

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA DE LA
PASTELERA CREATIVA INNAMORATE

DANIELA PÁEZ LEÓN

AREANDINA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTADA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
PEREIRA

2021

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA DE LA
PASTELERA CREATIVA INNAMORATE

Autora

DANIELA PÁEZ LEÓN

Trabajo de grado para optar al título de Administradora de Negocios Internacionales

Asesora

EDNA CATALINA OSORIO ALZATE

Docente

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTADA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PEREIRA

2021

Contenido

Resumen	7
Abstract	8
Introducción.....	9
Objetivo General.....	10
Objetivos específicos	10
CAPITULO 1. CONCEPTO DEL NEGOCIO	10
1.1 Definición de la idea de negocio.....	10
1.1.1. Nombre comercial de la idea de negocio	10
1.1.2. ¿En dónde se localizará la empresa?.....	10
1.1.3. ¿En qué sector se encuentra clasificado el proyecto a desarrollar?.....	10
1.2 Factor de innovación (diferencial o propuesta de valor).....	11
1.2.1 ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes / consumidores?.....	11
1.2.2. Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta anterior:	11
1.2.3 Equipo de trabajo.....	13
1.3 ESTRATEGIAS PARA LA VALORIZACIÓN DEL NEGOCIO	14
1.3.1 Describa las estrategias de valorización que realizará	14
1.4 ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS Y ESTRATEGIAS DE REVITALIZACIÓN EN EL TIEMPO.....	16
1.4.1 ¿Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio?.....	16
1.4.2 Determine las estrategias de revitalización en el tiempo.....	18
CAPITULO 2. MERCADO	19
2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	19
2.1.1 Cliente	19
2.1.2 Comportamiento de compra.....	22
2.1.3 Motivaciones de Compra	22
2.1.4 Validación de aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)	23
2.1.5 Competencia	28
2.1.6 Tamaño del mercado	29

2.2 ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	29
2.2.1 ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas, y cuál es su presupuesto?	29
2.2.2 Presupuesto de estrategias de marketing.....	33
CAPÍTULO 3. LEGAL.....	33
3.1 CONSTITUCIÓN, ESTATUTOS, PROPIEDAD INTELECTUAL Y CONTRATACIÓN	33
CAPÍTULO 4. OPERACIÓN.....	36
4.1 OPERACIÓN TÉCNICA	36
4.1.1 Fichas Técnicas.....	36
4.1.2 Condiciones Comerciales	40
4.1.3 Proceso de Producción.....	41
4.1.4 Distribución de Planta	43
4.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN	44
4.2.1 Proveedores	44
4.2.2 Costos por producto.....	45
4.2.3 Ventas	50
4.2.4 Plan de Producción.....	52
4.3 PLAN DE COMPRAS	53
4.4 INFRAESTRUCTURA	57
4.4.1 Requisitos de inversión	57
4.4.2 ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI / NO, justificación)	58
CAPÍTULO 5. ORGANIZACIÓN.....	58
5.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	58
5.1.1 Misión	58
5.1.2 Visión	58
5.1.3 Políticas	58
5.1.4 Valores Corporativos.....	59
5.2 GESTIÓN HUMANA	60
5.2.1 ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación (primer año)?	60
5.3 ESTRUCTURA.....	61
5.3.1 Estructura organizacional.....	61

5.4 Costos Administrativos	62
5.4.1 Nomina y salarios	62
CAPITULO 6. FINANZAS	63
6.1 INGRESOS.....	63
6.1.1 ¿Cómo obtendrá ingresos?	63
6.1.2 Proyección de ventas	64
6.2 EGRESOS	65
6.2.1 Proyección de costos.....	65
6.2.2 Proyección de gastos.....	66
6.3 CAPITAL DE TRABAJO	67
CAPÍTULO 7. IMPACTOS	67
7.1 IMPACTO ECONÓMICO	67
7.1.1 Punto de equilibrio.....	67
7.1.2 Estado De Resultados.....	68
7.1.3 Flujo de caja	69
7.1.4 Balance.....	70
7.1.5 Análisis financiero	73
7.2 ANÁLISIS DE RIESGOS.....	74
7.2.1 Factores críticos de éxito	74
7.2.2 ¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?	75
8. CONCLUSIONES.....	76
9. ANEXOS.....	77

Tabla 1. Variable de Innovación	12
Tabla 2. Motivación de compra	22
Tabla 3. Competencia	28
Tabla 4. Estrategia de promocion	30
Tabla 5. Estrategia de comunicación.....	32
Tabla 6. Estrategia de Distribución	33
Tabla 7. Presupuesto de marketing	33
Tabla 8. Información para Constitución	35
Tabla 9. Ficha técnica Little Cake	36
Tabla 10. Ficha Técnica Torta Clásica	37
Tabla 11. Ficha técnica Desayuno sorpresa	38
Tabla 12. Ficha técnica Cake sicles	39
Tabla 13. Condiciones comerciales	40
Tabla 14. Proveedores	45
Tabla 15 Costos de Little cake	46
Tabla 16. Costos Torta clasica	47
Tabla 17. Costos Desayuno	48
Tabla 18. Torta Cake sicles	49
Tabla 19. Proyección unidades vendidas	50
Tabla 20. Proyeccion Ventas 2021	50
Tabla 21. Plan de producción.....	52
Tabla 22. Plan de producción 2021	52
Tabla 23. Plan compras Little cake	53
Tabla 24. Plan de compras Torta Clasica	54
Tabla 25 Plan de compras Desayuno sorpresa	55
Tabla 26. Plan de compras Cakesicles	56
Tabla 27. Infraestructura	57
Tabla 28. Personal.....	60
Tabla 29. Proyección salarios.....	63
Tabla 30. Proyección de costos	65
Tabla 31. Proyección gastos.....	66

Tabla 32. Capital de trabajo	67
Tabla 33. Punto de equilibrio	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 34. Estado de resultados	68
Tabla 35. Flujo de caja	69
Tabla 36. Balance general	71
Tabla 37. Analisis financiero	73
Tabla 38. Factores criticos de exito	74
Tabla 39. Factores externos	75

Resumen

El presente trabajo es la estructura del plan de negocio para la Innamorate pastelería creativa, que se dedica a la producción y comercialización de productos de pastelería y repostería decorativa personalizada, en este proyecto definiremos el mercado al cual estará orientado la empresa, los aspectos técnicos del sistema de producción que requiere la empresa para atender el mercado identificado; se establecerá la estructura que empleará la empresa para administrar el plan de negocio y se desarrollara el análisis necesario para determinar la viabilidad financiera de la empresa.

Palabras clave (español)

Pastelería, Personalizado, Tortas, Creatividad, Sabor, Calidad

Abstract

The present work is the structure of the business plan for the creative Innamorate pastry, which is dedicated to the production and marketing of pastry products and custom decorative pastry, in this project we will define the market to which the company will be oriented, the technical aspects of the production system that the company requires to serve the identified market; the structure to be used by the undertaking to administer the business plan shall be established and the analysis necessary to determine the financial viability of the undertaking shall be carried out.

Keywords (inglés)

Bakery, Personalized, Cakes, Creative, Taste, Quality

Introducción

Innamorate pastelería creativa es un proyecto de emprendimiento que nace de la idea de una estudiante de administración de negocios internacionales, quien vio una oportunidad basado en el talento y la costumbre familiar una forma de ofrecer productos atractivos y de sabores deliciosos, ofreciéndoles a los consumidores una idea novedosa donde entrara a competir en el mercado de la repostería y pastelería fina con un grado de innovación. Con este proyecto se pretende identificar, analizar y evaluar aquellos caminos y alternativas que puedan conllevar a un buen desarrollo de la empresa, teniendo en cuenta la producción y la comercialización del producto en la ciudad de Pereira, para esto se contará con investigaciones y estudios que permitan dar una perspectiva de lo que se podrá esperar de la empresa; además es importante mencionar de que se analizara la competencia y su trayectoria en el mercado.

También nos basaremos en las tendencia de la industria en donde podemos observar que aunque esta industria lleva muchos años en el país, en los últimos años se ha incrementado el ejercicio de esta profesión; según Portafolio en el año 2016 “Las panaderías y pastelerías, eran aproximadamente 25.000 en todo el país, lo que generó al año 3 billones de pesos en medio de una tendencia de modernización; Además agrega que esta actividad generó 400.000 empleos directos y más de 800.000 indirectos”. A partir de esta fecha se ha podido notar un auge en este tipo de negocios, ya que se empezó a cambiar la mentalidad de los consumidores puesto que en dichas de empresas se inyecto la creatividad como punto principal de las creaciones, lo que captó la atención del público, convirtiendo así los productos de este tipo de sector en agentes importes para las celebraciones de los colombianos.

El análisis final se limitará al conocimiento financiero, donde se podrá analizar la rentabilidad, viabilidad y éxito que pueda tener el proyecto, para ofrecer al consumidor un espacio que satisfaga sus necesidades y también se genere un posicionamiento de la marca asertivo.

Objetivo General

Estructurar el plan de negocio para la creación de empresa Innamorate Pastelería creativa

Objetivos específicos

1. Realizar el estudio de mercado para Innamorate en la ciudad de Pereira
2. Definir un estudio técnico para la empresa Innamorate pastelería creativa
3. Formular el estudio legal y organizacional de la pastelería Innamorate pastelería creativa
4. Elaborar el plan financiero para la creación de la empresa Innamorate pastelería creativa

CAPITULO 1. CONCEPTO DEL NEGOCIO

1.1 Definición de la idea de negocio

1.1.1. Nombre comercial de la idea de negocio

Innamorate Pastelería Creativa

1.1.2. ¿En dónde se localizará la empresa?

La pastelería se ubicara en la ciudad de Pereira, en la cra 11 # 3-32

1.1.3. ¿En qué sector se encuentra clasificado el proyecto a desarrollar?

- **1081.** Elaboración de productos de panadería y Pastelería como actividad principal
- **5525.** Servicios de alimentación bajo contrato (catering), como actividad secundaria ya que Innamorate Pastelería cuenta con el servicio de encargo de productos elaborados

como lo son los desayunos sorpresas, galletas , cakesicles , entre otras , que solo se hacen bajo pedido y con especificaciones especiales del cliente en particular.

1.2 Factor de innovación (diferencial o propuesta de valor)

1.2.1 ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes / consumidores?

CLIENTES

Actualmente encontramos que el mercado tiene varias necesidades como es:

1. En el mercado la variedad de diseños para empaques de pastelerías son tradicionales; La misma caja de cartón.
2. No se encuentran tortas clásicas con diseños creativos
3. Se encuentran muy poco productos producidos con ingredientes saludables
4. Existen una cantidad limitada de tiendas que ofrezcan diseños elaborados con delicadeza
5. Son escasos los lugares que ofrezcan servicios prestados para sorprender por una misma empresa

1.2.2. Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta anterior:

Concepto del negocio:

Innamorate Pastelería creativa , cuenta con 3 años en el mercado contando así ya con una experiencia y unos conocimientos de este arte bastante fuertes , por lo cual hoy en día tenemos una variedad de productos como los son pasteles de diseño completamente personalizables según lo que el cliente quiera, además ofrecemos nuestra línea de desayunos sorpresa que siempre llevan algún producto de nuestra pastelería ya sean cupcakes, mini tortas, alfajores y demás, producimos las tortas clásicas perfectas para compartir en familia y amigos en una tarde o celebrar de forma sencilla, todo este tipo de productos los entregamos personalmente en cajas con mensajes personalizados, con cajas artesanales y exclusivas de

Innamorate, generando un toque de exclusividad con nuestros clientes. Actualmente Innamorate tiene una cartera de clientes de 15-20 personas que nos compran mensual, uno de nuestros productos, podemos decir que muchos han llegado a Innamorate y se han quedado por nuestro sabor y diseño, además de esto hemos generado un vínculo cliente empresa, puesto que siempre tratamos de darles un producto adicional en sus pedidos que representan en sí el nombre de nuestra marca. Hemos tenido ventas exitosas a través de redes sociales, pero también a través del voz a voz, este último representa un 60% de las ventas mensuales que tenemos, además de que hacemos fuertes estrategias de posicionamiento en redes y tiendas virtuales como lo son Marketplace, así mismo nos hemos dado a conocer en ferias y con alianzas de marcas en la ciudad.

Variable Descripción de la innovación	
Concepto del negocio	Nosotros mismos somos los que realizamos los empaques para algunos de nuestros productos, dándole un toque de exclusividad y una presentación elegante, además de que todos nuestros productos llevan mensajes personalizados, puesto que la idea de lo que ofrecemos es que sean artículos para regalar además de esto Innamorate le ofrece diversidad de productos y servicios contamos con pastelería creativa, decoración de eventos, desayunos, detalles y pasteles tanto clásico como galletas, cupcakes, cinnarolls, todo en un solo lugar.
Producto o servicio	En Innamorate tratamos de mejorar las propuestas que los clientes nos ordenan y le colocamos atención al más mínimo detalle para que nuestros clientes sientan que tienen un producto que va exceder sus expectativas y que la empresa tiene en cuenta sus requerimientos como si fueran propios, además de que tratamos de implementar en la ciudad sabores en buttercream como lo son pistacho, frambuesa, amaretto, haciendo de nuestras tortas sabores ricos, no básicos y además no hostigantes, ni que vienen en presentaciones excesivas.
Proceso	Hoy en día las personas prestan mucho cuidado al proceso para la elaboración de los alimentos que compran, siendo una ventaja el poder ofrecer tortas producidas artesanalmente y con productos naturales que permite el cuidado de los mismos, por eso contamos con proveedores como colanta y alpina por sus mejores productos para alta repostería. Además de que nosotros personalizamos el empaque de las tortas para que sea algo diferente a lo convencional y que el cliente compre algo más que solo la torta, compre experiencia.

Tabla 1. Variable de Innovación

1.2.3 Equipo de trabajo

Perfil: Al estar estudiando Administración de negocios internacionales, puede notar que al momento de emprender y empezar un negocio, debes de tomar riesgos para ganar, hacer buenas negociaciones con los proveedores indicados para así generar una buena rentabilidad y tener confianza de que el proyecto si se visualiza bien puede llegar a volverse realidad, además de esto cuento con el reflejo de mi tío y mi abuelo que han montado empresas textiles, de ellos he aprendido de primera mano cómo administrar y como no un negocio. Sé muy bien que los clientes buscan en cualquier producto, calidad, economía y buena presentación, ya que cuento con varios años de experiencia en servicio al cliente; Todo esto me ha hecho entender un poco de cómo es crear una empresa.

Tome la decisión de empezar con este proyecto con la ayuda de mi socia (mi mamá) puesto que la pastelería y la creatividad es algo ella y yo tenemos en la sangre, ya que tenemos influencia por este arte por parte de la familia paterna de mi mamá, además de la producción visual creativa que tenemos las dos puesto que ella estudio mercadeo, publicidad y ventas en la Fundación Universitaria del Área Andina, al igual que yo, a ella le gusta mucho ser creativo y producir piezas visuales únicas.

Rol dentro de la empresa: Administradora de la pastelería y community manager

Dedicación (Tiempo completo / tiempo parcial): La idea es estar tiempo completo, pero mientras la marca se posiciona, la idea es conseguir buen capital para seguir invirtiendo en el negocio.

1.3 ESTRATEGIAS PARA LA VALORIZACIÓN DEL NEGOCIO

1.3.1 Describa las estrategias de valorización que realizará

Nombre de la estrategia	Descripción	Actividades	Recursos	Tiempo	Responsable
Ofrecer productos complementarios	Innamorate llega a diferentes tipos de mercados gracias a la gran variedad de productos que ofrece y en todos siempre tratamos de dar un producto extra para que sientan que entregamos siempre un poco más de amor a nuestros clientes	Ofrecer servicios completos: <ul style="list-style-type: none"> • organización de eventos, (mesas de dulces, torta, decoración) • Desayunos (ofrecer tortas para completar y tener un detalle completo) • Tortas temáticas (ofrecer productos como cupcakes , paletas, galletas y corazones para completar la celebración, además de globos con helio 	Humanos: Pastelera y auxiliar de pastelería, Comercial Materia prima: Insumos básicos de la pastelería (harina, huevos, esencias, colorantes, moldes, helio y demás)	Año y medio	La personas encarda es la comercial ya que es la encargada de gestionar e investigar qué es lo que el cliente quiere, además de ofrecerle estos extras y tener muy en cuenta cuales son nuestros clientes recurrentes
Crear alianzas estratégicas	Con la idea de llegar a más clientes, podemos aliarnos con varios organizadores de eventos o empresas de nuestros amigos y conocidos para así poder ser parte de sus elecciones a la hora de realizar alguna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contactar a las empresas de nuestros conocidos (restaurantes, cafés, empresas de banquetes , empresas textiles 2. Sacar una línea exclusiva para este tipo de cliente 3. Llegar a acuerdos comerciales 	Humano: Comercial y Pastelera para sacar la línea para este tipo de productos Materia prima: Catálogo para dar a conocer los productos	1 año	La administradora para gestionar las funciones comerciales y así conseguir las alianzas necesarias

	celebración importante y así darnos a conocer a más personas				
Programa de beneficios	Los clientes que hacen parte de la familia Innamorate cuentan con varios beneficios que consolidan su fidelidad y aceptación de la marca	Los diferentes programas son: <ul style="list-style-type: none"> • Puntos con amor: Los clientes que eligen a Innamorate como su acompañante para cualquier celebración, van creando unos puntos que se completan cuando se llega al producto número 10, donde el cliente recibirá una promoción del 25% de descuento en su compra N° 11 • Programa referido: Ya que nuestra marca se ha posicionado a través del Voz a Voz como principal estrategia, este beneficio hace que las personas que amplíen nuestra red de clientes se les obsequiara un producto (galletas, paletas, cupcakes, bombas) en su siguiente compra realizada en la pastelería • Celébrate: Como la base de nuestro negocio son la celebración 	<p>Humanos: Pastelera y auxiliar de pastelería, Comercial</p> <p>Materia prima: Insumos básicos de la pastelería (harina, huevos, esencias, colorantes, moldes, helio y demás)</p> <p>Documental: Base de datos de clientes con fechas de cumpleaños de estés , referidos y N° de veces que nos ha comprado</p>	3 años	La administradora se encargará de gestionar con tiempo la base de datos para sorprender a sus clientes más fieles.

		de fechas importantes, Innamorate tiene en cuenta la fecha de cumpleaños de sus principales clientes para darles un detalle en su día.			
Creación de valor en las redes sociales	Actualmente las redes sociales son las principales plataformas de ecommerce, por eso es que es importante implementar estrategias como reels, sorteos, IGTV, estrategias de Hashtags, entre otras.	<ul style="list-style-type: none"> - Aliarnos con marcas que tenga buena presencia en la ciudad para generar concursos que tenga buen alcance - Producción audiovisual interactiva y creativa - Mucha interacción con los usuarios para generar un buen alcance 	<p>Humano: Community manager</p> <p>Materia prima: Celular o computador</p> <p>Programas: Edición (Photoshop)</p>	2 años	El community manager se encarga de generar las alianzas, además de analizar el producto adecuado para el concurso y crear buen contenido para tener mejor alcance

1.4 ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS Y ESTRATEGIAS DE REVITALIZACIÓN EN EL TIEMPO

1.4.1 ¿Describe la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio?

