$ 35.603
TOTAL VENTAS	\$ 257.348.785	\$ 271.147.867	\$ 282.892.588

- Torta de Zanahoria Orgánica y Veg.

AÑO	1	2	3
UNIDADES	12856	12638	12420
PRECIO	\$ 21.031	\$ 21.872	\$ 22.747
TOTAL VENTAS	\$ 270.384.506	\$ 276.431.281	\$ 282.529.184

- Torta Casera de Coco Orgánica y Vegetariana

AÑO	1	2	3
UNIDADES	9171	9016	8860
PRECIO	\$ 29.506	\$ 30.686	\$ 31.914
TOTAL VENTAS	\$ 270.607.892	\$ 276.659.724	\$ 282.762.729

Capacidad instalada

- Leche Condensada Vegana: 35 Minutos x Unidad
- Mermeladas: 75 Minutos x Unidad

- Torta de Arroz: 56 Minutos x Unidad
- Mantecada: 102 Minutos x Unidad
- Torta casera de Coco Orgánica y Vegetariana: 46 Minutos x Unidad

Mano de Obra Trabajo real diario del 85% (15% de descuento de otras actividades) del tiempo laboral de turno de 8 Horas Diarias, 6 días a la semana y 26 días al mes de un solo operario.

PRODUCTOS	Hora	Día	Semana	Mes
Leche Condensada de Soya	2	14	82	2.121
Mermeladas	0,8	6	38	998
Torta de Arroz	1,1	9	51	1.337
Mantecada	0,6	5	28	734
Torta Casera de Coco Orgánica	1,3	10	63	1.628

Fuente: Sandra Pacacira.

5. MODULO OPERACIÓN

5.1 Operación

Se presenta las diferentes fichas técnicas para los principales productos de repostería que se ofrecen a los clientes (Tortas, Mermeladas y Leche condensada), como productos terminados para el sector alimenticio.

5.1.1 Ficha técnica del producto Terminado.

DULCE	
NOMBRE	Leche condensada de Soya Vegana
DESCRIPCIÓN	Es un producto alimenticio obtenido a partir de la mezcla de Leche de Soya en polvo, adición de poca cantidad de agua y azúcar (orgánica), dando como resultado un producto espeso y dulce, con una vida útil prolongada
LUGAR DE ELABORACIÓN	Bogotá, Cundinamarca.
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Agua, Azúcar, Calorías, Carbohidratos, Fibra, Proteínas, Minerales, Nutrientes, Vitaminas B, E, K
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	Envase de Vidrio con Tapa 245 ml
CARACTERÍSTICAS	Color Crema claro, Consistencia: es producto espeso, Olor: a dulce y a esencia de Vainilla o Coco, Con sabor a dulce
CONSERVACIÓN	Almacenara en lugar fresco y Tapado
FORMULACIÓN	Leche de Soya 180 Gramos, Azúcar 150 Gramos Esencia 25 gramos

	Agua 236 ml
MERMELADAS ORGÁNICAS	
NOMBRE	Mermelada de Zanahoria
DESCRIPCIÓN	Es una conserva dulce elaborada a base de Zanahorias maduras, azúcar, agua y mínima cantidad de Limón, obteniendo una consistencia espesa por medio de la cocción.
LUGAR DE ELABORACIÓN	Bogotá, Cundinamarca.
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Agua, Calorías, Carbohidratos, Fibra, Proteínas, vitaminas A, C, E y K
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	Envase de Vidrio de 235 Gramos
CARACTERÍSTICAS	Color: Naranja Brillante, Consistencia: Cremosa y espesa, Olor: A dulce y característico de la Zanahoria.
CONSERVACIÓN	Almacenara en lugar fresco y Tapado
FORMULACIÓN	Azúcar 125 Gramos Agua C/n Limón ¼ Unidad Zanahoria 500 Gramos

MERMELADAS ORGÁNICAS	
NOMBRE	Mermelada de Zanahoria y Naranja
DESCRIPCIÓN	Es una conserva dulce elaborada a base de Zanahorias y Naranjas Frescas, azúcar y agua de obteniendo una consistencia espesa por medio de la cocción.

LUGAR DE ELABORACIÓN	Bogotá, Cundinamarca.
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Agua, Calcio, Calorías, Carbohidratos, Fibra, Potasio, Proteínas, vitaminas A, C, E y K
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	Envase de Vidrio de 235 Gramos
CARACTERÍSTICAS	Color: Naranja Brillante, Consistencia: Cremosa y espesa, Olor: A dulce y característico de la Zanahoria y la Naranja.
CONSERVACIÓN	Almacenara en lugar fresco y Tapado
FORMULACIÓN	Zanahoria 80 Gramos Azúcar 270 Gramos Limón 1/4 Unidad Naranja 275 Gramos

MERMELADAS ORGÁNICAS	
NOMBRE	Mermelada de Fresa con Fruta
DESCRIPCIÓN	Es una conserva dulce elaborada a base de fresas maduras, azúcar y agua de obteniendo una consistencia espesa con trozos de fruta por medio de la cocción.
LUGAR DE ELABORACIÓN	Bogotá, Cundinamarca.
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Agua, Calcio, Calorías, Carbohidratos, Fibra, Vitaminas A, B, C, D, E, K
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	Envase de Vidrio de 235 Gramos

CARACTERÍSTICAS	Color: Rosa fuerte y Brillante, Consistencia: Cremosa y espesa, Olor y Sabor: Dulce y característico de la Fresa.
CONSERVACIÓN	Almacenara en lugar fresco y Tapado
FORMULACIÓN	Azúcar 200 Gramos Limón 1/4 Unidad Agua C/n ml
MERMELADAS ORGÁNICAS	
NOMBRE	Mermelada de Mora con Fruta
DESCRIPCIÓN	Es una conserva dulce elaborada a base de Moras maduras, azúcar y agua, donde se obtiene una consistencia espesa y con trozos de fruta por medio de la cocción.
LUGAR DE ELABORACIÓN	Bogotá, Cundinamarca.
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Ácido Fólico, Agua, Calcio, Calorías, Carbohidratos, Fibra, Nutrientes, Potasio, Vitaminas A, C, E, K,
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	Envase de Vidrio de 235 Gramos
CARACTERÍSTICAS	Color: Morado oscuro, Consistencia: Cremosa y espesa, Olor y Sabor: Dulce y característico de la Mora.
CONSERVACIÓN	Almacenara en lugar fresco y Tapado
FORMULACIÓN	Mora 250 Gramos azúcar 200 Gramos Limón 1/4 Unidad Agua C/n MI

MERMELADAS ORGÁNICAS	
NOMBRE	Mermelada de Mango
DESCRIPCIÓN	Es una conserva dulce elaborada a base de Mangos Maduros, azúcar, agua y limón. Obteniendo una consistencia espesa y cremosa por medio de la cocción.
LUGAR DE ELABORACIÓN	Bogotá, Cundinamarca.
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Aminoácidos, Agua, Carbohidratos, Fibra, Proteínas, Vitaminas A, B,C, E, K
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	Envase de Vidrio de 235 Gramos
CARACTERÍSTICAS	Color: Amarillo Brillante, Consistencia: Cremosa y espesa, Olor y Sabor: Dulce y característico del Mango.
CONSERVACIÓN	Almacenar en lugar fresco y Tapado
FORMULACIÓN	Mango 250 Gramos Azúcar 200 Gramos Limón 1/4 Unidad Agua C/n

TORTAS	
NOMBRE	Torta de Arroz
DESCRIPCIÓN	Es una preparación esponjosa y dulce libre de Gluten, mediante la mezcla de arroz, Huevos, margarina, endulzante, leche entre otros, de tipo artesanal y Orgánico aromatizado con vainilla.
LUGAR DE	Bogotá, Cundinamarca.

ELABORACIÓN																						
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Ácido Fólico, Calcio, Carbohidratos, Fosforo, Hierro, Minerales, Potasio, Proteínas, Vitaminas A, B, D, E.																					
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	Caja de Cartón cuadrada Blanca con tapa 33x33 cm																					
CARACTERÍSTICAS	Color: color amarillo claro Consistencia: Esponjosa, blanda y suave. Olor y Sabor: Dulce y a Vainilla																					
CONSERVACIÓN	Almacenar en lugar fresco y/o refrigeración para mayor tiempo de duración.																					
FORMULACIÓN	<table border="0"> <tr> <td>Arroz</td> <td>400</td> <td>Gramos</td> </tr> <tr> <td>Huevo</td> <td>4</td> <td>Unidad</td> </tr> <tr> <td>azúcar</td> <td>330</td> <td>Gramos</td> </tr> <tr> <td>Mantequilla</td> <td>100</td> <td>Gramos</td> </tr> <tr> <td>Polvo Horneo</td> <td>10</td> <td>Gramos</td> </tr> <tr> <td>Vainilla</td> <td>10</td> <td>Gramos</td> </tr> <tr> <td>Leche</td> <td>250</td> <td>Litro</td> </tr> </table>	Arroz	400	Gramos	Huevo	4	Unidad	azúcar	330	Gramos	Mantequilla	100	Gramos	Polvo Horneo	10	Gramos	Vainilla	10	Gramos	Leche	250	Litro
Arroz	400	Gramos																				
Huevo	4	Unidad																				
azúcar	330	Gramos																				
Mantequilla	100	Gramos																				
Polvo Horneo	10	Gramos																				
Vainilla	10	Gramos																				
Leche	250	Litro																				

TORTAS	
NOMBRE	Mantecada
DESCRIPCIÓN	Es una torta dulce con elaboración artesanal, elaborado a partir de Harina de Maíz, Endulzante, Margarina, Leche, huevos y posterior horneado en molde metálico.
LUGAR DE ELABORACIÓN	Bogotá, Cundinamarca.

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Calcio, Carbohidratos, Calorías, Fosforo, Grasas, Hierro, Potasio, Proteínas, Minerales, Vitaminas A, B, K,		
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	Caja de Cartón 33x33		
CARACTERÍSTICAS	Color: Amarillo claro, con corteza dorada, Consistencia: Miga suave, esponjosa y blanda. Olor y Sabor: Suave, Dulce con esencia.		
CONSERVACIÓN	Almacenar en lugar fresco.		
FORMULACIÓN	Harina de Maíz	570	Gramos
	Azúcar	250	Gramos
	Mantequilla	250	Gramos
	Harina de Trigo	60	Gramos
	Leche	250	Litro
	Huevos	6	Unidad
	Polvo Horneo	8	Gramos
	Esencia	10	Gramos

TORTAS	
NOMBRE	Torta Casera de Coco Orgánica y Vegetariana
DESCRIPCIÓN	Es una torta dulce con preparación simple, con la mezcla de pocos ingredientes a base de Harina de trigo, leche, endulzante orgánico y coco rallado y posterior horneado en molde.
LUGAR DE ELABORACIÓN	Bogotá, Cundinamarca.

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Calorías, Carbohidratos, Minerales, (Calcio, Fosforo, Hierro, Potasio, entre otros) Nutrientes, Vitaminas A, B, C,D E, K,												
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	1.200 gr. Caja de Cartón 30x30												
CARACTERÍSTICAS	Color: claro, con corteza dorada suave, Consistencia: Miga suave, húmeda y blanda. Olor y Sabor: Suave, Dulce y característico del coco.												
CONSERVACIÓN	Almacenar en lugar fresco y/o refrigeración para mayor durabilidad												
FORMULACIÓN	<table border="0"> <tr> <td>Harina de Trigo</td> <td>400</td> <td>Gramos</td> </tr> <tr> <td>Leche</td> <td>400</td> <td>ml</td> </tr> <tr> <td>Azúcar</td> <td>300</td> <td>Gramos</td> </tr> <tr> <td>Coco</td> <td>200</td> <td>Gramos</td> </tr> </table>	Harina de Trigo	400	Gramos	Leche	400	ml	Azúcar	300	Gramos	Coco	200	Gramos
Harina de Trigo	400	Gramos											
Leche	400	ml											
Azúcar	300	Gramos											
Coco	200	Gramos											

TORTAS	
NOMBRE	Torta Invertida
DESCRIPCIÓN	Es una preparación sin gluten con ingredientes orgánicos, a base de Harinas a base de Almendras, Arroz, Avena, Panela y frutas. Preparación de tipo artesanal, orgánica y vegana.
LUGAR DE ELABORACIÓN	Bogotá, Cundinamarca.
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Ácidos Orgánicos, Aminoácidos, Azúcares, Calcio, Carbohidratos, Fibra, Fosforo, Hierro, Minerales, Potasio, Proteínas, Vitaminas A, B, D, E.
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	800 gr - Caja Cartón cuadrada con tapa blanca y líneas

EMPAQUE	celestes 20x20 (6 Porciones aprox.)		
CARACTERÍSTICAS	Color: Amarillo Claro Consistencia: Suave y ligeramente Húmeda. Olor y Sabor: Dulce, suave y a durazno.		
CONSERVACIÓN	Almacenar en lugar fresco.		
FORMULACIÓN	Harina de Avena	30	Gramos
	Harina de Arroz	30	Gramos
	Harina de Almendras	60	Gramos
	Esencia	2	Gramos
	Polvo Horneo	4	Gramos
	Leche Vegetal	150	Litro
	Panela Molida	40	Gramos
	Duraznos	475	Gramos

TORTAS	
NOMBRE	Torta de Zanahoria Orgánica y Vegana
DESCRIPCIÓN	Es una preparación sin gluten con ingredientes orgánicos, a base de Harinas a base de Almendras, Arroz, Avena, Panela y frutas. Preparación de tipo artesanal, orgánica y vegana.
LUGAR DE ELABORACIÓN	Bogotá, Cundinamarca.
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Calcio, Carbohidratos, Calorías, Fibra, Fosforo, Grasas, Hierro, Potasio, Proteínas, Minerales, Vitaminas A, B, C, K.
PRESENTACIÓN Y EMPAQUE	Caja de Cartón Cuadrada Blanca

CARACTERÍSTICAS	Color: Amarillo oscuro. Consistencia: Esponjosa, suave y ligeramente Húmeda. Olor y Sabor: Suave y a esencia.		
CONSERVACIÓN	Almacenar en lugar fresco y/o refrigeración.		
FORMULACIÓN	Avena Molida	300	Gramos
	Azúcar	200	Gramos
	Zanahoria	300	Gramos
	Leche Vegetal	200	Gramos
	Aceite de Coco	120	ml
	Sal	0	Unidad
	Canela	1	Unidad
	Polvo Horneo	10	Gramos
	Esencia	10	ml

5.1.2 Estado de Desarrollo

La presente propuesta se encuentre en estado o fase inicial, en la etapa de la elaboración del Proyecto como Emprendimiento Empresarial.

