

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA REPOSTERIA**

**DULCE VIDA**

**KATHERIN AGUDELO CARMONA**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER**

**FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO**

**ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y DE MERCADEO**

**MEDELLÍN**

**2015**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA REPOSTERIA**

**DULCE VIDA**

**KATHERIN AGUDELO CARMONA**

**Trabajo de grado para optar al título de Administradora Comercial y de Mercadeo**

**Asesora**

**Alejandra María Lujan Jaramillo Consultora en Finanzas Corporativas y Docente**

**Universitaria**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER**

**FACULTAD DE ESTUDIOS EMPRESARIALES Y DE MERCADEO**

**ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y DE MERCADEO**

**MEDELLÍN**

**2015**

## **DEDICATORIA**

*“El éxito consiste en vencer el temor al fracaso”*

*Charles Augustin Sainte-Beuve*

Dedico este trabajo a las personas que me animaron para su realización haciéndome sentir capaz, a mis padres por su apoyo incondicional y principalmente a Dios porque sin el nada hubiese sido igual.

## **AGRADECIMIENTOS**

Es una nueva etapa que se culmina en mi vida, por eso le doy primero gracias a mis padres por creer en mí y apoyarme en todo el transcurso de mi carrera, a los profesores por todos aquellos conocimientos que me brindaron en el recorrido de estos 5 años y especialmente a la profesora Alejandra Lujan, por su paciencia y colaboración en la realización de este proyecto, finalmente agradezco a Dios por permitirme terminar mis estudios y por todas las actividades brindadas.

## TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN DEL PROYECTO .....	12
1.1. Nombre del proyecto .....	12
1.2. Información de los participantes .....	12
1.3. Resumen Ejecutivo del Proyecto .....	12
2.1 . Composición del sector (VER ANEXO 1) .....	15
2.2 Situación histórica del sector .....	21
2.3. Situación actual del sector .....	24
2.4. Perspectivas del Sector .....	28
2.5. Conclusión General del Análisis Sectorial .....	30
3. INFORMACION GENERAL DEL NEGOCIO.....	32
3.1 Propósito del Plan de Negocio.....	32
3.2 Información General de la Futura Empresa (o la Empresa en Funcionamiento).....	33
3.5. Describa los objetivos a corto, mediano y largo plazo .....	36
3.6. Relación de los Bienes o Servicios (VER ANEXO 2) .....	37
3.7. Ventaja Competitiva del Negocio.....	42
3.8. Justificación del Negocio.....	44
3.9. Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la Empresa.....	46
3.10. Localización Geográfica de la Empresa (VER ANEXO 3).....	47
4.. ANÁLISIS DEL MERCADO .....	50
4.1. Descripción del producto o servicio .....	50
4.1.1. Usos.....	51
4.1.2. Usuarios.....	52
4.1.3. Presentación .....	53
4.1.4. Composición.....	54
4.1.5. Características físicas. (VER ANEXO 4) .....	55
4.1.6. Sustitutos .....	56
4.1.7. Complementarios .....	57
4.2. Demanda .....	58
4.2.1. Comportamiento histórico.....	58
4.2.2. Situación actual .....	60

4.2.3. Situación futura .....	79
4.3. Oferta .....	80
4.3.1. Comportamiento Histórico .....	81
4.3.2. Situación actual: Mercado del competidor, Plantas nacionales, existentes, Análisis de capacidad ociosa, Calidades, Producción interna, Tasas de crecimiento...	85
4.3.3. Situación futura: Mercado del competidor, Perspectivas sobre plantas, nuevas nacionales, Proyección de la oferta (programa de producción) .....	88
4.4 . Precios.....	89
4.4.1 . Análisis histórico y actual de Precios.....	90
4.4.2. Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta.....	91
4.4.3. Determinación de las principales variables para la definición del precio .....	93
4.5. Estrategia Comercial.....	95
4.5.1. Canales de comercialización y distribución del producto .....	95
4.5.2. Descripción de los canales de distribución .....	96
4.5.3 . Ventajas y desventajas de los canales empleados .....	97
4.5.4. Almacenamiento.....	97
4.5.5. Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización propia y de la competencia. ....	98
4.5.6. Publicidad y Promoción .....	98
4.5.7. Conclusión General del análisis de mercados .....	100
4.6. Plan de Mercadeo.....	102
5. ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN (ASPECTOS TÉCNICOS) .....	104
5.1. Producción .....	104
5.1.1. Descripción técnica del producto o servicio .....	104
5.1.2 . Identificación y selección del proceso de producción.....	106
5.1.3. Inversiones en maquinaria y equipo.....	112
5.1.4. Descripción de materia prima, insumos y materiales.....	113
5.1.5. Requerimientos de Mano de Obra (Perfiles y Funciones) .....	116
5.2.1. Factores de Localización.....	119
5.2.2. Métodos de evaluación.....	120
5.2.3. Macro localización .....	121
5.2.4. Micro localización.....	123

5.3. Capacidad de Producción.....	124
5.3.1. Factores para la definición del Tamaño óptimo (mercado, tecnología, localización, inversiones, otros) .....	124
5.3.2. Metodología para la definición del tamaño .....	127
5.3.3. Capacidad de producción óptima .....	128
5.4. Plan de Producción .....	129
6. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	131
6.1. Procesos Administrativos .....	131
6.1.1 . Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal .....	131
6.1.2. Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros) .....	133
6.1.3. Procesos de Logística ( almacenamiento, transporte, manejo inventarios y otros).....	134
6.1.4. Procesos Propios y Externos .....	134
6.1.5. Estructura Organizacional (organigrama) .....	135
6.1.6. Requerimientos de Personal (perfiles y funciones).....	136
6.1.7 Requerimientos de materiales .....	138
6.1.8. Requerimientos de Tecnología.....	139
6.1.9. Requerimientos locativos e infraestructura .....	140
6.2.1. Tipo de organización empresarial .....	141
6.2.2. Documentación necesaria para la operación de la empresa .....	142
6.2.3. Costos asociados con asuntos Legales .....	144
7. ANÁLISIS FINANCIERO.....	146
7.1. Estructura Financiera del Proyecto .....	146
7.2. Recursos Propios.....	147
7.3. Créditos y Préstamos Bancarios .....	147
7.4. Calendario de Ingresos del Proyecto .....	148
7.5. Inversiones del Proyecto .....	149
7.5.1. Inversiones en Activos Fijos .....	149
7.5.2. Inversiones en Gastos Pre-operativos .....	150
7.5.3. Inversión en Capital de Trabajo .....	150
7.6. Calendario de Inversiones.....	151
7.7. Costos y Gastos.....	152
7.7.1. Costos Variables (VER TABLA 29).....	152

7.7.2. Costos Fijos.....	152
7.7.3. Gastos Administrativos y Legales.....	153
7.7.4. Gastos de ventas.....	154
7.7.5. Gastos de distribución.....	154
7.7.6. Gastos financieros.....	155
7.7.7. Calendario de Costos y Gastos del Proyecto.....	155
7.8. Flujo de Caja.....	157
7.9. Estados Financieros Proyectados.....	159
7.9.1. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	159
7.9.2. Balance General Proyectado.....	160
8. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	163
8.1. Costo del Capital (Tasa de Descuento).....	163
8.2. Evaluación Financiera.....	164
8.2.1. Valor Presente Neto.....	164
8.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	164
8.2.3. Índices financieros.....	165
8.2.4. Análisis de sensibilidad y riesgo.....	167
8.2.5. Consideraciones sobre la Evaluación Financiera.....	168
8.3. Punto de Equilibrio.....	169
8.4. Consideraciones Sociales.....	170
8.5. Consideraciones Ambientales.....	170
9. CONSIDERACIONES FINALES DEL PROYECTO Y RECOMENDACIONES	
.....	172
10. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	175
ANEXOS	



## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Ponderación de Lugares .....	48
Tabla 2. Negocios Ubicados en Provenza .....	65
Tabla 3. Competencia directa de Duce Vida .....	82
Tabla 4. Crecimiento de Competencia Directa de Dulce Vida.....	87
Tabla 5. Comparación Precios Competencia.....	90
Tabla 6. Ventajas y Desventajas del Canal Directo.....	97
Tabla 7. Inversión en Equipo y Maquinaria Dulce Vida.....	112
Tabla 8. Insumos de Adecuación Locativa.....	113
Tabla 9. Insumos de la Repostería.....	115
Tabla 10. Perfil Jefe Pastelero .....	116
Tabla 11. Perfil Decoradora de Eventos.....	117
Tabla 12. Método de Evaluación.....	120
Tabla 13. Maquinaria, Muebles y Enseres .....	126
Tabla 14. Requerimientos de Materiales .....	138
Tabla 15. Requerimiento Tecnológico .....	139
Tabla 16. Requerimientos Locativos y de Infraestructura.....	140
Tabla 17. Estructura Financiera del Proyecto.....	146
Tabla 18. Recursos Propios .....	147
Tabla 19. Créditos y Préstamos Bancarios .....	147
Tabla 20. Calendario de Ingresos del Proyecto .....	148
Tabla 21. Inversiones en Activos Fijos .....	149
Tabla 22. Inversiones en Gastos Pre-operativos.....	150
Tabla 23. Inversión en Capital de Trabajo .....	150
Tabla 24. Calendario de Inversiones .....	151
Tabla 25. Costos Fijos .....	152
Tabla 26. Gastos Administrativos y Legales .....	153
Tabla 27. Gastos de Ventas .....	154
Tabla 28. Gastos Financieros .....	155
Tabla 29. Calendario Costos y Gastos del Proyecto.....	155
Tabla 30. Flujo de Efectivo .....	157
Tabla 31. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado .....	159
Tabla 32. Balance General Proyectado.....	161
Tabla 33. Costo de Capital .....	163
Tabla 34. VPN .....	164
Tabla 35. Tasa Interna de Retorno.....	164
Tabla 36. Indicadores Financieros.....	165
Tabla 37. Punto de Equilibrio.....	169

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Superintendencia y CGN - Participación por ingresos del Sector .....	16
Figura 2. Porcentaje actual del PIB por Sector Económico .....	17
Figura 3. Número de empresas en la Industria Panificado y Repostera .....	22
Figura 4. Diamante de Porter.....	27
Figura 5. FODA Perspectiva del Sector .....	29
Figura 6. Ubicación Geográfica Dulce Vida .....	47
Figura 7. Rango de Edades Habitantes de Medellín.....	61
Figura 8. Sectores en la Ciudad de Medellín.....	63
Figura 9. Calculo de Tamaño de Muestra.....	67
Figura 10. Rango de edad.....	68
Figura 11. Estrato Socioeconómico.....	69
Figura 12. Lugar de Estudio Frecuente .....	70
Figura 13. Cobro por Estudiar en alguno de los Sitios Anteriores .....	71
Figura 14. Comodidades que debe tener un Sitio para Estudiar.....	72
Figura 15. Aceptación de cobro por estudiar.....	74
Figura 16. Sitio cómodo con wifi y comida pastelera para estudiar.....	75
Figura 17. Pagar con precios entre \$5.000 y \$30.000 .....	76
Figura 18. Acompañantes cuando visita Reposteras y Pastelerías .....	77
Figura 19. Apertura de un lugar para estudiar, celebrar y degustar productos reposteros ...	78
Figura 20. Flujo de Producción .....	104
Figura 21. Distribución espacial de Área de Trabajo .....	118
Figura 22. Macro localización Dulce Vida.....	122
Figura 23. Micro localización Dulce Vida .....	124
Figura 24. Organigrama Dulce Vida .....	135

## INTRODUCCIÓN

Actualmente, gracias a todos los cambios que se han presentado en la economía y por medio de la visión y perspectiva que genera el emprendimiento de los empresarios modernos, poseer una entrada económica que vaya de acuerdo con las expectativas y conocimientos adquiridos, ayuda a potencializar estos y aún más a contribuir con el crecimiento del departamento en que se encuentre y por sobre todo el personal.

Dulce Vida, es un proyecto de emprendimiento que nace de la idea de una estudiante de mercadeo queriendo ofrecerle al consumidor una idea novedosa donde entrara a competir en el mercado de la repostería y pastelería fina con un grado de innovación, pues a pesar de que se prestaran estos dos servicios, se incluirá un plus donde se encontrará el servicio de relajación y alquiler de espacio para diferentes tipos de actividades como pueden ser reuniones familiares, fiestas, reuniones empresariales, siendo único en el mercado, además de tener en cuenta que se contará con personal totalmente calificado y conocedor de ambas actividades.

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 Medellín, para esto se contará con investigaciones y encuestas 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.

El análisis final del proyecto 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 que claro esta arroje las ganancias esperadas.

## **1. RESUMEN DEL PROYECTO**

### **1.1 Nombre del proyecto**

Plan de Negocio Para la Creación de la Repostería Dulce Vida.

### **1.2 Información de los participantes**

El proyecto es realizado por Katherin Agudelo Carmona, estudiante del último semestre de Administración Comercial y de Mercadeo en la Institución Universitaria ESUMER, quien tiene también el título de Tecnóloga en Mercadeo y un Diplomado en Gerencia de Mercado.

### **1.3 Resumen Ejecutivo del Proyecto**

Dulce Vida es un proyecto donde se busca ofrecer al mercado objetivo un lugar diferente e innovador de acuerdo con las necesidades percibidas, esta empresa estará encaminada en el montaje de un lugar el cual contará con tres espacios diferentes, compartir, estudiar y festejar, todos en el mismo sitio.

Estos espacios estarán completamente adecuados para prestar un excelente servicio al cliente, en el ambiente de compartir se tendrá la repostería, donde las personas pueden ir con amigos, familiares o parejas a degustar de los productos que se les ofrecerán y además que contarán con una excelente calidad y un gran sabor. Cuando se necesite un lugar tranquilo y cómodo para estudiar, los clientes podrán ir y encontrar este sitio de concentración, en el cual habrá mesas, sillas y WIFI para una mayor comodidad. Por último se ofrecerá un sitio adecuado para el festejo donde se tendrá todo lo necesario para que los clientes puedan celebrar sus fechas especiales, este tendrá servicio de comida y decoración.

Estos servicios se desean ofrecer a los estratos socioeconómicos medio-alto (4,5,6) donde estará ubicado en el barrio Provenza del barrio Poblado en la ciudad de Medellín quienes tienen la posibilidad económica y estarán dispuestos a adquirir lo ofertado.

Este proyecto busca conocer si realmente es viable, esto por medio de diferentes puntos investigativos donde se analizará el sector, la oferta demanda y el mercado en general, se analizará la producción y todo lo que conlleva a los aspectos organizacionales y legales, finalmente se analizará toda la parte financiera de la empresa quien será la encargada de arrojar la respuesta final del proyecto (viabilidad).

Dentro de los resultados obtenidos se pudo evidenciar que Dulce Vida es un proyecto que puede ser acogido por el público ya que los beneficios que le dará al consumidor hacen parte de lo que muchos buscan, un lugar para comer, estudiar y compartir, aparte de esto es importante mencionar estos también aceptan los precios en los cuales oscilarán los productos.

El lugar donde estará ubicada la empresa, se encontró que es un sitio visitado por el perfil del cliente de Dulce Vida.

## 2. INFORMACIÓN GENERAL DEL SECTOR

### 2.1 Composición del sector (VER ANEXO 1)

El sector servicios o terciario de la economía colombiana es aquel donde sus actividades como tal no producen bienes tangibles o mercancía en sí, pero es necesaria para el funcionamiento de la economía, dentro de este sector se puede encontrar:

Almacenamiento y actividades complementarias al transporte, Correo y servicios de mensajería, Alojamiento, Restaurantes, catering y bares, Telecomunicaciones, Actividades Inmobiliarias, Agencias de Viaje, Educación, Financiero y Salud.