La industria pastelera en Colombia aunque lleva muchos años en el país, en los últimos años se ha incrementado, según Portafolio en el año 2016 “Las panaderías y pastelerías, eran aproximadamente 25.000 en todo el país, lo que generó al año 3 billones de pesos en medio de una tendencia de modernización; Además agrega que esta actividad generó 400.000 empleos directos y más de 800.000 indirectos”. A partir de esta fecha se ha podido notar un auge en estos tipos de negocios, ya que se empezó a cambiar la mentalidad de los consumidores puesto que en este tipo de empresas se empezaron a adaptar la creatividad como punto principal de las

creaciones, lo que captó la atención del público, convirtiendo así los productos de este tipo de sector en agentes importantes para las celebraciones de los colombianos.

Según el desarrollo del mercado que hemos notado en estos 3 años desde la creación de Innamorate, la tendencia hoy en día es que las personas les gusta tener un producto con creaciones y sabores modernos, ya que antes los pasteles eran agradables estéticamente pero en el sabor se sentía lo industrial y sus sabores eran un poco sosos, lo que ha generado que cada vez más los clientes busquen sabores más suaves al paladar, pero sin dejar de ser deliciosos, además cada vez más las personas se influyen por lo hecho a mano y no tanto por lo industrial. Como dato importante la mayoría de las tendencias de diseños creativos de pasteles modernos provienen de las influencias de los países árabes, de Rusia y de Estados Unidos, el mundo globalizado y el tener acceso a la información de las tendencias ha generado que las personas en Colombia tomen como inspiración a estas pastelerías en estos países, lo que ha generado una pastelería diferente a la antes conocida en Colombia.

Según la investigación empresarismo de Medellín digital “Con participaciones minoritarias, situaron a las tortas en (8,2%); pasteles (3,5%) y postres (2,5%) dentro de la categoría de productos de galletería y de panadería en Colombia en el 2015” pero para esta época el desarrollo de la industria se está consolidando por lo que, en esta misma investigación expresaban que “se estimaba que para el año 2020, las ventas nacionales de productos como tortas y pasteles serían las más dinámicas del mercado colombiano, registrando tasas de crecimiento promedio anual de 2,2% y 2,1% respectivamente, entre los años 2016 y 2020” y aunque nadie previó lo que pasó en el 2020 con la pandemia, esta estimación fue acertada, ya que a raíz de esta crisis muchos decidieron empezar negocios de este tipo con el fin de solventar en la coyuntura mundial, como prueba de ello según la empresa Sectorial, la cual analiza los diferentes sectores de la economía colombiana “En el marco de la crisis mundial de 2020 los principales obstáculos para el sector fueron el desabastecimiento de materias primas, el cierre de locales comerciales y restaurantes, y las restricciones de transporte. A pesar de esto, tanto la producción como las ventas del sector se incrementaron gracias a la incursión del sector en nuevos nichos de mercado y la ampliación de su portafolio. A su vez, se presentó un superávit en la balanza comercial”

Según mundo noticias “el Covid-19 que se ha presentado durante el año, ha modificado la forma de trabajar de nuestros panaderos, no solo por el cambio de un modelo de atención a la

mesa a un modelo de venta sin contacto, sino a su vez por los cambios en las tendencias de consumo”, es por esto que este fue uno de los mejores años para Innamorate, pues se reinventó en la presentación de sus tortas, en conformidad con las tendencias de las reuniones exclusivamente con los que se conviven, creo tortas de diseño y deliciosas pero con pocas porciones, siendo estas algunos de los productos estrella de la pastelería.

1.4.2 Determine las estrategias de revitalización en el tiempo.

Para que la marca Innamorate se mantenga en el tiempo a pesar de las adversidades propongo varias estrategias:

- 1) **Revitalización de productos:** INNAMORATE se mantiene a la vanguardia en tendencias del mundo repostero, teniendo en cuenta las mismas se actualizan constantemente y con ello nuestros conocimientos sobre nuevos sabores, productos y estilos; por lo que al momento del declive se buscará realizar productos modernos con combinaciones de sabores únicos y diseños exclusivos de nuestra pastelería.
- 2) **Ataque:** De acuerdo al comportamiento del mercado se llevarán a cabo estrategias de venta como días especiales con descuentos (ya sean en mini tortas, cupcakes, etc.), además de promociones de 2x1 en ítems y temporadas seleccionadas, acompañadas de rifas y patrocinios en eventos de la ciudad
- 3) **Cursos:** Nos podemos transformar y empezar si es posible a enseñar el conocimiento que tenemos a través de cursos y así llegar a nuevos mercados y nuevas personas tomando como plataformas a Instagram, YouTube y Hotmart
- 4) **Distribuidor:** La ventaja de las pastelerías es la diversificación que pueden tener con fácil adaptabilidad, en la ciudad de Pereira una falencia que existe es que hay pocos lugares que ofrezcan insumos lindos, acordes a las tendencias y con buenos precios, es por esto que nos gustaría como estrategia de revitalización en el

tiempo poder convertirnos en distribuidores de productos exclusivos para repostería que faciliten la creación de estos negocios en la ciudad.

CAPITULO 2. MERCADO

2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1.1 Cliente

Cliente:

Mi negocio se orienta a diferentes tipos de clientes gracias a la diversidad de productos que se ofrecen en la pastelería, ya que tenemos varias ramas:

- Pastelería creativa
- Pastelería clásica
- Desayunos sorpresa
- Detalles
- Eventos

El común denominador de los clientes que nos buscan es que son personas que deseen celebrar y compartir en sus fechas especiales con uno de nuestros productos, ya sea de una forma general o así mismo personalizada para una ocasión específica.

Perfil:

Desde la perspectiva de Innamorate en estos tres años, la mayoría de nuestros clientes han buscado un buen precio, calidad y únicos diseños al momento de elegir nuestros productos ya que lo que necesitan encontrar en esos son buen sabor, creatividad, destreza, conocimiento y excelencia en todos los atributos que contengan los productos de pastelería (presentación, diseño, sabor, textura); Actualmente un gran porcentaje de clientes nos compran gracias a la estrategia de voz a voz en donde la mayoría de consumidores son referidos por personas que ya tuvieron una experiencia con alguno de los productos que ofrecemos, pero también como la única plataforma donde se encuentra Innamorate son las redes sociales ya que nuestra idea primaria es el e-

commerce. Uno de los factores que más influyen en la demanda es el precio y la experiencia o conocimiento del tema ya que nos encontramos en un mercado donde existen diversidad de ofertas en diseño , localización, Reconocimiento (existencia en el mercado) y exclusividad, el diferenciador de nosotros es el hecho del acompañamiento que le hacemos a nuestros consumidores de principio a fin, es decir generamos diversidad de opciones para su ocasión especial en cuanto a diseños, sabores y presentación; nos adaptamos a las necesidades de cada cliente ofreciendo diversidad de productos para complementar su celebración.

En los últimos años se ha evidencia un incremento de este tipo de productos de pastelería creativa como Factor principal de las celebraciones de las personas, por tal motivo encuentran en este tipo de productos una forma de reflejar y personalizar la esencia de cada celebración, por lo que se han empezado a usar en cumpleaños, grados, despedidas, bienvenidas, revelación de sexo, baby shower, fiestas de quince años, aniversarios y demás por lo que aproximadamente nuestros clientes frecuentes compran de dos a tres productos mensuales con diferentes motivos. Haciendo un análisis de los comentarios de nuestros clientes, la mayoría vuelven a recomprar los productos de Innamorate por el servicio ofrecido, el sabor y la presentación, además de factores implícitos cómo diseños y precio ya que nos encontramos en un punto medio en comparación al mercado.

El foco de mercado para Innamorate son las familias de más de 3 personas y las mujeres, ya que son ellas quienes gustan más este tipo de detalles para completar sus momentos especiales y así compartir magnificas experiencias.

Segmentación : Innamorate se encuentra ubicada en la ciudad de Pereira por lo cual la mayoría de sus clientes son de esta ciudad, además de los municipios aledaños como lo son Dosquebradas, la Virginia y hemos tenido algunos pero muy pocos clientes que vienen de Santa Rosa y Cartago, la mayoría de estos son mujeres entre 18 y 68 años de edad, seguidos de los hombres entre 18-45 años de edad. La mayoría de estos con un rango de ingresos de más de 2 SMLV, lo que los convierte en un nivel socioeconómico medio alto ubicados en estrato 3 al 6 y una gran parte de nuestros clientes son empleados de grandes empresas, independiente o madres cabeza de hogar de familias de más de 3 personas.

Por consiguiente con lo dicho anteriormente nuestros clientes tienen un estilo de vida muy familiar y amoroso que les genera el interés de celebrar cualquier momento o motivo con productos dulces y que alegren la vida de sus personas queridas, buscando así productos muy

personalizados, con materia prima de calidad y que expresen el sentimiento del cliente. Estos tres ítems son importantes para nuestra actual cliente y es por estas razones que nos siguen eligiendo además de que nos encontramos en un rango medio de precios en comparación al mercado actual, de que contamos con la experiencia de más de 3 años y que tenemos un sabor y una textura suave y deliciosa; por lo cual la mayoría de las personas que prueban nuestros productos se fidelizan con la marca y siguen comprando nuestros productos con una frecuencia de 1 a 2 veces por mes

Localización: Innamorate principalmente se encuentra ubicada en la ciudad de Pereira, ya que es allí donde está ubicado su centro de producción, por lo cual le es fácil hacer despachos de sus productos a municipios aledaños como lo son Dosquebradas, la Virginia, Santa Rosa y Cartago

Justificación: Esa edad entre los 18 y los 60 años es la elegida para Innamorate debido a que en este rango se encuentran los hombres y las mujeres que tienen libertad financiera, que les gusta celebrar de diferentes formas sus fechas importantes ya sea con sus parejas, amigos, compañeros de trabajo y familia, en cualquiera de estos casos las mujeres son fundamentales, es por esto que son ellas nuestro cliente principal pues son las que les encanta regalar detalles en los aniversarios, son las que piensan en celebrar el cumpleaños de sus hijos, esposos, mamás y familia en grande, ellas son el pilar de cualquier celebración en un hogar;

Además de las razones escritas anteriormente, el hecho de que Innamorate esté localizado en el centro del eje cafetero le brinda la posibilidad de poder ofrecer sus servicios en toda la región, es por esto que apenas comenzando queremos abarcar las ciudades de Pereira, Dosquebradas, Santa Rosa, La Virginia y Cartago llevando un poco de amor a cada rincón de estas, puesto que éstas aparte de ser ciudades aledañas, son culturalmente parecidas, por lo que podemos encontrar que la mayoría de la población le gusta ser detallista con sus seres queridos, además de que les gusta pecar con productos dulces como los de la repostería.

Según la experiencia que llevamos en estos tres años como pastelería, podría decir que nos encontramos en el punto medio de las pastelerías que hay en la ciudad a las personas no les importa tanto el precio, sino el diseño y sobre todo el sabor, por lo que el primer aspecto pasa a un lado, este criterio se ve muy ligado a las personas que se encuentran en un nivel socio

económico medio alto como al que nosotros nos dirigimos, ya que estos buscan mucho calidad y el poder tener una relación cliente-proveedor muy estrecha, logrando así una fidelización fuerte.

2.1.2 Comportamiento de compra

Los Aspectos más nuestros que nuestros clientes buscan al momento de tomar la decisión de comprar un pastel con Innamorate Pastelería creativa son:

- ✓ Sabor
- ✓ Diseño
- ✓ Presentación
- ✓ Precio
- ✓ Servicio al cliente
- ✓ Cantidad
- ✓ Personalización
- ✓ Tiempos de entrega

2.1.3 Motivaciones de Compra

Motivaciones de compra	
Racionales	Los clientes se motivan a comprar los productos de Innamorate por sus diseños creativos y reales, además de los atributos en cuanto a las tendencias de pastelería los cuales Innamorate trata de tener a la vanguardia; por estas dos principales razones los clientes nos compran con anticipación e igualmente la mayoría vuelven a elegirnos por todos estos hechos, también por el rendimiento de nuestros productos, ya que siempre alcanzan para más porciones o que rinden para varios momentos del día y por el hecho de que ofrecemos un producto extra en la mayoría de nuestras compras.
Psicológicas	Como lo he dicho anteriormente un gran porcentaje de nuestros clientes son atraídos por la estrategia del voz a voz, por lo cual podemos decir que la mayoría llega por curiosidad de probar una pastelería diferente, con empaques no convencionales y creativos a los existentes en el mercado, además de que al momento de probar nuestros pasteles el común denominador es el diferenciador de y aunque no son sabores exclusivos si se hacen con las mejores materias primas.

Tabla 2. Motivación de compra

2.1.4 Validación de aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)

Debido al tamaño de la población que se ha determinado y dicho anteriormente, se debe establecer un tamaño de muestra en donde los niveles de confianza sean suficientes para analizar la información recopilada a través de las encuestas. Para ello, se emplea la siguiente ecuación, teniendo en cuenta que se desea un nivel de confianza del 95% y un error del 5%

$$N = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * e^2 + Z^2 * p * q}$$

En donde: n = Muestra, N = Población de Pereira y Dosquebradas, Z = Nivel de confianza, e = Error, p = Probabilidad más optimista y q = Probabilidad más pesimista

$$n = \frac{1.95^2 * 0.5 * 0.5 * 355.203}{(355.203 * 0.05^2) + 1.95^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = N = 380 \text{ encuestas a realizar}$$

Al momento de realizar la encuesta que podemos observar en el anexo 1 de este trabajo podemos ver que los resultados obtenidos son estos:

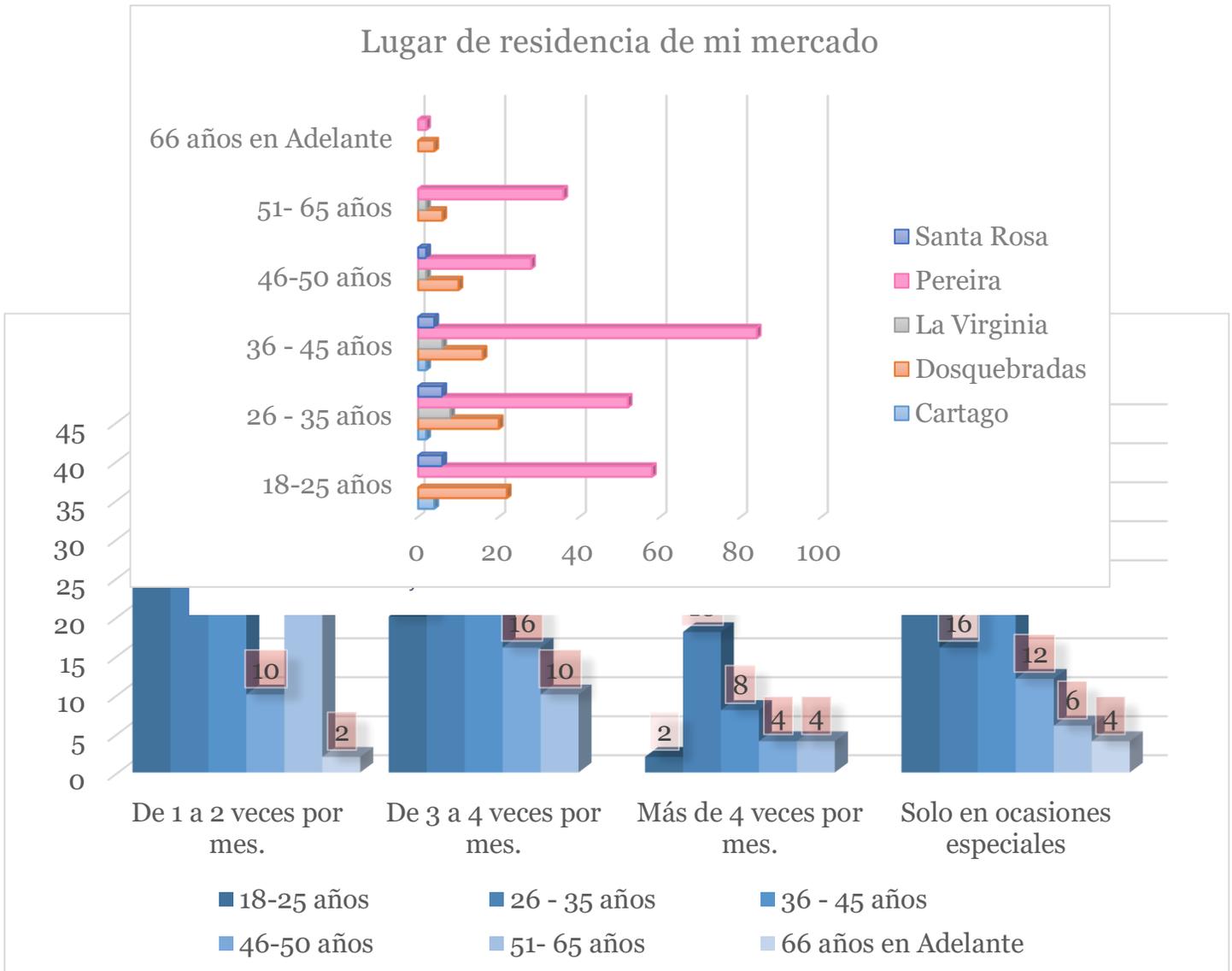


Ilustración 2. Grafica encuesta

Podemos ver que Pereira por ser el lugar donde nos encontramos ubicado es donde tenemos mayor cantidad de potenciales clientes, los cuales se encuentran entre las edades de 35-46 años, seguido de aquí encontramos a potenciales clientes en el municipio de Dosquebradas que se encuentran entre las edades de 18-25 años, por lo que podemos concluir que nuestro Target de mercado es entre 18-46 años que tienen como residencia los municipios de Pereira y Dosquebradas

En base al estudio de factibilidad de la Pastelería innamorate donde más de 380 personas participaron, podemos observar que quienes más consumen productos de pastelería son las que se encuentran entre las edades de 36-45 años, éstas como podemos observar en la gráfica son las que mayor peso representan en tres de las cuatro categorías, con lo que podemos entender que estas son nuestros clientes ideales, ya buscan este tipo de productos varias veces al mes y en ocasiones especiales.

También podemos notar que las personas entre 26-35 años son menos detallistas y vienen de una generación en donde este tipo de productos no son lo principal de sus celebraciones ya que utilizan productos alternativos, por lo que notamos que son los que menos consumen este tipo de productos, además de esto, desde hace un tiempo se ha visto un crecimiento en la tendencia a volver a celebrar cualquier acontecimiento con pasteles o con productos de repostería diferentes a los comunes que se encuentran en el mercado como lo son (paletas, cupcakes, entre otros); productos que la pastelería creativa innamorate fabrica, esto ha empezado a generar un interés en la población de edades entre 18 -25 años que les gusta celebrar con sus amigos y familia en diferentes lugares, pero siempre llevando su pastel para complementar la celebración.