5.1.3 Descripción del proceso

1. Diagrama de Flujo

Se presenta los diferentes diagramas de Flujo donde se permite ver la secuencia de cada una de las actividades para los principales productos con representación por medio de flujograma Vertical de los siguientes productos: Leche condensada de Soya Vegana (Ver Anexo 2) Mermeladas (Ver Anexo 3), Torta de Arroz (Ver anexo 4), Mantecada (Ver anexo 5), Torta Casera de Coco Orgánica y vegetariana. (Ver Anexo 6).

2. Descripción de cada una de las operaciones o actividades

Proceso de Producción

Para realizar las actividades de elaboración de cada uno de los diferentes productos es necesario realizar la solicitud y recepción de los ingredientes o materia prima, para selección, pesaje y mezclado o batido de los mismos, para posterior horneado o cocción, enfriamiento y empaque.

El proceso de elaboración algunos de los productos cuenta con varios pasos, los cuales se explican a continuación:

Leche de Soya

- **Recepción de la Materia Prima:** Azúcar, Leche de Soya en polvo.
- **Almacenamiento:** de los Ingredientes y envases de vidrio en cuarto de almacenaje.
- **Producción:** En una olla hervir Azúcar y agua a fuego medio-bajo, hasta burbujear y revolver suavemente para diluir el azúcar. Enfriar la mezcla y licuar durante 3 min adicionando lentamente la Leche de soya, agregar esencia (Opcional)
- **Producto Terminado:** Acabado e inspección de la calidad y peso de la crema de leche.
- **Empacado o Envasado:** Rellenar frascos de vidrio previamente esterilizados.
- **Almacenaje:** Temperatura ambiente o Refrigeración para alargar vida útil.
- **Mermeladas**
- **Recepción de la Materia Prima:** Frutas y Verduras (Zanahoria, Naranja, Fresa, Mora, Mango)
- **Almacenamiento:** Almacenamiento en refrigeración de las frutas y verduras.

- **Producción:** Selección de los ingredientes (de mejor calidad), Pesado de las cantidades requeridas, Lavado de las frutas y pelado, cocinar en una olla adicionar azúcar (endulzante) y limón cocinar e ir revolviendo entre 30 a 40 min. Licuar la mezcla o dejar con trozos.
- **Producto Terminado:** Inspección de la calidad y consistencia del Producto requerido.
- **Envasado:** rellenar frasco previamente esterilizados y con tapa,
- **Almacenaje:** En lugar fresco y seco.

Torta de Arroz

- **Recepción de la Materia Prima:** Arroz, Huevo, Azúcar. Mantequilla, Polvo Horneo, Vainilla. Leche (Vaca). + Empaque.
- **Almacenamiento:** estanterías – fresco y seco.
- **Producción:** Selección de los ingredientes, Pesado de las cantidades necesarias. Hidratar arroz en agua mínimo 8 horas, Luego retirar agua y escurrir muy bien. Precalentar horno a 180° C por 15 min. Licuar a velocidad alta: Huevos, Azúcar y aceite (o Margarina a punto pomada) durante 2 min. Agregar y Licuar: arroz y leche durante 5 min. Rellenar molde engrasado. Hornear durante 45 aproximadamente. Enfriar y desmoldar.
- **Producto Terminado:** Decoración (Opcional) e inspección de Calidad según requerimiento.
- **Envasado:** Caja de cartón blanca.
- **Almacenaje:** Lugar fresco y seco (vitrinas) o Refrigeración.

Mantecada

- **Recepción de la Materia Prima:** Harina de Maíz, Azúcar, Mantequilla, Harina de Trigo, Leche, Huevos, Polvo Horneo, Esencia.
- **Almacenamiento:** Cuarto de almacenamiento fresco y seco.
- **Producción:** Selección de los ingredientes y Pesado de las cantidades. Crear Mantequilla con azúcar (Batidora), agregar huevo de a uno, agregar harinas tamizadas (Maíz y Trigo) lentamente, Agregar leche, esencia, polvo horneo y batir dentro de la mezcla. Rellenar molde de aluminio engrasado y hornear a 180°C. Por una hora aprox. Enfriar y desmoldar.
- **Producto Terminado:** Acabado de la torta (Decoración) e inspección de calidad.
- **Envasado:** Empacar en Caja de Cartón blanca 33x33
- **Almacenaje:** Lugar fresco y seco (Vitrina).

Torta casera de Coco Orgánica

- **Recepción de la Materia Prima:** Harina de Trigo, Leche, Azúcar, Coco
- **Almacenamiento:** Estanterías en cuarto de almacenamiento.
- **Producción:** Selección de los ingredientes y Pesado, Mezclar cantidades iguales de Harina, Leche y Azúcar, reposar min 24 horas para formar mezcla esponja, luego agregar y batir a velocidad baja coco rallado (Deshidratado o fresco). Rellenar en molde engrasado y Hornear. Dejar enfriar y luego desmoldar.
- **Producto Terminado:** Acabado, decorar con mermelada (Opcional) y control de calidad, color y textura suave.
- **Envasado:** Guardar en caja Blanca
- **Almacenaje:** Lugar fresco y seco (vitrina) o Refrigeración para mayor vida útil.

3. Diagramas de Tiempos y Movimientos del bien.

Se presenta los diferentes diagramas de tiempos y movimientos para los siguientes productos los cuales son: Leche condensada de Soya Vegana, Mermeladas, Torta de Arroz, Mantecada, Torta Casera de Coco Orgánica y Vegetariana, con los respectivos resúmenes.

Símbolos.

○	Operación
→	Transporte
□	Inspección
D	Demora
▽	Almacenamiento
◻	Combinada

PRODUCTO	Leche Condensada Vegana					
PROCESO	Producción					
ACTIVIDADES	SIMBOLOS					TIEMPOS
	○	□	→	D	▽	
Almacenamiento de los Ingredientes						20 Min.
Alistar Ingredientes						3 min.
Esterilizar Envases de Vidrio						12 Min.
Pesar los Ingredientes						4 Min.
Hervir Agua y Azúcar						8 Min.
Enfriar y Licuar						4 Min.
Adicionar y licuar leche en polvo de Soya						1 Min.
Secado de Envases						3 Min.
Envasar la mezcla						30 s
Almacenamiento.						24 h.
TOTAL	4	-	-	2	2	-
RESUMEN						
ACTIVIDADES	Numero	Tiempo				
Operación	4	3 Min con 20 s				
Inspección	-	0				
Transporte	-	0				
Demora	2	3 Min.				
Almacenamiento	2	4h con 20 Mi				
Combinada	-	0				

PRODUCTO	Mermeladas						
PROCESO	Producción						
ACTIVIDADES	SIMBOLOS					TIEMPOS	
	○	□	⇒	D	▽	◻	
Recepción Materia Prima						16 Min	
Almacenamiento y Refrigeración de Ingredientes.						12 Min	
Almacenamiento de Envases.						1 min	
Alistar Utensilios.						2 min	
Selección de los Ingredientes.						4 min	
Pesado en gramera de Ingredientes.						4 min	
Lavar y Pelar frutas y verdura.						8 min	
Cocinar las diferentes Frutas						35 min	
Esterilizar envases a punto ebullición.						12 min	
Secar los envases.						3 min	
Adicionar Azúcar y Limón a la mezcla.						5s	
Cocinar y Batir la mezcla suavemente.						5 min	
Licuar la mezcla cocida.						2 min	
Envasar y Tapar.						1 min	
Almacenar.						-	
TOTAL	7	-	2	3	3	-	105' con 5"
RESUMEN							
ACTIVIDADES	Numero					Tiempo	
Operación	7					16' con 5s	
Inspección	-					0	
Transporte	2					24 min	
Demora	3					52 min	
Almacenamiento	3					13 min	
Combinada	-					0	

PRODUCTO	Torta de Arroz						
PROCESO	Producción						
ACTIVIDADES	SIMBOLOS					TIEMPOS	
	○	□	⇒	D	▽	□	
Recepción Materia Prima						18 min	
Almacenamiento y Refrigeración de Ingredientes.						14 min	
Alistar Utensilios.						3 min	
Selección de los Ingredientes.						4 min	
Pesado en gramera de Ingredientes.						6 min	
Hidratar Arroz.						8 h	
Retirar el agua del arroz.						1 min	
Precalentar el Horno a 180° C						15 min	
Licuar a V. Alta: Huevos, Azúcar, Grasa.						2 min	
Adicionar y Licuar: Arroz y Leche.						5 min	
Engrasar Moldes.						1 min	
Llevar a Horneo.						20 s	
Enfriamiento						20 min	
Desmoldar						15s	
Empacar.						20s	
Almacenar en Vitrina.						-	
TOTAL	8	-	2	2	-	3	89' con 55''
RESUMEN							
ACTIVIDADES	Numero	Tiempo					
Operación	8	20' con 35''					
Inspección	-	0					
Transporte	2	18' con 20''					
Demora	2	8h con 20'					
Almacenamiento	-	14'					
Combinada	3	17'					

PRODUCTO	Mantecada					
PROCESO	Producción Artesanal					
ACTIVIDADES	SIMBOLOS					TIEMPOS
	○	□	⇒	D	▽	◻
Recepción Materia Prima						18 min
Almacenamiento y Refrigeración de Ingredientes.						14 min
Alistar Utensilios.						3 min
Engrasado de Moldes.						1 min
Selección de los Ingredientes.						4 min
Pesado en gramera de Ingredientes.						6 min
Creumar en Batidora: Mantequilla y Azúcar.						7 min
Adicionar y Batir: Huevos.						15s
Agregar Harinas Tamizadas.						30s
Aadicionar e ir Batiendo: Leche Esencia y Polvo de Horneo						20s
Rellenar Moldes.						10s
Llevar a Horneo a Temperatura de 360°C						1 h
Enfriar.						20 min
Desmoldar						15s
Empacar.						20s
Almacenamiento en Vitrinas.						-
TOTAL	11	-	2	-	2	133' con 110''
RESUMEN						
ACTIVIDADES	Numero	Tiempo				
Operación	11	21' con 110s				
Inspección	-	0				
Transporte	2	1h con 18''				
Demora	-	20'				
Almacenamiento	2	14'				
Combinada	-	0				

PRODUCTO		Torta casera de Coco Orgánica y Veg						
PROCESO		Producción						
ACTIVIDADES	SIMBOLOS						TIEMPOS	
	○	□	⇒	D	▽	◻		
Recepción Materia Prima							10 min	
Almacenamiento de los Ingredientes							14 min	
Alistar Utensilios.							3 min	
Alistar Ingredientes							3 min	
Pesar los Ingredientes							5 min	
Engrasar Moldes Redondos.							3 min	
Mezclar: Leche, Azúcar y Harina							2 min	
Reposar Mezcla.							1 h	
Batir Mezcla a Velocidad Baja.							3 min	
Adicionar y Batido de Coco Rallado.							1 min	
Rellenar Moldes.							10s	
Hornear a 260°C							25 min	
Enfriar Torta.							20 min	
Desmoldar.							15s	
Empacar							20s	
Almacenar en Vitrina.							-	
TOTAL		10	-	2	2	2	-	149' con 45''
RESUMEN								
ACTIVIDADES	Numero	Tiempo						
Operación	10	20' con 45''						
Inspección	-	0						
Transporte	2	35'						
Demora	2	1h con 20'						
Almacenamiento	2	14 min						
Combinada	-	0						

4. programa de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura)

Para el Proceso de producción y brindar alimentos seguros, teniendo en cuenta la “Resolución 2674 del 2013” dentro del Área de trabajo el personal sigue las siguientes Normas básicas de Higiene, tanto para el correcto manejo o manipulación de la materia prima y de los alimentos, y el vestuario a utilizar en el área de trabajo.

Personal Manipulador de Alimentos
--

Haber recibido capacitación, Haber presentado exámenes médicos (Frotis de Garganta, KOH de uñas entre otros), Contar con Carnet de Curso de Manipulación de Alimentos Vigente.