Desde años atrás, el sector cuenta con gran importancia, pues su presencia en el PIB ha ido incrementando notablemente ya que su potencial de crecimiento es alto y es por ello que para el país es una de las grandes oportunidades que hay dentro del comercio.

Según un estudio realizado por el DANE de Medellín (2013), en Colombia para este año se muestra que el sector terciario en el área de consumo privado tuvo un aumento significativo pues dentro de este la educación contó un 8.6%, servicios de salud

con un 7% y comunicaciones con un 7.1%, demostrando las grandes oportunidades con las que se cuentan en estas actividades y sobre todo siendo uno de los sectores fuertes para el comercio en Colombia.

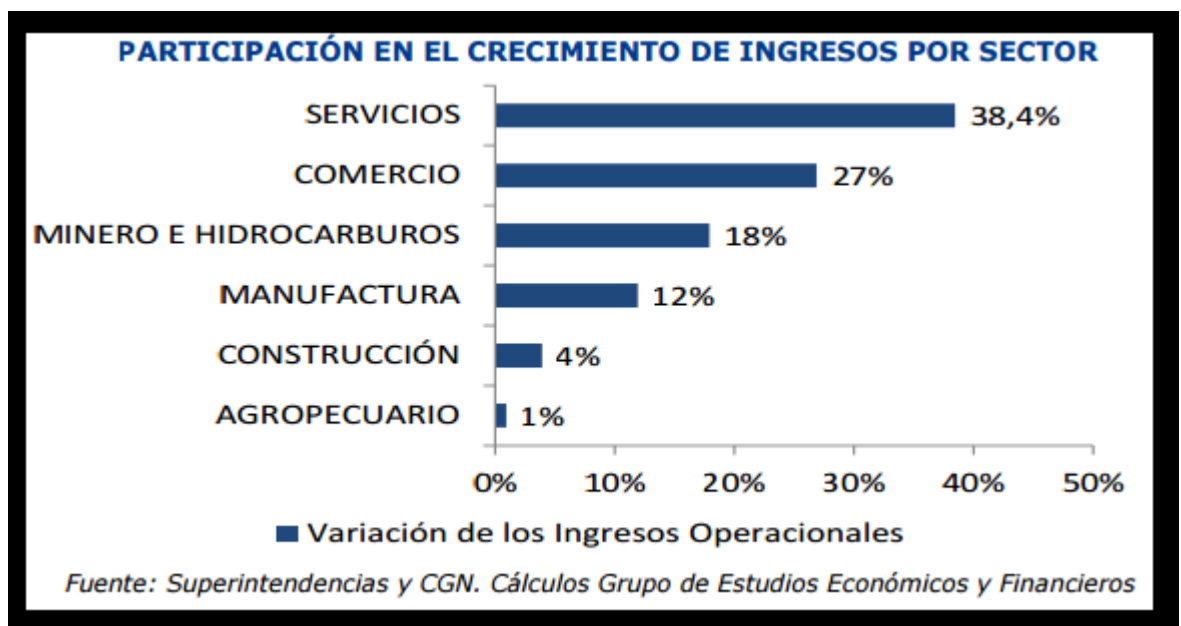


Figura 1. Fuente: Superintendencia y CGN - Participación por ingresos del Sector

Como se observó en la gráfica anterior, el sector servicios se encuentra en un gran crecimiento, pues cuenta con una participación de los ingresos económicos en el país del 38.4% en donde se está proyectando con nuevas miras de oportunidades y mercados, ampliando la oferta del sector y mejorando sus políticas, esto es en de gran



importancia para el país pues el desarrollo de estas, impulsan las actividades que se puedan llevar a cabo ayudando a la maximización de la economía Colombiana.

Según una investigación del DANE (2013), para el primer trimestre del año 2013, el PIB en Colombia alcanzo 6.4% comparación del año anterior donde las actividades que presentaron un mayor incremento fueron los servicios sociales, comunales y personales con un 6.3% y la construcción con el 17.2%.

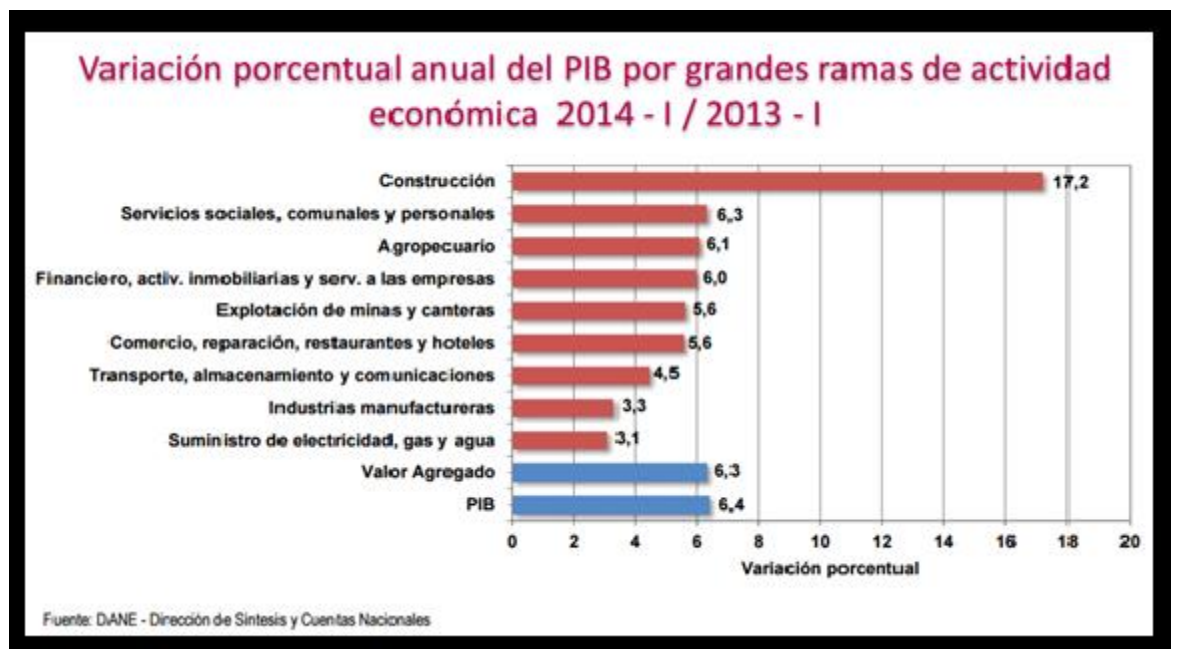


Figura 2. Fuente: DANE - Porcentaje actual del PIB por Sector Económico

Cabe destacar que dentro de las actividades más dinámicas que aportaron en este año a la economía Colombia, fueron algunas que hacen parte del sector terciario como lo son servicios de intermediación financiera (9.1%) y los servicios a las empresas (7.0%). El sector servicios hoy en día genera alrededor del 69% de los empleos, lo que se traduce a uno un poco más de 390.000 puestos, algunas de las actividades generados son: comercio, hoteles, restaurante, transporte, actividades financieras, servicios públicos, construcción, entre otros. (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 2013)

El sector panificador y pastelero en Colombia abarca una amplia cantidad de negocios con más de 25 mil de estos, que llevan a cabo la actividad repostera, entre ellos los más reconocidos son Deli, Santa Elena, Don Jacobo etc., donde en los últimos años ha demostrado una estabilidad con oportunidades de crecimiento, ya que según El Espectador (2013) anualmente genera ventas de 3 billones de pesos o más aportándole a la economía del país, esto en gran parte se debe a las nuevas tecnologías, ingredientes innovadores y procesos como la ultra congelación que se han acogido actualmente, siendo una gran ayuda para aquellos pasteleros y panificadores del país aportándoles rentabilidad a sus negocios.

Este sector abarca tanto los negocios de grandes superficies como BIMBO y Ramo con sus respectivas marcas propias, también se encuentran las empresas

industriales como son Deli, Astor, Tortas y Tortas, Santa Elena, entre otros y aquellos negocios donde se ubican en puntos calientes que en su mayoría están constituidas como famiempresas y microempresas.

La Revista Dinero (2014) afirma: “ En Colombia existen más de 25 mil panaderías y pastelerías, que generan cerca de 400.00 empleos directos y dan cuenta de que es un negocio muy rentable, que facilita el emprendimiento y cuyos resultados financieros se ven a corto y mediano plazo”.

En una investigación realizada en el 2013 por el DANE, Antioquia cuenta con 6.378.132 habitantes, su crecimiento para el 2014 fue alrededor del 4.3%, el PIB por el sector Restaurante y Hoteles para el 2013 fue 3.3% donde cuenta con una ocupación laboral del 29.6% en Antioquia donde el 4.5% es personal ocupado de panadería, repostería y macarrones, esta actividad en el departamento con 6.769 personas como personal con 1.032 millones de pesos de producción de bruta además de 546 millones de pesos de valor agregado.

Conforme a Adepan (Asociación Nacional de Panaderos) en Medellín, se encuentran 1.532 panadería y repostería, esta misma actividad cuenta con el 70% de participación en el mercado además que su constitución se basa normalmente micro,

medianas y famiempresas. Es importante destacar que esta actividad comercial según expertos se encuentra en su mayoría en estratos tres donde se encuentran el 46% de estas pues por cada 1.100 habitantes hay un local de estos.

La revista La Barra (2014) afirma:

El crecimiento de estos establecimientos, ligado al consumo debe responder en el corto plazo con la demanda de productos que tengan ciertas características, relacionadas con la tendencia saludable en la alimentación, como bajos en gluten, en sodio o con algunos ingredientes especiales que beneficien al consumo y aporten a la diversificación de la oferta del negocio, siempre apoyados en la parte normativa, evitando la competencia desleal y aportando al consumo y nutrición de los consumidores.

Es claro que la tendencia actual de los alimentos se ve reflejado en lo light, por esto los ofertantes deben estar a la vanguardia de lo nuevo y lo más pedido teniendo en su portafolio de productos algunos de estos que cuenten con ingredientes bajos en grasa y gluten.

El sector aunque se desenvuelve y sea un sector dinámico en la economía, hay unos retos que son claros y es ayudar a bajar los niveles de formalización, es por esto que desde el 2013 se vienen por medio de Corferias eventos que busca posicionar, proyectar y mantener actualizados a los asistentes sobre las movidas, entre otras cosas, económicas del sector panificador en el país.

## 2.2 Situación histórica del sector

Medellín cuenta con una población de 2.441.123 habitantes, este municipio aumentó entre los años 2005 y 2006 7.1% cuando estaba en un 6.8%; de igual manera se mostró cómo Medellín participa en la economía del departamento Antioqueño aumentando de igual manera pues se estimaba en el año 2005 con un 48.2% aumentando para llegar al 2012 con 54.7%. (DANE, 2013)

Es notorio el buen momento por el que la ciudad está atravesando, demostrando su participación en el mercado tanto departamental como nacional, Medellín se ubica entre una de las ciudades más atractivas para invertir.

La revista Dinero (2014) declara: “El 29% del Producto Interno Bruto de Medellín corresponde al renglón de comercio, hoteles y turismo; el segundo lugar están los servicios personales (industrias creativas, artistas, freelance, generación de contenidos) con 22%; y el tercer lugar, con el 20%, lo ocupa la industria.”

La ciudad cuenta con 65.683 micro, 7.438 pequeñas, 2.105 medianas y 690 grandes empresas de las cuales de las cuales 1.250 son de la industria panificadora y pastelera, a su vez esta se divide en:

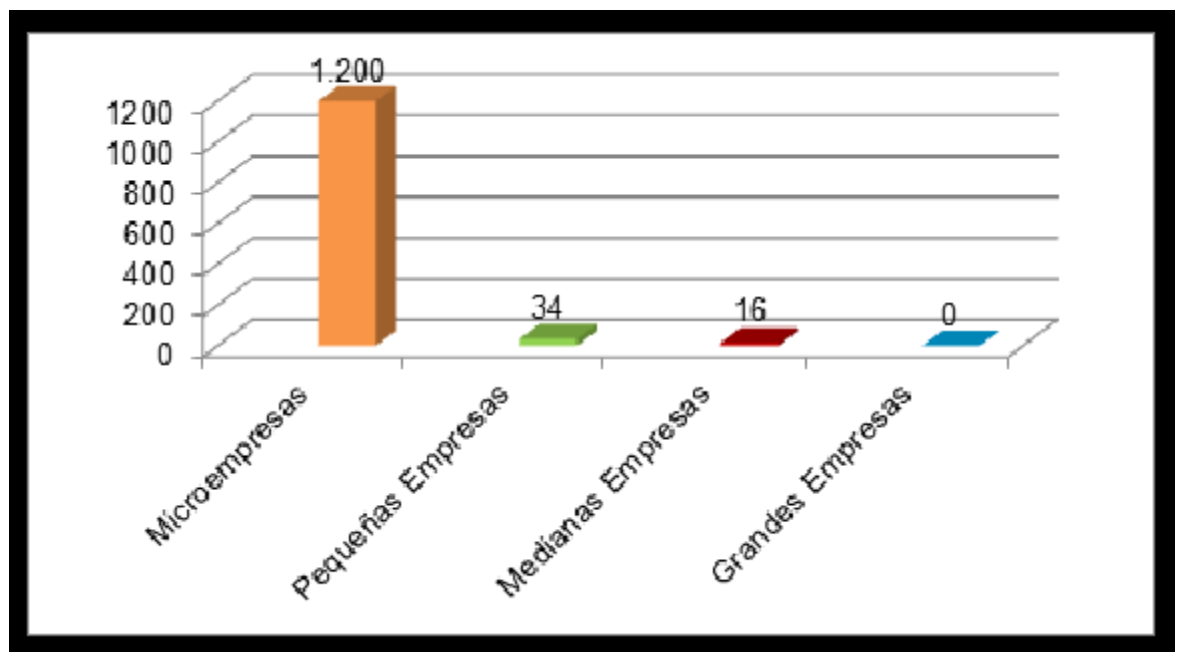


Figura 3. Fuente: Realización Propia - Número de empresas en la Industria Panificado y Repostera

Todas estas empresas hacen parte de esta industria, la cual cuenta con mayor oferta por parte de 1.200 microempresas.

Con la inversión que se presenta en la ciudad por la visita de turistas esto incrementa las entradas económicas a estas actividades como la hotelera, restaurantes y

comercias ya que se estima que estos consumen entre \$500.000 y un millón de pesos al día en la ciudad aportante a la economía de esta.

Centrándonos en la industria panificadora y pastelera, encontramos que en Colombia existen alrededor de 27.000 establecimientos de panaderías y pastelerías donde Medellín cuenta con 1.532 es decir el 5.6%, esta actividad enuncia el DANE (2013), genera en este municipio el 40,1% con 131.721 personas ocupadas donde el 4.0% constituye la industria panificadora y pastelera la cual aporta entre 4 y 6 empleos formales directos.

Actualmente en Colombia existe una agremiación para el sector panificador en Colombia, tanto a nivel nacional como internacional, cuenta con seccionales en algunas ciudades del país como son: Antioquia con AGRUPAN, Medellín con PANADECOL, Bogotá con ADEPAN Bogotá, Cali con ANIPAN, Barranquilla con UNDECO, Bucaramanga con COOPASAN, Neiva con ASOPANHUILA y Villavicencio con ASOPANMETA.