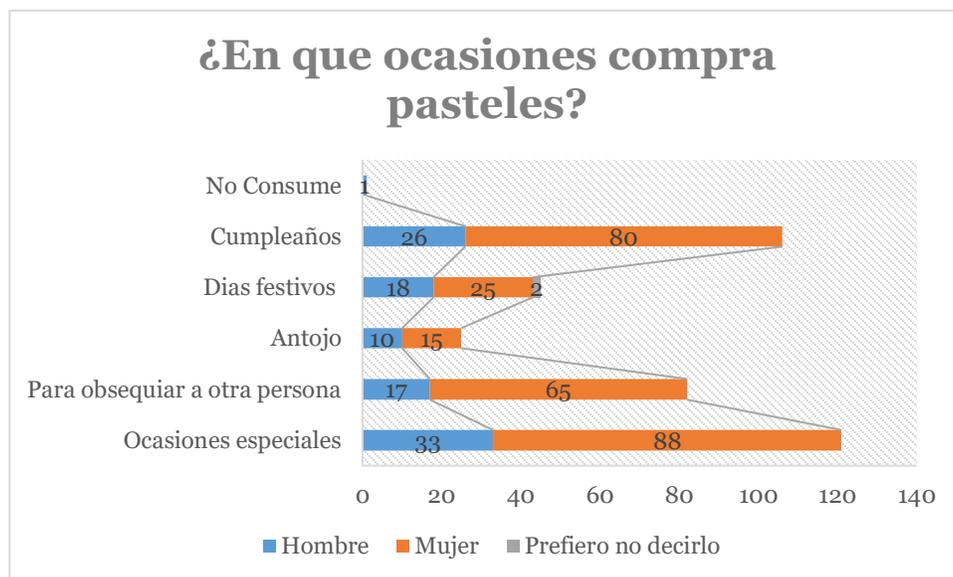


Ilustración 3. Grafica encuesta

De 382 personas encuestadas podemos ver que las mujeres en cualquiera de las ocasiones son las que más compran este tipo de productos, principalmente para ocasiones especiales (aniversarios , graduaciones y demás) y cumpleaños siendo estos sus dos motivos de compra, seguido de estos encontramos que a más de 65 mujeres les gusta comprar estos productos para obsequiar , lo que es una muy buena señal ya que la pastelería creativa innamorte elabora todos sus productos con presentaciones especiales con el fin de que todos sus productos sirvan de detalle.



Ilustración 4. Grafica encuesta

De los productos actuales que maneja la pastelería creativa innamorate, según la encuesta realizada a 382 personas 210 han sido nuestros clientes, estos consumen principalmente nuestras tortas clásicas, seguido de nuestras tortas clásicas y de nuestros cupcakes y galletas.

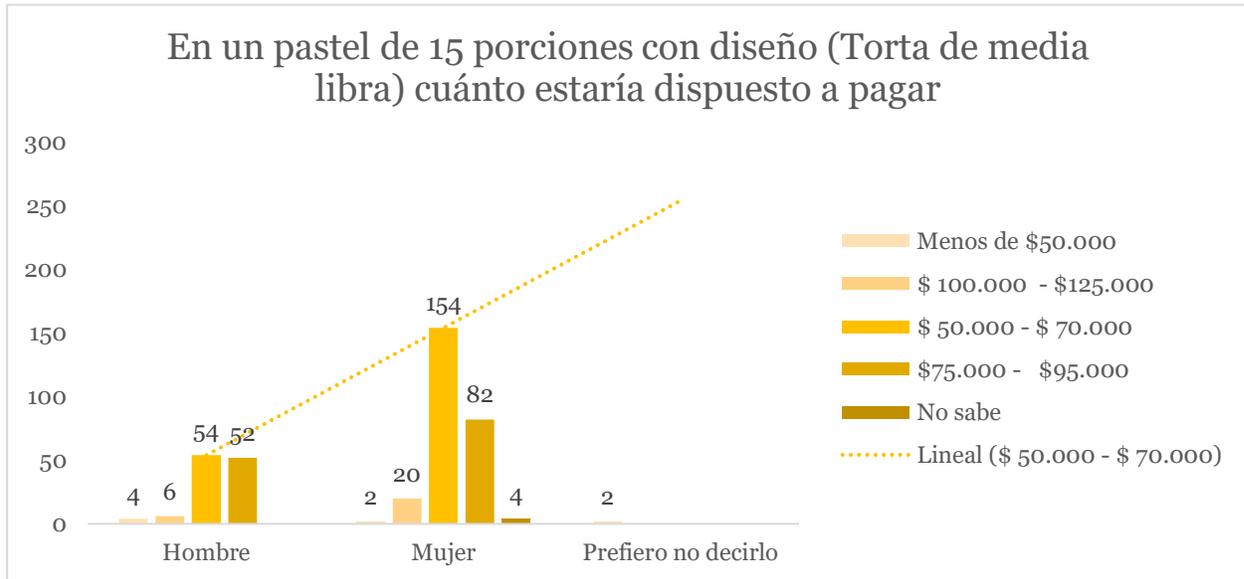


Ilustración 5. Gráfica encuesta

Como podemos observar en la gráfica, las personas están dispuestas a pagar mayormente por un pastel de 15 porciones un valor entre \$50.000 y \$70.000, y 134 están dispuestas a pagar entre \$75.000 y \$95.000, que es el valor donde se encuentra nuestra Little cake, con lo que podemos concluir que las personas consideran de un buen precio además que este tipo de personas que está dispuesta a pagar este monto ya que valoran la calidad del producto.

2.1.5 Competencia

COMPETENCIA				
DESCRIPCIÓN	Azucarados	Karina Pastelera	Ginevra Pastelería	Kon amor
Localización	5	5	3	4
Variedad de Productos	4	4	4	5
Precios	4	3	3	4
Posicionamiento	5	5	5	5
Logística de Distribución	5	5	4	3
Experiencia	5	5	4	5
Creatividad	5	3	3	5
Tiempo de entrega	3	3	3	3
Total	36	33	29	34
Calificación	4,5	4,1	3,6	4,3

Tabla 3. Competencia

El mercado de pastelería en la ciudad ha mejorado mucho en los últimos años por lo que podemos ver en la anterior (cuadro), escogí cuatro competidores muy reconocidos en la ciudad que cuentan con varios años de experiencia; el competidor más directo para Innamorate es azucarados con un total de 36 puntos destacándose en varias áreas con una calificación de 4,5 sobre el mercado, siendo su fuerte el posicionamiento debido a que cuenta con reconocimiento de gran número de personas en la ciudad, lo que hace que cuente con una la experiencia de más de 5 años, por tal manera la siguen eligiendo como una de las mejores pastelerías que se encuentran gracias a la creatividad que manejan en sus diseños al ser en 3D y toman en cuenta cada detalle del pastel, dichos motivos los han llevado a expandirse por toda la región cafetera teniendo una logística de distribución amplia con el fin de cubrir varios municipios.

2.1.6 Tamaño del mercado

Según el DANE en la encuesta realizada en el 2019, para el año 2021 la población total de Pereira y Dosquebradas sería de 619.722 personas, de las cuales los hombre y mujeres que son clientes potenciales para Innamorate son un total de 355.203 que están entre las edades de 18-45 años en los hombres y de 18-68 años en las mujeres.

2.2 ESTRATEGIAS DE MERCADO

2.2.1 ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas, y cuál es su presupuesto?

Estrategia de promoción:	Propósito	Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
Programa referidos	Aumentar nuestra red de clientes y que conozcan nuestros productos	Ofrecer un productos a los clientes que nos recomendaron y fue efectiva la compra de esa persona, se le obsequiara (paletas, cinnarolls, globos o cupcakes) en su próxima compra	Materia prima: - Productos básicos de la pastelería	Anual	\$100.000	Comercial
Puntos con amor	Fidelizar a los clientes e incentivar la compra de nuestros productos	Premiar la fidelidad de nuestros clientes, acumulando puntos por la compra de cualquiera de nuestros proceso,	Materia prima: - Productos básicos de la pastelería	Anual	\$160.000	Comercial

		generando así un 25% de descuento en su compra N°11 (promedio de 5 clientes sobre una torta de libra)				
Celébrate	Celebrar junto a nuestros principales clientes (12) el día de su cumpleaños	Enviar una mini-ancheta de productos Innamorate	Materia prima: <ul style="list-style-type: none"> - Productos básicos de la pastelería - Empaques de vidrio o plástico - Caja de madera 	Anual	\$180.000	La administradora
Costo total Anual					\$440.000	

Tabla 4. Estrategia de promoción

Estrategia de Comunicación	Propósito	Actividad	Recursos requeridos	Tiempo de ejecución	Costo	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
Publicidad en redes sociales	Tener mucha más gente que conozca nuestros productos en las principales plataformas de e-commerce	Pagar Facebook ads, ya que genera publicidad en Instagram y Facebook al mismo tiempo	Audiovisual: <ul style="list-style-type: none"> - Producción audiovisual y creativa 	Trimestral	\$180.000 (presupuesto anual)	Community manager
Influencer	Que a través de este tipo de	Al momento de realizar el	Materia prima: <ul style="list-style-type: none"> - Productos básicos 	Semestral	\$160.000 (presupuesto anual)	Community manager

	personas, podemos llegar a muchas más personas	lanzamiento de un nuevo producto o de generar más alcance de clientes, se le enviara a estos como forma de compartir la experiencia Innamorat e	pastelería			
Giveaways	Unirnos con marcas reconocidas en la ciudad para aumentar nuestros seguidores y clientes potenciales	Escoger un producto acorde a las otras marcas y a la temática del concurso	Materia Prima: - Productos básicos de pastelería	Semestral	\$100.000 (Presupuesto anual)	Comercial
Ferias	A través de las diferentes ferias de la ciudad darnos a conocer en los diferentes centros comerciales llegando a más personas	Vender y Exhibir nuestros productos en un stand de estos eventos para empezar a conocer	Materia prima: - Productos básicos pastelería Tiempo	Anual	\$600.000	Administradora

	de la región					
Costo total					1.040.000	

Tabla 5. Estrategia de comunicación

Estrategia de Distribución	Propósito	Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
Domicilios gratis	Que nuestros clientes tengan sus productos en ella puerta de su casa sin ningún costo adicional	Ofrecer un servicio completo	Vehículo y delivery	Cada 15 días	\$150.000 (presupuesto anual)	Mensajero
Alianzas estratégicas	Hacer alianzas con organizadores de eventos para convertirnos en aliados y proveedores para completar los servicios que ellos ofrecen	Tener precios y catálogos para este mercado en especial, además de innovar en	Materia prima: <ul style="list-style-type: none"> - Productos básicos de la pastelería - Base de datos organizadores de eventos - catalogo 	Anual	\$100.000	Comercial

Eventos	A través de empresas de familia, amigos o referidos participar en sus eventos personales y empresariales	Ser un patrocinador de los eventos y así también que las personas que asistan a estos eventos conozcan y prueban la marca	Materia prima: Productos básicos de pastelerías	Año	\$120.000	Comercial
Costo total					\$ 370.000	

Tabla 6. Estrategia de Distribución

2.2.2 Presupuesto de estrategias de marketing

ESTRATEGIAS DE MERCADO	Costo total
Estrategias de promoción	\$ 440.000
Estrategias de comunicación	\$ 1.040.000
Estrategias de distribución	\$ 370.000
Presupuesto TOTAL	\$ 1.850.000

Tabla 7. Presupuesto de marketing

CAPÍTULO 3. LEGAL

3.1 CONSTITUCIÓN, ESTATUTOS, PROPIEDAD INTELECTUAL Y CONTRATACIÓN

Normatividad empresarial (constitución empresa)

Innamórate pastelería creativa tiene la idea de constituirse como persona natural al momento de formalizar la empresa; esta modalidad las escogemos debido a que no cumplimos con los ingresos anuales tan altos como para constituirnos como una S.A.S que es nuestra otra alternativa además de que como persona natural no debemos tener tantas obligaciones ante la Dian y no pagamos tantos impuestos, por lo que podemos funcionar sin tantos requisitos legales y costos de una sociedad comercial.

Actualmente no existe una ley que rijan a las personas naturales, ya que estas son enfocadas a las empresas que están obligadas a pagar IVA y los demás impuestos ante el gobierno.

Pasos para formalizar la empresa ante la cámara de comercio de Pereira son dos simples pasos:

1. Llevar 2 fotocopias de la cédula de la persona natural
2. Fotocopia del Rut si se tiene y si no en la cámara de comercio se le generará el RUT

3. Realizar un acta de mínimo de activos, si este no supera el monto de \$1.754.726, Se puede decir que el inventario o los activos fijos son menores al que la cámara pide, se genera un certificado por un contador que haga constancia que efectivamente vale menos, si este supera este monto se debe cancelar un valor de \$42.750 por ser una MIPYME.
4. Hacer el respectivo pago de la matrícula mercantil que tiene un valor de 36.000 si no supera el rango de activos de 228.740.400, además debe pagar las siguientes tarifas: anexo cuadro con tarifas

TARIFAS DE MATRÍCULAS: COMERCIANTES PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS		
Rango de Activos y Tarifas expresados en UVT		
Mayor a	Menor o igual a	Tarifas
- 228.740.401	228.740.400 En adelante	36.000 109.000
TARIFAS DEL REGISTRO MERCANTIL 2021		TARIFAS MIPYMES CON DESCUENTO
Cancelación de la matrícula del comerciante	\$ 12.300	\$ 11.400
Cancelación de la matrícula del establecimiento	\$ 12.300	\$ 11.400
Mutaciones referentes a la actividad comercial	\$ 12.300	\$ 11.400
Inscripción de los actos y documentos	\$ 45.000	\$ 41.850
Inscripción de libros	\$ 15.000	\$ 13.950
Certificados de matrícula mercantil	\$ 3.100	\$ 2.900
Certificados de existencia y representación legal	\$ 6.200	\$ 5.900
Certificados especiales	\$ 6.200	\$ 5.900
Formularios para el registro mercantil	\$ 6.200	NA
Depósito de estados financieros	\$ 90.000	NA

Normatividad tributaria

Por ser una persona natural los impuestos que debemos pagar son:

- No responsables del impuesto de IVA
- Debemos llevar libro contable de las operaciones diarias
- No responsables del impuesto al consumo
- Pago de la declaración de renta si se supera el monto de:
 - Ingresos mensuales superiores a \$3.868.166, lo que equivale a \$46.418.000 anualmente
 - Más de \$149.202.000 en patrimonio bruto
 - Más de \$46.418.000 en ingresos brutos anuales
 - Compras mayores a \$46.418.000
 - Compras y consumo mediante tarjeta de crédito superiores a \$46.418.000
 - Movimientos financieros por concepto de inversiones, depósitos o consignaciones que excedan los \$46.418.000
- Pago del impuesto de industria y comercio anual que tiene un valor de \$350.000 anual con avisos

y tableros y \$306.000 si no se tienen avisos.

Impuestos a pagar por tienda virtual

A partir de febrero 01 de 2017 las empresas que tengan una tienda virtual en Colombia deben haber implementado el nuevo cobro del IVA del 19% en cada venta que realicen, que fue reglamentado por el Congreso de la República en la Ley 1819 de 29 de diciembre de 2016, por lo cual el precio final mostrado en la página debe de contener ya con este valor

La ley 527 de 1999 habla sobre el uso de los mensajes de datos en todas las actividades del comercio electrónico, es, entonces, una ley de carácter probatorio, que permite aplicar las mismas consecuencias jurídicas que ostentaban los medios físicos o tradicionales a la utilización de medios electrónicos.

Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos)

Por tener un establecimiento al público que es lo que queremos debemos cumplir con unas normas y permisos, los cuales son:

- Registro mercantil
- Certificado Sayco & Acinpro que tiene un valor de \$ 358.400 anual para el año 2021
- Tarjeta manejo de Alimentos que es gratis y se debe de renovar anualmente
- Concepto sanitario, el cual es emitido por la secretaria de Salud de Pereira, el cual le da el aval al establecimiento en cuento a las normativas de salubridad y es gratis pero se demora 2 meses obtenerlo
- Certificado de uso de suelo, que tiene un valor de \$75.000 y debe pagarse en la cámara de comercio

Normatividad laboral

Por el tipo de labores que se deben realizar en la pastelería principalmente contrataríamos por 4 a 5 horas a los decoradores, pasteleros y auxiliares de cocina con el fin de generar oportunidades y dinamismo en el trabajo , pagando \$4.500, siendo así un poco más que la hora legal establecida que está en un valor de COP \$3.785, y pagando por el igual valor y en consecuencia de las horas trabajadas, todas la prestaciones legales de estas personas, esto lo haríamos bajo el artículo 197 del Código Sustantivo del Trabajo, lo que se conoce jurídicamente como los *Trabajadores de Jornada Incompleta*, lo cuales son, como su nombre lo indica, aquellos empleados que han sido vinculados por su empleador bajo un horario de trabajo inferior a la máxima establecida en el Artículo 161 del mismo código y sobre los cuales recaen los mismos derechos, prestaciones y garantías que un trabajador con una jornada ordinaria de trabajo, ya que en la actualidad, no existe normatividad laboral en nuestro país que reglamentada de manera particular la contratación de empleados por horas, ni mucho menos una directiva que instituya puntualmente cómo se debe remunerar la labor de aquellas personas que se encuentran vinculadas bajo esta modalidad. Además de esto también a mediano plazo queremos contar con personal de término indefinido pagando así el salario mínimo que está en \$1.014.980 con auxilio de transporte, más prestaciones sociales (Salud , Pensión, Arle y parafiscales) a algunos de nuestros empleados que tienen un valor de \$356.000, pagando así un total de \$ 1'370.980 por cada empleado

Normatividad ambiental

Por ser una Pastelería debemos de contar en el establecimiento con estos ítems:

- Trampa de grasa
- Manejo de residuos
- Tanque de reserva

Todos estos ítems son importantes para poder obtener el concepto sanitario con toda la reglamentación que secretaria de salubridad exige.

Registro de marca – Propiedad intelectual

Para realizar la solicitud de registro de marca y lemas comerciales se deben presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio SIC en la delegatura de Propiedad Industrial, para esto puede realizar el trámite de manera virtual en la página web www.sipi.sic.gov.co

En la Cámara de Comercio de Pereira puede recibir una orientación en el Centro de Atención Empresarial CAE sobre marcas o puede optar por realizar el trámite de manera física ante las Oficinas de la SIC en Pereira.

Para efectos de lo anterior, puede acercarse a la Casa del Consumidor en donde encontrará el Centro de Apoyo a la Tecnología y a la Innovación CATI, allí le orientarán con el trámite de Registro de Marcas, Patentes, Diseños Industriales y demás información relacionada.