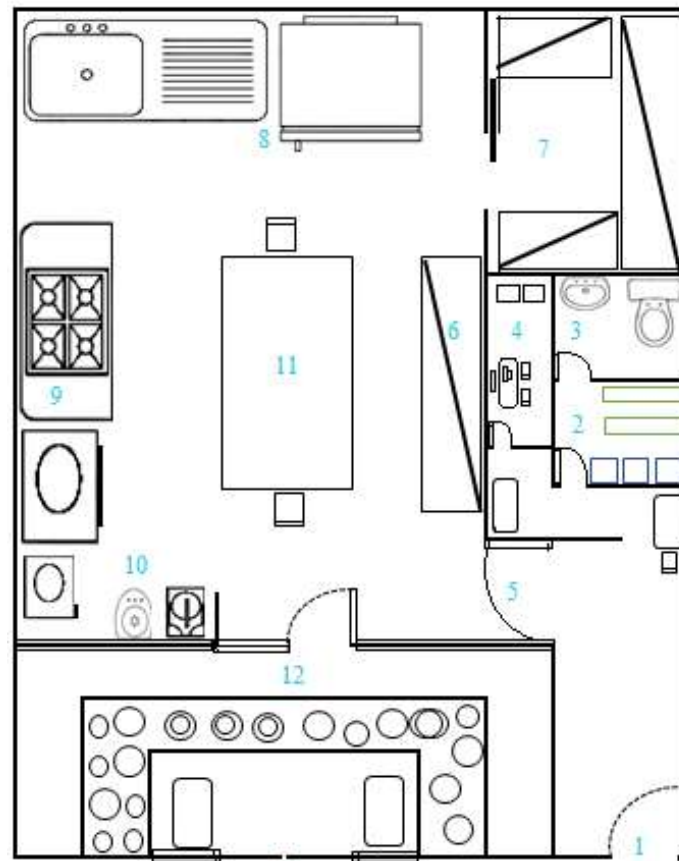
- Higiene personal y limpieza en el área de Trabajo
- Uso de Uniforme Claro, limpio (Delantal, Zapatos cerrados)
- Lavado de manos y de antebrazos con agua y jabón desinfectante, y posterior aplicación de gel Antibacterial.
- Cabello limpio, recogido y cubierto con malla o gorro.
- Usos de tapabocas (Cubriendo Nariz y Boca.)
- Uñas cortas, limpias y sin esmalte.
- No usar accesorios.
- No usar perfume, ni maquillaje.

Equipos y Utensilios

- Lavado de con agua potable antes y después de cada preparación.
- Lavado y desinfectado de superficies de corte y elaboración, antes y después de cada preparación.
- Secado y Almacenamiento después de ser utilizado.

5. Diseño de planta o instalaciones

Plano de la distribución física de la planta de producción y punto de venta con sus diferentes áreas, donde la distribución se reparte en los siguientes porcentajes: 60% Área de Producción, 25% Área de Ventas y 15% Área de Administrativa y Personal.



Fuente: Sandra Pacacira ¹³

La planta consta de:

1. Entrada Principal y de Materia Prima,
2. Área de Personal (Casilleros)
3. Baño,
4. Área Administrativa (Oficina).
5. Entrada Área Producción.
6. Sección de Terminado y Entrega (al Área de Ventas)
7. Cuarto de Almacenamiento y Refrigeración,
8. Sección de Lavado,
9. Sección de Cocción,
10. Sección de Amasado y batido,
11. Sección de Ensamble y empaque,

12. Área de ventas (Almacenamiento Final).

13. Entrada de Clientes.

5.1.4 Necesidades y requerimiento

Para la producción de los productos de repostería se requieren tanto obra manual como de utensilio y equipos. Se Establecen las necesidades y requerimientos del proyecto teniendo en cuenta las características por medio de Fichas técnicas de cada una de las necesidades y requerimientos.

Fichas técnicas de cada necesidad y requerimiento

En la siguiente tabla se realiza descripción de las necesidades y requerimientos como: Equipos, Herramientas, Mobiliario, oficina y equipo de cómputo, la materia prima e insumos, material publicitario y promocional, las adecuaciones para las instalaciones, elementos de aseo y la mano de Obra requerida. Requerimientos mínimos para los procesos de elaboración de cada uno de los productos presentando el Valor Unitario (Gramos), cantidades y el Valor total.

MAQUINAS Y EQUIPOS			
Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Batidora Manual	2	\$ 49.900	\$ 99.800
Batidora Clásica 6 Velocidades	2	\$ 199.900	\$ 399.800
Estufa Con Horno (Gas) 4 puestos	2	\$ 379.900	\$ 759.800
Gramera Digital	2	\$ 20.000	\$ 40.000
Horno Microondas 20 Lt	1	\$ 179.900	\$ 179.900
Horno Tostador (26 lt)	2	\$ 249.900	\$ 499.800
Licuada (1.5 lt)	2	\$ 49.900	\$ 99.800
Refrigerador (250 Lt)	1	\$ 741.600	\$ 741.600
TOTAL			\$ 2.720.700

HERRAMIENTAS			
Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Bailarina Pastelera	6	\$ 69.900	\$ 419.400
Bandeja Circular (Exhibidora)	12	\$ 15.600	\$ 187.200
Bandeja Cuadrada (Exhibidora)	12	\$ 16.000	\$ 192.000
Colador Plastico	4	\$ 1.500	\$ 6.000
Cortador de Pizza	2	\$ 11.000	\$ 22.000
Chocolatera 250	4	\$ 5.000	\$ 20.000
Chocolatera 500	4	\$ 10.000	\$ 40.000
Chocolatera 1 L	4	\$ 18.000	\$ 72.000
Cucharas de Madera (12" Y 15")	6	\$ 7.000	\$ 42.000
Cuchara Postre	12	\$ 1.500	\$ 18.000
Cuchara Sopa	12	\$ 1.200	\$ 14.400
Cuchillo	4	\$ 3.000	\$ 12.000
Cuchillo de Sierra	2	\$ 11.000	\$ 22.000
Espatula de Goma	2	\$ 12.900	\$ 25.800
Espatula Angular 11 cm	2	\$ 18.500	\$ 37.000
Limpión	12	\$ 1.500	\$ 18.000
Manga Decoradora	2	\$ 12.000	\$ 24.000
Mesón de Trabajo	2	\$ 250.000	\$ 500.000
Olla	4	\$ 25.000	\$ 100.000
Placas de aluminio	5	\$ 160.000	\$ 800.000
Roldillo de madera	2	\$ 10.000	\$ 20.000
Rallador	3	\$ 5.500	\$ 16.500
Sarten	4	\$ 12.000	\$ 48.000
Tazón Grande	6	\$ 11.900	\$ 71.400
Tazón Pequeño	6	\$ 7.000	\$ 42.000
Tazas Medidoras	3	\$ 13.890	\$ 41.670
Tenedor	12	\$ 1.200	\$ 14.400
Tijera de Cocina	2	\$ 10.000	\$ 20.000
Moldes			
Aluminio Pequeño	5	\$ 8.000	\$ 40.000
Aluminio Mediano	6	\$ 10.000	\$ 60.000
Cuadrado	5	\$ 12.500	\$ 62.500
Rectangular	6	\$ 8.000	\$ 48.000
Muffins	6	\$ 20.400	\$ 122.400
Tortas	6	\$ 12.000	\$ 72.000
Bolsas			\$ -
Fique 1.00 cm x 1.00 cm	12	\$ 12.000	\$ 144.000
Tela 1.00cm x 1.50 cm	12	\$ 6.500	\$ 78.000
TOTAL			\$ 2.452.070

MOBILIARIO			
Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio Archivador	1	\$ 239.900	\$ 239.900
Extintor ABC 10 Lb	1	\$ 46.000	\$ 46.000
Sillas	2	\$ 42.900	\$ 85.800
Botiquin Basico	1	\$ 15.000	\$ 15.000
			\$ 386.700
EQUIPOS DE COMPUTO Y OFICINA			
Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador (Portatil Lenovo)	1	\$ 789.900,0	\$ 789.900,0
Telefono Alambrico Negro	1	\$ 38.000,0	\$ 38.000,0
			\$ 827.900,0
MATERIA PRIMA			
Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Frutas Orgánicas:			
Banano 500 Gramos	12	\$ 800	\$ 9.600
Curuba, 500 Gramos	12	\$ 2.700	\$ 32.400
Durazno, 500 Gramos	12	\$ 5.200	\$ 62.400
Coco, und	12	\$ 7.600	\$ 91.200
Fresa, 1000 Gramos	12	\$ 13.000	\$ 156.000
Mango Dulce, 500 Gramos	12	\$ 2.885	\$ 34.620
Mora, 500 Gramos	12	\$ 4.600	\$ 55.200
Naranja 500 Gramos	12	\$ 2.840	\$ 34.080
Limón Und	12	\$ 500	\$ 6.000
Verduras			
Remolacha Orgánica, 500 Gramos	12	\$ 2.700	\$ 32.400
Zanahoria Orgánica, 500 Gramos	12	\$ 3.795	\$ 45.540
Zanahoria, 500 Gramos	12	\$ 1.900	\$ 22.800

Frutos secos - Cereales				
Ajonjolí. 250 Gramos	24	\$	4.000	\$ 96.000
Almendras Orgánica 500 Gramos	24	\$	4.825	\$ 115.800
Arroz Orgánico (Blanco e Integral)	24	\$	2.500	\$ 60.000
Arroz Tradicional 500 Gramos	24	\$	1.400	\$ 33.600
Avena Orgánica 500 Gramos	24	\$	3.500	\$ 84.000
Avena Tradicional 500 Gramos	24	\$	1.700	\$ 40.800
Quinoa Orgánica 700 Gramos	24	\$	12.900	\$ 309.600
Harinas:				
Harina de Coco Orgánico	12	\$	25.900	\$ 310.800
Quinoa Orgánica 500 Gramos	24	\$	5.800	\$ 139.200
Trigo Integral Orgánica 500 Gr	24	\$	2.200	\$ 52.800
Trigo Orgánica 500 Gramos	24	\$	2.300	\$ 55.200
Trigo Tradicional 500 Gramos	24	\$	1.800	\$ 43.200
Maíz 500 Gramos	24	\$	4.500	\$ 108.000
Leche Soya Polvo Tradicional 750	24	\$	21.900	\$ 525.600
Lácteos				
Leche 1000 Litro	5	\$	1.800	\$ 9.000
Endulzantes				
Azúcar 850 Gramos	24	\$	4.040	\$ 96.960
Miel 375 Litro	24	\$	16.250	\$ 390.000
Panela 500 Gramos	24	\$	2.800	\$ 67.200
Panela Pulverizada 500 Gramos	24	\$	3.600	\$ 86.400
Endulzante de Agave 330 Gramos	24	\$	23.500	\$ 564.000
Grasas y/o Aceites				
Aceite de Coco 225 Litro	12	\$	23.300	\$ 279.600
Mantequilla Clarificada 120 Gramo	12	\$	6.800	\$ 81.600
Margarina De Canola 454 Gramos	12	\$	8.140	\$ 97.680
Mantequilla Vegetal 450 Gramos	12	\$	7.300	\$ 87.600
Cacao Molido 150 Gramos	12	\$	5.000	\$ 60.000
Huevo				
Huevo Orgánico x 30	2	\$	17.500	\$ 35.000
Huevo Tradicional x 30	2	\$	9.300	\$ 18.600
INSUMOS				
Ítem	Cantidad		Valor Unitario	Valor Total
Carpeta Plastica	2	\$	3.000	\$ 6.000
Esferos Tinta Negra	2	\$	800	\$ 1.600
Resaltador Redondo	1	\$	2.500	\$ 2.500
Resma de Papel Carta	1	\$	8.500	\$ 8.500
Sobres Acetato	12	\$	450	\$ 5.400
\$				24.000

MATERIA PUBLICITARIO Y PROMOCIONAL			
Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Esferos (Cargaroo Styles)	30	\$ 2.438	\$ 73.140
Flyer (1/2 carta)	1.000	\$ 80,00	\$ 80.000
Tarjetas	1.000	\$ 35,00	\$ 35.000
Redes Sociales	1	\$ 1.000	\$ 1.000
Mugs	50	\$ 5.500	\$ 275.000
ADECUACIONES DE INSTALACIONES			
Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Vitrina Mostrador: Cuadrada de 1.2	2	\$ 4.400.000	\$ 8.800.000
Estantería Bricol Metálica Blanca (C)	4	\$ 149.900	\$ 599.600
Mano de Obra remodelación	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Mesón Acero Inoxidable	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000
ASEO			
Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Bolsa Basura Negra x 12	2	\$ 1.500	\$ 3.000
Cepillo Vanyplas	2	\$ 3.500	\$ 7.000
Cloro 1 L	4	\$ 1.500	\$ 6.000
Delantal Blanco	4	\$ 12.500	\$ 50.000
Detergente Top Terra 1000 gr	2	\$ 7.400	\$ 14.800
Escobas	2	\$ 5.500	\$ 11.000
Esponjas x 3	1	\$ 2.900	\$ 2.900
Gel Antibacterial 1 L	2	\$ 18.000	\$ 36.000
Jabón Barra x 3	1	\$ 5.400	\$ 5.400
Jabón Liquido Manos 1 L	3	\$ 5.200	\$ 15.600
Lvaloza Top Terra 1 L	2	\$ 7.800	\$ 15.600
Recogedor	2	\$ 5.900	\$ 11.800
Trapero	2	\$ 6.000	\$ 12.000
Toallas de papel	4	\$ 2.100	\$ 8.400
MANO DE OBRA			
Perfil	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Auxiliar de Panadería	2	\$ 737.717	\$ 1.475.434
Auxiliar de Ventas	1	\$ 737.717	\$ 737.717

Fuente: Autor.

A continuación se presentan las cotizaciones de algunas de las necesidades y requerimientos. Debido a la gran cantidad de Ítems cotizados, se presenta las cotizaciones o

(evidencias) mínimos que son requeridos (la mayoría con imagen del producto) para la empresa en la parte de producción y comercialización.

- Máquinas y equipos



Hamilton beach
Batidora Clásica 6 velocidades

\$199.900 UND



Abba
Estufa de Piso 51 cm con Horno Negro Gp AT101-5N

\$379.900 UND



Frigidaire
Microondas Digital 20Lt
Blanco

SKU: 328996

\$179.900 UND



Black&Decker
Horno Tostador 26 Lt
TO3260XSBD

\$249.900 UND



Licuadora 4 Velocidades+pulso -
FC-309

AVIVA

\$49.900



Recco
Batidora Turbo

SKU: 242749

\$49.900 UND



Balanza Gramera Digital De Cocina
Con Plato 7 Kilos

ELECTRONIC

\$16.900



Balancita para pasteles
\$ 69.900



Bandeja Circular Avant
\$15.600
Bandeja plástica circular para exponer todos sus recetas



Bandeja Cuadrada Avant
(2Lb) 43.5x43.5cms
\$16.000
Bandeja plástica para exponer todos sus recetas

Tel: (571) 533 5830 Bogotá-Colombia. Lunes - Viernes 8:30am - 6:30pm. Sábados: 9:00am - 12:00pm.