Estos cuentan con blogs en internet donde son utilizados para hacer comentarios sobre este sector, dar noticias relacionadas a este, etc.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, se puede entender que Medellín cuenta con gran cantidad de sitios donde se puede encontrar este tipo de comidas como son la pastelería, repostería y panadería, sin embargo todos estos se asocian a la comercialización de estos productos contando con un pequeño espacio para que los consumidores puedan compartir allí y poder disfrutar de la oferta que se tiene.

Es por esto que no hay establecimiento alguno donde se pueda encontrar un lugar donde compartir, tener privacidad para realizar diferentes actividades a nivel estudiantil y contar con servicio de eventos, estos tres servicios como tal estarán en un solo lugar el cual cumple tres funciones: descansar, estudiar y festejar.

Este espacio se desea crear en pro de la generación de empleos y con el ánimo de brindar algo nuevo, moderno e innovador en la ciudad.

#### **1.4 Situación actual del sector**

A nivel municipal, la ciudad de Medellín cuenta con gran número de panaderías y pastelería, que son muy visibles y están situadas en puntos estratégicos de



las zonas que son vistas en su mayoría en los estratos 2 y 3, enfocadas en esta actividad, Dulce Vida tendrá un punto a favor y es que los productos que esta comercializará, son basados en recetas de alta calidad, además de su punto innovador como lo son tres espacios en uno, todo esto va ligado a los hábitos del mercado al que va dirigido el producto y servicio que son estratos socioeconómicos medio- alto y alto (4, 5 y 6).

Según El DANE (2013), El estimado de personas que viven en la ciudad de Medellín son:

- **Estrato 4:** 144.362 hombres y mujeres de Medellín entre las edades 20 y 60 años, lo cual equivale al 57.22% de la población de este estrato socioeconómico.
- **Estrato 5:** 101.957 hombres y mujeres de Medellín entre las edades 20 y 60 años, lo cual equivale al 62.5% de la población de este estrato socioeconómico.
- **Estrato 6:** 60.174 hombres y mujeres de Medellín entre las edades 20 y 60 años, lo cual equivale al 64.6% de la población de este estrato socioeconómico.

Es importante mencionar que Dulce vida por ser una empresa nueva en el mercado, tendrá un porcentaje menor que será su público objetivo pues hay que tener en cuenta que tiene competencia indirecta ya posicionada.

Es decir, en total Dulce Vida cuenta con un amplio mercado, ya que sus posibles futuros consumidores tienen un total de 306.493 personas ubicadas en el municipio de Medellín.

Se destacar que según la revista Dinero (2013), el mercado de esta actividad se encuentra en una transformación tal que los oferentes tienden a incrementar pues las presentaciones quienes se encargaran de marcar la diferencia en el mercado pues serán aquellas las que darán un nuevo valor agregado, pues si innovación aumentara y proporcionara crecimiento y oportunidad de avanzar dentro de este sector pues atraerá más al consumidor.

Según Michael Porter (1993), “La competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva.”

Es por esto que con el fin de conocer como está actualmente el mercado competitivo en la actividad pastelera y repostería de la ciudad de Medellín, se realiza a continuación el Diamante de Porter para comprender dicha información.

### BARRERAS DE ENTRADA

La libre competencia hace parte de lo que pretende Dulce Vida, lograr un espacio en el cual se vea reflejada la calidad y variedad otorgándoles beneficios a los consumidores.

Es por esto que a pesar de que existan en el mercado una gran cantidad de pastelerías, estas se convierten en competencia indirecta, mientras que como competencia directa aún no tiene.

### PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PORVEEDORES

Teniendo en cuenta que es el trigo el insumo más costoso en la repostería el cual es importado, puede ser el hecho el cual se busque tener precios acordes con lo cual se pueda cubrir la utilización de este insumo en los productos.

### PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Teniendo en cuenta la competencia que se puede tomar como directa que son las diferentes pastelerías de la ciudad que cuentan con renombre, para los clientes puede ser algo positivo pues los precios de la misma clase disminuirán, pero con los servicios adicionales que se prestaran estos no tendrán opción alguna pues los precios irán acorde a lo que se les brindará por ende su nivel de negociación será baja para Dulce Vida.

### RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES

Teniendo en cuenta los anteriores factores se puede notar que la competencia como tal es baja pues sin dejar atrás a las diferentes marcas de reposterías de alta calidad, ninguna de estas presta tres servicios en un mismo sitio, haciendo que Dulce Vida sea atractivo para el mercado.

### PRODUCTOS SUSTITUTOS

Con la ola hoy en día de los productos light, estos pueden ser un problema para el producto, pues las personas pueden preferir consumir productos que sean bajos en grasa y harina, teniendo en cuenta que la base para realizar a pastelería y repostería son productos con altos puntos de estos, igualmente se podrá sacar una línea light pero muchas personas prefieren dejar de consumir estos. De igual manera la parte innovador del negocio puede permitir que las personas reconozcan y visiten Dulce Vida pues no necesariamente deben consumir un postre, también están los espacios adicionales que se prestaran.

Figura 4. Fuente: Realización Propia - Diamante de Porter

## 2.4 Perspectivas del Sector

Teniendo en cuenta el panorama del sector, sus características y la competencia con la que contara, se mencionaran a continuación, las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la empresa pues el mercado de esta actividad se está transformando y gracias a sus consumidores es una opción que puede ayudar al incremento de la economía.

## ANÁLISIS FODA

Figura 5. Fuente: Realización Propia - FODA Perspectiva del Sector



### FORTALEZAS

- Buena calidad en los productos.
- Se encontrarán 3 espacios en uno solo (pastelería, biblioteca y servicio de festejos).
- Variedad e innovación en el producto y servicio.
- Se ofrecerán diferentes tamaños en los productos para mayor comodidad del cliente.
- Ubicación en punto estratégico de la ciudad, zona rosa del poblado.
- Personal capacitado para brindar un buen servicio y lograr la satisfacción del cliente.
- Conocimientos de los productos a ofrecer.

### OPORTUNIDADES

- Existe una gran variedad gastronómica en lo que se refiere a la pastelería y repostería.
- Gracias a la amplia variedad que existe en estas actividades, con ellas se puede innovar y ofrecer productos únicos hechos en la casa.
- Crecimiento y fortalecimiento de las Industria reposterera.
- Expansión a novel local y nacional.
- Oportunidad de estudiar y conocer nuevas tendencias de sabores y demás materias primas.
- Participación en eventos que ayuden a que la marca se haga conocer.

### DEBILIDADES

- Dulce Vida es una empresa nueva en el mercado.
- Bajos recursos financieros para la inversión de la empresa.
- Poca oferta laboral de mano de obra calificada.

### AMENAZAS

- Competencia con más años de trayectoria en el mercado.
- Aumento de costos que se puedan presentar en cuanto a la materia prima.
- Cambios climáticos que puedan afectar las cosechas de la materia prima y por ende aumentar los costos de las mismas.
- Crecimiento de la competencia.
- El mercado al que se va dirigido puede no acoger de manera positiva el ingreso del negocio.
- Niveles de inseguridad que se pueda presentar en el lugar donde estará ubicada la repostería.

## 2.5 Conclusión General del Análisis Sectorial

Teniendo en cuenta el anterior estudio sobre el sector servicios y quien lo compone como es la industria pastelera en la cual se encuentra el proyecto a realizar, se puede observar que Dulce Vida no cuenta con barreras de entradas tal que representen un gran riesgo para dar vida a este, pues a pesar de que tenga competencias fuertes como son el Astor, Santa Elena, Santa Clara, El Portal, entre otras, los servicios y productos que ofrecen pueden tener gran parecido a los que Dulce Vida producirá, sin embargo el punto diferenciador e innovador que tienen es que estas reposterías solo prestan un espacio para que los consumidores compartan mientras consumen los productos y Dulce Vida presenta la oportunidad a los clientes de descansar mediante un lugar donde se podrá consumir los productos ofertados y al mismo tiempo relajarse en un espacio tranquilo, además contará con un ambiente donde se permitirá estudiar pues habrá un espacio especial para aquellas personas que deseen degustar de variedad en repostería y pastelería además de poder estudiar y leer, es decir todo aquello que se relacione con estudio y trabajo y por último el espacio de festejo, en el cual se prestara el servicio de alquiler de un espacio dedicado para realizar fiestas, reuniones y demás necesidades que presenten.

Según el portal financiero Sectorial (2014) el sector está en proceso de crecimiento, para el 2014 creció a un 4.1% lo cual es una oportunidad para que esta

actividad (pastelería y repostería) se posiciona y sea de gran ayuda a la economía del país.

Después de lo anterior y además del mercado que estaría dispuesto a conocer esta nueva empresa y experimentar en ella, Dulce Vida es una idea innovadora la cual puede ser aceptada y crecer brindando muchos momentos en diferentes espacios.

### **3 INFORMACION GENERAL DEL NEGOCIO**

#### **3.1 Propósito del Plan de Negocio**

##### **Objetivo General**

Realizar un plan de negocios para analizar la viabilidad económica y financiera de la empresa repostería y pastelería Dulce Vida ubicada en la ciudad de Medellín.

##### **Objetivos Específicos**

- Conocer los determinantes del sector donde se ubicará la empresa, analizando resultados pros sectoriales.
- Determinar la demanda potencial de Dulce Vida por medio de un plan de mercado.
- Desarrollar cada uno de los componentes del plan de negocio, definiendo la forma de incursión en el mercado de Dulce Vida.
- Analizar la viabilidad económica y financiera del negocio aprovechando las fortalezas que se identifiquen en la investigación.



### **3.2 Información General de la Futura Empresa (o la Empresa en Funcionamiento)**

Dulce Vida será una empresa la cual tendrá orientación a la pastelería - repostería, y a espacios en los cuales se podrán realizar diferentes actividades como son estudiar, celebraciones de momentos especiales y reuniones de trabajo.

La empresa contará con tres espacios en un mismo lugar donde los clientes podrán ir y disfrutar de un momento agradable y tranquilo acompañado de las delicias pasteleras y reposteras que se ofrecerán en el lugar, al mismo tiempo contará con un espacio de tranquilidad y silencio donde será usado para realizar actividades orientadas al estudio pues se contará con la adecuación necesaria como mesas de estudio, wifi gratis, puff entre otros para brindar un espacio tranquilo y de concentración, al igual que también podrán degustar de la carta, por último se tendrá un espacio de festejo y celebración de momentos especiales, este se alquilará y se prestarán todos los servicios necesarios como decoración y comida, para llevar a cabo este acontecimiento, además se contará con personal calificado que haga que la estadía en Dulce Vida, sea a gusto y placentero para el cliente, brindándole la comodidad de no tener que buscar cada lugar por separado sino encontrarlos juntos en un mismo sitio.

Los productos en sí que Dulce Vida ofrecerá serán postres de diferentes sabores y texturas, tortas y pasteles suaves y esponjosos que podrán ir acompañados de frutas en almíbar o frutos secos , dulces, chocolates, helados hechos en la casa, bebidas como frappé, entre otros.

La repostería estará ubicada en el barrio Provenza de la ciudad de Medellín, sector muy visitado y agradable el cual se ajusta al perfil del cliente de la empresa.

### **3.3 Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa**

Katherin Agudelo Carmona, es la persona encargada de llevar a cabo la investigación que se adelanta en este trabajo, es Tecnóloga en Mercadeo y próxima a graduarse de Administración Comercial y de Mercadeo.

Desde muy pequeña ha sentido una gran atracción y pasión por la repostería y pastelería y esto se debe mayormente a la abuela quien desde muy pequeña la veía hacer tortas para matrimonios, primeras comuniones, cumpleaños, etc., ella era siempre la encargada de hacerle tanto a los hermanos como a ella misma las tortas de cumpleaños,

es gracias a ella entonces quien le ayudo a despertar la pasión y curiosidad por aprender a hacer helados, tortas, postres y demás.

Con el tiempo se convirtió en un hobby mientras estaba en el colegio ver programas de televisión donde presentaran sobre pastelería y repostería y desde allí comenzó a dar sus primeros pasos en está realizando las recetas que más le gustaban y dándoles a degustar a su familia, actualmente es la encargada de hacer todos los postres y tortas para las ocasiones especiales tanto la familia como de algunas amigas de la mama.

En el momento cuenta con un curso de Cocina Nacional e Internacional de COMFAMA donde gracias a este pudo darse cuenta lo mucho que le atrae el arte de la cocina y en especial la pastelería pues ya con el cumplimiento del módulo completo se le hizo más notorio el interés por ella impulsándole a tener la visión de crear su propia pastelería.

### **3.4 Misión de la futura Empresa**

Queremos ser una empresa de pastelería y repostería fina distribuyendo productos de primera calidad apoyándonos en excelentes materias primas, además de enfocarnos en los detalles como la atención a los clientes en cuanto a la prestación de

los diferentes servicios ofrecidos, garantizando compromiso y satisfacción en los diferentes espacios ofrecidos.

### **3.5 Describa los objetivos a corto, mediano y largo plazo**

#### **Corto Plazo**

- Documentar cada elemento necesario para conocer la viabilidad de la empresa.
- Lograr reconocimiento y aceptación de la marca en el mercado.
- Tomar en cuenta sugerencias dadas por los clientes para realizar mejores pertinentes que sean de ayuda y así lograr realizar posibles mejoras.
- Emplear personal capacitado que cuente con experiencia en el área.
- Estudiar y documentarse más sobre temas que conciernan a la repostería y pastelería además de organización de eventos.

#### **Mediano Plazo**

- Brindar poco a poco a los empleados diferentes capacitaciones y cursos para perfeccionar cada vez más el servicio al cliente.
- Lograr ser una marca recordada en el mercado.
- Diversificar y refrescar la carta de los productos ofrecidos.

- Hacer diferentes eventos para seguir trabajando la recordación y posicionamiento de la marca.

## **Largo Plazo**

Expansión de marca:

- Comenzar a abrir sucursales en puntos claves de la ciudad y municipios cercanos como Envigado, Sabaneta, etc., centros comerciales, etc.
- Expandirse a nivel nacional en las ciudades más importantes del país, comenzando por Bogotá y Cali.
- Continuar con la innovación de productos y servicios para así dar motivo al cliente como fiel seguidor de la marca.

### **3.6 Relación de los Bienes o Servicios (VER ANEXO 2)**

#### **Portafolio de productos Dulce Vida**

La carta de Dulce Vida será de la siguiente manera:

##### **1. Bebidas**

**Para comenzar tu día:** Se ofrecerán varias opciones de cafés y otras bebidas como lo son:

- **Cappuccino:** Bebida caliente a base de café con crema montada y chocolate en trozos.
- **Cappuccino moka:** Bebida caliente con base en chocolate y café.
- **Chocolate:** Bebida caliente con base en chocolate y un toque de crema montada.
- **Batido de cacao:** Bebida fría a base de cacao con un toque de sabor a naranja.
- **Mocaccino:** Bebida a base de café y chocolate con un toque de crema montada y canela.
- **Tinto:** Bebida caliente de café.
- **Café latte:** Bebida caliente con una combinación entre café y leche.
- **Café americano:** Bebida caliente de café con una base de Espresso.
- **Baileys coffee:** Bebida caliente de café con un toque de licor Baileys.
- **Frappe de café:** Bebida fría elaborada a partir de hielo, café y crema de leche.
- **Té:** Bebida caliente a base de infusión de hierbas.
- **Té frutas:** Bebida caliente a base de infusión de hierbas de diferentes frutas.
- **Smoothie de frutas:** Batido cremoso de frutas a elección.