Tabla 8. Información para Constitución

CAPÍTULO 4. OPERACIÓN

4.1 OPERACIÓN TÉCNICA

4.1.1 Fichas Técnicas

Ítem		Aspecto visual	
Producto específico	Tortas Personalizadas		
Nombre Comercial	Little-cake		
Unidad de medida	Porciones		
Descripción General	<p>Torta de 8-10 porciones , de 4 capas con rellenos intermedios , es una masa esponjosa y suave de diferentes sabores (Chocolate, Vainilla, Vainilla Chips, Naranja, entre otros, con rellenos tradicionales y diferentes para la población en Colombia como lo son en las pastas sabor izadas de buttercream que vienen en sabor Frambuesa, Amaretto, Limón, Maracuyá, Vainilla, Pistacho, la decoración es dependiendo de las especificaciones del cliente y normalmente puede ir cubiertas de fondant, buttercream o semidesnuda.</p>		
Condiciones Especiales	<p>Cualquiera de las dos presentaciones debe conservarse fuera de lugares calurosos, pero si es fondant no puede ser metida a la nevera, por el contrario la cubierta con Buttercream si no se va consumir al momento de la entrega si debe de ser refrigerada</p>	Empaque	<p>Caja en acetato transparente con tapas en cartulina de colores, elaborada por nosotros para una mejor presentación para nuestras tortas personalizada, especialmente para la Mini-cake, Little-cake, Small-Cake y 20 Porciones</p>
Composición	<p>Los ingredientes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantequilla Colanta - Huevos - Azúcar - Esencia - Yogurt - Polvo de hornear - Arequipe/ <p>Buttercream para los rellenos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fondant o <p>Buttercream para cobertura dependiendo del diseño</p>	Consumo preferible	<p>A partir del momento de la entrega es preferible su consumo para guardar fresca antes de 5 horas, al ambiente la torta puede durar 2 días y en la nevera de 7 a 8 días</p>

Tabla 9. Ficha técnica Little Cake

Ítem		Aspecto visual	
Producto específico	Tortas Clásicas		
Nombre Comercial	Red Velvet		
Unidad de medida	Libra		
Descripción General	Torta de diferentes presentaciones (1/4 libra, media libra y 1 Libra), donde su masa es suave y esponjosa de color rojo, normalmente es de 2 capas y 1 capa de rellano de Betún de queso crema, su cubierta es una fina capa de betún de queso crema con migas de la torta con decoración rosetones de betún, migas y algunas veces viene acompañado de trozos de chocolate y topper, según las preferencias del cliente.		
Condiciones Especiales	Requiere refrigeración por el contenido de su cobertura	Empaque	Caja tipo cartón, cuadrada, ensamblable, opcional con visor
Composición	Ingredientes : - Harina - Azúcar - Huevos - Mantequilla - Aceite - Cocoa - Sal - Polvo De Hornear - Color	Consumo preferible	Es recomendable que sea consumida durante las próximas 24 horas, ya que su cobertura es un derivado de lácteo, si se quiere conservar en la nevera puede durar 6 días

Tabla 10. Ficha Técnica Torta Clásica

Item		Aspecto visual	
Producto específico	Desayunos sorpresa		
Nombre Comercial	Desayuno Sencillo		
Unidad de medida	Unidad		
Descripción General	Caja de desayuno con tres bombas a preferencia del motivo y colores que el cliente elija, y con Mensaje personalizado		
Condiciones Especiales	En caso de no consumir en el tiempo establecido, colocar en refrigeración los productos no perecederos (huevos, café, fruta y cupcakes)	Empaque	Caja de madera en material mdf, completamente desinfectada con amonio cuaternario, con cinta, moño o topper
Composición	Ingredientes del desayuno <ul style="list-style-type: none"> - Café con leche - Huevos revueltos con tocineta o maicitos - Hit de naranja o mora en botella - Porción de fruta picada - Cupcakes con motivo de la celebración - Chokolatina - Paquete de papitas pequeño nacionales - Dulce (chokis o gomas) - bombas con aire - Mensaje 	Consumo preferible	Se recomienda que la fruta y el huevo se consuma durante las 3 primeras horas después de entregado el producto, el resto de los ingredientes pueden consumirse en los próximos 7 – 8 días

Tabla 11. Ficha técnica Desayuno sorpresa

Item		Aspecto visual	
Producto específico		Paletas de Torta	
Nombre Comercial		Cakesicles	
Unidad de medida	Caja de 3 unidades		
Descripción General	3 paletas en caja, completamente personalizada, con un relleno de masa de torta (red velvet, vainilla chips o chocolate) compactada con betún de queso crema, recubierta de chocolate blanco y decorada según especificaciones del cliente.		
Condiciones Especiales	No exponer por tiempo prolongado en el calor, recomendable estar a temperatura ambiente y si no va a ser consumido guardar en la nevera	Embalaje	Caja de Kraff con visor , abatible, con papelillo de papel cometa
Composición	Los ingredientes son : <ul style="list-style-type: none"> - Relleno de torta - Cubierta de chocolate - Palito de madera - Sprinkles - Fondant 	Consumo preferible	Consumo dentro de los 5 días después de entregado el producto

Tabla 12. Ficha técnica Cake sicles

4.1.2 Condiciones Comerciales

CLIENTE	
¿Cuáles son los volúmenes y su frecuencia de compra?	La frecuencia de compra de la mayoría de nuestros clientes es 2 veces por mes y estas dos compras es la mayoría de veces entre un pastel personalizado, una desayuno, una torta clásica, entre otros
¿Qué características se exigen para la compra (Ej: calidades, presentación - empaque)?	Estas son las características principales que nos exigen nuestros clientes: <ol style="list-style-type: none"> 1. Sabor 2. Presentación 3. Diseño 4. Rendimiento 5. Calidad 6. Servicio al cliente 7. Precios 8. Empaque
Sitio de compra	Whatsapp como principal sitio de compra, DM de Instagram o Llamada
Forma de pago	Efectivo – Transferencia Bancaria Bancolombia, Davivienda, Colpatria, BBVA – Pagos contra entrega en algunos productos
Precio	Tortas personalizadas: Tienen un valor desde \$55.000 hasta \$ 270.000 Tortas clásicas: Tienen un valor desde \$18.000 hasta \$ 48.000 Cupcakes y Galletas: Tienen un valor de 3.500 sencillo \$4.500 Decorado Desayunos sorpresa: Tienen un valor desde \$65.000 hasta \$195.000 Cakesicles / Cakepops: Tienen un valor de 5.000
Requisitos post-venta	A todos los clientes posterior a la compra del producto , le escribimos por WhatsApp o se les hace una respectiva llamada , preguntándoles lo siguiente: ¿Cómo les fue? ¿Tienen alguna sugerencia?
Garantías	<ul style="list-style-type: none"> • Podemos asegurarle a nuestros clientes que utilizamos los productos de más alta calidad que hay en el mercado • Garantizamos que el producto siempre le va a rendir más de lo que nos compro
Margen de comercialización	Tortas personalizadas: El margen es del 30% Tortas clásicas: El margen es del 30% Cupcakes y Galletas: El margen es del 28% Desayunos sorpresa: El margen es del 22% Cakesicles / Popsicles: El margen es del 35%

Tabla 13. Condiciones comerciales

4.1.3 Proceso de Producción

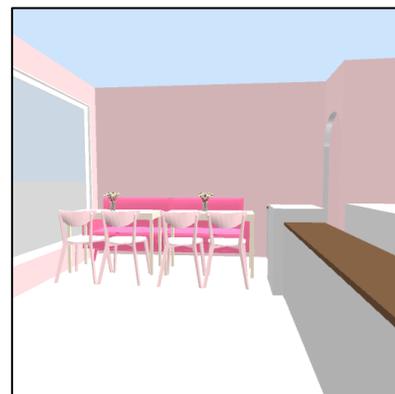
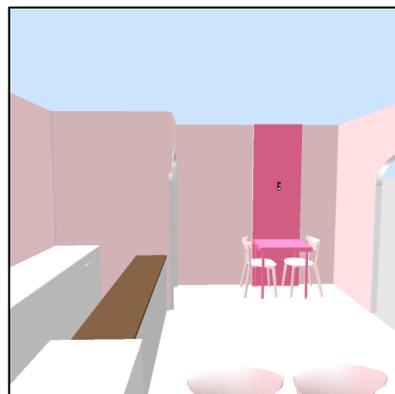
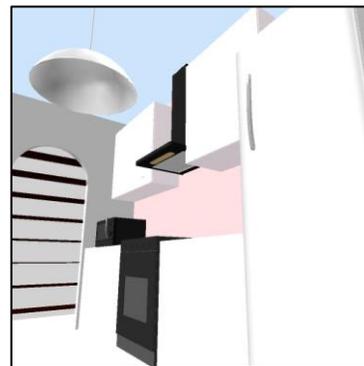
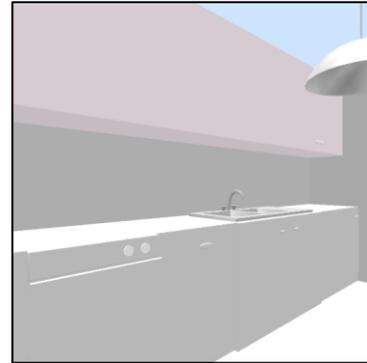
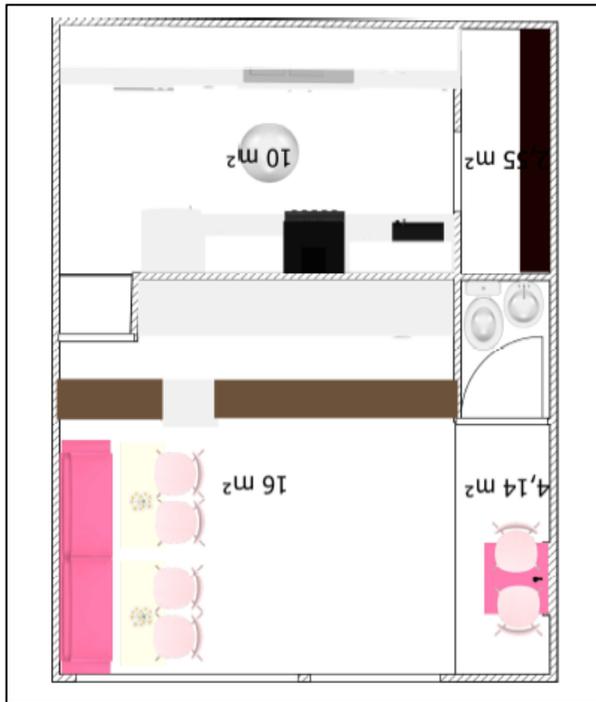
Bien / Servicio: Pastel Personalizado (Little-cake)				
Unidades a producir: 1 unidad				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Pedido y confirmación de pago	1-2 días	Comercial	2	Celular o Tablet
Compra de insumos	Medio día o 1 día	Auxiliar de Producción	2	Moto
Elaboración del pastel	1 Día	Pastelera	1	Batidora, nevera, bolws, Horno, Moldes
Decoración	1 Día	Auxiliar de cocina	1	Estiletes, moldes, cortadores, rodillo
Entrega de Pedido	1 Día	Auxiliar Logístico	2	Moto, caja, sticker
Total	7 Días			

Bien / Servicio: Torta Clásica Red Velvet				
Unidades a producir: 1 unidad				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Pedido y confirmación de pago	1-2 días	Comercial	2	Celular o Tablet
Compra de insumos	Medio día	Auxiliar de Producción	2	Moto
Elaboración del pastel	Medio día	Pastelera	1	Batidora, nevera, bolws, Horno, Moldes
Decoración	medio Día	Auxiliar de cocina	1	Estiletes, moldes, cortadores, blonda y chocolate
Entrega de Pedido	Medio Día	Auxiliar Logístico	2	Moto, caja, sticker
Total	4 días			

Bien / Servicio: Desayuno sencillo				
Unidades a producir: 1 unidad				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Pedido y confirmación de pago	1-2 días	Comercial	2	Celular o Tablet
Compra de insumos	1 hora	Auxiliar de Producción	2	Moto
Armado de desayuno	2 horas	Decoradora	1	Caja, bombas , manteles
Elaboración del desayuno	2 horas	Chef	1	Sartén, envases
Entrega de Pedido	Medio día	Auxiliar Logístico	2	Moto, caja, sticker
Total	3 días			

Bien / Servicio: Paletas de torta (Cakesicles)				
Unidades a producir: 3 unidades				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Pedido y confirmación de pago	1-2 días	Comercial	2	Celular o Tablet
Elaboración del pastel	2 horas	Pastelera	1	Batidora , nevera, bolws, Horno, Moldes
Decoración	4 horas	Auxiliar de cocina	1	Estiletes, moldes, cortadores, blonda y chocolate
Entrega de Pedido	Medio Día	Auxiliar Logístico	2	Moto, caja, sticker
Total	3 días			

4.1.4 Distribución de Planta



4.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN

4.2.1 Proveedores

PROVEEDOR	ENTREGA	METODO DE PAGO	PRODUCTOS	Razones
	Inmediata , cuentan con Stock frecuentemen te	Efectivo y Pago con Tarjeta de Crédito y Debito	<ul style="list-style-type: none"> • Panal de huevos • Azúcar pulverizada • Mantequilla Colanta • Naranjas • Limones • Mantequilla Alpina • Azúcar • Crema de leche • Leche • Queso Crema • Arequipe Con/Sin Azúcar 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios • Cercanía
			<ul style="list-style-type: none"> • Harina Pulverizada • Colorantes • Moldes • Glucosa • Astra • Grasa hidrogenada • Chocolate 	<ul style="list-style-type: none"> • Únicos proveedores de productos de repostería en la ciudad • Precios de mayorista

			<ul style="list-style-type: none"> • Bandejas de madera • Cajas de cartón para torta, cupcakes y detalles • Blondas • Toppers • Bombas • Porta comida • Envases vidrio 	<ul style="list-style-type: none"> • Distribuidor con gran variedad de productos • Ofrece un descuento por ser emprendedores • Precios de mayoristas
--	--	--	---	---

Tabla 14. Proveedores

4.2.2 Costos por producto

CUADRO DE CONTROL DE PRECIOS DE PRODUCTO				
PRODUCTO	LITTLECAKE			
	PRECIO DE VENTA UNITARIO			
GRAMOS	\$ 90.000,00			
	250			
	8 a 10 porciones			
INGREDIENTES	MEDIDA	COSTO GRAMO	RECETA BASE	COSTO TOTAL
BIZCOCHO		\$	15	\$
Mantequilla	GRAMOS	25	250	6.300
Azúcar	GRAMOS	3	220	660
Ralladura de naranja	GRAMOS	150	10	1.500
Chips de chocolate	GRAMOS	64	0	0
Esencia	GRAMOS	145	8	1.160
Huevos	GRAMOS	6	250	1.500
Harina todo uso	GRAMOS	3	250	700
Polvo de hornear	GRAMOS	12	4	48
Yogurt	GRAMOS	3	80	212
TOTAL			1072	12080
RELLENO				
Buttercream	GRAMOS	23	120	2.724,0
Arequipe	GRAMOS	18	0	0
TOTAL			120	2.724

DECORACION				
Fondant	GRAMOS	10	900	9.000
Impresión comestible	UNIDAD	3.000	1	3.000
Rosa 2	UNIDAD	25.000	0	0
Sprinkles	GRAMOS	400	0	0
TOTAL				12.000
EMPAQUE				
Blonda	UNIDAD	1.600	1	1.600,00
Caja	UNIDAD	12.000	1	11.000,00
Etiqueta	UNIDAD	300	0	0,00
TOTAL				12.600
TOTAL COSTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS				39.404
OTROS COSTOS Y GASTOS VARIABLES:				
MANO DE OBRA PROCESO				8.000
REMANENTE (% PERDIDA)			3,0%	1.182
SERVICIOS PUBLICOS			10,0%	3.940
GASTOS POR VENTA TRANSPORTE (% de P.V.)			2,0%	788
GASTOS POR VENTA PUBLICIDAD (% de P.V.)			2,0%	788
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				54.102

Tabla 15 Costos de Little cake

CUADRO DE CONTROL DE PRECIOS DE PRODUCTO				
PRODUCTO		Red velvet Clásica		
PRECIO DE VENTA UNITARIO		\$ 52.000,00		
GRAMOS		380		
		Torta de media Libra		
INGREDIENTES	MEDIDA	COSTO GRAMO	RECETA BASE	COSTO TOTAL
BIZCOCHO		\$	15	\$
HARINA	GRAMOS	350	20	980
AZUCAR	GRAMOS	321	180	963
HUEVOS	GRAMOS	350	40	2.100
MANTEQUILLA	GRAMOS	175	100	4.410
ACEITE	GRAMOS	175	40	1.365
COCOA	GRAMOS	14	200	235

SAL	GRAMOS	1	200	2
POLVO DE HORNEAR	GRAMOS	2	24	28
VAINILLA CARAMELO	GRAMOS	9	43	243
LECHE	GRAMOS	140	2	310
YOGURT O KUMIS	GRAMOS	140	24	371
BICARBONATO	GRAMOS	2	8	16
VINAGRE	GRAMOS	2	1	12
COLOR	GRAMOS	9	40	1.867
TOTAL				12.901
DECORACION				
MANTEQUILLA	Gramo	140	46	4.060
QUESO CREMA	Gramo	70	31	5.040
AZUCAR PULVERIZADA	Gramo	105	35	469
POLVO DEYOGURT	Gramo	4	33	420
CHOCOLATE	Gramo	20	300	6.000
SPRINCLES	gramo	300	10	3.000
FONDANT	gramo	10	0	0
PALO	unidad	30	0	0
TOTAL				18.989
EMPAQUE				
Caja	UNIDAD	1.700	1	1.700,00
Etiqueta	UNIDAD	300	1	300,00
papel seda	unidad	500	1	500,00
Cinta	UNIDAD	500	1	500,00
TOTAL				3.000
TOTAL COSTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS				34.889
OTROS COSTOS Y GASTOS VARIABLES:				
MANO DE OBRA PROCESO				8.000
REMANENTE (% PERDIDA)				3,0% 1.047
SERVICIOS PUBLICOS				10,0% 3.488
GASTOS POR VENTA TRANSPORTE (% de P.V.)				2,0% 698
GASTOS POR VENTA PUBLICIDAD (% de P.V.)				2,0% 698
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				48.820

Tabla 16. Costos Torta clasica

Desayuno sorpresa sencilla	
Precio	\$ 82.000

Café con leche	\$ 3.000
Huevos revueltos con tocineta o maicitos	\$ 3.500
Porción de arepa redonda	\$ 700
Hit de naranja o mora en botella	\$ 2.900
Porción de fruta picada (2) entre estas (mango, banano, fresa, piña, papaya).	\$ 3.500
Cupcake sencillo con vela (fondant o crema, el que esté disponible)	\$ 7.000
Chocolatina	\$ 2.000
Paquete de papitas pequeño nacionales	\$ 1.600
Dulce (chokis o gomas)	\$ 1.500
1 canasta de madera	\$ 5.900
1 mini mantel de cuadros decorativo	\$ 1.000
3 bombas con aire	\$ 5.000
Mensaje	\$ 1.200
Subtotal	\$ 38.800
mano de obra	\$ 6.000
transporte	\$ 776
venta por publicidad	\$ 776
Servicios públicos	\$ 3.880
Subtotal	\$ 50.232

Tabla 17. Costos Desayuno

CUADRO DE CONTROL DE PRECIOS DE PRODUCTO				
PRODUCTO PRECIO DE VENTA UNITARIO	GRAMOS	CAKESICLES		
		\$ 125.000,00 / \$25.000 Cu		
		200		
		15 PALETAS		
		5 CAJAS DE 3 UND		
INGREDIENTES	MEDIDA	COSTO GRAMO	RECETA BASE	COSTO TOTAL
BIZCOCHO				
		\$	15	\$
Mantequilla	GRAMOS	26	100	2.600
Azúcar	GRAMOS	6	180	1.080
Ralladura de naranja	GRAMOS	15	40	600
Margarina	GRAMOS	7	100	700
Esencia	GRAMOS	145	40	5.800

Huevos	GRAMOS	6	200	1.200
Harina todo uso	GRAMOS	3	200	600
Polvo de hornear	GRAMOS	12	2	24
sal	GRAMOS	2	1	2
Yogurt	GRAMOS	3	40	120
TOTAL				12.726
DECORACION				
CHOCOLATE	Gramo	20	1000	20.000
SPRINCLES	gramo	300	10	3.000
FONDANT	gramo	10	100	1.000
PALO	unidad	30	15	450
TOTAL				24.450
EMPAQUE				
Caja	UNIDAD	1.700	5	8.500,00
Etiqueta	UNIDAD	300	5	1.500,00
papel seda	unidad	500	1	500,00
Cinta	UNIDAD	500	5	2.500,00
TOTAL				13.000
TOTAL COSTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS				50.176
OTROS COSTOS Y GASTOS VARIABLES:				
MANO DE OBRA PROCESO				8.000
REMANENTE (% PERDIDA)			3,0%	1.505
SERVICIOS PUBLICOS			10,0%	5.017
GASTOS POR VENTA TRANSPORTE (% de P.V.)			2,0%	1.004
GASTOS POR VENTA PUBLICIDAD (% de P.V.)			2,0%	1.004
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				66,703