BOWL POMPEI 1.25 OZ.

BORMIOLI ROCCO GLASS

\$4.000



CUCHARA BAMBÚ 15"

NOFPRO

\$7.000,00



CUCHARA BAMBÚ 12"

NOFPRO

\$7.000,00



Taza Medidora 1 l

\$13,890



Tazón No.1 Blanco \$11.990

- Materia Prima

Mango de azúcar o común x libra

\$ 2.885

Mango común, 500 gramos empacados en malla



Naranja Tangelo
malla x 8 libras
\$ 23.075



Mora x libra
\$ 4.850



FRESA - FRESÓN ORGÁNICO x KG -
FRUTAS ORGÁNICAS

COP 13.000

COP 13.000 por KILLO



HUEVOS ORGÁNICOS x (30) CUBETA-
MISCELÁNEOS ORGÁNICOS

COP 17.500

COP 17.500 por CUBETA (30 Huevos)

DURAZNO ORGÁNICO x Lb - FRUTAS
ORGÁNICAS

COP 5.200

COP 5.200 por LIBRA

LIMÓN ORGÁNICO X LIBRA -
FRUTAS ORGÁNICAS

COP 3.400

COP 3.400 por LIBRA

ZANAHORIA ORGÁNICA x Lb -
VERDURAS ORGÁNICAS

COP 3.750

COP 3.750 por LIBRA

COCO ORGÁNICO x UNIDAD - FRUTAS
ORGÁNICAS

COP 7.600

COP 7.600 por UNIDAD



MANTEQUILLA VEGETAL 450GR

Fabricante: El Manjar

Tipo de Envío: Solo Domicilios en
Bogotá

Existencia: Disponible

Precio: \$7,300 IVA Incluido



ACEITE DE COCO MONTERRA 225ML

Fabricante: Monterra

Tipo de Envío: Envío Nacional,
Domicilios Bogotá

Existencia: Disponible

Precio: \$23,300 IVA Incluido



HARINA DE COCO ORGÁNICO 500G

Fabricante: A de Coco

Tipo de Envío: Envío Nacional,
Domicilios Bogotá

Existencia: Disponible

Precio: \$25,900 IVA Incluido

Ghee (mantequilla clarificada)

\$ 6,800

120 gr

Ghee, también conocido como oro líquido, hecho artesanalmente por Patricia en Subachoque de mantequilla fresca



Harina orgánica

(1 valoración de cliente)

\$ 2,300

1 lb

De trigo cultivado y procesado en Nariño, para todas las preparaciones de masas, tortas y panes.

Arroz

\$ 2,500

1 lb

Producido en Loricá Córdoba por pequeños productores agroecológicos de la región, y enviado por Bety, integrante de una de las organizaciones



Miel (1/2 botella)

\$ 16,250

375 ml

Pura miel de abejas de las colmenas atendidas por don Arturo ubicadas en Cachipay y en municipios de Cundinamarca. Cuidadas durante todo el año, sin ser sobre explotadas, la miel que producen depende de la floración de cada sector y cada temporada.



BEBIDA DE SOYA EN POLVO SOYSPECIAL NATUTAL 1000g

Código: 149552

Precio con IVA \$ 21.900,00

Adecuaciones mínimas de la instalación.



Estantería Bricol
Metálica blanca
\$ 149.900

Mesa MPAN230 \$ 250.000



Ref. Cotización

Dando respuesta a su amable solicitud me permito cotizarle los siguientes equipos nacionales e importados por nuestra firma.

CANT	CARACTERISTICAS	VALOR
1	VITRINA MOSTRADOR AMBIENTE: modelo cuadrada de 1.25Mtrs de ancho x 1.35m de alto estructura y base en acero, vidrio plano de seguridad, con 2 entrepaños 3 espacios frente y soportes con dilatadores, iluminación en led vidrios laterales en 10mm.	\$ 4.400.000

Gracias por la atención prestada y en espera de una respuesta favorable al respecto.

Cordialmente,

LUZ MARINA ROJAS G
MAQUIN DE COLOMBIA S. EN C.
NIT. 830.128.609 - 7
 Móvil 3124342373 Tel. 6602032 **FOTO ANEXA**

5.1.5 Plan de Producción.

Se planea contratar a Dos Personas encargadas de la Elaboracion de los Productos (Pastelero Repostero Jefe y Pastelero Auxiliar). Teniendo en cuenta que la mano de Obra Trabajo real será del 85% (otras actividades) del tiempo laboral de turno de 8 Horas, Diarias, 6 días a la semana en 26 días laborales, y los tiempo de producción por cada unidad de producto.

Se presenta el plan de producción la producción mínima en unidades a elaborar en una hora, Días (8 Horas), Semana (6 Días), Mes (26 Días), y las cantidades mínimas requeridas para un trimestre y semestre, planeando la producción a un año y a cinco años.

Tabla 11 Plan de Producción

PRODUCTOS	Hora	Día	Semana	Mes	Trimestre	Semestre	Año	5 Años
Leche Condensada de Soya	2	16	96	2496	7488	14976	29952	149760
Mermeladas	0,8	6	38	998	2995	5990	11981	59904
Trota de Arroz	1	9	53	1373	4118	8237	16474	82368

Mantecada	0,6	5	29	749	2246	4493	8986	44928
Torta Casera de Coco Org	1,3	10	62	1622	4867	9734	19469	97344

Fuente: Autor.

5.2 Costos de producción:

Tablas para cada unidad de los siguientes productos:

Tabla 12. Costos por unidad de producto

COSTOS UNITARIOS			
COSTO	(Leche condensada)	(Torta de arroz)	(Torta de coco Orgánica)
Insumos	\$ 4.760	\$ 11.786	\$ 9.656
Mano de obra	\$ 737.717	\$ 737.717	\$ 737.717
Prestaciones mano de obra	\$ 205.549	\$ 205.549	\$ 205.549
Aportes patronales	\$ 96.036	\$ 96.036	\$ 96.036
Comisión de Venta	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios públicos	\$ 200.500	\$ 243.000	\$ 243.000
Empaque	\$ 1.130	\$ 1.750	\$ 1.500
TOTAL	\$ 1.245.692	\$ 1.295.838	\$ 1.293.458

Fuente: Sandra Pacacira.

Tabla 13. Consumo por unidad de producto año 1,

Se presentan las tablas de consumo para los siguientes Productos: Leche condensada de Soya, Torta de Arroz y Torta Casera de Coco Orgánica.

PRODUCTO 1	(Leche condensada)			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unit.	Vr. Unit. Compra Año 1	costo Año 1
Leche de Soya	Gramos	180	\$ 4.080	\$ 5.573.280

Azúcar	Gramos	150	\$ 630	\$ 860.580
Esencia	Unidad	5	\$ 50	\$ 68.300
Agua	ml	236	\$ 0	\$ 0
Envase de Vidrio	ml	1	1130	\$ 1.543.580

Fuente: Autor.

PRODUCTO 2	(Torta de arroz)			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unit.	Vr. Unit. Compra Año 1	costo Año 1
Arroz Orgánico (Blanco)	500 Gramos	400	\$ 2.000	\$ 1.780.000
Huevo	Unidad	4	\$ 2.333	\$ 2.076.667
azúcar	850 Gramos	330	\$ 1.386	\$ 1.233.540
Mantequilla	Gramos	100	\$ 5.417	\$ 4.820.833
Polvo Homeo	Gramos	10	\$ 100	\$ 89.000
Vainilla	Gramos	10	\$ 100	\$ 89.000
Leche	Litro	250	\$ 450	\$ 400.500
Caja Blanca	33x33	1	\$ 1.750	\$ 1.557.500

Fuente: Sandra Pacacira.

PRODUCTO 3	(Torta casera de coco Orgánica)			
MATERIAS PRIMAS O INSUMOS	Unidad	Cantidad consumo unit.	Vr. Unit. Compra Año 1	costo Año 1
Harina de Trigo	Gramos	400	\$ 1.760	\$ 1.900.593

Leche	Litro	400	\$ 720	\$ 777.515
Azúcar	Gramos	280	\$ 1.176	\$ 1.269.942
Coco	Gramos	180	\$ 6.000	\$ 6.479.295
Caja Blanca	30x30	1	\$ 1.500	\$ 1.619.824

Fuente: Autor.

Tabla 14. Capacidad mano de obra

Se presenta la capacidad de mano de obra, en rendimiento de unidades diarias en un turno de 8 horas diarias laborales de cada empleado para tres de los productos, y el salario a devengar anualmente cada operario.

CAPACIDAD MANO DE OBRA (Unidad/ Hombre /Turno)	Rendimiento Unidades/día	REQUERIMIENTO DE PERSONAL (Contrato Laboral)	
		Cargo 1	Cargo 2
Leche Condensada de Soya	16	8	8
Torta de Arroz	9	5	4
Mantecada	5	3	3
Salario Integral por Persona (Anual)		\$ 8.852.604	\$ 8.852.604

Fuente: Sandra Pacacira

5.3 Infraestructura

Se relaciona las herramientas a utilizar dentro del proceso de producción y el mobiliario para la parte administrativa y de gestión, en el cual se indica el costo unitario de adquisición.

Tabla 15 Costos de inversión

A continuación se presentan los costos de inversión que corresponde a la infraestructura de producción, en donde se tiene en cuenta el Local y las remodelaciones o adecuaciones necesarias para el funcionamiento, los equipos y herramientas mínimos requeridos para el

desarrollo de las actividades en el área de producción, y finalmente los muebles y enseres para el área administrativa.

COSTO DE INVERSION (infraestructura producción)	Valor
Local,	\$ 700.000
Remodelación y adecuaciones	\$ 1.300.000
Equipos	
Batidora Manual	\$ 99.800
Batidora Clásica 6 Velocidades	\$ 399.800
Estufa Con Horno (Gas) 4 puestos	\$ 759.800
Gramera Digital	\$ 40.000
Horno Microondas 20 Lt	\$ 179.900
Horno Tostador (26 lt)	\$ 499.800
Licuadaora (1.5 lt)	\$ 99.800
Refrigerador (250 Lt)	\$ 741.600
Herramientas	
Bailarina Pastelera	\$ 419.400
Bandeja Circular (Exhibidora)	\$ 187.200
Bandeja Cuadrada (Exhibidora)	\$ 192.000
Colador Plástico	\$ 1.500
Cortador de Pizza	\$ 11.000
Chocolatera 250	\$ 5.000
Chocolatera 500	\$ 10.000
Chocolatera 1 L	\$ 18.000

Cucharas de Madera (12" Y 15")	\$ 7.000
Cuchara Postre	\$ 1.500
Cuchara Sopa	\$ 1.200
Cuchillo	\$ 3.000
Cuchillo de Sierra	\$ 11.000
Espátula de Goma	\$ 12.900
Espátula Angular 11 cm	\$ 18.500
Limpión	\$ 1.500
Manga Decoradora	\$ 12.000
Mesón de Trabajo	\$ 250.000
Olla	\$ 25.000
Placas de aluminio	\$ 160.000
Rodillo de madera	\$ 10.000
Rallador	\$ 5.500
Sartén	\$ 12.000
Tazón Grande	\$ 71.400
Tazón Pequeño	\$ 42.000
Tazas Medidoras	\$ 41.670
Tenedor	\$ 1.200
Tijera de Cocina	\$ 10.000
Moldes	
Aluminio Pequeño	\$ 8.000
Aluminio Mediano	\$ 10.000
Cuadrado	\$ 12.500
Rectangular	\$ 8.000

Muffins	\$ 20.400
Tortas	\$ 12.000
Muebles y enseres	
Escritorio Archivador	\$ 239.900
Extintor ABC 10 Lb	\$ 46.000
Sillas	\$ 42.900
Botiquín Básico	\$ 15.000
Computador (Portátil Lenovo)	\$ 789.900
Teléfono Alámbrico Negro	\$ 38.000
TOTAL INVERSION INFRAESTRUCTURA	\$ 6.432.870
PRODUCTIVA	

Fuente: Autor.

En el anterior cuadro se enlista los ítems requeridos para la infraestructura productiva y su correspondiente valor, el cual se obtiene una Inversión total de \$ 6.432.870 para el correcto funcionamiento de las actividades.

6. MODULO ORGANIZACIONAL

6.1 Estrategia organizacional

Se presenta el análisis interno y externo de la organización por medio de una Matriz DOFA.

Tabla 16 Análisis D.O.F.A.

DEBILIDADES	FORTALEZAS
1 – Empresa Nueva en el mercado actual. / Inexperiencia dentro del mercado.	1 – Productos libres de Químicos y algunos sin Ingredientes: Carne o grasa animal.
2 –El portafolio de productos no es muy amplio en comparación con la competencia.	2 – Productos sobre pedidos con Producción artesanal/ Pedidos Personalizados.
3 –Apertura con un solo punto de venta. / Inestabilidad económica inicial.	3 – Servicio al cliente personal/ Medios electrónicos. / Mejoramiento Ambiental.
OPORTUNIDADES	AMENZAS
1 - Crecimiento en el mercado y consumo de los productos Orgánicos (Panadería y pastelería).	1 – Mayor Competitividad de los establecimientos con años de antigüedad. Nuevos Competidores
2 – Distribución inicial desde Punto de Venta – Posibilidad de ser Empresa proveedora de una empresa o Cadenas de Mercado.	2 – Baja aceptación o poco interés de los consumidores para adquirir los productos.
3 – Materia prima Fresca y local para la producción de productos adicionales a los ofertados.	3 – Escases de Materia prima por factores económicos y medioambientales causando alto precio para la adquisición.