Esto con el fin de brindarle al cliente ese primero contacto del día con el sabor de Dulce Vida. Para acompañar se ofrecerán pastelitos de sal como hawaianos, de queso, jamón con queso y cruasanes de queso y chocolate.

## 2. Pastelería y Repostería

**Para compartir:** La carta ofrecerá una gran variedad de pasteles y postres de diferentes sabores colores y aromas, con el fin de brindar experiencias y exquisitez al paladar. Estos productos se ofertan con el fin de compartirlos con aquellas personas queridas y cercanas.

Dentro de este se encontrarán:

- **Pastel de chocolate con caramelo y nuez macadamia:** Torta de chocolate y nuez de macadamia con base de caramelo.
- **Blondies:** Pequeña torta elaborada a base de chocolate blanco con chispas de chocolate de leche.
- **Brownies:** Pequeña torta de chocolate cubierto de chocolate y maní.
- **Tarta de manzana con helado de caramelo:** Trata de frutas con capas de manzana, acompañado de helado de caramelo de la casa con nata y un crumble.
- **Galletas de chocohips, mantequilla:** Deliciosas y suaves galletas de mantequilla y chispas de chocolate.
- **Pie de limón, chocolate y manzanas:** Pastel con base de masa crujiente, relleno de crema con sabores a limón, chocolate o manzana, acompañados de crema montada y frutas.
- **Muffins de frutas, chocolate, frutos rojos:** Pequeñas tortas horneadas de maneja esponjosa cubierta de chocolate y frutos rojos.

- **Carlotta de frambuesas:** Postre de soletas con musse de frambuesa, acompañado de un almíbar de frambuesa, frutas y crema montada.
- **Tartaletas de vainilla, chocolate, café, queso:** Pequeño hojaldre que sirve como recipiente, relleno de crema de vainilla, chocolate, café o queso, acompañado de crema batida y frutas.
- **Scottish:** Delicadas y frágiles galletas con base de mantequilla.
- **Rollos de canela:** Pequeños panes en rollo con canela.
- **Bombones de chocolate:** Pequeños chocolates, rellenos de frutas o dulce de leche.
- **Cheesecakes:** Pastel de queso con almíbar de frutas y frutas como capa.
- **Donuts de mora, arequipe, chantilly:** Rosquillas rellenas de mora, arequipe o chantilly espolvoreadas con azúcar glass.
- **Creme brulee:** Postre de crema con terminado con fina capa de caramelo crujiente.
- **Flan de caramelo:** Postre con base de caramelo, aromatizado con vainilla.
- **Profiteiros rellenos:** Pequeños bolitas elaboradas con pasta choux, rellenos de crema pastelera.
- **Bocado de capuccino con macarrón:** Postre de espuma de café, acompañado con un crocante de avellanas.
- **Sinfonía de chocolate con naranja:** Mouse de chocolate, crema inglesa, crema de naranja, acompañados de un dacquoise de avellanas.
- **Cremosos de chocolate:** Crema a base de chocolate fundido.



- **Galletitas crocante con helado de limón:** Galletas crocantes aromatizadas con vainilla, rellenos de un sorbete de limón.
- **Tiramisu:** Postre frío en capas de un fino bizcochuelo aromatizadas con café y con crema.
- **Pretzel:** Galletas de mantequilla ligeramente saladas.
- **Alfarores:** Galletas de mantequilla a modo de sándwich rellenas de dulce de leche con un toque de coco.
- **Pastel Hawaiano:** Delicioso pastel de hojaldre suave y crocante con relleno de jamón, queso y piña.
- **Pastel de Jamón y Queso:** Delicioso pastel de hojaldre suave y crocante con relleno de jamón y queso.
- **Pastel de Queso:** Delicioso pastel de hojaldre suave y crocante con relleno de queso.
- **Cruasan de Queso:** Deliciosa pasta de hojaldre suave y crocante con relleno de queso.
- **Cruasan de Chocolate:** Deliciosa pasta de hojaldre suave y crocante con relleno de chocolate.

**Para pecar:** Se dedicara una sesión de la carta de algunos pasteles y postres en porciones pequeñas para aquellas personas que solo desean porciones de un tamaño más reducido.

**3. Helados Dulce Vida:** Se ofrecerán una gran variedad sabores de helados artesanales hechos en la casa, con un toque único de Dulce Vida.

**Dentro de sus sabores estarán:** Mata maní, chocolate Ferrero, vainilla, menta, vainilla con galleta de chocolate, dulce de leche, mandarina, vainilla con frutos rojos, maracuyá, cream and cookies, yogurt, fresa, cheesecake.

**4. Bebidas:** Dentro de esta categoría se ofrecerán diferentes productos de bebidas líquidas populares, las cuales serán:

- **Productos Colca Cola:** Gaseosas, Te, Jugos de frutas.
- **Productos Postobon:** Gaseosas, Aguas, aguas saborizadas
- **Productos Alpina:** Yogures
- **Productos Bavaria:** Poni malta, cervezas y aguas.

### 3.7 Ventaja Competitiva del Negocio

Según Philip Kotler, una ventaja competitiva es una diferenciación que determina cuán diferente es un producto de los demás.

Cuando se tiene una ventaja competitiva es cuando una marca puede llegar a reinventar y cambiar la industria.

Dulce Vida cuenta con una ventaja competitiva determinada por aquellos valores agregados con los que contará, pues aparte de que tendrá sabores originales y presentaciones novedosas, esta pastelería – repostería tendrá un factor diferenciador en el mercado, donde se enfoca en brindar tres tipos de espacios distintos en un mismo lugar, los cuales cada uno brindan experiencias diferentes enmarcados en momentos de compartir, descansar, estudiar y festejar, en un ambiente hogareño y acogedor.

Es claro que la empresa tiene competencia indirecta la cual es conformada por aquellos lugares los cuales comercializan pastelería y repostería fina, aunque las personas pueden encontrar un lugar para estudiar, no tendrán el mismo ambiente que Dulce Vida ofrecerá, de tranquilidad, cabe destacar que esto no es un Café Internet, simplemente se desea que el consumidor encuentre un lugar donde pueda estudiar, compartir y comer, un lugar diferente donde se pueda sentir a gusto

La repostería contara con un espacio y exhibición atractiva y diferente, en donde sus tres espacios serán ambientados y equipados completamente diferentes el uno al otro, contando con el servicio de los diferentes productos ofertados dentro del lugar.

### 3.8 Justificación del Negocio

El mercado repostero y pastelero en Colombia ha tomado gran impulso en los últimos años gracias al auge gastronómico que hoy en día se ha desatado, este impulso se viene presentando desde hace varios años.

Actualmente en Medellín el mercado pastelero y repostero está muy enfocado a lugares en estratos socioeconómicos 2 y 3 donde se ubican en zonas estratégicas de los barrios, algunos de estos lugares de servicios se destacan por tener sabores de baja calidad además de que el ambiente de dicho establecimiento no es ameno.

El barrio Provenza de Medellín, es actualmente un lugar donde los empresarios han visto una oportunidad de negocio, imponiendo su gran oferta de servicios y productos, pues allí se encuentran una gran variedad de establecimientos de alta categoría, entre ellos restaurantes y hoteles. Este barrio es muy conocido y visitado en la ciudad, siendo una gran atracción también para los extranjeros, siendo oportunidad de negocio para aquellos que desean degustar de gran variedad en repostería y pastelería, además de conocer un lugar diferente y atractivo.

Dulce Vida nace de la idea de crear un lugar diferente a todas aquellos establecimientos que ofertan productos reposteros y pasteleros, con visión en ofrecer tres diferentes espacios dentro de un solo lugar adecuados para ofrecer uno de los mejores servicios donde se pueda compartir en familia, amigos, pareja, compañeros de estudio, etc.

Cada espacio será un ambiente diferente en el cual se encontrara primero la repostería como tal donde se ofrecerá una carta con gran variedad de productos exquisitos cómo será el Frappé de café, bownies, helados artesanales, variedad en preparaciones de café, tortas de diferentes tamaños y sabores, entre otros.

Como segundo espacio, se encontrara un lugar para estudiar el cual estará ambientado y equipado para aquellos que necesiten un lugar de concentración para estudiar y a su vez degustar de los productos ofertados.

El último espacio, será de un ambiente de festejo, aquí se tendrá la disponibilidad de realizar celebraciones, reuniones de trabajos, etc., contando con todos los servicios necesarios para hacer que Dulce Vida haga parte de los momentos importante que sus clientes quieran festejar.

Sin necesidad de hacer parte de la comunidad académica, Dulce Vida desea ofertar un sitio con condiciones para estudiar en donde se puedan consumir alimentos

sin problema alguno, un espacio tranquilo y diferente, esto con el fin de brindarle al consumidor momentos en que se sienta a gusto realizando tareas de su vida cotidiana.

Es indispensable destacar que este proyecto será de gran ayuda para el desarrollo social y económico de la región, pues la elaboración de este tipo ideas de negocio ayudan a la generación de empleos, al impulso de nuevos e innovadores planes que hagan que Medellín se comience a destacar por nuevas ideas creativas que a su vez incrementen el flujo de oferentes.

### **3.9 Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la Empresa**

Dulce vida como empresa se dedicara al sector servicios, su enfoque se dará a la prestación de tres espacios diferentes destinados para el confort, dentro de los cuales serán, espacio para compartir en familia, amigos y demás; celebraciones familiares o reuniones de trabajo y espacios de estudio.

Además de esta actividad, la empresa contara con una amplia oferta de productos pasteleros y reposteros y con un gran servicio al cliente para así hacer que nuestros clientes se sientan identificados con el lugar y deseen volver a visitarlo.

### 3.10 Localización Geográfica de la Empresa (VER ANEXO 3)

El lugar donde estará ubicado Dulce Vida, en la Cr 37 # 10-2 a 10-100 Poblado – Medellín, en el barrio Provenza.

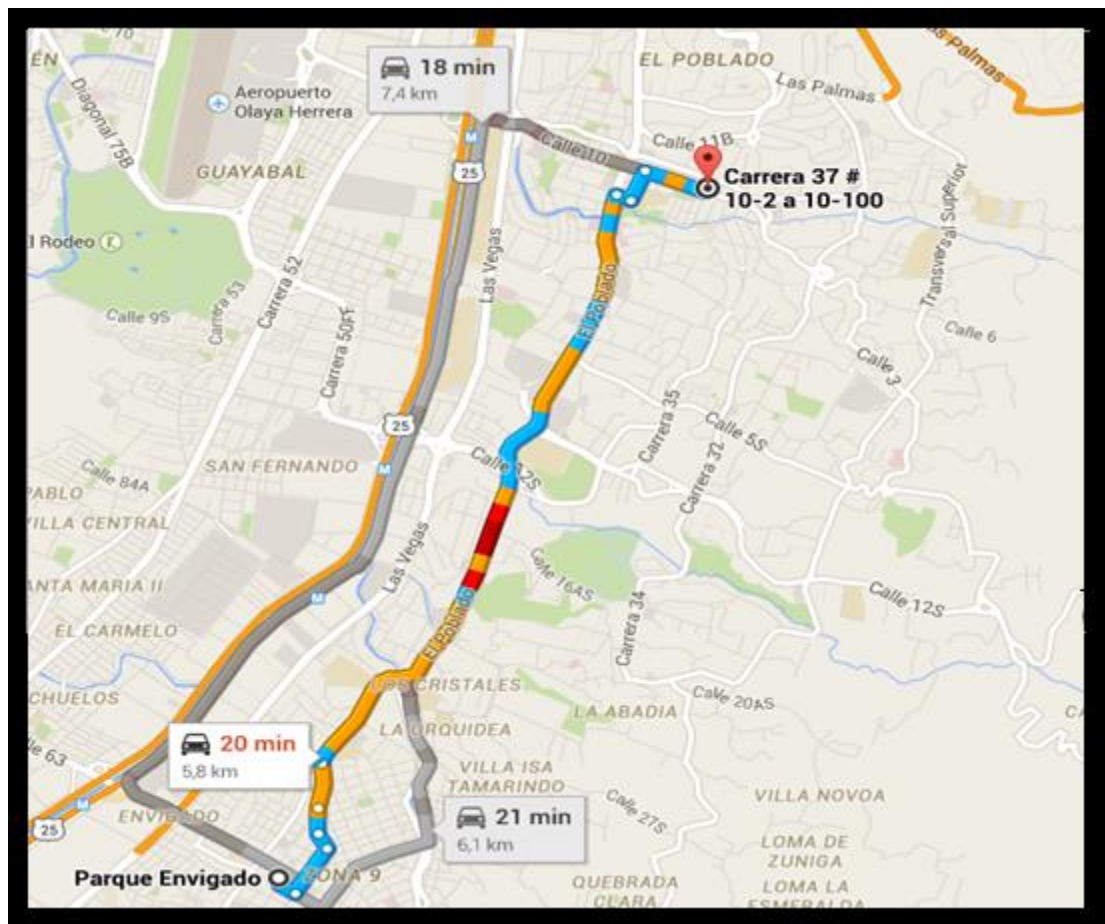


Figura 6. Fuente: Google Maps - Ubicación Geográfica Dulce Vida

Este lugar es el adecuado para Dulce Vida ya que su ubicación es estratégica porque es la zona de la ciudad donde convergen diferentes conceptos de negocios mostrando que la cultura y el deseo de tener un espacio para trabajar, estudiar y leer es más evidente (Ver 4.2.3, Encuesta), es una zona muy concurrida, además de que esta sobre una de las calles más famosas y visitadas de Medellín la cual es la Calle 10, por esta calle están situados muchos lugares famosos de la ciudad, cuenta con gran flujo de turistas y público al que va dirigida la empresa. El local queda a cuatro minutos caminando del parque del poblado y diagonal al parque lleras, es por esto que cuenta con un fácil acceso.

Para definir la localización de la empresa se tuvo en cuenta la macro localización y micro localización del sector, pues dentro de esto jugaban aspectos como vías de acceso, número de negocios afines con Dulce Vida, disponibilidad de locales, spas, comprensión del concepto y estrato socioeconómico.

A continuación se muestra la siguiente tabla donde se hizo una ponderación, comparando los lugares más factibles para el montaje de la empresa teniendo en cuenta los anteriores aspectos mencionados.

*Tabla 1. Fuente: Realización Propia – Ponderación de Lugares*

Lugar	Calificación
Sabaneta	13



Envigado	20
<b>Poblado</b>	<b>24</b>
Laureles	18
La Mota	17
Belén	18
Bello	13

## 4. ANÁLISIS DEL MERCADO

### 4.1 Descripción del producto o servicio

El producto como tal en el cual Dulce Vida se enfocará es la adecuación de espacio, un espacio el que se dedicará a la oferta de comida que se realizara dentro de la empresa, aquí se ofrecerán distintos productos como bebidas calientes (café, chocolate, te), bebidas frías (smoothie, frappe), tortas, postres, brownies, chocolates, helados, pasteles de sal, la comida será fresca y lista para consumir además de gran variedad de sabores, la empresa contará con tres tipos de ambientes diferentes haciendo que se diferencia dentro del mercado, estos tres ambientes son:

El primer ambiente con el que contará Dulce Vida será la pastelería como tal, en este las personas podrán ir a compartir y degustar con su familia, amigos, pareja, etc., una carta con variedad en pastelería y repostería donde ofertara productos exquisitos como y preparaciones con el toque especial de la casa Dulce Vida. Dentro de este espacio habrá música de fondo para armonizar el ambiente, además de contar con un televisor que se utilizara para pasar los videos de las canciones.