Tabla 18. Torta Cake sicles

Proyeccion unidades vendidas 2021								
Producto	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
Little cake	\$ 90.000	4	6	5	17	29	41	2900
Red velvet	\$ 52.000	2	3	4	16	28	40	
Desayuno	\$ 82.000	4	6	9	24	39	54	
Paletas	\$ 25.000	5	10	16	33	50	67	
		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Little cake	\$ 90.000	53	65	77	89	101	113	
Red velvet	\$ 52.000	52	64	76	88	100	112	

Desayuno	\$	82.000	69	84	99	114	129	144
Paletas	\$	25.000	84	101	118	135	152	169

4.2.3 Ventas

Tabla 19. Proyección unidades vendidas

proyección año 2021							
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
Little cake	\$ 360.000	\$ 540.000	\$ 450.000	\$ 1.530.000	\$ 2.610.000	\$ 3.690.000	135.047.000
Red velvet	\$ 104.000	\$ 156.000	\$ 208.000	\$ 832.000	\$ 1.456.000	\$ 2.080.000	
Desayuno	\$ 328.000	\$ 492.000	\$ 738.000	\$ 1.968.000	\$ 3.198.000	\$ 4.428.000	
Paletas	\$ 125.000	\$ 250.000	\$ 400.000	\$ 825.000	\$ 1.250.000	\$ 1.675.000	
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
Little cake	\$ 4.770.000	\$ 5.850.000	\$ 6.930.000	\$ 8.010.000	\$ 9.090.000	\$ 10.170.000	
Red velvet	\$ 2.704.000	\$ 3.328.000	\$ 3.952.000	\$ 4.576.000	\$ 5.200.000	\$ 5.824.000	
Desayuno	\$ 1.725.000	\$ 2.100.000	\$ 2.475.000	\$ 2.850.000	\$ 3.225.000	\$ 3.600.000	
Paletas	\$ 2.100.000	\$ 2.525.000	\$ 2.950.000	\$ 3.375.000	\$ 3.800.000	\$ 4.225.000	

Tabla 20. Proyeccion Ventas 2021

Proyeccion de ventas			
Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
\$ 168.808.750	\$ 211.010.938	\$ 263.763.672	\$ 329.704.590

El crecimiento anual será de 25% logrando así un total de ventas para el año 2025 de \$ 329.704.590 y mensual se estima que cada uno de los productos estrella de la pastelería tenga un crecimiento porcentual en base a las ventas de estos en los primeros meses teniendo así un estimado de 2.900 unidades vendidas de estos productos (Little cake, desayuno sencillo, red Velvet y paletas) para el año 2021, logrando así unas ventas totales para el año 2021 de \$135.047.000 (las cifras de los meses de Enero-Abril son reales)

4.2.4 Plan de Producción

Plan de producción 2021								
Producto	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
Little cake	\$ 50.160	4	6	5	17	29	41	2900
Red velvet	\$ 22.000	2	3	4	16	28	40	
Desayuno	\$ 46.400	4	6	9	24	39	54	
Paletas	\$ 12.350	5	10	16	33	50	67	
		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Little cake	\$ 50.160	53	65	77	89	101	113	
Red velvet	\$ 22.000	52	64	76	88	100	112	
Desayuno	\$ 46.400	69	84	99	114	129	144	
Paletas	\$ 12.350	84	101	118	135	152	169	

Tabla 21. Plan de producción

proyección año 2021							
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
Little cake	\$ 200.640	\$ 300.960	\$ 250.800	\$ 852.720	\$ 1.454.640	\$ 2.056.560	90.535.000
Red velvet	\$ 44.000	\$ 66.000	\$ 88.000	\$ 352.000	\$ 616.000	\$ 880.000	
Desayuno	\$ 185.600	\$ 278.400	\$ 417.600	\$ 1.113.600	\$ 1.809.600	\$ 2.505.600	
Paletas	\$ 61.750	\$ 123.500	\$ 197.600	\$ 407.550	\$ 617.500	\$ 827.450	
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Little cake	\$ 2.658.480	\$ 3.260.400	\$ 3.862.320	\$ 4.464.240	\$ 5.066.160	\$ 5.668.080	
Red velvet	\$ 1.144.000	\$ 1.408.000	\$ 1.672.000	\$ 1.936.000	\$ 2.200.000	\$ 2.464.000	
Desayuno	\$ 3.201.600	\$ 3.897.600	\$ 4.593.600	\$ 5.289.600	\$ 5.985.600	\$ 6.681.600	
Paletas	\$ 1.037.400	\$ 1.247.350	\$ 1.457.300	\$ 1.667.250	\$ 1.877.200	\$ 2.087.150	

Tabla 22. Plan de producción 2021

proyección de ventas			
Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
\$ 113.168.750	\$ 141.460.938	\$ 176.826.172	\$ 221.032.715

4.3 PLAN DE COMPRAS

Plan de compras Tortas personalizadas															
Costos fijos															
Producto	Valor según cantidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Subtotal unitario	Total
Unidades a producir		4	6	5	17	29	41	53	65	77	89	101	113		600
Harina	\$ 800	\$ 3.200	\$ 4.800	\$ 4.000	\$ 13.600	\$ 23.200	\$ 32.800	\$ 42.400	\$ 52.000	\$ 61.600	\$ 71.200	\$ 80.800	\$ 90.400	\$ 480.000	
Huevos AAA	\$ 1.716	\$ 6.863	\$ 10.294	\$ 8.578	\$ 29.167	\$ 49.755	\$ 70.343	\$ 90.931	\$ 111.520	\$ 132.108	\$ 152.696	\$ 173.284	\$ 193.873	\$ 1.029.412	
Fondant	\$ 8.050	\$ 32.200	\$ 48.300	\$ 40.250	\$ 136.850	\$ 233.450	\$ 330.050	\$ 426.650	\$ 523.250	\$ 619.850	\$ 716.450	\$ 813.050	\$ 909.650	\$ 4.830.000	
Mantequilla colanta	\$ 6.700	\$ 26.800	\$ 40.200	\$ 33.500	\$ 113.900	\$ 194.300	\$ 274.700	\$ 355.100	\$ 435.500	\$ 515.900	\$ 596.300	\$ 676.700	\$ 757.100	\$ 4.020.000	
Azucar	\$ 704	\$ 2.816	\$ 4.224	\$ 3.520	\$ 11.968	\$ 20.416	\$ 28.864	\$ 37.312	\$ 45.760	\$ 54.208	\$ 62.656	\$ 71.104	\$ 79.552	\$ 422.400	
Mantequilla alpina	\$ 8.880	\$ 35.520	\$ 53.280	\$ 44.400	\$ 150.960	\$ 257.520	\$ 364.080	\$ 470.640	\$ 577.200	\$ 683.760	\$ 790.320	\$ 896.880	\$ 1.003.440	\$ 5.328.000	
Arequipe	\$ 2.800	\$ 11.200	\$ 16.800	\$ 14.000	\$ 47.600	\$ 81.200	\$ 114.800	\$ 148.400	\$ 182.000	\$ 215.600	\$ 249.200	\$ 282.800	\$ 316.400	\$ 1.680.000	
Polvo de hornear	\$ 10	\$ 42	\$ 250	\$ 208	\$ 707	\$ 1.206	\$ 1.706	\$ 2.205	\$ 2.704	\$ 3.203	\$ 3.702	\$ 4.202	\$ 4.701	\$ 24.835	
yogurt	\$ 212	\$ 848	\$ 1.272	\$ 1.060	\$ 3.604	\$ 6.148	\$ 8.692	\$ 11.236	\$ 13.780	\$ 16.324	\$ 18.868	\$ 21.412	\$ 23.956	\$ 127.200	\$ 17.941.847
Insumos papeleria															
Acetato	\$ 2.225,0	\$ 8.900	\$ 13.350	\$ 11.125	\$ 37.825	\$ 64.525	\$ 91.225	\$ 117.925	\$ 144.625	\$ 171.325	\$ 198.025	\$ 224.725	\$ 251.425	\$ 1.335.000	
Cartulina	\$ 1.350,0	\$ 5.400	\$ 8.100	\$ 6.750	\$ 22.950	\$ 39.150	\$ 55.350	\$ 71.550	\$ 87.750	\$ 103.950	\$ 120.150	\$ 136.350	\$ 152.550	\$ 810.000	
Etiqueta tarjeta	\$ 200,0	\$ 800	\$ 1.200	\$ 1.000	\$ 3.400	\$ 5.800	\$ 8.200	\$ 10.600	\$ 13.000	\$ 15.400	\$ 17.800	\$ 20.200	\$ 22.600	\$ 120.000	
Blonda	\$ 1.900,0	\$ 7.600	\$ 11.400	\$ 9.500	\$ 32.300	\$ 55.100	\$ 77.900	\$ 100.700	\$ 123.500	\$ 146.300	\$ 169.100	\$ 191.900	\$ 214.700	\$ 1.140.000	\$ 3.585.000
Insumos aseo															
Toalla de cocina	\$ 350,0	\$ 1.400	\$ 2.100	\$ 1.750	\$ 5.950	\$ 10.150	\$ 14.350	\$ 18.550	\$ 22.750	\$ 26.950	\$ 31.150	\$ 35.350	\$ 39.550	\$ 210.000	
jabon lavaloz	\$ 2.000,0	\$ 8.000	\$ 12.000	\$ 10.000	\$ 34.000	\$ 58.000	\$ 82.000	\$ 106.000	\$ 130.000	\$ 154.000	\$ 178.000	\$ 202.000	\$ 226.000	\$ 1.200.000	
alcohol	\$ 1.071,4	\$ 4.286	\$ 6.429	\$ 5.357	\$ 18.214	\$ 31.071	\$ 43.929	\$ 56.786	\$ 69.643	\$ 82.500	\$ 95.357	\$ 108.214	\$ 121.071	\$ 642.857	\$ 2.052.857
TOTAL PLAN DE COMPRAS															\$ 23.579.704

Tabla 23. Plan compras Little cake

proyección Plan de compras			
2022	2023	2024	2025
\$ 29.474.630	\$ 36.843.288	\$ 46.054.110	\$ 57.567.637

Para el año 2021 como se tiene una proyección de 600 tortas personalizadas en Little cake, tendríamos un plan de compras en total para este año de \$23.579.709, este valor es tomado en cuenta el precio unitario y cantidad de cada producto, y colocando cuanto se requiere por producto para la producción de cada pastel con cada uno de los ingrediente

Plan de compras Red velvet															
Insumos materia prima															
Producto	Valor según cantidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Subtotal unitario	Total
Unidades a producir		2	3	4	16	28	40	52	64	76	88	100	112		585
HARINA	\$ 1.120	\$ 2.240	\$ 3.360	\$ 4.480	\$ 17.920	\$ 31.360	\$ 44.800	\$ 59.360	\$ 72.800	\$ 86.240	\$ 99.680	\$ 113.120	\$ 126.560	\$ 661.920	
HUEVOS	\$ 2.402	\$ 4.804	\$ 7.206	\$ 9.608	\$ 38.431	\$ 69.657	\$ 98.480	\$ 127.304	\$ 156.127	\$ 184.951	\$ 213.775	\$ 242.598	\$ 271.422	\$ 1.424.363	
ACEITE	\$ 1.720	\$ 3.441	\$ 5.161	\$ 6.881	\$ 27.524	\$ 49.887	\$ 70.530	\$ 91.173	\$ 111.816	\$ 132.459	\$ 153.102	\$ 173.745	\$ 194.388	\$ 1.020.108	
MANTEQUILLA COLANTA	\$ 4.690	\$ 9.380	\$ 14.070	\$ 18.760	\$ 75.040	\$ 136.010	\$ 192.290	\$ 248.570	\$ 304.850	\$ 361.130	\$ 417.410	\$ 473.690	\$ 529.970	\$ 2.781.170	
AZÚCAR	\$ 1.027	\$ 2.054	\$ 3.082	\$ 4.109	\$ 16.435	\$ 29.789	\$ 42.115	\$ 54.442	\$ 66.768	\$ 79.094	\$ 91.421	\$ 103.747	\$ 116.074	\$ 609.130	
COCOA	\$ 1.796	\$ 3.592	\$ 5.388	\$ 7.183	\$ 28.733	\$ 52.079	\$ 73.629	\$ 95.180	\$ 116.730	\$ 138.280	\$ 159.830	\$ 181.380	\$ 202.930	\$ 1.064.934	
COLOR	\$ 2.100	\$ 4.200	\$ 6.300	\$ 8.400	\$ 33.600	\$ 60.900	\$ 86.100	\$ 111.300	\$ 136.500	\$ 161.700	\$ 186.900	\$ 212.100	\$ 237.300	\$ 1.245.300	
POLVO DE HORNEAR	\$ 5	\$ 10	\$ 16	\$ 21	\$ 83	\$ 151	\$ 213	\$ 276	\$ 338	\$ 400	\$ 463	\$ 525	\$ 588	\$ 3.084	
VAINILLA	\$ 539	\$ 1.077	\$ 1.616	\$ 2.154	\$ 8.616	\$ 15.617	\$ 22.079	\$ 28.541	\$ 35.003	\$ 41.465	\$ 47.927	\$ 54.389	\$ 60.851	\$ 319.331	\$ 9.129.338
CARAMELO															
Insumos papelería															
CAJA	\$ 2.900,0	\$ 5.800	\$ 8.700	\$ 11.600	\$ 46.400	\$ 81.200	\$ 118.900	\$ 153.700	\$ 188.500	\$ 223.300	\$ 258.100	\$ 292.900	\$ 327.700	\$ 1.716.800	
Etiqueta	\$ 200,0	\$ 400	\$ 600	\$ 800	\$ 3.200	\$ 5.600	\$ 8.200	\$ 10.600	\$ 13.000	\$ 15.400	\$ 17.800	\$ 20.200	\$ 22.600	\$ 118.400	
tarjeta	\$ 300,0	\$ 600	\$ 900	\$ 1.200	\$ 4.800	\$ 8.400	\$ 12.300	\$ 15.900	\$ 19.500	\$ 23.100	\$ 26.700	\$ 30.300	\$ 33.900	\$ 177.600	
Blonda	\$ 2.400,0	\$ 4.800	\$ 7.200	\$ 9.600	\$ 38.400	\$ 67.200	\$ 98.400	\$ 127.200	\$ 156.000	\$ 184.800	\$ 213.600	\$ 242.400	\$ 271.200	\$ 1.420.800	\$ 3.433.600
Insumos aseo															
Toalla de cocina	\$ 350,0	\$ 700	\$ 1.050	\$ 1.400	\$ 5.600	\$ 9.800	\$ 14.000	\$ 18.200	\$ 22.400	\$ 26.600	\$ 30.800	\$ 35.000	\$ 39.200	\$ 204.750	
jabon lavalozas	\$ 2.000,0	\$ 4.000	\$ 6.000	\$ 8.000	\$ 32.000	\$ 56.000	\$ 80.000	\$ 104.000	\$ 128.000	\$ 152.000	\$ 176.000	\$ 200.000	\$ 224.000	\$ 1.170.000	
alcohol	\$ 789,5	\$ 1.579	\$ 2.368	\$ 3.158	\$ 12.632	\$ 22.105	\$ 31.579	\$ 41.053	\$ 50.526	\$ 60.000	\$ 69.474	\$ 78.947	\$ 88.421	\$ 461.842	\$ 1.836.592
TOTAL PLAN DE COMPRAS															\$ 14.399.530

Tabla 24. Plan de compras Torta Clasica

proyección Plan de compras			
2022	2023	2024	2025
\$ 17.999.413	\$ 22.499.266	\$ 28.124.083	\$ 35.155.103

Para el año 2021 como se tiene una proyección de 585 tortas clásicas de Red velvet, tendríamos un plan de compras en total para este año de \$14.399.530, este valor es tomado en cuenta el precio unitario y cantidad de cada producto, y colocando cuanto se requiere por producto para la producción de cada pastel con cada uno de los ingredientes.

Plan de compras Desayunos personalizados															
Insumos materia prima															
Producto	Valor según cantidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Subtotal unitario	Total
Unidades a producir		4	6	9	24	39	54	69	84	99	114	129	144		775
TOCINETA	\$ 1.995	\$ 7.980	\$ 11.970	\$ 9.975	\$ 33.915	\$ 57.855	\$ 81.795	\$ 105.735	\$ 129.675	\$ 153.615	\$ 177.555	\$ 201.495	\$ 225.435	\$ 1.197.000	
HUEVOS	\$ 933	\$ 3.733	\$ 5.600	\$ 4.667	\$ 15.867	\$ 27.067	\$ 38.267	\$ 49.467	\$ 60.667	\$ 71.867	\$ 83.067	\$ 94.267	\$ 105.467	\$ 560.000	
EMPQUE HUEVOS	\$ 300	\$ 1.200	\$ 1.800	\$ 1.500	\$ 5.100	\$ 8.700	\$ 12.300	\$ 15.900	\$ 19.500	\$ 23.100	\$ 26.700	\$ 30.300	\$ 33.900	\$ 180.000	
ENVASE CAFÉ	\$ 1.900	\$ 7.600	\$ 11.400	\$ 9.500	\$ 32.300	\$ 55.100	\$ 77.900	\$ 100.700	\$ 123.500	\$ 146.300	\$ 169.100	\$ 191.900	\$ 214.700	\$ 1.140.000	
CAFÉ	\$ 1.673	\$ 6.690	\$ 10.035	\$ 8.363	\$ 28.433	\$ 48.503	\$ 68.573	\$ 88.643	\$ 108.713	\$ 128.783	\$ 148.853	\$ 168.923	\$ 188.993	\$ 1.003.500	
LECHE	\$ 32	\$ 128	\$ 191	\$ 159	\$ 542	\$ 925	\$ 1.307	\$ 1.690	\$ 2.073	\$ 2.455	\$ 2.838	\$ 3.221	\$ 3.603	\$ 19.133	
PAPAS COLOMBIA	\$ 1.600	\$ 6.400	\$ 9.600	\$ 8.000	\$ 27.200	\$ 46.400	\$ 65.600	\$ 84.800	\$ 104.000	\$ 123.200	\$ 142.400	\$ 161.600	\$ 180.800	\$ 960.000	
JUGO HIT	\$ 2.050	\$ 8.200	\$ 12.300	\$ 10.250	\$ 34.850	\$ 59.450	\$ 84.050	\$ 108.650	\$ 133.250	\$ 157.850	\$ 182.450	\$ 207.050	\$ 231.650	\$ 1.230.000	
GOMITAS	\$ 1.700	\$ 6.800	\$ 10.200	\$ 8.500	\$ 28.900	\$ 49.300	\$ 69.700	\$ 90.100	\$ 110.500	\$ 130.900	\$ 151.300	\$ 171.700	\$ 192.100	\$ 1.020.000	
CHOCOLATIN A	\$ 1.050	\$ 4.200	\$ 6.300	\$ 5.250	\$ 17.850	\$ 30.450	\$ 43.050	\$ 55.650	\$ 68.250	\$ 80.850	\$ 93.450	\$ 106.050	\$ 118.650	\$ 630.000	
CAJA DE MADERA	\$ 5.500	\$ 22.000	\$ 33.000	\$ 27.500	\$ 93.500	\$ 159.500	\$ 225.500	\$ 291.500	\$ 357.500	\$ 423.500	\$ 489.500	\$ 555.500	\$ 621.500	\$ 3.300.000	\$ 11.239.633
Insumos papelería															
Etiqueta	\$ 200,0	\$ 800	\$ 1.200	\$ 1.800	\$ 4.800	\$ 7.800	\$ 10.800	\$ 13.800	\$ 16.800	\$ 19.800	\$ 22.800	\$ 25.800	\$ 28.800	\$ 155.000	
tarjeta	\$ 300,0	\$ 1.200	\$ 1.800	\$ 2.700	\$ 7.200	\$ 11.700	\$ 16.200	\$ 20.700	\$ 25.200	\$ 29.700	\$ 34.200	\$ 38.700	\$ 43.200	\$ 232.500	\$ 387.500
Insumos aseo															
Toalla de cocina	\$ 116,7	\$ 467	\$ 700	\$ 583	\$ 1.983	\$ 3.383	\$ 4.783	\$ 6.183	\$ 7.583	\$ 8.983	\$ 10.383	\$ 11.783	\$ 13.183	\$ 70.000	
jabon lavalozas	\$ 1.500,0	\$ 6.000	\$ 9.000	\$ 7.500	\$ 25.500	\$ 43.500	\$ 61.500	\$ 79.500	\$ 97.500	\$ 115.500	\$ 133.500	\$ 151.500	\$ 169.500	\$ 900.000	
alcohol	\$ 789,5	\$ 3.158	\$ 4.737	\$ 3.947	\$ 13.421	\$ 22.895	\$ 32.368	\$ 41.842	\$ 51.316	\$ 60.789	\$ 70.263	\$ 79.737	\$ 89.211	\$ 473.684	\$ 1.443.684
TOTAL PLAN DE COMPRAS															\$ 13.070.818

Tabla 25 Plan de compras Desayuno sorpresa

Proyeccion Plan de compras			
2022	2023	2024	2025
\$ 16.338.522	\$ 20.423.152	\$ 25.528.941	\$ 31.911.176

Para el año 2021 como se tiene una proyección de 775 desayunos sencillos, tendríamos un plan de compras en total para este año de \$13.070.818, este valor es tomado en cuenta el precio unitario y cantidad de cada producto, y colocando cuanto se requiere por producto para la producción de cada pastel con cada uno de los ingredientes.