Fuente: Sandra Pacacira

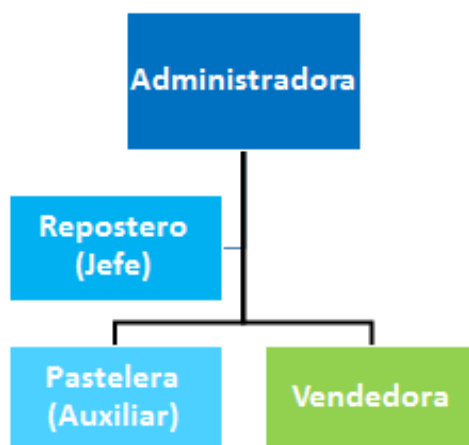
Tabla 17 Análisis DOFA –FODA

Con base al análisis realizado con la Matriz DOFA, se construya la matriz FODA cruzada, donde se establecen las estrategias y la mitigación de los impactos.

FODA	OPORTUNIDADES O1 O2 O3	AMENZAS A1 A2 A3
FORTALEZAS	FO (Max, Max)	FA (Max, Min)
F1	Crecimiento de la empresa dentro mercado de alimentos Orgánicos.	Confiabilidad de los clientes, teniendo el factor Precio de los Alimentos Orgánicos como estrategia diferenciadora respecto a la Competencia.
F2	Recepción de Pedidos personalizados y en el futuro establecer alianzas con empresas.	Personalización de los Productos para las personas en corto tiempo e Informando los beneficios de los productos - Aumentando el interés en la compra.
F3	Personal Capacitado en el manejo de Materia Prima y proceso de Producción de cualquier producto repostero.	Trabajadores Capacitados en el uso responsable de los recursos - Reducción de costos innecesarios evitando el desperdicio de Ingredientes.
DEBILIDADES	DO (Min, Max)	DA (Min, Min)
D1	Prestar un servicio con precios más bajos a los de la competencia permitiendo el crecimiento en la producción	Aumento de la Publicidad física y virtual a varios mercados metas. Incluyendo Empresas e Instituciones Educativas
D2	Ampliar el Portafolio de Productos de acuerdo a los gustos de los clientes en General de manera progresiva.	Diseño de Nuevos Productos y aumento de la capacidad de producción- Productos a Domicilio
D3	Establecer alianzas con los proveedores para evitar escases de materia prima y alianza con futuros clientes.	Diseño de Tienda Virtual / Contratos directo con los Productores - Evitando la escases de algunos ingredientes.

6.2 Estructura organizacional

Organigrama Vertical de la Organización, el cual presenta la estructura jerárquica.



Fuente: Sandra Pacacira

Tabla 18 Estructura Organizacional

A continuación se presenta la Estructura Organizacional dentro de la empresa, se menciona el cargo a ocupar, las funciones a ejecutar

CARGO	FUNCIONES	PERFIL
Administrador punto de venta	Planificar, Organizar, controlar las Actividades y Estrategias. Promoción de los productos con otras empresas- Distribución Recursos financieros según presupuesto, RRHH y logísticos de punto de venta.	Administrador De Empresas.
Repostero/ Pastelero	Recepción Pedidos, Calcula las cantidades, Asigna la Materia prima y Elabora los productos de acuerdo a la orden de producción solicitada, Entrega los productos pedidos.	Pastelera O Repostera.

Auxiliar de Pastelería/ Repostería	Asiste al Pastelero, Alista Ingredientes y organiza productos, Horneo, Limpieza y demás actividades de acuerdo al objeto de la empresa.	Auxiliar de Pastelería o Pastelera
Vendedora/ Varios	Atención a Clientes, distribución de los productos y mantenimiento del área, Entrega de los productos al cliente, Ofrecer información de productos.	Vendedora, Auxiliar de ventas, Impulsadora

Fuente: Autor.

6.3 Aspectos Legales

Con número de empleados: Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores, Con Activos Totales por valor de inferior a quinientos (500) SMMLV

Se considera a la compañía como una microempresa, ya que su personal es inferior a 10 trabajadores y los activos son inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes

- **Tramites comerciales:**

- **Tipo de Empresa,** Microempresa:
- **Clasificación CIU** 1081 (Elaboración de productos de panadería)
- **Tipo de sociedad que se constituirá** Unipersonal con las siguientes
- **Características,** Formada por un único socio quien tomas las decisiones de la empresa.
- **Tramites paso a paso para el proceso de creación de la futura empresa en la cámara de comercio,** la Cámara de Comercio de Bogotá menciona los siguientes Pasos para constituir una empresa como Persona Natural:

1. **Asesoría:** para Idea de negocio o plan de empresa con el apoyo del Centro de Emprendimiento "Bogotá Emprende", en donde realizan orientación especializada acerca de las actividades que va a desarrollar la empresa.
 2. **Consultas:** Realizar las consultas antes de diligenciar los formularios en las diferentes Entidades los cuales son:
 3. **RUT:** RUT Registro Único Tributario.
 4. **Formularios:** Registro Único Empresarial y Social (RUES).
 5. **Formalización:** Registro Matrícula Mercantil Cámara de Comercio de Bogotá.
- **Tramites Tributarios:**
 - **Régimen común y sus características,** Es el Impuesto a las ventas grabados con el IVA como persona Natural (no se cumple con los requisitos para pertenecer al régimen simplificado). Inscripción en el Registro y llevar la Contabilidad, inscribir los *“Libros de contabilidad o Libros de comercio.”* inscripción al RUT, Expedición de la Factura según los requisitos que se establecen en el *“Artículo 617 del Estatuto tributario”*. Declaración del IVA *“bimensualmente o cuatrimestralmente”*, entre otras declaración como *“Retención en la fuente y la del Impuesto de renta”*
 - **pre RUT,** Es la inscripción del RUT ante la DIAN, donde asignan el NIT provisional.
 - **RUT,** Permite la clasificación, ubicación y de las Personas y entidades en calidad de contribuyentes y no contribuyentes. La inscripción se hace con diligenciamiento del formulario por Internet, y los requisitos son la Cedula de Ciudadanía y el formulario completo.
 - **Impuestos nacionales: IVA,** Impuesto Sobre las Ventas para la distribución de los productos es del dieciséis por ciento (16%),

- **impuestos distritales Reteica**, la empresa realiza actividades de fabricación de productos alimenticios, Es el descuento que se hace al comprador al momento de pagar, como vendedor (Régimen Común) se debe realizar la consignación en las fechas establecidas en la ciudad de Bogotá.
- **ICA**, Es el Impuesto directo de Industria y comercio, Avisos y Tableros, con anterior inscripción al RIT, calculando el impuesto de acuerdo al decreto 352 de 202 del Estatuto Tributario de Bogotá.
- **Avisos y Tableros**, es el impuesto que se debe pagar para la instalación de avisos en el espacio público para promocionar el establecimiento.
- **Trámites de seguridad social y laboral:**
 - **Afiliación a salud**, 8,5% Empleador y 4,0% Empleado.
 - **fondo de pensiones y cesantías**, 12% Empleador y 4,0% Empleado.
 - **ARL**, Riesgo I: \$ 4,078
 - **Caja de compensación**, Correspondiente al 4%.
 - **Parafiscales**, correspondiente a SENA 2%, ICBF 3%

6.4 Costos Administrativos

En la tabla Se presenta los gastos de personal correspondiente a la nómina del año 1, que integrara la empresa. Con el presupuesto de Nomina, incluyendo salarios, carga prestacional y seguridad social correspondiente a un año.

Tabla 19. Presupuesto de la nómina año 1 (2017)

Cargo	Cant.	Sueldo (Básico por Empleado)	Aux. Transp.	Total Sueldos	TOTAL	Total Salarios	Vr Anual
Administra	1	\$ 1.000.000	\$ 83.140	\$ 1.083.140	\$ 2.575.089	\$ 2.575.089	\$ 30.901.063
Operarias	2	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 1.641.714	\$ 2.764.156	\$ 5.528.312	\$ 66.339.745

Vendedora	1	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 820.857	\$ 1.943.299	\$ 1.943.299	\$ 23.319.589
TOTAL	4	\$ 2.475.434	\$ 249.420	\$ 3.545.711	\$ 7.282.544	\$ 10.046.700	\$ 120.560.397

CARGA PRESTACIONAL					
	4,00%	9,29%	9,29%	4,17%	12,00%
Caja de compensación		Cesantías	Primas	Vacaciones	Intereses cesantías
\$ 40.000		\$ 92.905	\$ 92.905	\$ 41.670	\$ 11.149
\$ 29.509		\$ 68.538	\$ 68.538	\$ 30.741	\$ 8.225
\$ 29.509		\$ 68.538	\$ 68.538	\$ 30.741	\$ 8.225
\$ 99.017		\$ 229.980	\$ 229.980	\$ 103.151	\$ 27.598
SEGURIDAD SOCIAL					
Empleador	Empleado	Empleador	Empleado		
8,50%	4,00%	12,00%	4,00%		0,52%
Salud		Pensiones		Riesgos	
\$ 85.000	\$(40.000)	\$ 120.000	\$ (40.000)	\$ 5.180	
\$ 62.706	\$(29.509)	\$ 88.526	\$ (29.509)	\$ 3.821	
\$ 62.706	\$(29.509)	\$ 88.526	\$ (29.509)	\$ 3.821	
\$ 210.412	\$ (99.017)	\$ 297.052	\$ (99.017)	\$ 12.823	

Fuente: Autor.

Inicialmente la empresa contempla la contratación de cuatro empleadas y el pago de la nómina del siguiente personal: Administradora, Dos Operarias de Producción (pasteleras) y Vendedora. En donde se tiene en cuenta las prestaciones de Ley (Auxilio de Transporte de \$ 83.140, Salud, fondo de pensiones y cesantías, ARL, entre otros), para un total de salarios Mensuales de \$ 4.859.275, siendo un total de \$ 58.311.297 anuales.

Tabla 20 Gastos administrativos

En la siguiente tabla se presenta los gastos por concepto de administración correspondientes a 1 año.

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Costo	Vr Mensual	Año 1
Arriendo	\$ 700.000	\$ 8.400.000
Gastos de Transporte	\$ -	\$ -
Servicios Públicos		
- Teléfono	\$ 38.000	\$ 456.000
- Gas	\$ 55.000	\$ 660.000
Papelería	\$ 24.000	\$ 288.000
Publicidad	\$ 189.140	\$ 2.269.680
Intereses	\$ -	\$ -
Asesoría Contable	\$ 6.249.936	\$ 6.249.936
Asesoría Jurídica	\$ 250.000	\$ 250.000
Mantenimiento	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
Seguros	\$ 737.000	\$ 737.000
Amortizaciones	\$ 3.983.206	\$ 3.983.206
Otros	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 9.543.076	\$ 20.610.616

Fuente: Autor.

7. MODULO FINANZAS

7.1 Tabla 21. Inversión diferida

Tabla 21. Inversión diferida

Se presenta la Inversión requerida para los gastos del acondicionamiento o mejoramientos del local, Gastos de constitución como notaria cámara de comercio, Promoción y publicidad inicial.

Acondicionamiento Local	Valor	
Equipamiento Adicional	\$	-
Mejoras al Local	\$	1.300.000
Salarios por Decoración y Remodelación	\$	850.000
Gastos de Constitución		
Notario Publico	\$	84.000
Registro Público de Propiedad	\$	700.000
Autenticación Huella y Firma	\$	4.284
Registro ante Cámara y Comercio	\$	522.000
Formulario de Registro	\$	5.500
Derecho de Inscripción (Actos y Documentos)	\$	41.000
Inscripción de los Libros	\$	13.600
Promoción Inicial		
Publicidad	\$	189.140
Promoción	\$	273.682
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$	3.983.206

Fuente: Autor.

La inversión diferida suma un total \$ 3.983.206, gastos que serán cubiertos con recursos propios.

7.2 Inversión Fija

Tabla 22. Inversión fija

Se presenta la Inversión fija incluyendo la depreciación de los equipos (10 años), herramienta (1 año), mobiliario (10 años) y equipos de oficina (5 años), por medio del método de Línea Recta.

INVERSIÓN FIJA		DEPRECIACIÓN
Maquinaria		
Equipo	\$ 204.310	10
Herramientas	\$ 2.297.900	1
Equipo de Transporte		
Autos	\$ -	5
Mobiliario y Equipo de Oficina		
Mobiliario	\$ 38.670	10
Equipo de Oficina(computador)	\$ 165.580	5

Fuente: Sandra Pacacira.

7.3 Financiamiento

Se solicita crédito por un valor que representa el 80% de la inversión total, amortizado a un periodo de 60 meses, Con una Tasa de interés nominal mensual: 2,30% (Banco Colpatria). Con una Cuota Fija de \$ 772.374. Y se presenta la Amortización del Crédito Bancario.

Tabla 23. Amortización Crédito Bancario.