Como segundo espacio se presentará un ambiente destinado para estudiar, el cual estará ambientado y equipado para aquellos que necesiten un lugar de concentración en su estudio y a su vez degustar de los productos ofertados; este espacio será completamente tranquilo y a prueba de ruido para garantizar la concentración de las personas.

Por último, el tercer ambiente será destinado al festejo, aquí se tendrá la disponibilidad de realizar todo tipo de celebraciones, reuniones de trabajos, etc., contando con todos los servicios necesarios para hacer los clientes, como son, servicio de comida y atención, servicio de decoración y servicio de recreación si es necesario.

#### 4.1.1 Usos

El espacio donde se ubicara Dulce Vida, tendrá varios usos:

- **Espacio:** Este tendrá tres diferentes usos:
  1. Compartir y relajación
  2. Estudio y concentración
  3. Celebraciones y reuniones

- **Comida:** La pastelería y repostería tiene un uso específico pues es un alimento, pero teniendo en cuenta los anteriores usos que se le dio a los ambientes que se podrán encontrar en el lugar, la comida será también un complemento para estos, pues mientras las personas se relajan, estudian y celebra, podrán degustar de los productos.

#### 4.1.2 Usuarios

Los usuarios a los que ira dirigida Dulce Vida serán personas que les guste los productos pasteleros y reposteros, de estrato socioeconómico 4, 5 y 6, los cuales busquen un espacio de comodidad, calidad, variedad y buena alimentación, el producto está pensando para ambos sexos con una edad entre los 20 y 60 años.

Los espacios que serán ofrecidos son destinados para aquellas personas estudiantes que necesiten un lugar donde puedan concentrarse y así poder estudiar en un ambiente tranquilo y adecuado para su comodidad con la forma de degustar productos pasteleros y reposteros, también se destina un espacio para aquellas personas que deseen ir a compartir, relajarse y conversar con su familia, amigos y pareja con el fin de degustar exquisitos productos pasteleros y reposteros, por último se destina un espacio para las personas que deseen que Dulce Vida haga parte de las celebraciones más

importantes en su vida como pueden ser cumpleaños, baby showers, etc., además aquellos empresarios que necesiten un lugar donde puedan hacer sus reuniones contando con un excelente servicio de adecuación del lugar y ofrecimiento de comida.

#### **4.1.3 Presentación**

Como se ha mencionado anteriormente, Dulce Vida contará con un espacio dividido en tres ambientes diferentes, donde se encontrara el ambiente de estudio para aquellos estudiantes y empresarios que necesiten un espacio de concentración y estudio, además de que estará equipado con lo necesario para realizar los trabajos; el siguiente espacio es la pastelería como tal, donde las personas podrán degustar de la variedad de productos que se le ofrecen, de los cuales contara con un toque especial de la casa, allí además que comer, los clientes se podrán relajar y pasar un momento agradable compartiendo con la familia, amigos y pareja; por ultimo tenemos el espacio de festejo, el cual será adecuado para aquellas personas que desean celebrar alguna fecha o acontecimiento especial y será también para aquellos empresarios que necesiten un lugar para realizar reuniones de trabajo, este espacio contara con todos los servicios necesarios para prestar una excelente atención al cliente.

Además de estos tres ambientes contenidos dentro del lugar, Dulce Vida tendrá una carta variada donde se podrán ofrecer categorías de repostería y pastelería para que el cliente tenga opciones de degustar, sus categorías son: Para compartir, Para pecar, Helados Dulce Vida y Bebidas.

La decoración y presentación de los postres y tortas varían dependiendo de los ingredientes, en el momento en que les sea servido a los clientes se hará en platos de cerámica y vasos de cristal, si el cliente desea llevarse el producto, estos serán empacados en cajas de cartón 100% reciclada aptas para el tamaño de este que tendrá el logo de Dulce Vida y la información de contacto de la empresa.

#### **4.1.4 Composición**

La composición como tal de Dulce Vida se centra en la adecuación de un espacio en el cual se ofertara comida, en este caso repostería y pastelería donde el lugar contará con ciertas variables diferentes al tipo de lugares usuales de la ciudad; dentro de Dulce Vida se podrán llevar a cabo tres actividades las cuales son el eje de la empresa, descansar, estudiar, comer o disfrutar de un espacio de relajación.

Esta composición tiene un doble propósito, pues será fundamentada en el momento que las personas conozcan el lugar, lo visiten y así se identifiquen con su decoración, ambientación y comida para concluir con la estadía de estas en el lugar tanto compartiendo, conversando o estudiando y finalmente consumiendo los productos que se les ofrecerá.

#### 4.1.5 Características físicas. (VER ANEXO 4)

Dulce Vida tendrá un espacio físico con las condiciones que ya se han mencionado, dentro de estas se podrán encontrar:

A la entrada del establecimiento se encontraran algunas mesas con sombrillas para las personas que desean estar al aire libre, la entrada completa de la repostería será en vidrio para que los transeúntes vean como es el lugar. Todo el lugar contara con servicio de WIFI.

1. **Pastelería:** Habrán varias mesas y puff donde las personas se podrán sentar para compartir entre espacio, habrá música para ambientar el momento, televisor para mostrar los videos de las canciones está pasando, habrá una vitrina donde se exhibirán los productos ofertados, además de esto habrá una barra para que las personas que vayan solas puedan sentarse a disfrutar de su comida.
2. **Espacio para estudio:** Este estará equipado con WIFI para facilitar el estudio de las personas que se encuentren allí. Habrán mesas, sillas y puff para la comodidad de las personas; este espacio estará a prueba de ruido para una mejor concentración de los clientes.

- 3. Espacio para las celebraciones:** Este estará equipado con conexiones a luz, varias sillas, mesas y baño para prestar un excelente servicio, el lugar será amplio para una mayor comodidad y espacio para las actividades que se vayan a realizar allí.

#### 4.1.6 Sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos encargados de satisfacer necesidades similares.

Dulce Vida como lugar que prestará el servicio de tres ambientes diferentes en un mismo sitio, es actualmente una idea única dentro de la ciudad pues hoy se pueden encontrar fácilmente bibliotecas (Biblioteca EPM, Biblioteca UPB, Biblioteca Publica Piloto) cafés internet (Unicambios, Web Planet), espacios de banquetes (Banquetes San Agustin, Banquetees Jardín Botánico, Picardia Castropol Catering) y por supuesto pastelerías (Deli, Tortas y Tortas, El Portal, Astor). Todos estos espacios podrían reemplazar lo que pretende la empresa pero que realmente no son iguales a lo que se está proponiendo.



Con las similitudes que mantienen con la propuesta que se desea realizar, es notorio que en definitiva el cliente que va destinado a ser público objetivo de Dulce Vida, estará en la capacidad de definir que el espacio que se ofrecerá es más novedoso y especial de lo que actualmente el mercado tiene.

#### **4.1.7 Complementarios**

Un bien o servicio complementario es aquel que se utiliza junto con otro.

Dentro de los productos complementarios que Dulce Vida ofrecerá a sus clientes son:

- Zona WIFI.
- Proveedores de alta calidad para la elaboración de los productos a ofrecer.
- Maquinaria especializada para la realización de los postres y los pasteles.
- Alianzas estratégicas que ayuden a generar tráfico de clientes como pueden ser: Club de té, Club de lectura.
- Implementos que faciliten la comodidad del espacio para la zona de estudio, como son sillas y mesas para los computadores.
- Personal encargado de adecuar el espacio de festejo, decorándolo a gusto del cliente.
- Sistema de música y televisión para la ambientación de la repostería.

## **4.2 Demanda**

### **4.2.1 Comportamiento histórico**

La llegada de los computadores y el internet a los hogares de Medellín se convirtió en un momento histórico para ciudad, pues ya no era necesario los desplazamientos a las bibliotecas y tener la tediosa tarea de investigar y leer muchos libros para encontrar las respuestas a las preguntas buscadas, con un computador e internet las personas podían acceder fácilmente a la información que necesitaban sin ningún problema y sobre todo y más aun sin desplazarse de sus hogares.

A medida que pasaba el tiempo, se iban encontrando necesidades a satisfacer como el hecho de necesitar una impresora para poner tener listos los trabajos o documentos en la empresa para una reunión, como estas eran costosas, las personas comenzaron a satisfacer esta necesidad con la entrada de los Café Internet, donde te prestaban el servicio de estar por el tiempo que necesitara en un computador, con internet y con impresora, fotocopiadora, scanner y demás elementos a su servicio, cobrando una tarifa por el uso de este.

Es aquí cuando se comienza a ver otra necesidad, y es que a pesar de tener todos estos elementos a la mano, el ambiente de tranquilidad y relajación no lo tenían, porque si se podía ir a una biblioteca que es un lugar tranquilo, no se puede hablar, no se puede comer, si vas a un café internet no puedes comer y el ruido interfiere con la concentración y si se va a un restaurante o un café, si se puede consumir alimentos pero sigue siendo un problema el ambiente callado y tranquilo y cabe destacar que la entrada de computadores portátiles ayudaron también a suplir las necesidades de llevar un computador a cualquier lugar y con internet.

Viendo estas necesidades, se pensó en la posibilidad de tener un espacio donde se puedan tener todos estos momentos y por esto se trae al mercado Dulce Vida, un lugar donde se puede comer, estudiar y festejar, todo en el mismo lugar, contando con las comodidades necesarias para una mayor concentración en los momentos necesarios.

Actualmente los cafés internet sigue siendo rentables, pero los consumidores prefieren un lugar más cálido y más tranquilo donde puedan sentirse a gusto y con ciertas comodidades para un mejor desempeño.

#### 4.2.2 Situación actual

La Alcaldía de Medellín (2008) comenta: “El barrio Poblado cuenta con alrededor de 110.509 habitantes en donde 55.288 se encuentran ocupados, indicando así que hay una oferta laboral del 69,65%, donde su tasa de ocupación es de 54,92%.”

De acuerdo con la Encuesta de Calidad de Vida de Medellín (2007), se pudo llegar a establecer que tanto la población de niños, jóvenes y adultos jóvenes es mucho más amplia que la población de adultos y adultos mayores pues habría 48.080 personas entre rango de edades de 40 y 60 años; entre las edades de 1 y 14 años hay 48.650 personas, entre 15 y 39 hay 62.429 personas las cuales representan el 56% de los habitantes de la esta comuna.

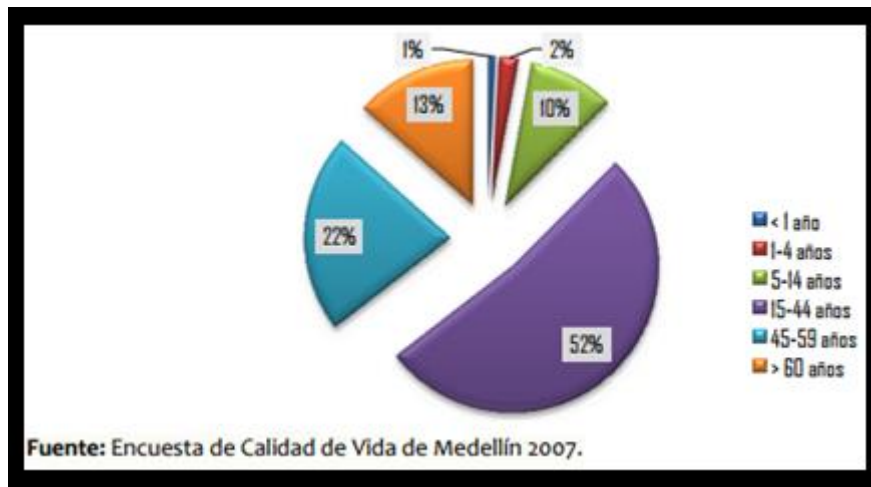


Figura 7. Fuente: Encuesta de calidad de Medellín 2007- Rango de Edades Habitantes de Medellín

Dentro de los habitantes de esta comuna se encuentra un 50,25% de la población quienes son de los estudiantes de carreras técnicas, tecnológicas y profesionales los cuales son personas que acceden con mayor facilidad al estudio.

Gracias al anterior gráfico, es notorio que se puede potenciar la generación de capital dado a un corto y mediano plazo para esta comuna pues dentro de su población 81.892 personas están capacitadas para trabajar incentivando al consumo e inversión enfocándose en la productividad y competitividad del territorio, siendo positivo pues estos serían los futuros consumidores de tantos los servicios como los productos que se podrán ofertar en Dulce Vida.

En una investigación realizada por la Universidad Nacional en convenio con el municipio de Medellín (2006):

“En cuanto a las actividades económicas que desarrollan las empresas ubicadas en Medellín, los sectores comercio y servicios presentan los mayores porcentajes de participación (48,1% y 24,3% respectivamente), porcentajes que corresponden con las tendencias y la transformación en la vocación productiva de la ciudad durante los últimos años; en tanto, el perfil económico de la ciudad se caracteriza por la amplia participación de actividades pertenecientes a los sectores de comercio y de servicios, dando paso a un nuevo proceso en el que la tercerización de la economía ha comenzado a definir la base y plataforma económica.”

Es pues por esto que esta comuna como tal está desempeñando un papel muy importante en la oferta de comercio y servicios gracias a la transformación económica que se dado en la ciudad, además de su imagen de prestigio, este sector cuenta con un localización que muchas empresas desean y aprecian pues con los locales que se encuentran allí desean ser más competitivos en el mercado dando una imagen de modernidad.

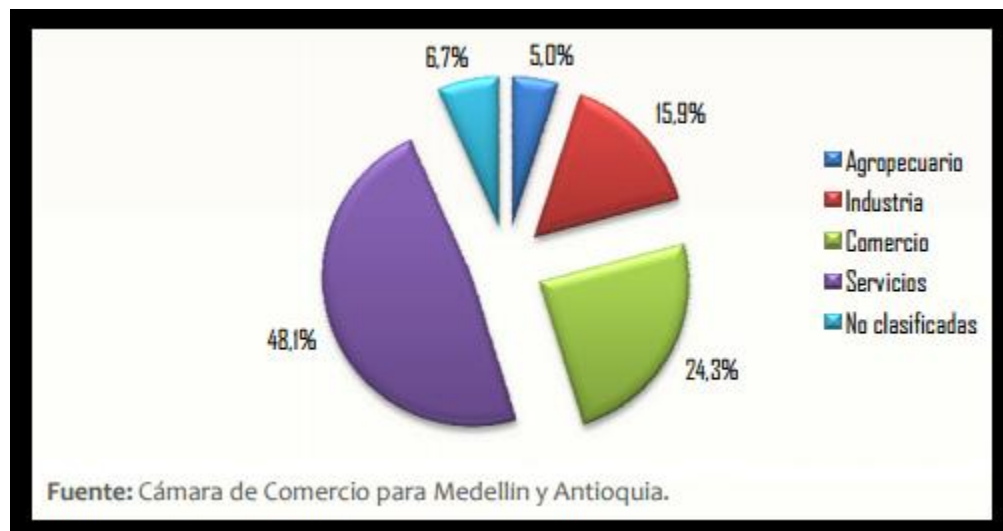


Figura 8. Fuente: Cámara de Comercio para Medellín (2007) - Sectores en la Ciudad de Medellín

El anterior gráfico se muestra que dentro de este sector hay una gran oportunidad para imponer competitividad al territorio pues se con innovación se puede acrecentar el desarrollo de futuros proyectos que ayuden a que siga en desarrollo la comuna como tal.