Plan de compras Cakesicles															
Insumos materia prima															
Producto	Valor según cantidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Subtotal unitario	Total
Unidades a producir		5	10	16	33	50	67	84	101	118	135	152	169		940
Mantequilla	\$ 536	\$ 2.144	\$ 3.216	\$ 2.680	\$ 9.112	\$ 15.544	\$ 21.976	\$ 28.408	\$ 34.840	\$ 41.272	\$ 47.704	\$ 54.136	\$ 60.568	\$ 321.600	
Azúcar	\$ 115	\$ 461	\$ 691	\$ 576	\$ 1.958	\$ 3.341	\$ 4.723	\$ 6.106	\$ 7.488	\$ 8.870	\$ 10.253	\$ 11.635	\$ 13.018	\$ 69.120	
Margarina	\$ 220	\$ 880	\$ 1.320	\$ 1.100	\$ 3.740	\$ 6.380	\$ 9.020	\$ 11.660	\$ 14.300	\$ 16.940	\$ 19.580	\$ 22.220	\$ 24.860	\$ 132.000	
Sprinkles	\$ 3.582	\$ 14.328	\$ 21.493	\$ 17.910	\$ 60.896	\$ 103.881	\$ 146.866	\$ 189.851	\$ 232.836	\$ 275.821	\$ 318.806	\$ 361.791	\$ 404.776	\$ 2.149.254	
Chocolate	\$ 5.000	\$ 20.000	\$ 30.000	\$ 25.000	\$ 85.000	\$ 145.000	\$ 205.000	\$ 265.000	\$ 325.000	\$ 385.000	\$ 445.000	\$ 505.000	\$ 565.000	\$ 3.000.000	
Esencia	\$ 480	\$ 1.920	\$ 2.880	\$ 2.400	\$ 8.160	\$ 13.920	\$ 19.680	\$ 25.440	\$ 31.200	\$ 36.960	\$ 42.720	\$ 48.480	\$ 54.240	\$ 288.000	
Huevos	\$ 275	\$ 1.098	\$ 1.647	\$ 1.373	\$ 4.667	\$ 7.961	\$ 11.255	\$ 14.549	\$ 17.843	\$ 21.137	\$ 24.431	\$ 27.725	\$ 31.020	\$ 164.706	
Harina todo uso	\$ 128	\$ 512	\$ 768	\$ 640	\$ 2.176	\$ 3.712	\$ 5.248	\$ 6.784	\$ 8.320	\$ 9.856	\$ 11.392	\$ 12.928	\$ 14.464	\$ 76.800	
Palos de paleta	\$ 90	\$ 360	\$ 540	\$ 450	\$ 1.530	\$ 2.610	\$ 3.690	\$ 4.770	\$ 5.850	\$ 6.930	\$ 8.010	\$ 9.090	\$ 10.170	\$ 54.000	
Polvo de hornear	\$ 3	\$ 10	\$ 16	\$ 13	\$ 44	\$ 75	\$ 107	\$ 138	\$ 169	\$ 200	\$ 231	\$ 263	\$ 294	\$ 1.560	
Bolsas para empaque	\$ 102	\$ 408	\$ 612	\$ 510	\$ 1.734	\$ 2.958	\$ 4.182	\$ 5.406	\$ 6.630	\$ 7.854	\$ 9.078	\$ 10.302	\$ 11.526	\$ 61.200	
Yogurt	\$ 21	\$ 85	\$ 127	\$ 106	\$ 360	\$ 615	\$ 869	\$ 1.124	\$ 1.378	\$ 1.632	\$ 1.887	\$ 2.141	\$ 2.396	\$ 12.720	\$ 6.330.960
Insumos papelería															
Etiqueta	\$ 200,0	\$ 800	\$ 1.200	\$ 1.000	\$ 3.400	\$ 5.800	\$ 8.200	\$ 10.600	\$ 13.000	\$ 15.400	\$ 17.800	\$ 20.200	\$ 22.600	\$ 120.000	
Caja	\$ 2.100,0	\$ 8.400	\$ 12.600	\$ 10.500	\$ 35.700	\$ 60.900	\$ 86.100	\$ 111.300	\$ 136.500	\$ 161.700	\$ 186.900	\$ 212.100	\$ 237.300	\$ 1.260.000	
Papelillo	\$ 70,0	\$ 280	\$ 420	\$ 350	\$ 1.190	\$ 2.030	\$ 2.870	\$ 3.710	\$ 4.550	\$ 5.390	\$ 6.230	\$ 7.070	\$ 7.910	\$ 42.000	
cinta	\$ 250,0	\$ 1.000	\$ 1.500	\$ 1.250	\$ 4.250	\$ 7.250	\$ 10.250	\$ 13.250	\$ 16.250	\$ 19.250	\$ 22.250	\$ 25.250	\$ 28.250	\$ 150.000	
tarjeta	\$ 300,0	\$ 1.200	\$ 1.800	\$ 1.500	\$ 5.100	\$ 8.700	\$ 12.300	\$ 15.900	\$ 19.500	\$ 23.100	\$ 26.700	\$ 30.300	\$ 33.900	\$ 180.000	\$ 1.752.000
Insumos aseo															
Toalla de cocina	\$ 116,7	\$ 467	\$ 700	\$ 583	\$ 1.983	\$ 3.383	\$ 4.783	\$ 6.183	\$ 7.583	\$ 8.983	\$ 10.383	\$ 11.783	\$ 13.183	\$ 70.000	
jabon lavalozas	\$ 1.500,0	\$ 6.000	\$ 9.000	\$ 7.500	\$ 25.500	\$ 43.500	\$ 61.500	\$ 79.500	\$ 97.500	\$ 115.500	\$ 133.500	\$ 151.500	\$ 169.500	\$ 900.000	
alcohol	\$ 789,5	\$ 3.158	\$ 4.737	\$ 3.947	\$ 13.421	\$ 22.895	\$ 32.368	\$ 41.842	\$ 51.316	\$ 60.789	\$ 70.263	\$ 79.737	\$ 89.211	\$ 473.684	\$ 1.443.684
TOTAL PLAN DE COMPRAS															\$ 9.526.644

Tabla 26. Plan de compras Cakesicles

Proyeccion Plan de compras			
2022	2023	2024	2025
\$ 11.908.305	\$ 14.885.381	\$ 18.606.726	\$ 23.258.408

Para el año 2021 como se tiene una proyección de 940 cake sicles o cajas de paleta de torta, tendríamos un plan de compras en total para este año de \$9.526.644, este valor es tomado en cuenta el precio unitario y cantidad de cada producto, y colocando cuanto se requiere por producto para la producción de cada pastel con cada uno de los ingredientes.

4.4 INFRAESTRUCTURA

4.4.1 Requisitos de inversión

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Infraestructura – Adecuaciones	Baldosa	16	32600	\$ 521.600
	Pintura antigrasa	2	22900	\$ 45.800
	Pintura	3	55000	\$ 165.000
	Luces Led	5	12000	\$ 60.000
	Trampa de grasa	1	345000	\$ 345.000
	Aviso exterior	1	650000	\$ 650.000
	Luces de pared	4	25000	\$ 100.000
Maquinaria y Equipo	Batidora	2	1380000	\$ 2.760.000
	Nevera	1	1700000	\$ 1.700.000
	Horno	1	670000	\$ 670.000
	Malteadora	1	735000	\$ 735.000
	Licuadaora	1	260000	\$ 260.000
	Mostrador con nevera	1	3500000	\$ 3.500.000
	Maquina de café	1	1928000	\$ 1.928.000
Horno microndas	1	510000	\$ 510.000	
Equipo de comunicación y computación	Computador	1	1780000	\$ 1.780.000
	Caja registradora	1	650000	\$ 650.000
	Cámaras	1	500000	\$ 500.000
	Sonido	1	360000	\$ 360.000
Muebles y Enseres y otros	Sillas	6	650000	\$ 3.900.000
	Mesas	3	320000	\$ 960.000
	Sofa	1	1100000	\$ 1.100.000
Otros (incluido herramientas)	Platos	2	116000	\$ 232.000
	Cubiertos	1	38900	\$ 38.900
	Base giratoria	2	65000	\$ 130.000
	mangas	1	25000	\$ 25.000
	Refractarias	2	65000	\$ 130.000
	Moldes	2	70000	\$ 140.000
	Jeugo de ollas	1	634000	\$ 634.000
Juego de utensilios	1	180000	\$ 180.000	
Gastos pre-operativos	Constitución	1	183500	\$ 183.500
	Hosting	1	205000	\$ 205.000

Tabla 27. Infraestructura

4.4.2 ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI / NO, justificación)

Al ser una pastelería creativa, la verdad si se necesita un espacio amplio, para así poder realizar los productos más cómodamente; por ejemplo, actualmente elaboramos todos los productos desde mi casa y a veces nos vemos cortos de espacio para poder colocar elementos es por esto que el tener un espacio físico nos ayudaría a hacer más productivos y facilitar nuestro trabajo, por tal razón si vemos necesaria el contar con un local.

CAPÍTULO 5. ORGANIZACIÓN

5.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

5.1.1 Misión

Somos una pastelería creativa que ofrece diversidad de productos de alta repostería con sabores de excelente calidad; convirtiéndonos en el aliado perfecto para expresar a todo aquel que quiera sorprender a sus seres queridos con detalles únicos y diferentes.

5.1.2 Visión

Convertir a Innamorate en la empresa elegida por los pereiranos para el año 2025 por ser una empresa que está a la vanguardia de las tendencias del mundo de la repostería convirtiendo nuestras tortas y detalles como el acompañante perfecto para todas sus celebraciones.

5.1.3 Políticas

1. Toda orden queda agendada únicamente hasta el momento en que el cliente nos envía soporte del depósito del 50% del valor del producto.
2. El pago inicial o depósito separa la fecha del evento y programa la elaboración de la torta en nuestro cronograma. Este valor no es reembolsable.

3. Innamorate Pastelería creativa no se hace responsable por ningún daño en el producto una vez haya sido entregado en perfectas condiciones. La persona que reciba es responsable de proveer un ambiente adecuado y/o trasladar el producto con las debidas precauciones.
4. Se requiere un aviso de 24 horas para cancelar un pedido. Se otorgara un reembolso del 75% y se reembolsará vía transferencia bancaria en una cuenta que el cliente indique o se dará en una tarjeta de regalo en Innamorate Pastelería Creativa.
5. En caso tal de que el producto antes de ser entregado al cliente, sufra algún daño irreparable, Innamorate Pastelería creativa responderá con un producto de la pastelería si es posible o con un producto externo de la pastelería.
6. Innamorate Pastelería creativa se reserva el derecho a utilizar cualquier fotografía que tome a sus productos sin ningún tipo de compensación al cliente.
7. Nuestros productos pueden contener o tener contacto con leche, trigo, nueces, soya y otros alérgenos. El cliente acepta notificar a sus invitados de este riesgo sin hacer responsable a Innamorate Pastelería creativa por reacciones alérgicas.
8. En caso de que Innamorate Pastelería creativa no pueda ejecutar el acuerdo por motivos de fuerza mayor se haría un reembolso total del dinero depositado descontando pruebas de sabores o entregas parciales.
9. Innamorate Pastelería creativa ofrece servicio de domicilios dentro de nuestra cobertura en una hora de entrega aproximada. Por motivos que no podemos controlar (tráfico, etc.) no podemos asegurar la entrega en una hora exacta.

5.1.4 Valores Corporativos

Innamorate Pastelería Creativa se proyecta cuenta con los siguientes valores:

- Trabajo en equipo
- Creatividad
- Compromiso
- Respeto
- Adaptabilidad

5.2 GESTIÓN HUMANA

5.2.1 ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación (primer año)?

Nombre del cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nomina)	Dedicación de tiempo (Tiempo completo/Tiempo parcial)	Unidad	Valor remuneración	Mes de vinculación
		Formación	Experiencia general (años)	Experiencia específica (años)					
Pastelero	* Horneo y elaboración de pasteles * Creación de recetas	Diplomado en pastelería y repostería o afines	1	2	Nomina	Tiempo completo	1	\$ 1.500.000	oct-21
Auxiliar decorativa	* Decoración de Productos	Diplomado en decoración de pastelería moderna	1	2	Jornal	Tiempo parcial	1	\$ 210.000	oct-21
Lavaplatos	* Lavar todos los recipientes * Mantener la cocina organizada * Organizar cada utensilio en su lugar	N/a	0	0	Jornal	Tiempo parcial	1	\$ 180.000	ene-22
Domiciliario	* Compra de materia prima * Entrega de productos al cliente	N/a	1	1	Prestación de servicios	Tiempo parcial	1	\$ 70.000	oct-21
Community Manager	* Toma de la producción audiovisual de los productos * Edición en programas * Posteo y manejo de redes sociales	Mercadeo y publicidad o afines	2	2	Prestación de servicios	Tiempo parcial	1	\$ 650.000	ene-22
Contadora	* Llevar la contabilidad	Profesional en contaduría pública	1	3	Prestación de servicios	Tiempo parcial	1	\$ 540.000	ene-22

Tabla 28. Personal

5.3 ESTRUCTURA

5.3.1 Estructura organizacional

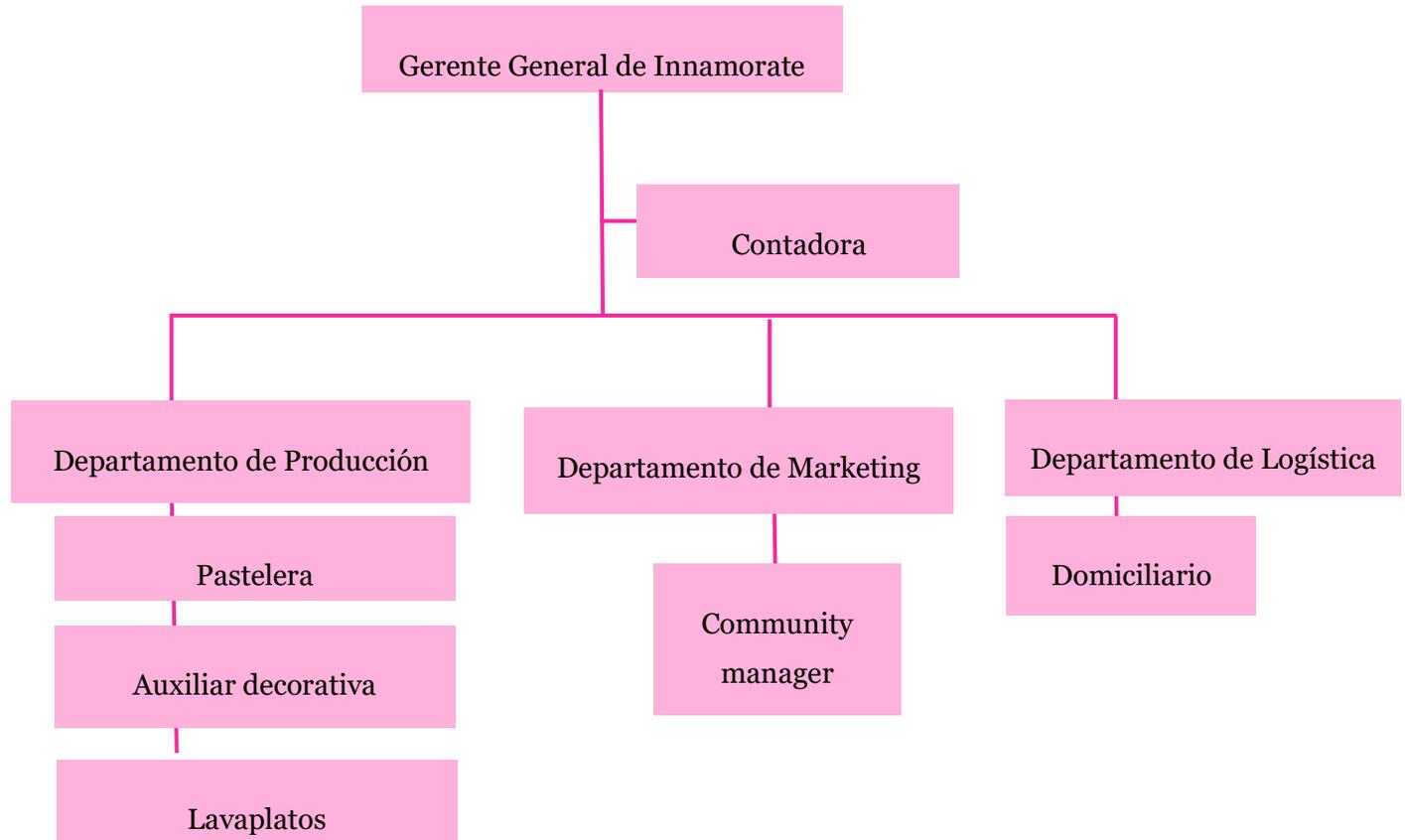


Ilustración 6. Estructura organizacional

5.4 Costos Administrativos

5.4.1 Nomina y salarios

Nombre del empleado	Devengado						Deducciones				Neto pagado
	Salario devengado	Horas extras	Recargos nocturnos	Trabajo dominical y festivo	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	ARL	Otras deducciones	Total
Gerente	\$ 1.900.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 106.454	\$ 2.006.454	\$ 76.000	\$ 76.000	\$ 9.918		\$ 1.854.454
Pastelero	\$ 1.500.000	\$ 79.488	\$ 25.000	\$ 140.000	\$ 106.454	\$ 1.850.942	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 36.540	\$ -	\$ 1.730.942
Auxiliar decorativa	\$ 210.000	\$ -	\$ -	\$ 80.000	\$ 26.613	\$ 316.613	\$ 8.400	\$ 8.400	\$ 5.116	\$ -	\$ 299.813
Lavaplatos	\$ 180.000	\$ -	\$ -		\$ 21.290	\$ 201.290	\$ 7.200	\$ 7.200	\$ 4.385	\$ -	\$ 186.890
Totales	\$ 3.790.000	\$ 79.488	\$ 25.000	\$ 220.000	\$ 260.811	\$ 4.375.299	\$ 151.600	\$ 151.600	\$ 55.958	\$ -	\$ 4.072.099