Capital	\$ 25.000.000				
Tasa Mensual	2,30%				
Periodos	60				
Periodo	Saldo Inicial	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo Final
1	\$ 25.000.000	\$ 772.374	\$ 575.000	\$ 197.374	\$ 24.802.626
2	\$ 24.802.626	\$ 772.374	\$ 570.460	\$ 201.913	\$ 24.600.713
3	\$ 24.600.713	\$ 772.374	\$ 565.816	\$ 206.557	\$ 24.394.155

4	\$ 24.394.155	\$ 772.374	\$ 561.066	\$ 211.308	\$ 24.182.847
5	\$ 24.182.847	\$ 772.374	\$ 556.205	\$ 216.168	\$ 23.966.679
6	\$ 23.966.679	\$ 772.374	\$ 551.234	\$ 221.140	\$ 23.745.539
7	\$ 23.745.539	\$ 772.374	\$ 546.147	\$ 226.226	\$ 23.519.312
8	\$ 23.519.312	\$ 772.374	\$ 540.944	\$ 231.430	\$ 23.287.883
9	\$ 23.287.883	\$ 772.374	\$ 535.621	\$ 236.753	\$ 23.051.130
10	\$ 23.051.130	\$ 772.374	\$ 530.176	\$ 242.198	\$ 22.808.932
11	\$ 22.808.932	\$ 772.374	\$ 524.605	\$ 247.768	\$ 22.561.164
12	\$ 22.561.164	\$ 772.374	\$ 518.907	\$ 253.467	\$ 22.307.697
13	\$ 22.307.697	\$ 772.374	\$ 513.077	\$ 259.297	\$ 22.048.400
14	\$ 22.048.400	\$ 772.374	\$ 507.113	\$ 265.261	\$ 21.783.140
15	\$ 21.783.140	\$ 772.374	\$ 501.012	\$ 271.362	\$ 21.511.778
16	\$ 21.511.778	\$ 772.374	\$ 494.771	\$ 277.603	\$ 21.234.175
17	\$ 21.234.175	\$ 772.374	\$ 488.386	\$ 283.988	\$ 20.950.187
18	\$ 20.950.187	\$ 772.374	\$ 481.854	\$ 290.519	\$ 20.659.668
19	\$ 20.659.668	\$ 772.374	\$ 475.172	\$ 297.201	\$ 20.362.466
20	\$ 20.362.466	\$ 772.374	\$ 468.337	\$ 304.037	\$ 20.058.429
21	\$ 20.058.429	\$ 772.374	\$ 461.344	\$ 311.030	\$ 19.747.399
22	\$ 19.747.399	\$ 772.374	\$ 454.190	\$ 318.184	\$ 19.429.216
23	\$ 19.429.216	\$ 772.374	\$ 446.872	\$ 325.502	\$ 19.103.714
24	\$ 19.103.714	\$ 772.374	\$ 439.385	\$ 332.988	\$ 18.770.725
25	\$ 18.770.725	\$ 772.374	\$ 431.727	\$ 340.647	\$ 18.430.078
26	\$ 18.430.078	\$ 772.374	\$ 423.892	\$ 348.482	\$ 18.081.596
27	\$ 18.081.596	\$ 772.374	\$ 415.877	\$ 356.497	\$ 17.725.099
28	\$ 17.725.099	\$ 772.374	\$ 407.677	\$ 364.697	\$ 17.360.403
29	\$ 17.360.403	\$ 772.374	\$ 399.289	\$ 373.085	\$ 16.987.318
30	\$ 16.987.318	\$ 772.374	\$ 390.708	\$ 381.665	\$ 16.605.653
31	\$ 16.605.653	\$ 772.374	\$ 381.930	\$ 390.444	\$ 16.215.209
32	\$ 16.215.209	\$ 772.374	\$ 372.950	\$ 399.424	\$ 15.815.785

33	\$ 15.815.785	\$ 772.374	\$ 363.763	\$ 408.611	\$ 15.407.174
34	\$ 15.407.174	\$ 772.374	\$ 354.365	\$ 418.009	\$ 14.989.165
35	\$ 14.989.165	\$ 772.374	\$ 344.751	\$ 427.623	\$ 14.561.542
36	\$ 14.561.542	\$ 772.374	\$ 334.915	\$ 437.458	\$ 14.124.084
37	\$ 14.124.084	\$ 772.374	\$ 324.854	\$ 447.520	\$ 13.676.564
38	\$ 13.676.564	\$ 772.374	\$ 314.561	\$ 457.813	\$ 13.218.751
39	\$ 13.218.751	\$ 772.374	\$ 304.031	\$ 468.343	\$ 12.750.409
40	\$ 12.750.409	\$ 772.374	\$ 293.259	\$ 479.114	\$ 12.271.294
41	\$ 12.271.294	\$ 772.374	\$ 282.240	\$ 490.134	\$ 11.781.160
42	\$ 11.781.160	\$ 772.374	\$ 270.967	\$ 501.407	\$ 11.279.753
43	\$ 11.279.753	\$ 772.374	\$ 259.434	\$ 512.939	\$ 10.766.814
44	\$ 10.766.814	\$ 772.374	\$ 247.637	\$ 524.737	\$ 10.242.077
45	\$ 10.242.077	\$ 772.374	\$ 235.568	\$ 536.806	\$ 9.705.271
46	\$ 9.705.271	\$ 772.374	\$ 223.221	\$ 549.153	\$ 9.156.118
47	\$ 9.156.118	\$ 772.374	\$ 210.591	\$ 561.783	\$ 8.594.335
48	\$ 8.594.335	\$ 772.374	\$ 197.670	\$ 574.704	\$ 8.019.631
49	\$ 8.019.631	\$ 772.374	\$ 184.452	\$ 587.922	\$ 7.431.708
50	\$ 7.431.708	\$ 772.374	\$ 170.929	\$ 601.445	\$ 6.830.264
51	\$ 6.830.264	\$ 772.374	\$ 157.096	\$ 615.278	\$ 6.214.986
52	\$ 6.214.986	\$ 772.374	\$ 142.945	\$ 629.429	\$ 5.585.557
53	\$ 5.585.557	\$ 772.374	\$ 128.468	\$ 643.906	\$ 4.941.651
54	\$ 4.941.651	\$ 772.374	\$ 113.658	\$ 658.716	\$ 4.282.935
55	\$ 4.282.935	\$ 772.374	\$ 98.508	\$ 673.866	\$ 3.609.069
56	\$ 3.609.069	\$ 772.374	\$ 83.009	\$ 689.365	\$ 2.919.704
57	\$ 2.919.704	\$ 772.374	\$ 67.153	\$ 705.221	\$ 2.214.483
58	\$ 2.214.483	\$ 772.374	\$ 50.933	\$ 721.441	\$ 1.493.042
59	\$ 1.493.042	\$ 772.374	\$ 34.340	\$ 738.034	\$ 755.009
60	\$ 755.009	\$ 772.374	\$ 17.365	\$ 755.009	\$ 0

Fuente: Autor.

7.4 Balance General Proyectado

Tabla 24. Balance General Proyectado.

Se presenta la situación financiera y económica del proyecto de Emprendimiento, donde se registran las fuentes del capital, los Activos corrientes y fijos, Pasivos y patrimonio estimados para el Inicio del Proyecto.

BALANCE GENERAL INICIAL		
1	<u>ACTIVO</u>	
1105	Caja	6.000.000
1110	Bancos	\$ 25.000.000
1305	Cuentas por Cobrar	\$ 0
14	Inventario	
1405	Inventarios de materias primas	\$ 0
1410	Inventario de Producción en Proceso	\$ 0
1430	Inventario de Productos Terminados	\$ 0
	TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 31.000.000
	ACTIVO FIJO	
15	Propiedades, planta y equipo	
1504	Terrenos	\$ 0
1520	Maquinaria y Equipo	\$ 5.172.770
1524	Equipo de oficina	\$ 827.900
152405	Muebles y enseres	\$ 386.700
1528	Equipo de computación y comunicación	\$ 827.900
17	Diferidos	\$ 3.983.206
1705	Gastos Pagados Por Anticipado	\$ 3.983.206
	TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 15.181.682
	TOTAL DE ACTIVOS	\$ 46.181.682
2	<u>PASIVO</u>	
	Pasivo Corriente	
21	Obligaciones Financieras	
22	Proveedores	26.016.794
2205	Nacionales	
23	Cuentas Por pagar	\$ 0
25	Obligaciones Laborales	
2505	Salarios Por Pagar	\$ 2.213.151

2510	Cesantías Consolidadas	\$ 137.075
2515	Intereses sobre cesantías	\$ 16.449
2520	Prima de Servicios	\$ 137.075
TOTAL PASIVO		\$ 28.520.544
3 PATRIMONIO		
31	Capital	\$ 17.661.137
TOTAL PATRIMONIO		\$ 17.661.137
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 46.181.682
PASIVO + PATRIMONIO - ACTIVO		\$ 0

7.5 Estado de Resultados Projectado

Se presenta el Estado de Resultados proyectado donde se muestra los ingresos y egresos correspondientes a los 5 primeros meses de funcionamiento.

Tabla 25. Estado de Resultados Projectado

	1	2	3	4	5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	82.278.335	88.222.947	93.607.083	90.932.906	103.567.313
Devoluciones y rebajas en vent.	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	63.261.901	67.832.890	71.972.419	69.916.086	79.607.237
Depreciación	0	0	0	0	0
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	5.805.000	6.095.250	6.400.013	6.720.013	7.056.014
Utilidad Bruta	13.211.434	14.294.807	15.234.651	14.296.807	16.904.062
Gasto de Ventas	393.681	409.783	426.543	443.988	462.147
Gastos de Administracion	20.610.616	21.453.590	22.331.042	23.244.382	24.195.077
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0

Utilidad Operativa	-7.792.863	-7.568.566	-7.522.933	-9.391.563	-7.753.162
Otros ingresos					
Intereses	583.362	1.050.051	1.400.068	1.633.413	1.750.085
Otros ingresos y egresos	-583.362	-1.050.051	-1.400.068	-1.633.413	-1.750.085
Revalorización de Patrimonio	-1.267.900	-245.400	-245.400	-245.400	-245.400
Ajuste Activos no Monetarios	522.487	805.100	1.099.272	1.405.476	1.724.203
Ajuste Depreciación Acumulada	416.667	-61.435	-158.613	-294.354	-471.651
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	-328.746	498.265	695.260	865.722	1.007.152
Utilidad antes de impuestos	-8.704.971	-8.120.352	-8.227.742	-10.159.254	-8.496.095
Impuestos	0	0	0	0	0
Utilidad Neta Final	-8.704.971	-8.120.352	-8.227.742	-10.159.254	-8.496.095

Fuente: Autor.

7.6 Flujo De Caja proyectado (Mensual)

Se presenta el flujo de caja previsto, es el resultado de las operaciones de la empresa en el para los primeros 5 meses de funcionamiento. Teniendo en cuenta los pagos y cobros realizados y pendientes de realizar.

Tabla 26. Flujo De Caja proyectado (Mensual)

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
FLUJO DE CAJA					
Flujo de Caja Operativo					
Utilidad Operacional	-7.792.863	-7.568.566	-7.522.933	-9.391.563	-7.753.162
Depreciaciones	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Operativo	-7.792.863	-7.568.566	-7.522.933	-9.391.563	-7.753.162
Flujo de Caja Inversión					
Variación Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas/insumos	0	0	0	0	0

Variación Inv. Prod. En Proceso	0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados	-527.183	150.333	-22.997	11.424	-53.840
Var. Anticipos y Otros Cuentas Cobrar	0	0	0	0	0
Otros Activos	0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios	0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos	0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	-527.183	150.333	-22.997	11.424	-53.840
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-5.172.770	-5.172.770	-5.172.770	-5.172.770	-5.172.770
Inversión en Muebles	-386.700	-386.700	-386.700	-386.700	-386.700
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-827.900	-827.900	-827.900	-827.900	-827.900
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-6.387.370	-6.387.370	-6.387.370	-6.387.370	-6.387.370
<u>Neto Flujo de Caja Inversión</u>	-6.914.553	-6.237.037	-6.410.367	-6.375.946	-6.441.210
Flujo de Caja Financiamiento					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	-5.000.000	-10.000.000	-15.000.000	-20.000.000	-25.000.000
Intereses Pagados	-4.129.770	-7.433.586	-9.911.448	-11.563.356	-12.389.310
Dividendos Pagados	0	12.251.379	14.503.887	16.739.122	20.089.197
Capital	0	0	0	0	0
<u>Neto Flujo de Caja Financiamiento</u>	15.870.230	19.817.793	14.592.439	10.175.766	7.699.887
Neto Periodo	1.162.814	6.012.190	659.138	-5.591.743	-6.494.485
Saldo anterior	31.000.000	32.162.814	38.175.005	38.834.143	33.242.400
Saldo siguiente	32.162.814	38.175.005	38.834.143	33.242.400	26.747.915

8 IMPACTOS

Se describe el impacto del proyecto Empresarial a nivel económico, regional, social y ambiental en la ciudad de Bogotá.

8.1 Impacto Económico

Se pretende que la microempresa contribuya al desarrollo y economía local y nacional, en los siguientes aspectos:

- **Generación de empleos** directos para la parte de producción.
- **cobertura de clientes** de consumo de productos orgánicos como población de objetivo dentro de la ciudad de Bogotá
- **Proveedores de materias primas e insumos**, Adquisición de Equipos y herramientas un costo total de \$ 5.172.770, ofertados en el comercio local,
- **Compra de mobiliario**, Equipos de cómputo y oficina para el área administrativa con un costo mínimo de \$ 1.214.600 en los almacenes locales de la ciudad de Bogotá.

8.2 Impacto Social

- **Generación de empleo directo e indirecto en las diferentes fases del proyecto:**

Inicialmente generación de Cuatro Empleos de manera directa, que sería contratado operarias de producción para laborar dentro de la microempresa. Y generación de varios empleos indirectos principalmente con los diferentes proveedores de las materias primas, y proveedores de los equipos, mano de obra en las adecuaciones.

- **a qué tipo de población beneficiara, (vulnerabilidad):**

El tipo de población beneficiaria de manera directa es la población femenina en especial madres cabezas de Hogar de la ciudad de Bogotá. Y de manera indirecta será la Población campesina, que son los pequeños productores y/o cultivadores de la materia prima (ingredientes) para la producción de la ciudad de Bogotá y alrededores.