Provenza se encuentra ubicado entre las carreras 32 D y 37, además de entre las calles 8 y 10 de la comuna 14 de la ciudad de Medellín, entre sus características más notorias esta la transformación que ha sufrido pues hace un tiempo era netamente residencial y actualmente es un lugar comercial.

Esta zona del Poblado tiene como mercado objetivo a todos aquellos estudiantes universitarios, empresarios, jubilados, personas en edades de los 18 en adelante, pues

cuenta con lugares para todos ellos donde se pueden encontrar cafés donde para compartir con amigos, parejas o para estudiar, también se pueden encontrar espacios para reuniones de trabajo, celebración de cumpleaños, etc. Sin lugar a duda Provenza es un lugar que oferta para personas que tienen una buena capacidad adquisitiva, es decir personas de estratos 4, 5 y 6.

Provenza cuenta con hoteles, restaurantes, salas de belleza, entre otros lugares los cuales son muy concurridos y visitados por las personas que trabajan y viven a sus alrededores pues se destaca por ser un lugar comercial con excelentes restaurantes gourmet convirtiéndose en el fuerte de la zona.

El público objetivo al que va dirigida la mayoría de establecimientos de este lugar son personas de edades de los 17 años en adelante, donde entra completamente el público al que Dulce Vida se desea dirigir.

En su mayoría los locales de comidas que se encuentran en este barrio son espacios para compartir entre familia, pareja, amigos y comidas de negocios, entre sus lugares se encuentran:



Tabla 2. Fuente: Realización Propia - Negocios Ubicados en Provenza

<b>NOMBRE</b>	<b>¿QUE OFERTA?</b>
La Cantine	Comida Francesa
Ocio	Comida contemporánea
Brie.Bon Bistro Bar	Comida Francesa
Tomasa Taller de Panadería	Cafetería, Internacional, Panadería
Toscano	Comida Italiana
Kabuki Cocina Artesanal Japonesa	Comida Japonesa
Naan	Comida India
La Taquería	Comida Mexicana
BBQ Beer & Ribs	Parrilla, Bar, Restaurante
Verdeo	Comida Vegetariana
The Chocolate House	Cafetería, Heladería, Bar de Vinos, Fondue
Restaurante Señor Toro	Steakhouse
Como Pez en el Agua	Pastelería, Repostería
Pergamino Café	Panadería, Pastelería, Cafetería
Konico	Comidas rápidas
Café Velvet	Café
Arte Dolce	Bar, Pizzería, Heladería, Repostería
MontMar	Comida de Mar

Estos son algunos de los lugares que se pueden encontrar en el barrio Provenza, la mayoría de estos lugares cuentan con la característica de ser comida Gourmet, a excepción de Konico que es un lugar de comidas preparadas y que se distingue por tener

una carta innovadora, pues sus comidas tienen presentaciones diferentes a las normales; las reposterías, panaderías y cafés cuentan con un estilo elegante y tranquilo donde se ofertan comidas innovadoras por sus sobares, algunos tienen como atracción principal los té como es el café Velvet, pero todo estos cuentan con una similitud y es que son lugares perfectos para estudiar por el ambiente que se presta complemente.

Al igual que los clientes recomiendan estos lugares (café y reposterías) para estudiar, también recomiendan algunos para reuniones de trabajo y celebraciones de cumpleaños, pero para este espacio son más recomendables algunos restaurantes los cuales son formales y elegantes en su ambiente donde se sirven almuerzos con alta calidad, sin dejar atrás la opción de cumpleaños.

Hoy en día las personas continúan recomendado estos sitios para esta clase de celebraciones.

Se realizó una encuesta para conocer la percepción del público objetivo sobre el problema de encontrar un lugar indicado para estudiar con todas las comodidades a su alcance.

La encuesta se le realizó a una parte del mercado al que va dirigido, se escogieron 134 personas como universo, en donde arrojó 100 personas el tamaño de la muestra recomendado.

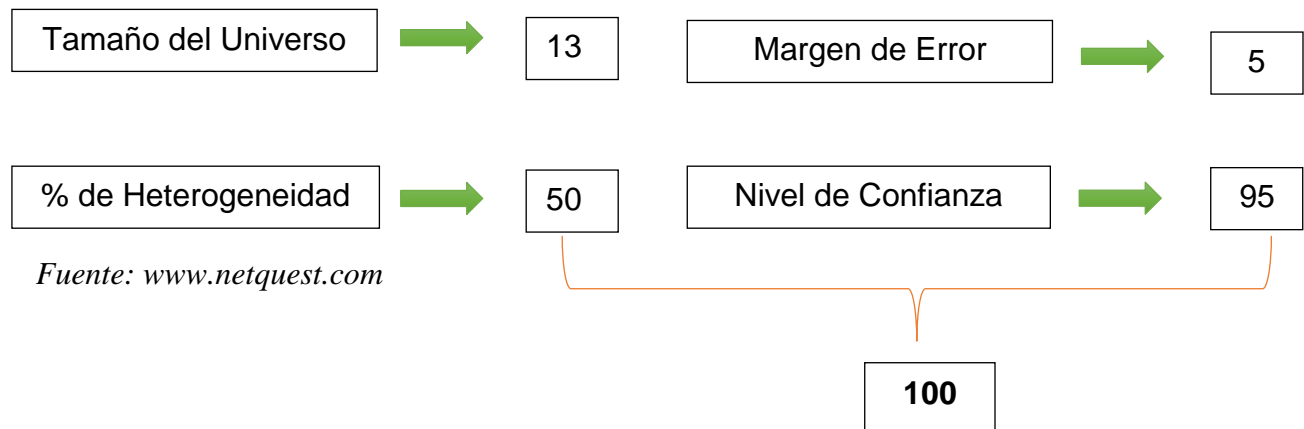


Figura 9. Fuente: [www.netquest.com](http://www.netquest.com) – Calculo de Tamaño de Muestra

La encuesta fue aplicada en la ciudad de Medellín para personas de estratos 4, 5, 6 con edades desde los 18 años en adelante.

Esta se realizó por medio de la herramienta web [encuestafacil.com](http://encuestafacil.com).

## Resultados de la Encuesta

### 1. ¿Cuál es su rango de edad?

Pregunta	Respuesta
18 – 25	28
26 – 33	62

Más de 34	10
<b>Total Respuestas</b>	<b>100</b>



Figura 10. Rango de edad

Teniendo en cuenta las cifras del anterior grafico se puede observar que el 90% de las personas encuestadas están en edades entre los 18 y 33 años de edad, esto quiere decir que la empresa se está enfocando realmente al público escogido.

**2. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?**

Pregunta	Respuesta
4	44
5	44

6	12
<b>Total Respuestas</b>	<b>100</b>

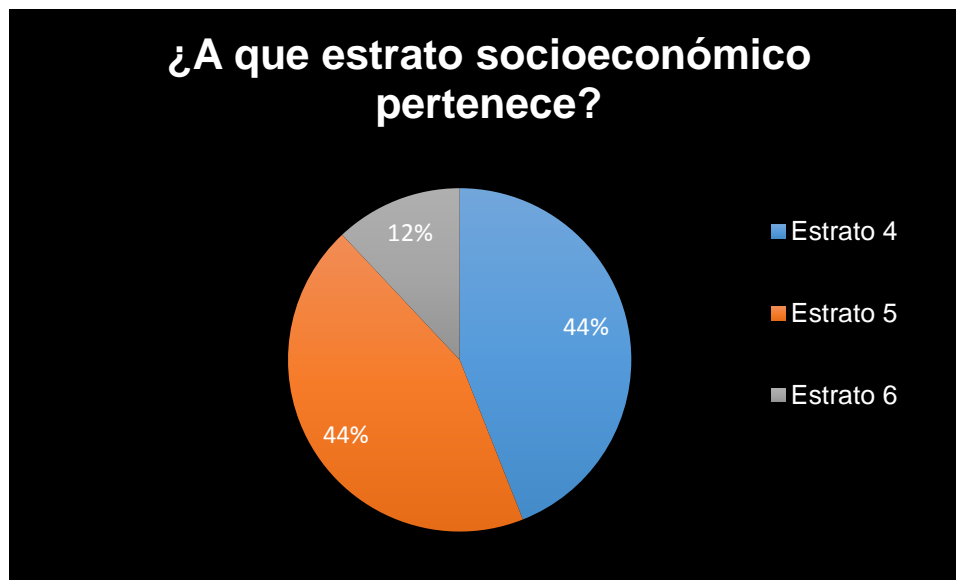


Figura 11. Estrato Socioeconómico

El 80% de las personas encuestadas son de estratos 4 y 5 donde cada estrato cuenta con un 44%.

### 3. ¿Cuál es su lugar de estudio frecuente?

Pregunta	Respuesta
En casa	43
Biblioteca	24
Restaurantes	13
Café internet	17
Otro	3
<b>Total Respuestas</b>	<b>100</b>

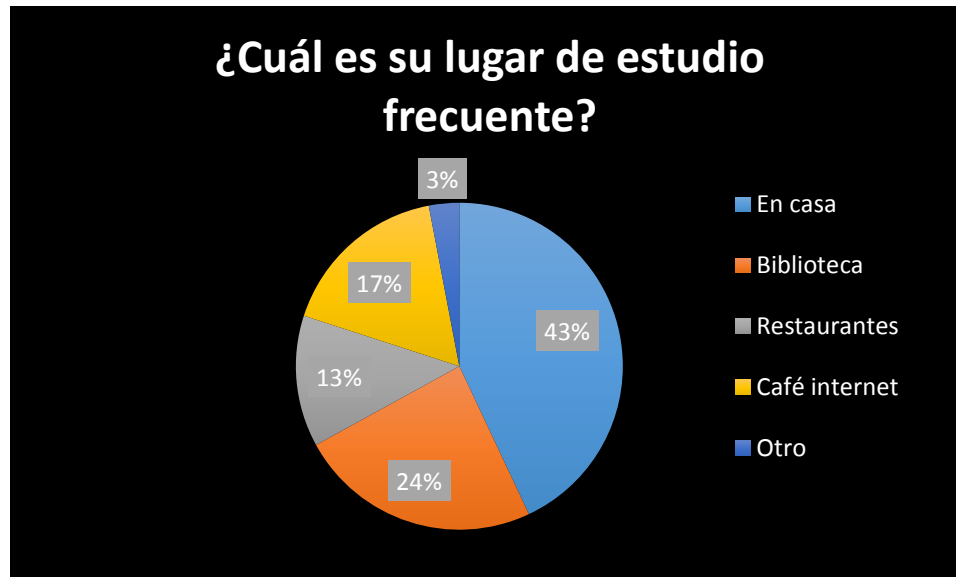
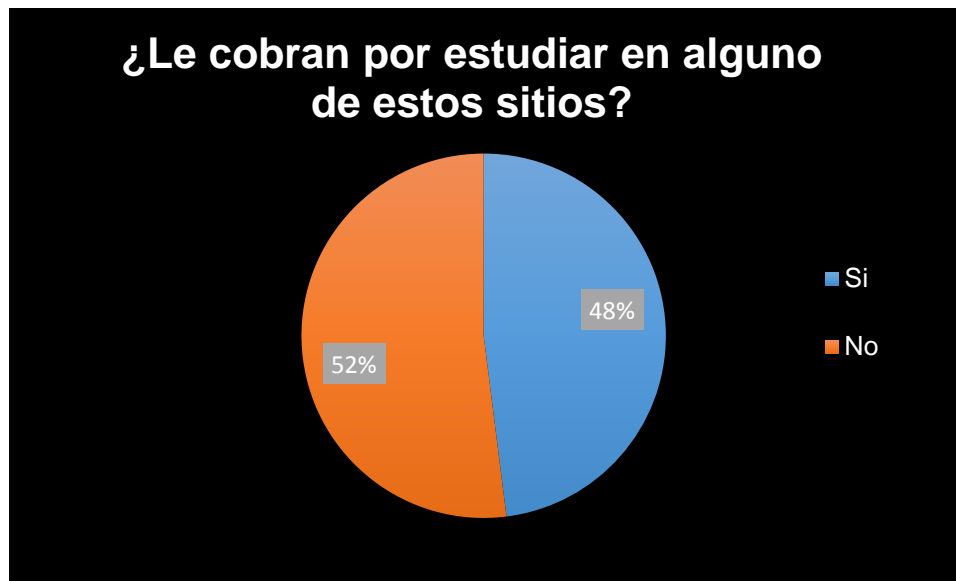


Figura 12. Lugar de Estudio Frecuente

Analizando los resultados arrojados se puede apreciar que las personas tienen sus hogares como el lugar más frecuente para estudiar con un 43%, indispensable notar que a pesar de los resultados las personas frecuentan más los restaurantes para estudiar que un café internet, en la respuesta otra respondieron en la universidad y el trabajo.

**4. ¿Le cobran por estudiar en alguno de estos sitios?**

Pregunta	Respuesta
Si	48
No	52
<b>Total Respuestas</b>	<b>100</b>



*Figura 13. Cobro por Estudiar en alguno de los Sitios Anteriores*

Por medio de los resultados arrojados, podemos notar en la mayoría de estos lugares no cobran por prestar estos espacios con un 52%, se deduce que sería la biblioteca y la casa, sin embargo es interesante observar que ambas respuestas estuvieron muy parejas, pues el “si cobran” tuvo un 48%, dando un indicio de que las personas quizás aceptarían que en Dulce Vida se cobre por estar dentro del establecimiento estudiando, para esto se podía aplicar una estrategia de cobro que dentro de esta incluya un producto.

##### **5. ¿Qué comodidades debe tener un sitio para estudiar?**

Pregunta	Respuesta
Zona WIFI	54
Mesas y sillas	65
Comida disponible	41
Adecuación de un espacio de concentración y silencio	65
Otro Cuál?	0
<b>Total Respuestas</b>	<b>100</b>

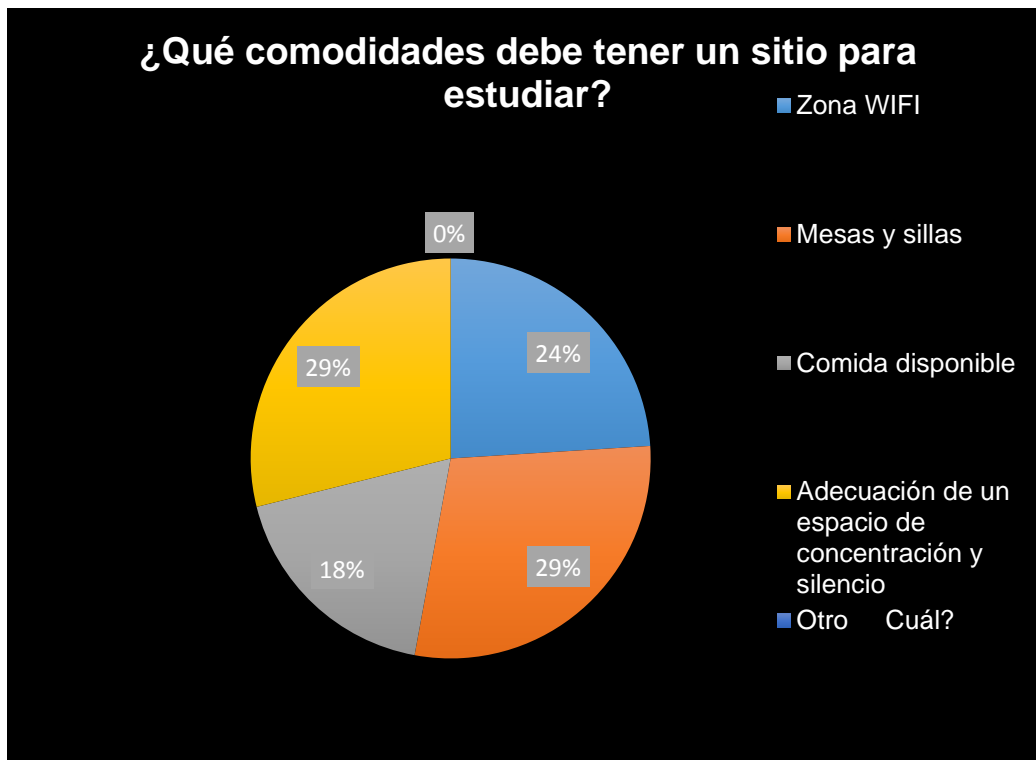


Figura 14. Comodidades que debe tener un Sitio para Estudiar



Conociendo esta pregunta como de múltiples respuestas, se observa que con la sumatoria de un 90%, de las respuestas, para los futuros clientes es importante que el lugar tenga sillas y mesas además de que sea adecuado para la concentración y el silencio demostrando como lo más importante para ellos en un establecimiento como este, es seguido por el 24% donde el WIFI es importante para estos, la comida juega un papel secundaria para ellos y esto se debe quizás porque no es muy común haber comida disponible mientras se estudia en lugares como una biblioteca siendo así se podría ver como una oportunidad de entregarle al cliente algo diferente y sobretodo que sea para beneficio tanto de ellos como de la misma empresa.