Provisiones de nómina a cargo del empleador

Aportes a pensión	493.739
Aportes a salud	349.731
Aportes a riesgos laborales	55.958
Sena	82.290
Icbf	123.435
Cajas de compensación	164.580
Prima de servicios	364.462
Cesantía	364.462
Intereses sobre cesantías	43.735
Provisión de vacaciones	159.086
Total provisiones	2.201.478

Nombre del empleado	Año 2022		Año 2023		Año 2024		Año 2025	
	Salario DEVENGADO	Salario ANUAL						
Gerente	\$ 2.126.841	\$ 25.522.095	\$ 2.254.452	\$ 27.053.421	\$ 2.389.719	\$ 28.676.626	\$ 2.533.102	\$ 30.397.223
Pastelero	\$ 1.961.999	\$ 23.543.982	\$ 2.079.718	\$ 24.956.621	\$ 2.204.502	\$ 26.454.018	\$ 2.336.772	\$ 28.041.260
Auxiliar decorativa	\$ 335.610	\$ 4.027.317	\$ 355.746	\$ 4.268.956	\$ 377.091	\$ 4.525.094	\$ 399.717	\$ 4.796.599
Lavaplatos	\$ 213.367	\$ 2.560.409	\$ 226.169	\$ 2.714.033	\$ 239.740	\$ 2.876.875	\$ 254.124	\$ 3.049.488
Communit y manager	\$ 717.210	\$ 8.606.517	\$ 760.242	\$ 9.122.908	\$ 805.857	\$ 9.670.283	\$ 854.208	\$ 10.250.500
Ejecutivo Comercial	\$ 1.151.641	\$ 13.819.695	\$ 1.220.740	\$ 14.648.877	\$ 1.293.984	\$ 15.527.809	\$ 1.371.623	\$ 16.459.478
Totales		\$ 52.557.921		\$ 55.711.396		\$ 59.054.080		\$ 62.597.324

Tabla 29. Proyección salarios.

CAPITULO 6. FINANZAS

6.1 INGRESOS

6.1.1 ¿Cómo obtendrá ingresos?

La estrategia de ingresos usada actualmente en inamorate pastelería es pago de contado de todos nuestros productos, de manera en efectivo el 80% de nuestros clientes lo realizan de esta forma y el resto lo hacen por transferencia bancaria. A mediano plazo cuando se establezca la pastelería en un local se tomarán otras formas de pago como el Pago a cuotas de cualquiera de nuestros productos con plazo de máximo de 2 meses antes del evento, además de esto se aceptarían pagos con tarjetas de crédito y débito.

6.1.2 Proyección de ventas

proyección unidades vendidas 2021								
Producto	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
Little cake	\$ 90.000	4	6	5	17	29	41	2900
Red velvet	\$ 52.000	2	3	4	16	28	40	
Desayuno	\$ 82.000	4	6	9	24	39	54	
Paletas	\$ 25.000	5	10	16	33	50	67	
		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Little cake	\$ 90.000	53	65	77	89	101	113	
Red velvet	\$ 52.000	52	64	76	88	100	112	
Desayuno	\$ 82.000	69	84	99	114	129	144	
Paletas	\$ 25.000	84	101	118	135	152	169	

Proyeccion año 2021							
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
Little cake	\$ 360.000	\$ 540.000	\$ 450.000	\$ 1.530.000	\$ 2.610.000	\$ 3.690.000	135.047.000
Red velvet	\$ 104.000	\$ 156.000	\$ 208.000	\$ 832.000	\$ 1.456.000	\$ 2.080.000	
Desayuno	\$ 328.000	\$ 492.000	\$ 738.000	\$ 1.968.000	\$ 3.198.000	\$ 4.428.000	
Paletas	\$ 125.000	\$ 250.000	\$ 400.000	\$ 825.000	\$ 1.250.000	\$ 1.675.000	
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Little cake	\$ 4.770.000	\$ 5.850.000	\$ 6.930.000	\$ 8.010.000	\$ 9.090.000	\$ 10.170.000	
Red velvet	\$ 2.704.000	\$ 3.328.000	\$ 3.952.000	\$ 4.576.000	\$ 5.200.000	\$ 5.824.000	
Desayuno	\$ 1.725.000	\$ 2.100.000	\$ 2.475.000	\$ 2.850.000	\$ 3.225.000	\$ 3.600.000	
Paletas	\$ 2.100.000	\$ 2.525.000	\$ 2.950.000	\$ 3.375.000	\$ 3.800.000	\$ 4.225.000	

proyección de ventas			
Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
\$ 168.808.750	\$ 211.010.938	\$ 263.763.672	\$ 329.704.590

6.2 EGRESOS

6.2.1 Proyección de costos

PROYECCION DE COSTOS															
	VALOR UNITARIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	
LITTLE CAKE	UNIDADES A PRODUCIR	4	6	5	17	29	41	53	65	77	89	101	113	600	
	COSTOS FIJOS	\$ 29.872	\$ 119.488	\$ 179.232	\$ 149.360	\$ 507.824	\$ 866.288	\$ 1.224.752	\$ 1.583.216	\$ 1.941.680	\$ 2.658.608	\$ 3.017.072	\$ 3.375.536		
	COSTOS VARIABLES	\$ 14.698	\$ 58.792	\$ 88.188	\$ 73.490	\$ 249.866	\$ 426.242	\$ 602.618	\$ 778.994	\$ 955.370	\$ 1.131.746	\$ 1.308.122	\$ 1.484.498	\$ 1.660.874	
	TOTAL	\$ 44.570	\$ 178.280	\$ 267.420	\$ 222.850	\$ 757.690	\$ 1.292.530	\$ 1.827.370	\$ 2.362.210	\$ 2.897.050	\$ 3.431.890	\$ 3.966.730	\$ 4.501.570	\$ 5.036.410	\$ 26.742.000
RED VELVET CLASICA	UNIDADES A PRODUCIR	2	3	4	16	28	40	52	64	76	88	100	112	585	
	COSTOS FIJOS	\$ 15.399	\$ 30.798	\$ 46.197	\$ 61.596	\$ 246.384	\$ 431.172	\$ 615.960	\$ 800.748	\$ 985.536	\$ 1.170.324	\$ 1.355.112	\$ 1.539.900	\$ 1.724.688	
	COSTOS VARIABLES	\$ 13.931	\$ 27.862	\$ 41.793	\$ 55.724	\$ 222.896	\$ 390.068	\$ 557.240	\$ 724.412	\$ 891.584	\$ 1.058.756	\$ 1.225.928	\$ 1.393.100	\$ 1.560.272	
	TOTAL	\$ 29.330	\$ 58.660	\$ 87.990	\$ 117.320	\$ 469.280	\$ 821.240	\$ 1.173.200	\$ 1.525.160	\$ 1.877.120	\$ 2.229.080	\$ 2.581.040	\$ 2.933.000	\$ 3.284.960	\$ 17.158.050
DESAYUNO SENCILLO	UNIDADES A PRODUCIR	4	6	9	24	39	54	69	84	99	114	129	144	775	
	COSTOS FIJOS	\$ 18.733	\$ 74.932	\$ 112.398	\$ 168.597	\$ 449.592	\$ 730.587	\$ 1.011.582	\$ 1.292.577	\$ 1.573.572	\$ 1.854.567	\$ 2.135.562	\$ 2.416.557	\$ 2.697.552	
	COSTOS VARIABLES	\$ 11.432	\$ 45.728	\$ 68.592	\$ 102.888	\$ 274.368	\$ 445.848	\$ 617.328	\$ 788.808	\$ 960.288	\$ 1.131.768	\$ 1.303.248	\$ 1.474.728	\$ 1.646.208	
	TOTAL	\$ 30.165	\$ 120.660	\$ 180.990	\$ 271.485	\$ 723.960	\$ 1.176.435	\$ 1.628.910	\$ 2.081.385	\$ 2.533.860	\$ 2.986.335	\$ 3.438.810	\$ 3.891.285	\$ 4.343.760	\$ 23.377.875
CAKESICLES	UNIDADES A PRODUCIR	5	10	16	33	50	67	84	101	118	135	152	169	940	
	COSTOS FIJOS	\$ 10.552	\$ 52.760	\$ 105.520	\$ 168.832	\$ 348.216	\$ 527.600	\$ 706.984	\$ 886.368	\$ 1.065.752	\$ 1.245.136	\$ 1.424.520	\$ 1.603.904	\$ 1.783.288	
	COSTOS VARIABLES	\$ 16.530	\$ 82.650	\$ 165.300	\$ 264.480	\$ 545.490	\$ 826.500	\$ 1.107.510	\$ 1.388.520	\$ 1.669.530	\$ 1.950.540	\$ 2.231.550	\$ 2.512.560	\$ 2.793.570	
	TOTAL	\$ 27.082	\$ 135.410	\$ 270.820	\$ 433.312	\$ 893.706	\$ 1.354.100	\$ 1.814.494	\$ 2.274.888	\$ 2.735.282	\$ 3.195.676	\$ 3.656.070	\$ 4.116.464	\$ 4.576.858	\$ 25.457.080

Tabla 30. Proyección de costos

proyección COSTOS			
2022	2023	2024	2025
\$ 115.918.756	\$ 144.898.445	\$ 181.123.057	\$ 226.403.821

6.2.2 Proyección de gastos

INNAMORATE PASTELERIA CREATIVA

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de personal	\$ 32.405.640	\$ 34.349.978	\$ 36.410.977	\$ 38.595.636	\$ 40.911.374
Mantenimiento Instalaciones	\$ 1.000.000	\$ 1.060.000	\$ 1.123.600	\$ 1.191.016	\$ 1.262.477
Servicios Publicos	\$ 1.800.000	\$ 1.908.000	\$ 2.022.480	\$ 2.143.829	\$ 2.272.459
Arriendo Oficina	\$ 3.060.000	\$ 3.243.600	\$ 3.438.216	\$ 3.644.509	\$ 3.863.179
Publicidad y Marketing	\$ 1.850.000	\$ 1.961.000	\$ 2.078.660	\$ 2.203.380	\$ 2.335.582
Honorarios	\$ 15.120.000	\$ 16.027.200	\$ 16.988.832	\$ 18.008.162	\$ 19.088.652
Insumos de aseo y cafeteria	\$ 15.934.908	\$ 16.891.002	\$ 17.904.463	\$ 18.978.730	\$ 20.117.454
Depreciaciones Administra	\$ 1.254.000	\$ 1.254.000	\$ 1.254.000	\$ 1.254.000	\$ 1.254.000
Total Costos	\$ 72.424.548	\$ 76.694.781	\$ 81.221.228	\$ 86.019.261	\$ 91.105.177

Tabla 31. Proyección gastos

6.3 CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO

A 4 MESES

Descripción	Valor
Materia prima	\$ 14.880.593
Gastos de personal	\$ 22.280.523
Servicios Publicos	\$ 2.000.000
Arriendo Oficina	\$ 3.400.000
Gastos papeleria, aseo y cafetería	\$ 5.311.636
Insumos adicionales	\$ 56.667
Publicidad y Marketing	\$ 616.667
Dotacion	\$ 325.000
Honorarios	\$ 5.040.000
Matenimiento equipos	\$ 350.000
Matenimiento instalaciones locativa	\$ 333.333
TOTAL	\$ 54.594.419

Tabla 32. Capital de trabajo

CAPÍTULO 7. IMPACTOS

7.1 IMPACTO ECONÓMICO

7.1.1 Punto de equilibrio

INNAMORATE PASTELERIA CREATIVA					
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES					
SERVICIO	Costo Fijo mensual	Costo Variable Unitario	Precio de venta	Punto de equilibrio en unidades	# U
LITTLE CAKE	1.248.699	58.772	90.000	40	
RED VELVET CLASICA	1.217.482	38.202	52.000	88	
DESAYUNO SENCILLO	1.612.903	37.957	82.000		1
CAKE SICLES	1.956.295	30.692	25.000	1	

PUNTO DE EQUILIBRIO EN VENTAS	
--------------------------------------	--

SERVICIO	Costo Fijo totales	Costo Variable totales	Ventas totales	Punto de equilibrio en ventas
LITTLE CAKE	14.984.389	22.568.349	\$ 54.000.000	\$ 14.984.389
RED VELVET CLASICA	14.609.780	22.004.140	\$ 30.420.000	\$ 14.609.779
DESAYUNO SENCILLO	19.354.836	29.150.784	\$ 63.550.000	\$ 19.354.836
CAKE SICLES	23.475.543	35.357.080	\$ 23.500.000	\$ 23.475.542

7.1.2 Estado De Resultados

INNAMORATE PASTELERIA CREATIVA
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
VENTAS BRUTAS	\$ 171.470.000	\$ 194.446.980	\$ 224.586.262	\$ 271.187.911	\$ 341.696.768	\$ 1.203.387.921
Menos Costos de Venta producto						
Costos de Venta producto	\$ 109.080.354	\$ 79.280.897	\$ 74.560.551	\$ 65.186.043	\$ 67.988.180	
Compra materia prima	\$ 44.641.778	\$ 23.146.762	\$ 16.002.128	\$ 4.148.552	\$ 4.302.048	
Compra insumos	\$ 16.104.908	\$ 5.684.457	\$ 5.894.781	\$ 6.057.130	\$ 6.281.244	
Nómina Operativa	\$ 34.087.368	\$ 35.348.601	\$ 36.656.499	\$ 38.012.789	\$ 39.419.262	
Costos Indirectos de fabricación	\$ 13.040.000	\$ 13.822.400	\$ 14.651.744	\$ 15.530.849	\$ 16.462.700	
Depreciación Operativa	\$ 1.206.300	\$ 1.278.678	\$ 1.355.399	\$ 1.436.723	\$ 1.522.926	
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 62.389.646	\$ 115.166.083	\$ 150.025.711	\$ 206.001.869	\$ 273.708.588	\$ 807.291.896
Menos:						
Gastos de Administración	\$ 72.424.548	\$ 76.694.781	\$ 81.221.228	\$ 86.019.261	\$ 91.105.177	\$ 407.464.995
Amortización de Diferidos	\$ 388.500	\$ 388.500	\$ 388.500	\$ 388.500	\$ 388.500	\$ 1.942.500
Utilidad operativa	-\$ 10.423.402	\$ 38.082.802	\$ 68.415.983	\$ 119.594.107	\$ 182.214.911	\$ 397.884.401
Menos: Gasto Financieros	\$ 16.238.317	\$ 14.291.465	\$ 11.841.741	\$ 8.759.254	\$ 4.880.560	\$ 56.011.337
Utilidad neta antes de impuestos	-\$ 26.661.719	\$ 23.791.337	\$ 56.574.242	\$ 110.834.853	\$ 177.334.350	\$ 341.873.064
Menos Provisión de Impuestos	\$ 0	\$ 7.137.401	\$ 16.406.530	\$ 31.033.759	\$ 49.653.618	\$ 104.231.308
Utilidad Neta	-\$ 26.661.719	\$ 16.653.936	\$ 40.167.712	\$ 79.801.094	\$ 127.680.732	\$ 237.641.756

Tabla 33. Estado de resultados

7.1.3 Flujo de caja

INNAMORATE PASTELERIA CREATIVA						
FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS DE EFECTIVO						
Ingreso por ventas		\$ 171.470.000	\$ 194.446.980	\$ 224.586.262	\$ 271.187.911	\$ 341.696.768
EGRESOS DE EFECTIVO						
Compra materia prima		\$ 44.641.778	\$ 23.146.762	\$ 16.002.128	\$ 4.148.552	\$ 4.302.048
Compra insumos		\$ 16.104.908	\$ 5.684.457	\$ 5.894.781	\$ 6.057.130	\$ 6.281.244
Nómina Operativa		\$ 34.087.368	\$ 35.348.601	\$ 36.656.499	\$ 38.012.789	\$ 39.419.262
Costos Indirectos de fabricación		\$ 13.040.000	\$ 13.822.400	\$ 14.651.744	\$ 15.530.849	\$ 16.462.700
Gastos Admón. y Ventas		\$ 71.170.548	\$ 75.440.781	\$ 79.967.228	\$ 84.765.261	\$ 89.851.177
Pago de Impuesto de Renta			\$ 0	\$ 7.159.115	\$ 16.449.769	\$ 31.098.277
Pago de Dividendos		\$ 0	\$ 0	\$ 4.027.357	\$ 15.993.400	\$ 25.581.741
Pago de deuda		\$ 23.775.490	\$ 23.775.490	\$ 23.775.490	\$ 23.775.490	\$ 23.775.490
Total egresos de Efectivo		\$ 202.820.092	\$ 177.218.490	\$ 188.134.342	\$ 204.733.240	\$ 236.771.939
Flujo Neto de efectivo Operativo		-\$ 31.350.092	\$ 17.228.490	\$ 36.451.920	\$ 66.454.671	\$ 104.924.829
Inversiones	-\$ 62.866.112	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo Neto Total	-\$ 62.866.112	\$ 31.350.092	\$ 17.228.490	\$ 36.451.920	\$ 66.454.671	\$ 104.924.829
Mas: Saldo Inicial de Caja			-\$ 31.350.092	-\$ 14.121.601	\$ 22.330.319	\$ 88.784.990
Igual: Saldo Final de Caja		-\$ 31.350.092	-\$ 14.121.601	\$ 22.330.319	\$ 88.784.990	\$ 193.709.819