- **política de generación de empleo:**

Generación de empleos indirectos y contratación de personas, de acuerdo a la normatividad existente en el país. Contratación de dos Operarias en el área de Producción, con Salario Mínimo Legal vigente (\$737.171) más prestaciones de ley, contratación de una vendedora para el área de ventas, con Salario Mínimo Legal vigente (\$737.171) más prestaciones de ley. Una Administradora con salario de \$1.000.000)

8.3 Impacto Ambiental

Creación de una empresa con conciencia por el Cuidado de los recursos naturales y de la salud de los consumidores, el emprendimiento empresarial no presenta con impactos altos sobre el ambiente, y en los siguientes factores:

- **Afluentes:** Alto uso responsable de agua, Bajo desecho de aguas contaminantes o con residuos químicos,
- **Ruido:** Al ser una empresa de Producción artesanal, es bajo el uso de maquinaria industrial.
- **Ahorro papel:** Reducción de impresiones de documentos informales o innecesarios, Uso de papelería ecológica.
- **Reciclaje:**
- **Protección fauna y flora:** de manera indirecta, los proveedores de la materia prima usan productos agrícolas orgánicos, uso responsable de fuentes hídricas y de áreas verdes.

Tabla 27. Matriz de Impactos.

ACTIVIDADES	NIVEL						
	-1	-2	-3	0	1	2	3
Afluentes					X		
Ruido					X		

Ahorro de Papel							X
Reciclaje							X
Protección de Fauna y Flora.						X	
Empresa Amigable con el Medio Ambiente							X
TOTAL							
			0	2	1	3	

Fuente: Autor

Siendo una empresa amigable con el medio ambiente, Promueve la protección de los recursos naturales se implementa materias primas de origen orgánico, usos de bolsas diferentes a las plásticas (Papel, Tela), reciclables y biodegradables. Reciclaje de papel, cartón, plástico, vidrio que son empaque de las materias primas.

CONCLUSIONES

El consumo de productos Orgánicos como el caso de los derivados de la pastelería, presenta en la actualidad está presentando aumento a nivel mundial y a nivel nacional en el mercado local de la ciudad de Bogotá, siendo este un mercado factible para la producción y distribución de este tipo de productos con el factor artesanal.

La producción de productos orgánicos y posterior comercialización, contribuye al desarrollo económico, para satisfacer las necesidades de los consumidores con estilos de consumo natural, y apoyo a los pequeños cultivadores, desarrollo social con la contratación de personal femenino y desarrollo ambiental en la ciudad de Bogotá, que permite fomentar el consumo y cuidado de los recursos naturales, y uso de productos y alimentos libres de químicos.

La población adulta contemporánea con edades de 26 y 36 años, cuenta con más consciencia sobre los efectos negativos en la salud el consumo de alimento de producción industrial y consecuencias en ambiente el uso de productos químicos, lo cual tienen preferencia por productos de consumo responsable, que sean positivos en la salud y medio ambiente.

Teniendo en cuenta a la población encuestada, el 64,3% son de sexo Femenino con preferencia en la calidad seguidos por el precio, con gran preferencia al proceso de producción sustentable.

RECOMENDACIONES

Monitores de las actividades y tiempos de producción, para posible requisito del aumento de la mano de obra y Herramientas nuevas para poder cumplir con la demanda o aumento de la misma.

Crear alianzas con empresas o almacenes de cadena para ser proveedora en un futuro, que permitan el aumento de las ventas y el crecimiento de la empresa.

Prestar atención ante posibles nuevos competidores en cuanto a sus estrategias de producción (Industrial) y mercadeo (Tecnología y diversidad), para diseñar estrategias de promoción para evitar bajar la demanda de productos.

Capacitar al personal constantemente en BPM, Técnicas y manejo de producción artesanal y orgánica de los productos.

Implementar técnicas de investigación de mercado cualitativas más amplias y más detalladas, con mayor número de personas en la población para el complemento de los resultados obtenidos en el proyecto de Emprendimiento

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco de la Republica de Colombis. (2018). Boletín de Indicadores económicos: *Información recopilada y calculada por el Departamento Técnico y de Información Económica del Banco de la República*. Colombia. Disponible en:

<http://www.banrep.gov.co/economia/pli/bie.pdf>

Bigne, E. (2003). *Promoción Comercial: Un Enfoque Integrado*. Madrid, España: ESCI Editorial. Disponible en:

https://books.google.com.co/books?id=cwY9_jXzF4kC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Cajigas, M. & Ramírez, E. (2004). *Proyectos de inversión competitivos: Formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión Emprendedora Estratégica*. Colombia: UNAL.

Calderón, L. C. Londoño, O.L. & Maldonado, L.F. (2014). *Guía Para Construir Estados del Arte*. Bogota, Colombia: INCONK, International Corporation of networks of knowlege. Disponible en:

http://www.colombiaaprende.edu.co/html/investigadores/1609/articles-322806_recurso_1.pdf

Cámara de Comercio de Bogotá. (2013). *Impuesto al Valor Agregado (IVA)*. Bogotá, Colombia. Disponible en:

<http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11788/100000218.pdf;sequence=1>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2018). *Tarifas de los servicios de registros públicos – 2018*. Colombia. Disponible en:

https://www.ccb.org.co/content/download/23871/399165/file/Nuevas_tarifasregistro_s_2018_imprimir.pdf

Cámara de Comercio de Cúcuta. (s.f.). *Diferencie entre régimen común y régimen*

Simplificado. Cúcuta, Colombia. Disponible en:

http://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_7f0207eef7646c0f248223a98fc63651.pdf

Caro, A. & Rey, L. (2013). *Ofertas de repostería, aprovisionamiento interno y control de consumos*. H0TR0509. Málaga, España: IC Editorial.

Case, Karl & Fair, Ray. (1997). *Principios de microeconomía*. México. Recuperado de:

https://books.google.com.co/books?id=L15WQ7c5sFOC&printsec=frontcover&source=gb_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Catering. (2015) *¿Qué oportunidades hay en el sector de panadería y pastelería?* Bogotá,

Colombia. Disponible en: <http://www.catering.com.co/gestion-horeca/control-y-costos/que-oportunidades-hay-en-el-sector-de-panaderia-y-pasteleria/>

Cibrán, P. Prado, R. Crespo, M.A. & Celio, H. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid, España: ESIC Editorial.

CIMMYT. (2006). *Calidad de la cosecha de trigo en México: Ciclo otoño-invierno 2005-*

2006. México. Recuperado de:

https://books.google.com.co/books?id=ErmOoIqpatwC&printsec=frontcover&source=gb_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

DIAN. (s.f.). *Cartilla de Instrucciones Impuesto Sobre las Ventas*. Colombia. Disponible en:

<http://www.dian.gov.co/descargas/formularios/300-cartilla.pdf>

Domínguez, Alejandro & Muñoz, Gemma. (2013). *Métricas de Marketing*. Madrid, España:

ESIC Editorial. Disponible en:

https://books.google.com.co/books?id=yt3HBAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing: teoría y experiencia*. Buenos Aires,

Argentina: Ediciones Granica. P211. Disponible en:

https://books.google.com.co/books?id=FpvOL1kpfKoC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Escuela Empresarial. (2016). *Colombia con más de 25.000 panaderías y un consumo per*

cápita de 23 kg/año. Bogotá, Colombia: Disponible en:

<https://www.unipymes.com/colombia-con-mas-de-25-000-panaderias-y-un-consumo-per-capita-de-23-kgano/>

Gerencie.com (2017). *Régimen común en el impuesto a las ventas*. Disponible en:

<https://www.gerencie.com/regimen-comun.html>

Martínez, L. (2015). *'Menos grasa y menos azúcar es una necesidad'*. Colombia. Disponible

en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16449962>

Mayordomo, T. & Mazorriaga, A. (2016). *Pre elaboración de productos básicos de*

pastelería. Madrid, España: Ediciones Paraninfo S.A.

Nubox Colombia. (s.f.). *¿Qué es el Reteica?* Bogotá, Colombia. Disponible en:

<https://blog.nubox.com.co/que-es-el-reteica>

Mipymes. (2016). *Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande*.

Colombia: Disponible en:

http://www.mipymes.gov.co/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresarial_micro_pequena_mediana_o_grande

Publicaciones Semana S.A. (2012.). *Cuál es el consumo de pan de los colombianos.*

Colombia. Disponible en: <http://www.cocinasemana.com/ingredientes-online/articulo/cual-consumo-pan-colombianos/27163>

Publicaciones Semana S.A. (2014). *Panadería y pastelería, otro oficio en potencia.*

Colombia. Disponible en: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/estudios-panaderia-pasteleria-colombia/204392>

Publicidad y marketing. (2008). *Análisis de Mercados.* Málaga, España: Editorial Vertice.

Recuperado de:

https://books.google.co.uk/books?id=sS49Z0VnhwIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Sanchez, O. (2005). *Temas sobre la restauración Ecológica.* México: Instituto Nacional de

Ecología. Recuperado de:

https://books.google.com.co/books?id=7oZix0puXbgC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Secretaría Distrital de Hacienda (s.f). *Régimen común ICA.* Colombia. Disponible en:

<http://www.shd.gov.co/shd/regimen-comun-ica>

Secretaría Distrital de Planeación. (2015). *Aspectos Demográficos.* Colombia. Recuperado

de:

<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion/DICE013-AspectosDemograficos-31122015.xls>

Senado. (2018). *Código sustantivo del trabajo: Jornada Máxima*. Colombia. Disponible en:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33104>

Superintendencia de Industria y Comercio. (2017). *Tasas patente de invención*. Colombia.

Disponible en:

http://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Resolucion_64742_2016-2.pdf

SYMPLIFICA. (2017). *Salario Mínimo 2017*. Colombia. Disponible en:

<https://symplifica.com/salario-minimo-2017>

Vargas, Gustavo. (2006). *Introducción A La Teoría Económica Un Enfoque*

Latinoamericano. México: Pearson Educación. Recuperado de:

https://books.google.com.co/books?id=u1DFsje4IMcC&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

ANEXOS**Anexo 1.**

Cordial Saludo.

Soy Estudiante de Administración de Empresas,

El presente cuestionario es de carácter académico, para realizar un Análisis de Mercado (Emprendimiento Empresarial) sobre Productos de: Repostería Orgánica y Vegetariana Artesanal para la Ciudad de Bogotá.

En qué sector de la Ciudad Vive?

1. Norte
2. Oriente
3. Sur
4. Occidente

Estrato Socioeconómico?

1. 1
2. 2
3. 3
4. 4
5. 5

Cuál es su Edad

1. 15 – 25
2. 26 – 36
3. 37 – 47
4. 48 – 58
5. + 59

Sexo

1. Mujer
2. Hombre

Ocupación

1. Ama de Casa
2. Estudia
3. Trabaja
4. Estudia y Trabaja.

- 1. Tiene conocimiento sobre los productos Orgánicos y vegetarianos?**
SI
NO
- 2. Sabe cuáles son los beneficios del consumo de los productos Orgánicos?**
SI
NO
- 3. Alguna vez ha consumido productos Orgánicos y vegetarianos?**
SI
NO
- 4. ¿Qué tipo de alimentos consumes o eres una persona...?**
Vegetariana – Vegana
Orgánica – Natural
Tradicional
- 5. Que tipos de alimentos orgánicos ha consumido?**
 - Frutas y Verduras
 - Carnes
 - Panadería - Pastelería, Repostería
- 6. Le gustan la Pastelería y Repostería Orgánica y/o Vegetariana**
SI
NO
- 7. Cuál es la frecuencia de consumo de Pastelería – Repostería Orgánica?**
 - 1 Vez a la Semana
 - 2 Veces a la Semana
 - 3 Veces a la Semana
 - Más de 4 Veces a la semana
- 8 Que productos de Repostería Orgánica y Vegetariana Consume?**
 - Leche Condensada (soya)
 - Mermeladas (Orgánicas).
 - Postres.
 - Tortas
 - Otros
- 9. En donde Adquiere sus productos de Panadería, pastelería y Repostería?**
 - Tiendas de Cadena
 - Tiendas de Barrio
 - Tiendas especializadas (Orgánicas y/o vegetarianas)
- 10. Cuál es la razón para su consumo de pastelería/Repostería Orgánica y/o vegetariana?**

Estilo de Vida

Salud

Moda

Otro

11. Qué tipo de productos prefiere?

Industriales

Artesanales

12.Cuál ¿Cuál es la Importancia que le da (en que se fija) al comprar este tipo de Productos?

Prefiero Precio y después Calidad.

Prefiero Calidad y después Precio.

13. ¿Qué Cantidad de Producto: Mermelada Orgánica (Fresa, Mora con trozos de fruta) 235 ml Compraría a la semana?

1 – 3

4 – 6

7 – 9

10 +

14 ¿Qué Cantidad de Producto (Variedad de Tortas y Mantecada) Compararía a la semana?

1 – 3

4 – 6

7– 9

10+

15 ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por productos Orgánicos como: Mermeladas, Leche condensada, arroz Con leche y otros (Cantidad: 235 ml).?

Entre 3.000\$ y 6.000\$

Entre 6.000\$ y 9.000\$

Entre 9.000\$ y 12.000\$

16 ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por productos Orgánicos como: Tortas (entre 1.100 gr y 1.300 gr aprox.) y Mantecada (1.350 gr aprox.)?