**6. ¿Aceptaría apagar un precio por un lugar para estudiar?**

<b>Pregunta</b>	<b>Respuesta</b>
Si	70
No, porque?	26
<b>Total Respuestas</b>	<b>100</b>

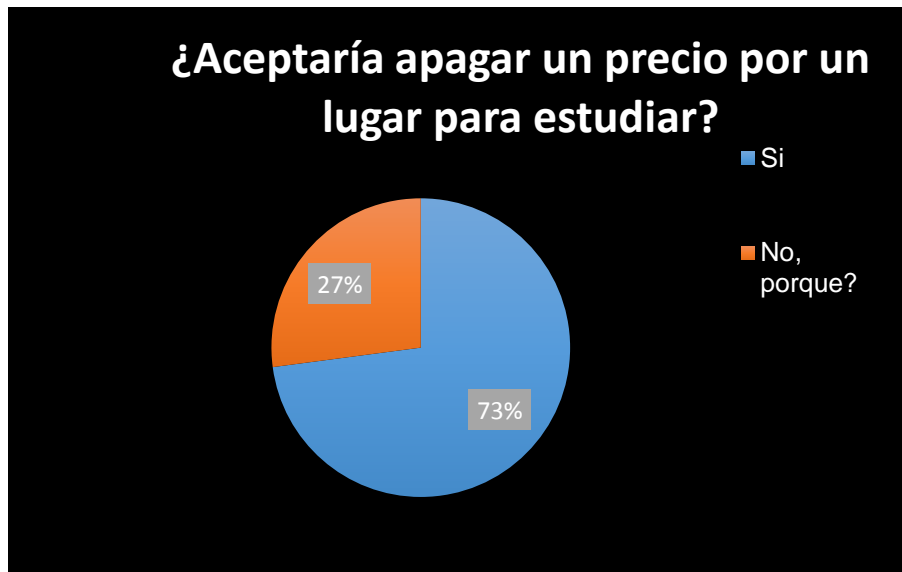


Figura 15. Aceptación de cobro por estudiar

Para el 73% de la población encuestada, el hecho de que cobren por estudiar no es ningún problema, información valiosa ya que cobrar por prestar el espacio de estudio está prácticamente aceptado por los futuros clientes.

**7. ¿Le interesa un sitio cómodo con WIFI y comida disponible como pastelería para estudiar?**

Pregunta	Respuesta
Si	88
No	12
<b>Total Respuestas</b>	<b>100</b>

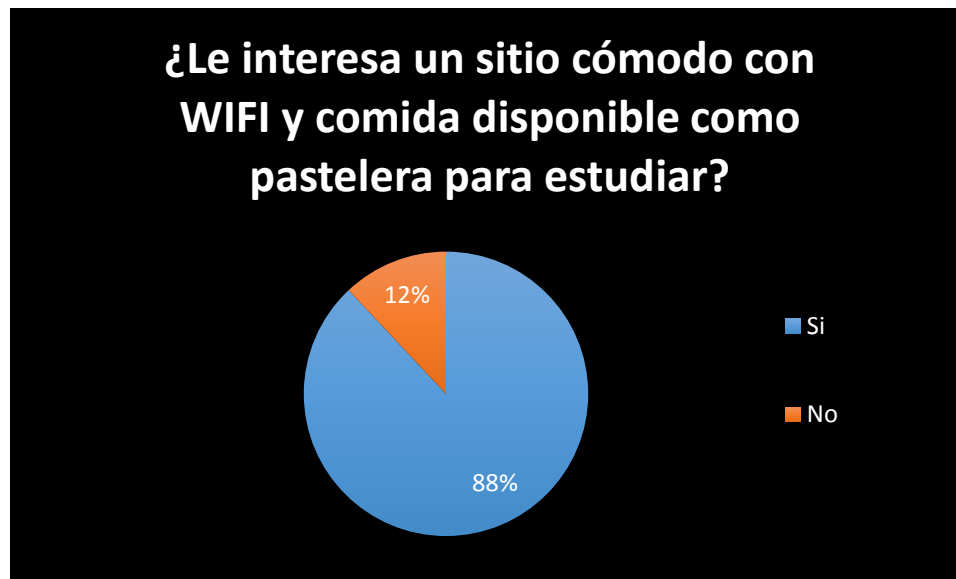


Figura 16. Sitio cómodo con wifi y comida pastelera para estudiar

Dado que a la mayoría de los encuestados con un 88% les agradaría la idea de encontrar un lugar como se propone Dulce Vida, da indicios de que la empresa puede entrar fácilmente al mercado.

**8. ¿Estaría dispuesto a pagar por esta comida precios entre \$5.000 y \$35.000?**

Pregunta	Respuesta
Si	88
No, porque?	11
<b>Total Respuestas</b>	<b>100</b>

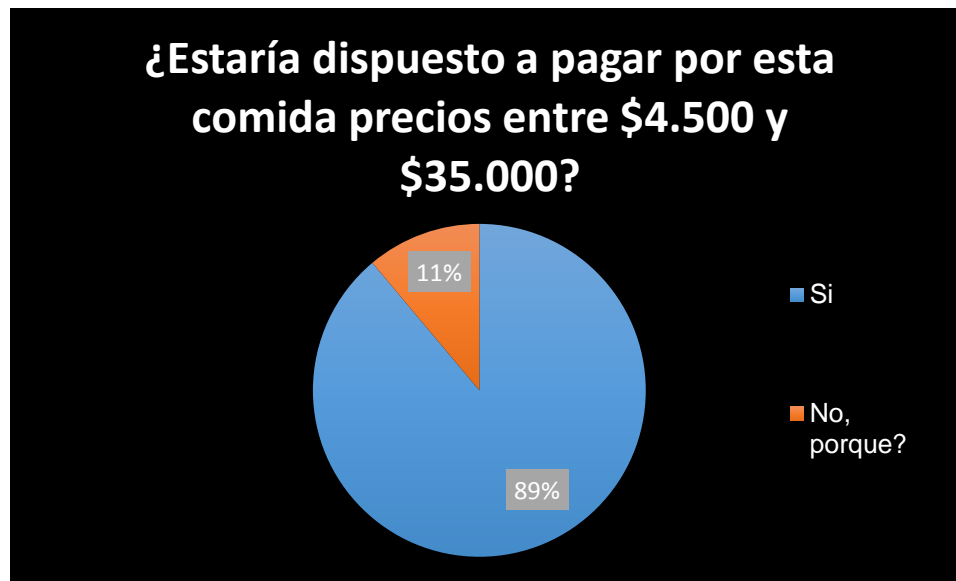


Figura 17. Pagar con precios entre \$5.000 y \$30.000

Es una gran ventaja que para la mayoría de las personas encuestadas el rango de precios que tendrá los productos que se ofertaran en Dulce Vida sea aceptado por ellos, esto con un 89%.

**9. ¿Cuándo visita establecimientos de pastelería y repostería, quien lo acompaña?**

Pregunta	Respuesta
Amigos	40
Pareja	29
Familia	27
Solo/a	4
<b>Total Respuestas</b>	<b>100</b>

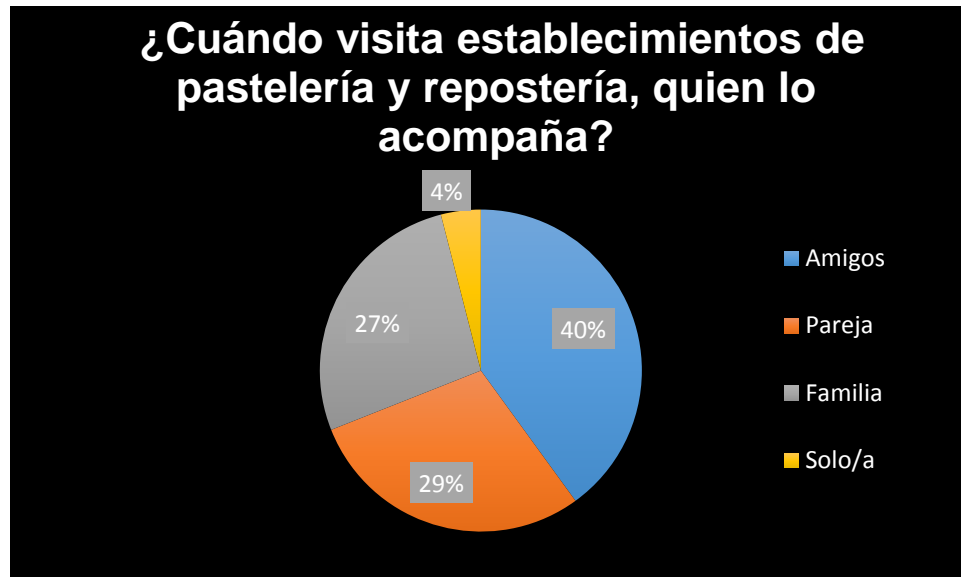


Figura 18. Acompañantes cuando visita Reposteras y Pastelerías

Por medio de los resultados arrojados podemos encontrar que la mayoría de los encuestados con un 40% visitan lugares reposteros con sus amigos, sin embargo a estos también les gusta ir a estos tanto con la pareja como con amigos dando como resultado la sumatoria de estos dos un 56%, cabe anotar que gracias a este resultado se podrán llevar a cabo estrategias que ayuden a que las visitas aumenten como pueden ser días de karaoke, entre otros.

10. ¿Considera usted la apertura de un lugar en Medellín donde pueda estudiar, trabajar, celebrar fechas especiales y disfrutar productos pasteleros y reposteros?

Pregunta	Respuesta
Si	93
No, Porque?	7
<b>Total Respuestas</b>	<b>100</b>

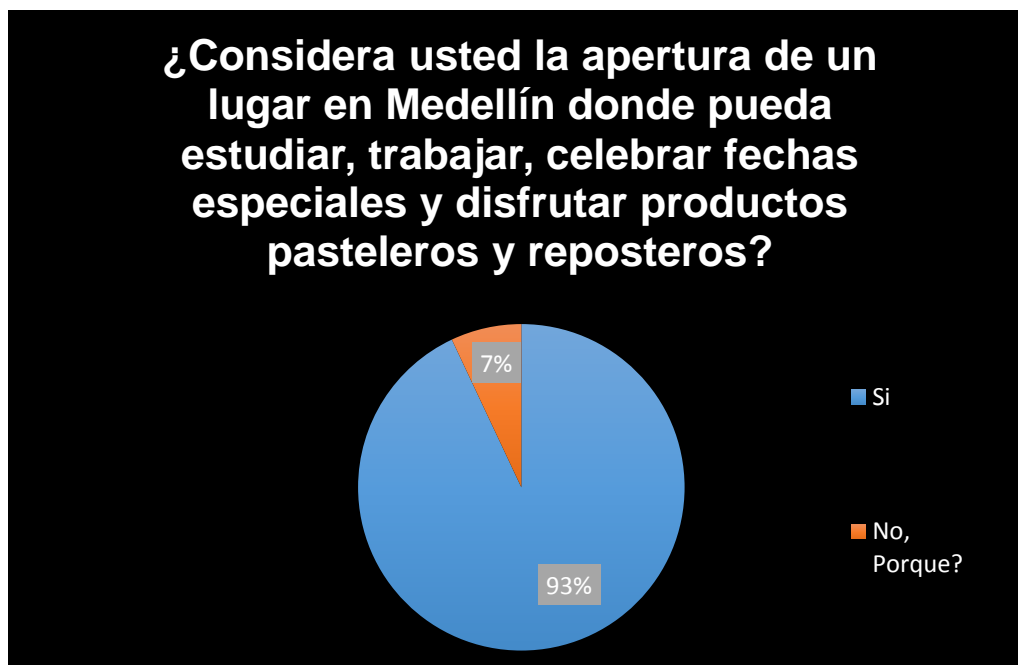


Figura 19. Apertura de un lugar para estudiar, celebrar y degustar productos reposteros

Por medio de esta pregunta se pudo constatar que del 100% de las personas encuestadas, el 94% de estas estarían de acuerdo en que se abriera un lugar con las

características de Dulce Vida, esto realmente indique que muy posiblemente la empresa será acogida en el mercado desde su apertura.

Teniendo en cuenta los resultados arrojados en la encuesta realizada, se puede notar que definitivamente dentro del mercado hay una demanda insatisfecha, la cual se plantea como encontrar un sitio con todas las comodidades posibles como lo son ambiente tranquilo, mesas y sillas, alimentos para consumir y WIFI el cual sirva para realizar actividades de estudio.

Es por esto que este público insatisfecho se pueden atraer mostrándoles todas estas características que poseerá el lugar además de encontrar actividades que haga que se interesen más por consumir dentro de Dulce Vida y sea un lugar de preferencia para momentos de estudio y concentración.

#### **4.2.3 Situación futura**

El sector pastelero en Colombia está en proceso de crecimiento y Medellín realmente no será la excepción, ya que la ciudad es un lugar escogido como propicio para las inversiones, sin dejar atrás el hecho de que se está tratando de lograr que todos los sitios de este sector se legalicen.

El sector posee unas características que lo convierten en único y mejor aún atractivo que lo hacen ser diferenciador siendo un generador de calor agredo a los productos que se comercializan, es por esto que a futuro para explotar el potencial que este tiene, se deben ofrecer productos que contengan diferentes beneficios para la atracción de nuevos clientes, como son personas con diferentes enfermedades como la diabetes y la hipertensión, demostrando que los productos comercializados por el sector pueden ayudar al apalancamiento de la economía del país.

Teniendo en cuenta la proyección de crecimiento que se desea en la demanda, esta se trabajara sobre el IPC, la empresa medirá su crecimiento por medio de las variables macroeconómicas.

Teniendo en cuenta las investigaciones Bancolombia (2014), estas serán las proyecciones para los que siguientes años:

- Años 2016: 3,0%
- Año 2017: 2.9%
- Año 2018: 3,1%
- Año 2019: 3,0%
- Año 2020: 3,0%

### 4.3 Oferta



#### 4.3.1 Comportamiento Histórico

La competencia son todas aquellas empresas las cuales ofertan y comercializan los mismos productos. Una competencia son todos aquellos negocios que ofrecen toda clase de productos que pueden convertirse en sustitutos de los nuestros.