Tabla 34. Flujo de caja

7.1.4 Balance

INNAMORATE PASTELERIA CREATIVA						
BALANCE GENERAL PROYECTADO						
	PERIODO 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Efectivo		0	-14.121.601	22.330.319	88.784.990	193.709.819
Cuentas Por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Animales		0	0	0	0	0
Total Activos Corrientes	0	0	-14.121.601	22.330.319	88.784.990	193.709.819
Activos No Corrientes						
No Depreciables						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Depreciables						
Edificios	0	0	0	0	0	0
Adecuaciones	1.887.400	1.887.400	1.887.400	1.887.400	1.887.400	1.887.400
Maquinaria y Equipos	12.063.000	12.063.000	12.063.000	12.063.000	12.063.000	12.063.000
Equipo de comunicación y cómputo	3.290.000	3.290.000	3.290.000	3.290.000	3.290.000	3.290.000
Muebles y enseres	5.960.000	5.960.000	5.960.000	5.960.000	5.960.000	5.960.000
Otras Herramientas	1.509.900	1.509.900	1.509.900	1.509.900	1.509.900	1.509.900
Total Activo Fijo Depreciable (Bruto)	24.710.300	24.710.300	24.710.300	24.710.300	24.710.300	24.710.300
(-) Depreciación Acumulada		2.460.300	4.920.600	7.380.900	9.841.200	12.301.500
Total Activo Fijo Depreciable (Neto)	24.710.300	22.250.000	19.789.700	17.329.400	14.869.100	12.408.800
Activos Diferidos	38.155.812	37.767.312	37.378.812	36.990.312	36.601.812	36.213.312
TOTAL ACTIVOS	62.866.112	60.017.312	43.046.910	76.650.031	140.255.902	242.331.931

PASIVO Y PATRIMONIO						
Pasivos Corrientes						
Proveedores						
Otros Pasivos Corrientes		0	0	0	0	0
Porción Corriente Pasivos a Largo plazo		0	0	0	0	0
Pasivos Financieros a Corto Plazo		0	0	0	0	0
Impuesto de renta por Pagar		0	7.159.115	16.449.769	31.098.277	49.742.273
Total pasivos Corrientes	0	0	7.159.115	16.449.769	31.098.277	49.742.273
Pasivos No Corrientes						
Pasivos Financieros		55.328.939	45.844.914	33.911.165	18.894.929	0
Cuentas por pagar		31.350.092	0	0	0	0
Total pasivos No Corrientes		86.679.030	45.844.914	33.911.165	18.894.929	0
TOTAL PASIVOS	0	86.679.030	53.004.028	50.360.934	49.993.207	49.742.273
PATRIMONIO						
Capital	62.866.112					
Utilidades Retenidas		0	0	12.677.243	36.957.416	91.342.674
Utilidades del Ejercicio		0	16.704.601	40.273.572	79.966.999	127.908.703
Perdidas del Ejercicio		-26.661.719	-26.661.719	-26.661.719	-26.661.719	-26.661.719
TOTAL PATRIMONIO	62.866.112	-26.661.719	-9.957.118	26.289.097	90.262.696	192.589.658
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	62.866.112	60.017.312	43.046.910	76.650.031	140.255.902	242.331.931

Tabla 35. Balance general

**INNAMORATE PASTELERIA CREATIVA
BALANCE GENERAL PROYECTADO**

	PERIODO 0	Año 1	Año 2	Año 3
ACTIVOS				
Activos Corrientes				

Efectivo		0	-14.121.601	22.362.618
Cuentas Por Cobrar		0	0	0
Inventarios Animales		0	0	0
Total Activos Corrientes	0	0	-14.121.601	22.362.618
Activos No Corrientes				
No Depreciables				
Terrenos	0	0	0	0
Depreciables				
Edificios	0	0	0	0
Adecuaciones	1.887.400	1.887.400	1.887.400	1.887.400
Maquinaria y Equipos	12.063.000	12.063.000	12.063.000	12.063.000
Equipo de comunicación y cómputo	3.290.000	3.290.000	3.290.000	3.290.000
Muebles y enseres	5.960.000	5.960.000	5.960.000	5.960.000
Otras Herramientas	1.509.900	1.509.900	1.509.900	1.509.900
Total Activo Fijo Depreciable (Bruto)	24.710.300	24.710.300	24.710.300	24.710.300
(-) Depreciación Acumulada		2.460.300	4.920.600	7.380.900
Total Activo Fijo Depreciable (Neto)	24.710.300	22.250.000	19.789.700	17.329.400
Activos Diferidos	38.155.812	37.767.312	37.378.812	36.990.312
TOTAL ACTIVOS	62.866.112	60.017.312	43.046.910	76.682.330
PASIVO Y PATRIMONIO				
Pasivos Corrientes				
Proveedores				
Otros Pasivos Corrientes		0	0	0
Porción Corriente Pasivos a Largo plazo		0	0	0
Pasivos Financieros a Corto Plazo		0	0	0
Impuesto de renta por Pagar		0	7.137.401	16.406.530
Total pasivos Corrientes	0	0	7.137.401	16.406.530
Pasivos No Corrientes				
Pasivos Financieros		55.328.939	45.844.914	33.911.165
Cuentas por pagar		31.350.092	0	0
Total pasivos No Corrientes		86.679.030	45.844.914	33.911.165
TOTAL PASIVOS	0	86.679.030	52.982.315	50.317.695
PATRIMONIO				
Capital	62.866.112			
Utilidades Retenidas		0	0	12.637.165
Utilidades del Ejercicio		0	16.653.936	40.167.712
Perdidas del Ejercicio		-26.661.719	-26.661.719	-26.661.719
TOTAL PATRIMONIO	62.866.112	-26.661.719	-10.007.783	26.143.158
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	62.866.112	60.017.312	42.974.532	76.460.853

7.1.5 Análisis financiero

INNAMORATE PASTELERIA CREATIVA COMPORTAMIENTO DE CARTERA

DESCRIPCIÓN	HORIZONTE DEL PROYECTO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ventas	\$ 171.470.000	\$ 194.446.980	\$ 224.586.262	\$ 271.187.911	\$ 341.696.768
Menos: Saldo Final (*)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ingreso por ventas	\$ 171.470.000	\$ 194.446.980	\$ 224.586.262	\$ 271.187.911	\$ 341.696.768

Análisis de sensibilidad						
Análisis Actual (Esperado)						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS DE EFECTIVO		\$ 171.470.000	\$ 194.446.980	\$ 224.586.262	\$ 271.187.911	\$ 341.696.768
EGRESOS DE EFECTIVO		\$ 202.820.092	\$ 177.218.490	\$ 188.134.342	\$ 204.733.240	\$ 236.771.939
Flujo Neto de efectivo Operativo		-\$ 31.350.092	\$ 17.228.490	\$ 36.451.920	\$ 66.454.671	\$ 104.924.829
Inversiones	-\$ 62.866.112	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo Neto Total	-\$ 62.866.112	-\$ 31.350.092	\$ 17.228.490	\$ 36.451.920	\$ 66.454.671	\$ 104.924.829

Pesimista			% de las ventas esperadas=			90%
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS DE EFECTIVO		\$ 154.323.000	\$ 175.002.282	\$ 202.127.636	\$ 244.069.120	\$ 307.527.091
Total egresos de Efectivo		\$ 202.820.092	\$ 177.218.490	\$ 188.134.342	\$ 204.733.240	\$ 236.771.939
Flujo Neto de efectivo Operativo		-\$ 48.497.091,77	-\$ 2.216.208	\$ 13.993.294	\$ 39.335.880	\$ 70.755.152
Inversiones	-\$ 62.866.112	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo Neto Total	-\$ 62.866.112	-\$ 48.497.092	-\$ 2.216.208	\$ 13.993.294	\$ 39.335.880	\$ 70.755.152

Optimista			% de las ventas esperadas=			110%
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS DE EFECTIVO		\$ 188.617.000	\$ 213.891.678	\$ 247.044.888	\$ 298.306.702	\$ 375.866.445
EGRESOS DE EFECTIVO		\$ 202.820.092	\$ 177.218.490	\$ 188.134.342	\$ 204.733.240	\$ 236.771.939
Flujo Neto de efectivo Operativo		-\$ 14.203.092	\$ 36.673.188	\$ 58.910.547	\$ 93.573.463	\$ 139.094.506
Inversiones	-\$ 62.866.112	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo Neto Total	-\$ 62.866.112	-\$ 14.203.092	\$ 36.673.188	\$ 58.910.547	\$ 93.573.463	\$ 139.094.506

	Actual	Pesimista	Optimista
Tasa Interna de Retorno (TIR)	26,3%	2,2%	48,91%
Valor Presente Neto (VPN)	37.029.740	-39.844.216	113.903.697
Valor Presente Neto (Ingresos)	659.543.795	593.589.416	725.498.175
Valor Presente Neto (Egresos)	581.654.854	581.654.854	581.654.854
Relacion Beneficio Costo	1,13	1,02	1,25

Tabla 36. Análisis financiero

Podemos ver que según los resultados obtenidos en el análisis de sensibilidad el proyecto sobre la pastelería creativa innamorate es rentable en los tres escenarios; si observamos el escenario actual la tasa interna de retorno se encuentra en 26.3% , lo que representa el porcentaje que se le devolverá al inversionista, además de esto el VPN también se encuentra positivo , concluyendo así es que es un porque viable y rentable en el tiempo.

En el escenario pesimista podemos observar en el análisis de sensibilidad que si las ventas llegan a bajar en un promedio del 10% de estas generaría un apretón financiero en la pastelería generando así una TIR del 2,2% aunque sigue siendo rentable hay que tener precaución , ya que aunque me va a dar beneficios la VPN va estar mínima. Por el contrario en el escenario positivo nos encontraremos con un 10% de aumento en las ventas, es decir este aumento se daría más que todo en los tiempos de temporada, lo que generaría una tasa interna de retorno del 48, 91% haciendo muy rentable el negocio y un aumento en el valor presente neto de 113.903.697

Mirando el análisis de la variable beneficio costo podemos ver que el proyecto da beneficios en cualquiera de los tres escenarios ya que estamos por encima de 1 en estos, notando así que la pastelería creativa innamorate es rentable y genera dividendos.

7.2 ANÁLISIS DE RIESGOS

7.2.1 Factores críticos de éxito

ITEM	POSITIVO	NEGATIVO	ROL EN LA EJECUCION
PARO NACIONAL		x	Este afecta negativamente ya que los productos básicos se encarecen , además existe desabastecimiento de materia prima
CLIMA	X	X	Afecta positivamente el clima cálido ya que puede ayudar al secado más rápido de los productos en la pastelería Afecta negativamente porque si hay un clima muy húmedo o mojado puede que algunos productos no den la consistencia adecuada
COMPETENCIA	x	x	Afecta positivamente ya que entre más empresas similares a la nuestra haya , nos hace esforzarnos más por sacar buenos productos y de calidad para ser reconocidos Afecta negativamente ya que podría causar un bajón de precios , además de que podríamos perder algunos clientes
REGULACIONES GUBERNAMENTALES	x	x	Afecta positivamente ya que hay leyes que benefician a los emprendedores Afecta negativamente ya que las leyes son muy cambiantes, y algunas reformas que incluya el gobierno pueden afectar a la empresa

Tabla 37. Factores críticos de éxito

7.2.2 ¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?

Variable	Riesgo	Plan de mitigación
Técnico	No conseguir un local con todos los requerimientos que necesitamos	Se debe contar con el presupuesto de las adaptaciones que debamos Conseguir un aliado inmobiliario con el fin de que nos ayude a buscar un lugar adecuado según nuestras necesidades
	Que se encarezcan los costos	Tener una lista de proveedores alternos para que cuando se presente este tipo de momentos no encarecer mucho el producto, para así no arriesgar a perder clientes
Comercial	Aumento del número de empresas nuevas del mismo sector	Crear estrategias de fidelización con el fin de afianzar los clientes que se tengan en el momento y empezar a generar estrategias de atracción de nuevos clientes según las tendencias
	Economía de escala	Haciendo buenas negociaciones con proveedores con el fin de conseguir buenos descuentos para así no perder la esencia de pasteles hechos a mano pero con precios competitivos
	Precios por competencia	Crear y diseñar estrategias de publicidad a través de las redes sociales para mostrar los beneficios de nuestros productos en frente a otras pastelerías
Talento humano	No personal capacitado para los cargos exigidos	Capacitar a las personas que entren a la pastelería sin importar si tienen o no conocimientos avanzados en el tema
	Renuncia de mis empleados	Fundamental establecer contantes canales de comunicación para tener una buena relación con los clientes internos saber por qué a través de este generar un plan de acción para así tener mejoras en la empresa Tener una base de datos de personas capacitadas en el área para llegar a contratar
	Actitudes frente al trabajo	Hacer evaluaciones de desempeño periódicamente y de acuerdo a los resultados hacer planes de mejora
Normativo	Políticas y reglamentaciones para el desarrollo de la industria	Hacer consultas periódicas a profesionales expertos para informarnos sobre los nuevos requerimientos de la industria y tener siempre al día los papeles legales con el fin de no presentar ningún inconveniente.
	Cambios en las leyes fiscales	Contratar a un abogado que nos instruya en las nuevas regulaciones y nos de los parámetros más aptos para el negocio
Medio Ambiente	Normatividad ambiental en cuento a procesos de eliminación de desechos	Contratar a un ingeniero ambiental que nos instruya en el manejo de estos
Fuerza competitiva	Servicios o productos sustitutos a los que ofrece Innamorate Pastelería creativa en el mercado	Ofrecer diversidad de productos para que así los clientes puedan tener varias opciones al momento de escoger con que celebrar sus momentos especiales , para así evitar que estos busquen otras alternativas en el mercado
		Realizar un evento donde se muestren los nuevos productos para que los clientes opinen sobre estos y den recomendaciones y mejores

Tabla 38. Factores externos

8. CONCLUSIONES

- Se entrevistaron 382 personas de las cuales 273 eran mujeres y 109 eran hombres; Según los resultados de las encuestas nuestro target objetivo son personas entre las edades de 36 – 45 años que residen principalmente en Pereira y Dosquebradas, y que consumen de 1 a 3 veces por mes productos de repostería; además de esto de las 382 encuestados, 210 son clientes o han sido clientes de innamorate, de los cuales 72 nos compran de 1 a 2 veces por mes y nos siguen eligiendo principalmente por razones como Sabor, diseño y presentación.
- Se analizaron las horas de elaboración de cada uno de los productos así mismo se gestionaron los costos correspondientes para cada uno, generando un plan de compras, se calculó el costo de producción, dando como resultado los precios de venta de la Little cake \$90.000 , Red velvet clásica \$ 52.000, Desayunos sorpresa \$82.000 y Caja x 3 Paletas \$25.000, también se realizaron requisitos de inversión para tener claridad en lo que se necesita para hacer un uso eficiente de los recurso al momento de desarrollar este proyecto
- La empresa en el primer año de formalización, se va a constituir como persona natural ya que no pagamos tantos impuestos, por lo que podemos funcionar sin tantos requisitos legales y costos de una sociedad comercial, además de esto empezara con 4 personas de planta y 3 contratadas de servicio al cliente
- Podemos ver que según los resultados obtenidos en el análisis de sensibilidad el proyecto sobre la pastelería creativa innamorate es rentable en los todos escenarios, lo que lo hace ser un proyecto interesante para los inversionistas como prueba de esto es que nuestro Beneficio costo es mayor a 1 en los tres escenarios por lo cual recibirán dividendos sin importar la situación, además de esto obtendremos ingresos por ventas si se cumple el plan de producción de este proyecto de más de 300 MM

9. ANEXOS

ENCUESTA DE VIABILIDAD PASTELERIA INNAMORATE

La siguiente encuesta es creada con la finalidad de conocer datos sobre el comportamiento en el mercado de nuestros productos de Pastelería creativa, y en cumplimiento de las disposiciones de la Ley 1581 de 2012 y del Decreto reglamentario 1377 de 2013 que desarrollan el derecho de habeas data, solicitamos su autorización para que la PASTELERIA INNAMORATE en calidad de Responsable del Tratamiento pueda recopilar, almacenar, archivar, copiar, analizar, usar y consultar los datos que se señalan a continuación. Los datos suministrados en esta encuesta solo serán utilizados como información requerida para realizar un estudio de mercado y tiene propósitos académicos.

***Obligatorio**

1. Con que género se identifica

Marca solo un óvalo.

- Mujer
 Hombre
 Prefiero no decirlo
 Otro: _____

2. ¿En que rango de edad se encuentra? *

Marca solo un óvalo.

- 18-25 años
 26 - 35 años
 36 - 45 años
 46-50 años
 51- 65 años
 66 años en Adelante

3. ¿Cual es su municipio de residencia? *

Marca solo un óvalo.

- Dosquebradas
- Pereira
- La virginia
- Santa Rosa
- Cartago

4. ¿Consume usted productos de reposteria? *

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

5. ¿Con que frecuencia consume productos de reposteria? *

Marca solo un óvalo.

- De 1 a 2 veces por mes.
- De 3 a 4 veces por mes.
- Mas de 4 veces por mes.
- Solo en ocasiones especiales

6. ¿ En que ocasiones compra pasteles? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Cumpleaños
- Dias festivos
- Ocasiones especiales
- Para obsequiar a otra persona

Otro: _____

7. Al momento de comprar un pastel, ¿cuales son las razones que lo a hacer la compra? *

Marca solo un óvalo.

- Una fecha especial.
 Un antojo eventual.
 Otro: _____

8. En pasteles, ¿cual es el sabor que mas le gusta? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Chocolate
 Vainilla
 Vainilla Chips
 Naranja
 Red Velvet
 Maria Luisa
Otro: _____

9. En la cubierta de los pasteles ¿Cuál es su favorito ? *

Marca solo un óvalo.

- Fondant
 Butterream
 Semi-Desnuda
 Sin nada

10. De los siguientes productos ¿ Cual es su favorito ? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Tortas clasicas
 Tortas personalizadas
 Cupcakes
 Cinnarolls
 Cakesicles
 Galletas
 Desayunos sorpresas

Otro: _____

11. ¿Cual de las siguientes pastelerías conoce?

Selecciona todos los que correspondan.

- Azucarados
- Karina pastelera
- Kon amor
- Verde menta Pastelería
- Pastelos
- Pastelería Cesar Restrepo
- Ginevra Pastelería
- Madrileña
- Eurotorta

Otro: _____

12. Que tan importante es el precio al momento de elegir un pastel entre las diferentes pastelerías? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Nada importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

13. En un pastel de 15 porciones (Torta de media libra) cuánto estaría dispuesto a pagar *

Marca solo un óvalo.

- \$ 50.000 - \$ 70.000
- \$75.000 - \$95.000
- \$ 100.000 - \$125.000
- Otro: _____

14. ¿Cómo conoció INNAMORATE? *

Marca solo un óvalo.

- Publicidad en red social.
- Recomendación de otra persona.
- Publicación con nuestros productos de algún conocido.
- Hashtags de Instagram
- Ferias
- No nos conoce

Si tu respuesta fue que aún no nos conoces, te invitamos a que nos sigas en nuestras redes sociales como @_innamorate en Instagram y Facebook y las siguientes 5 preguntas no son obligatorias contestarlas.

15. ¿Cuales aspectos considera importantes para seguirnos eligiendo?

Selecciona todos los que correspondan.

- Sabor
- Diseño
- Presentacion
- Precios
- Calidad
- Servicio al cliente
- Masa

Otro: _____

16. ¿ Cual es el producto que mas consume de nuestra Pastelería?

Selecciona todos los que correspondan.

- Tortas classicas
- Tortas personalizadas
- Cupcakes
- Cinnarolls
- Cakesicles
- Galletas
- Desayunos sorpresas

Otro: _____

17. Que tan frecuentes nos compras

Marca solo un óvalo.

- 1 vez al mes
- 2 veces al mes
- 1 vez cada tres meses
- 1 vez al año

18. Califique la calidad de los productos de la pastelería Innamorate

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Muy Mala	<input type="radio"/>	Muy Buena				

19. ¿Esta usted conforme con la variedad de productos ofrecidos en la pastelería?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez

20. ¿Qué otro producto le gustaría que elaboráramos?