Entre 10.000\$ y 15.000\$

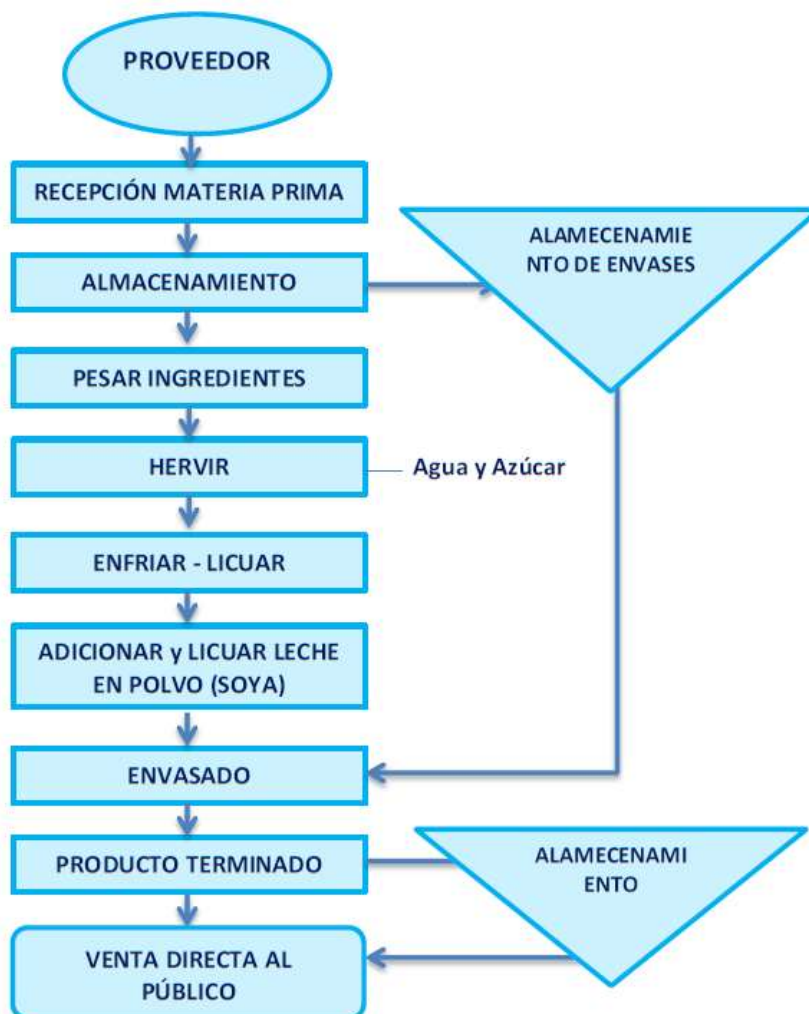
Entre 15.000\$ y 20.000\$

Entre 25.000\$ y 30.000\$

Muchas Gracias.

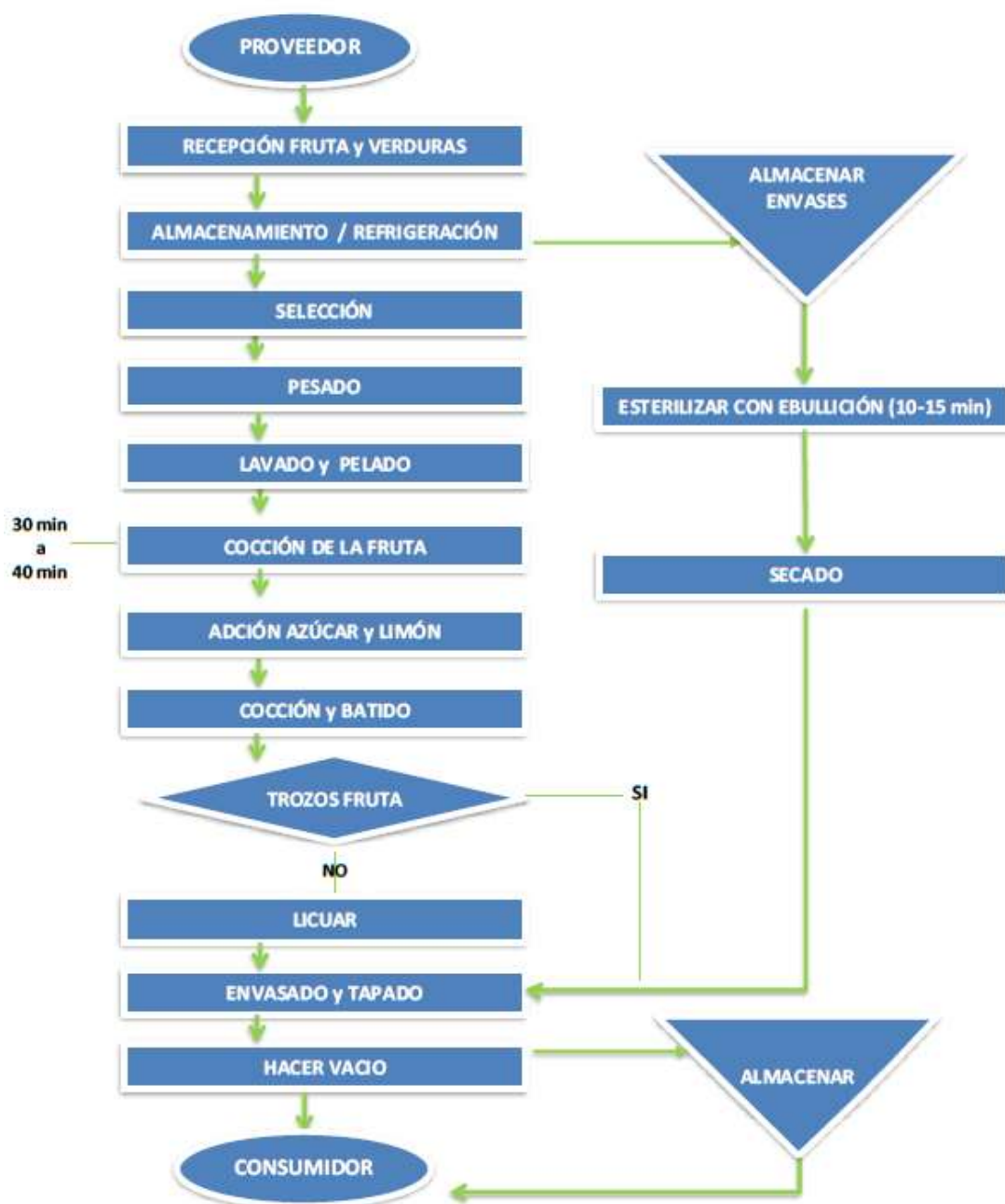
Anexo 2.

Leche condensada de Soya Vegana



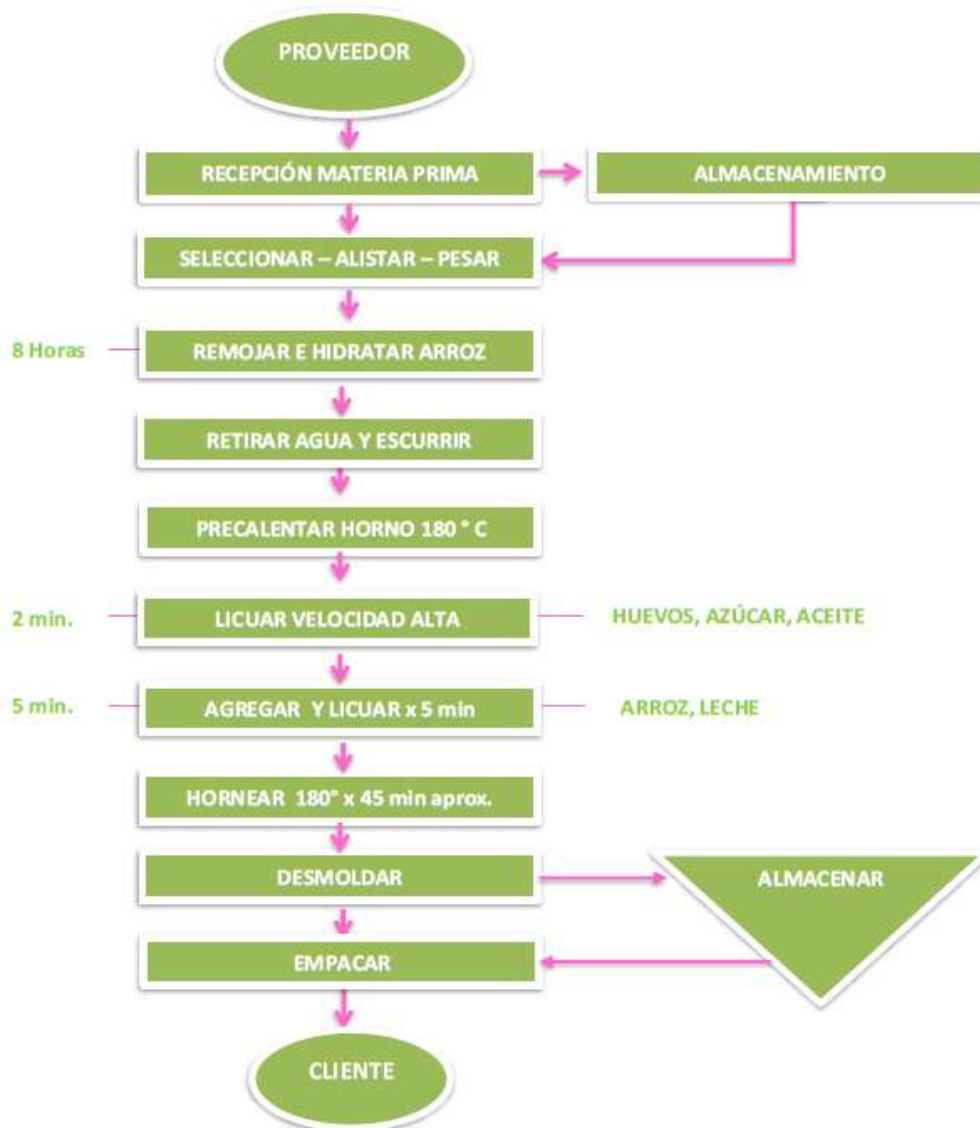
Anexo 3

MERMELADAS de: Zanahoria - Zanahoria y Naranja - Fresa con Fruta - Mora - Mango.



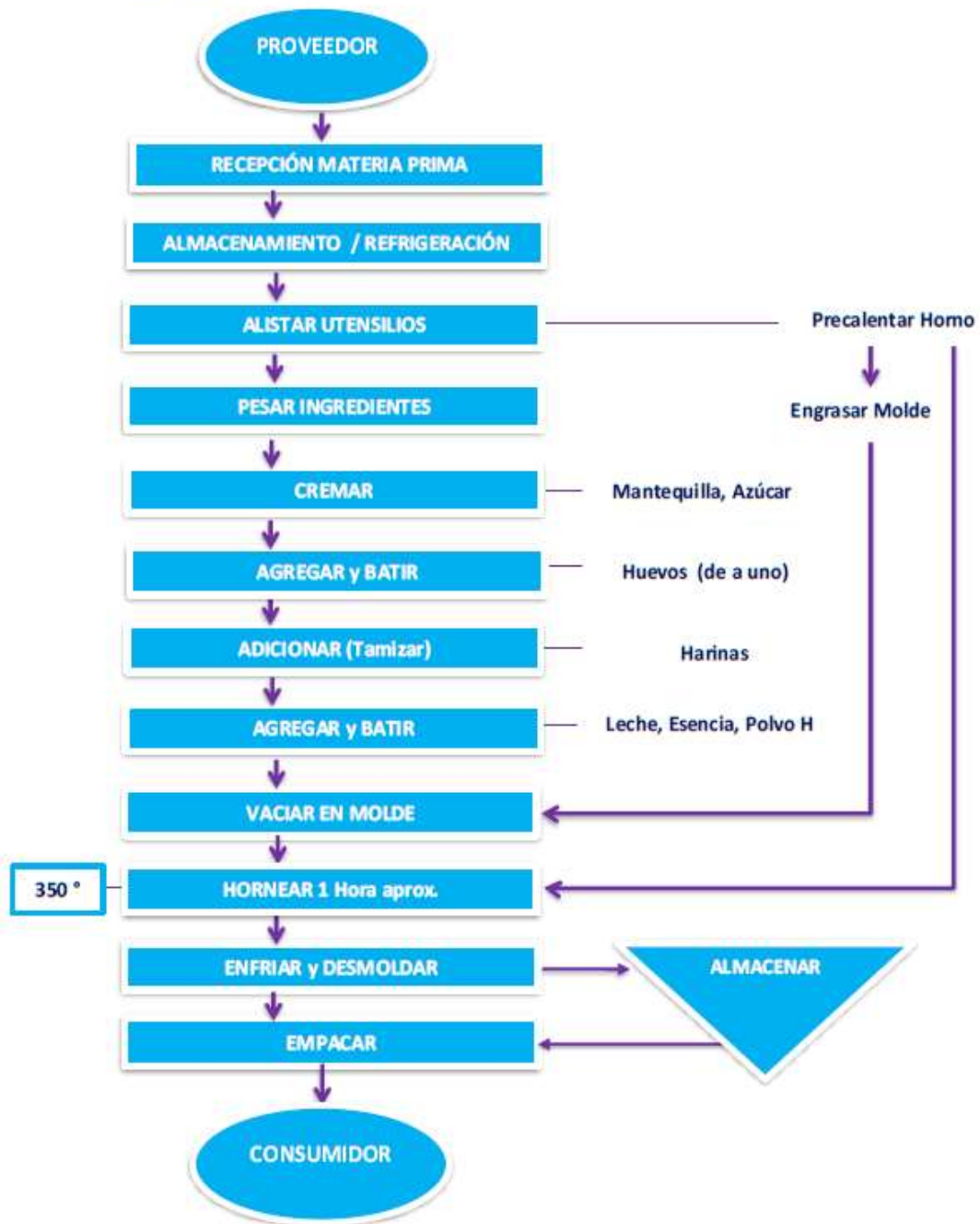
Anexo 4

Torta de Arroz



Anexo 5

Mantecada



Anexo 6

Torta Casera de Coco Orgánica y Vegetariana