La historia de aquellas reposterías en Medellín tienen un aspecto en particular y es que la mayoría de estas datan de hace varios años cuando personas extrañas como aquellas nacidas en la ciudad que son amantes y conocedoras de este arte, obtuvieron sus conocimientos tanto en Europa como en Estados Unidos y deciden crear lugares para degustar a sus comensales empezando en el caso de la repostería Santa Elena con “pastelitos de sal y pastel de gloria”, ofertaban productos pasteleros y reposteros para momentos como lo son la hora del Té.

La mayoría de estas empresas, comenzaron abriendo sus puertas al público en el centro, donde en la época era y aún sigue siendo un lugar de mucha afluencia de personas y donde también decidieron ampliar su portafolio de productos, ayudando a atraer más clientes encantados por el ambiente que se daba en el lugar y por supuesto gracias a la comida que era fundamental y la razón de ser de estos establecimientos.

Con el paso de los años, se expandieron a otros lugares de la ciudad y municipios aledaños, algunos también a lugares como Bogotá, además están en supermercados importantes del país y otros exportan sus productos.

Dulce Vida como empresa tiene varios competidores en el mercado, es por esto que se debe conocer cuáles son para así proponer características diferenciadoras a los demás y ser reconocidos y posicionadas en el mercado por ellas.


Los competidores que la empresa posee son realmente indirectos, estos es dado pues actualmente no hay un lugar en la ciudad que cuente con estos tres espacios en un mismo sitio, además teniendo en cuenta estos serían café internet y lugares de banquetes, en la ciudad quizás dentro de los café internet se tiene Unicambios, sin dejar de mencionar que Dulce Vida no es uno de estos sitios, dentro de los banquetes está el Jardín Botánico y Banquetes San Agustín, sin embargo a continuación se mencionara las competencias indirectas más fuertes de la empresa.

*Tabla 3. Fuente: Realización Propia - Competencia directa de Duce Vida*

	<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>UBICACIÓN DE LA EMPRESA</b>	<b>ACTIVIDAD Y DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</b>

	<p><b>Repostería Astor</b></p>	<p>Cuenta con 7 puntos de venta, entre ellos en Poblado, Laureles, Molinos, etc.</p>	<p>Creada en el año 1930, esta empresa se dedica a la elaboración y comercialización de pastelería fina, además de heladería, panadería, galletería y confitería. Es muy reconocida es una repostería altamente reconocida en la ciudad.</p>
	<p><b>Repostería El Portal</b></p>	<p>Cuenta con 10 puntos de venta de los cuales dos son nuevos, ubicados en los centros comerciales El Tesoro y Santa Fe, además tienen punto de venta en la calle 10 – poblado</p>	<p>Con más de 30 años en el mercado, es una empresa que elabora y comercializa productos de repostería, panadera, bizcochos, galletería, dulcería y comida de sal. Cuenta con ubicaciones estratégicas en Medellín pues está en centros comerciales haciéndola una de las reposterías más visitadas.</p>

	<p><b>Pastelería Santa Elena</b></p>	<p>Cuentan con 17 puntos de ventas propias y 5 franquicias, tanto en Medellín como en Bogotá, uno de sus puntos más importantes es el Poblado además de ser la plata de producción.</p>	<p>Esta empresa creada en 1952 además de poseer un gran número de puntos de venta, también está codificados en los principales supermercados del país, contando también con exportaciones para New York y España.</p> <p>En su portafolio de productos se encuentran: La pastelería, repostería, comida de sal, galletas, tortas, dulces, etc.</p> <p>Santa Elena es una empresa de gran reconocimiento en el medio.</p>
	<p><b>Deli Repostería</b></p>	<p>Cuenta con 49 puntos de venta en Medellín y otros municipios integrando también cuentan con 28 puntos de ventas en la ciudad de Bogotá.</p>	<p>Es una empresa creada en el año 1983 y se dedica a la elaboración y comercialización de repostería, galletería, tortas y algunos productos de sal.</p> <p>Cuenta con servicio de elaboración de tortas a gusto del cliente.</p>
	<p><b>Tortas y Tortas</b></p>	<p>Cuenta con 21 puntos de venta en la ciudad de Medellín y en municipios cercanos, entre sus ubicación esta: Parque Berrio, Belén, Itagüí,</p>	<p>Esta empresa nace en el año de 1986 donde elaboran y comercializan productos reposteros, pasteleros, panaderos y tortas; es muy reconocida en el mercado.</p>

		<p>Sabaneta, la estrella, etc.</p>	
-----------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------	--

#### **4.3.2 Situación actual: Mercado del competidor, Plantas nacionales, existentes, Análisis de capacidad ociosa, Calidades, Producción interna, Tasas de crecimiento**

Mantenerse en el mercado por décadas no ha sido tan sencillo para estas empresas que son las más reconocidas en el sector repostero de la ciudad, sin duda alguna sus estrategias, su ampliación de portafolio y sus cambios de imagen han jugado un papel muy importante en los cambios y supervivencia de estos.

Dentro de las estrategias que han implementado algunas de las empresas ha sido los domicilios, expandirse a nivel nacional, ofertar productos en grandes supermercados del país y claramente exportar.

Santa Elena es un vivo ejemplo de perseverancia y reinención pues actualmente la marca le apuesta a un concepto emocional haciendo posicionarse cada vez más en el mercado y siendo competencia fuerte para la competencia extranjera que poco a poco va entrando.

Actualmente esta empresa cuenta con más de 180 empleados directos y tres plantas de producción.

Astor es una repostería muy reconocida dentro del sector, es por así decirlo la pionera de esta actividad llevando más de 80 años de existencia, actualmente cuenta con alrededor de 124 empleados y con una planta de producción en el Poblado.

El portal es otro competidor fuerte dentro del sector repostero de Medellín, cuenta con alrededor de 160 empleados y con su fábrica ubicada en Envigado.

Según la revista la barra.com estas cuatro empresas tuvieron en el año 2010, 2011 y 2012 los siguientes crecimientos:

Tabla 4. Fuente: Revista La Barra (2013) - Crecimiento de Competencia Directa de Dulce Vida

LAS CUATRO EMPRESAS DE PASTELERÍA Y REPOSTERÍA CON SEDE PRINCIPAL EN MEDELLÍN							
Nº	NIT	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE	INGRESOS OPERACIONALES			
				2012	2011	2010	VARIACIÓN % (12/12)
1	811009359	DYVAL S.A.	DELI	\$23.108	\$21.954	\$20.276	5,26%
2	890929455	DISTRIBUIDORA DOÑA ELENA S.A.	SANTA ELENA	\$12.936	\$11.864	\$11.022	9,04%
3	890942360	TORTAS Y TORTAS LTDA.	TORTAS Y TORTAS	\$10.863	\$10.651	\$8.911	1,99%
4	890902566	REPOSTERÍA ASTOR LTDA.	REPOSTERÍA ASTOR	\$8.865	\$8.094	\$6.847	9,53%
<b>VENTAS TOTALES</b>				<b>\$57.784</b>	<b>\$54.574</b>	<b>\$49.066</b>	<b>6%</b>

Deli conto con un 5.26%, Santa Elena con un 9.04%, Tortas y Tortas con un 1.99% y Astor con 9.53%.

En total para el año 2012 hubo ingresos de parte de estas reposterías por el valor de \$57.784 millones, siendo la líder Deli con el mayor número de ventas por \$23.108 millones en el año.

Estas cifras demuestran que Dulce Vida tiene unos fuertes competidores en el mercado, esto en su gran parte es gracias al tiempo que llevan dentro de este, sin embargo la empresa puede fortalecer otras partes como son los dos ambientes restantes (Ambiente de estudio y ambiente de festejo), por ende sin dejar atrás la calidad y el sabor de los productos pasteleros y reposteros, Dulce Vida se puede enfocar en otros aspectos ya mencionados.

#### **4.3.3 Situación futura: Mercado del competidor, Perspectivas sobre plantas, nuevas nacionales, Proyección de la oferta (programa de producción)**

La creciente oferta de nuevas pastelerías, reposterías y panaderías artesanales son lo que hoy y a futuro será la producción y la expansión en el sector panadero de Medellín.

Según el jefe de la carrera de Gastronomía de la Colegiatura (2013):

“Esta tradición empezó a cambiar por una razón: educación. La apertura de espacios para estudiar el tema gastronómico permitió profesionalizar el oficio, hubo un auge en estudiantes que comenzaron a entender cómo se deben ofrecer productos con una calidad más pensada, mucho más elaborada”.

El cliente es el que se encargará de demandar y a enseñar lo que realmente se desea dentro de esta actividad pues estarán en la búsqueda de encontrar productos de alta calidad con precios asequibles pero por sobre todo la exigencia del servicio es la que prevalece pues con esto las empresas se darán a la tarea de irse superando a medida que pasa el tiempo.



Dentro de las exigencias y gustos de los clientes, es notorio el gusto por el sabor casero y tradicional de todo lo hecho con amor y en casa, es por esto que las empresas comienzan su creación desde la casa, el hogar del repostero quien da ese toque tan apetecido por el consumidor.

A parte de la gran ola de los productos caseros que hoy está pisando fuerte en el sector y lo seguirá haciendo en un futuro contando también con los productos light que son fundamentales para las personas que les gusta cuidar su cuerpo y su alimentación, la expansión tanto a nivel nacional como internacional es el futuro de estas empresas, pues hacer que en otras ciudades los conozcan y más a nivel internacional, marca la diferencia haciendo que tanto Colombia sea reconocido por la comercialización de estos productos, identificando cada vez más las necesidades de los clientes y asegurando su satisfacción.

Es por esto que la expansión y los nuevos modelos de negocios hacen parte del futuro de la repostería en Medellín, innovando y acercándose más a lo que los clientes demanden.

#### **4.4 Precios**

#### 4.4.1 Análisis histórico y actual de Precios

En el sector repostero los precios primero era sinónimo de calidad, actualmente el nombre y la trayectoria de la empresa que comercializa los productos son los factores en los que se basan para poner los precios, en ocasiones se puede ver afectada la calidad porque esta baja pero aun así los precios pueden ser elevados.

La constitución del sector se baja en micro empresas y famiempresas quienes su innovación y diferenciación de productos realmente es mínima pues la producción de ellas son muy similares viéndose afectado un valor agregado que puede ser el encargado de posicionar más los productos.

*Tabla 5. Fuente: Realización Propia – Comparación Precios Competencia*

<b>Marca</b>	<b>Producto</b>	<b>Precio</b>	<b>Calidad Percibida</b>
ASTOR	Selva Negra	\$44.500	Alta
El Portal	Amaretto	\$51.800	Alta
Santa Elena	Café Moca	\$47.600	Alta
Deli	Torta Italiana	\$42.000	Alta

Tortas y Tortas	Torta de Fresa	\$45.600	Media
--------------------	-------------------	----------	-------

#### 4.4.2 Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta

Los precios de los productos que se manejarán en Dulce Vida serán similares a la competencia ya que realmente en el mercado no existe un lugar igual a este que contenga y oferte estos tipos de servicios pero si existen en el mercado reposterías y pastelerías.

Es claro que en Colombia hay gran cantidad de negocios de comidas y estos realmente obtienen un posicionamiento y estatus gracias a voz a voz que se presenta es decir, las personas son las encargadas de referenciar estos lugares quedando en un segundo plano el precio de los productos, dando testimonio del ambiente y sabor que pueden encontrar en ellos.

Es por esto que Dulce Vida tendrá en cada una de las categorías de productos que ofertara precios que sean competitivos para entrar a incursionar en el mercado.

Teniendo en cuenta que el público de Dulce Vida se calcula en alrededor de 306.493 personas pero se desea coger el 5% de este da como resultado 15.325 personas y contando que la frecuencia de compra es de 7 veces al año pues se cuentan las fechas más especiales, la demanda potencial seria de 107.275.

Dando un precio de \$45.000 por producto, demandando el 10% daría \$4.500 y si este se eleva a \$55.000 la demanda seria de la mitad, el 5% es decir \$2.250.

La repostería tiene una sensibilidad muy alta ante un cambio en el precio pues se ve reflejada en la calidad y el nivel e ingresos de los consumidores.

### **Elasticidad – Precio Oferta**

Teniendo en cuenta que Dulce Vida es nueva en el mercado, por el momento no podrá contar con proveedores muy grandes como son La Nacional de Chocolates, ya que son empresas que manejan descuentos por volúmenes muy altos y Dulce Vida no cuenta con una capacidad de producción tan grande, por ende se ha escogido un proveedor que está ubicado en el Municipio de Envigado con el nombre de Distribuidora y Comercializadora Berpa quien cuenta con la variedad completa de insumos los cuales son necesarios para la producción en la empresa.

Teniendo en cuenta esto, la distribuidora cuenta con descuentos en compra, es decir, por compras mayores a \$500.000 se hace un descuento de 6% sobre el valor total, además cuenta con los medios para llevar hasta el local los insumos adquiridos.

Es claro que existen en el mercado gran cantidad de proveedores pero hay que tener en cuenta que lo que haría sensible a Dulce Vida es que los proveedores cuenten con precios muy elevados, lo que sería un problema para la empresa ya que el volumen de producción que se haga en la semana es lo que muestra las cantidades de insumos a comprar, por eso se espera que una vez Dulce Vida entre al mercado, estará en capacidad de realizar acuerdos comerciales con proveedores, ayudando a que sea conocida y puedan abastecer a la empresa con los insumos a necesitar.

#### **4.4.3 Determinación de las principales variables para la definición del precio**

Teniendo en cuenta la gran competencia que existen en el mercado en la comercialización de alimentos para Dulce Vida, es importante destacar que no habría una competencia en cuanto a los espacios que se pretenden ofertar.

- 1. Demanda estimada:** Es claro el mercadeo al que Dulce Vida se va a dirigir, serán personas de 17 años en adelante, con estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 donde se

cubrirá la necesidad de encontrar un lugar donde se pueda estudiar, compartir e ingerir alimentos reposteros.

2. **Reacciones de la competencia:** Teniendo en cuenta que el sector repostero de la ciudad de Medellín tiene una gran cantidad de estas empresas, Dulce Vida no tiene una competencia directa pero si tiene competencia indirecta, estas en su mayoría se están extendiendo a nivel nacional. Se realizó una comparación de precios con los competidores más fuertes y se encontró que los precios oscilan entre \$42.000 y \$51.800.
3. **Establecer costos fijos y variables:** Se entiende que los costos fijos son aquellos que mensualmente se deben de pagar para el funcionamiento de la empresa mientras que los costos variables son los asociados a la cantidad de producción que se dé.
4. **Utilidad deseada:** Esta se da mediante el conocimientos de los costos fijos y variables los cuales después de estos se asigna la utilidad que se deseada.
5. **Capacidad adquisitiva del consumidor:** Teniendo en cuenta los consumidores de Dulce Vida son de estratos 4, 5 y 6, estos posees un buen poder adquisitivo lo cual indica que los productos son asequibles para ellos.

Teniendo en cuenta esto, la fijación de precios para los productos que Dulce Vida ofrecerá se basara en los costos fijos, los costos variables y en un margen de utilidad que será el 30%.

#### **4.4.4 Proyección de precios**

Para la proyección de precios se tomará el IPC como referencia ya que los modelos con que se trabajaran son muy ajustados, es por esto que Dulce Vida crecerá mínimamente a medida que la inflación crezca, esto también afecta a los proveedores pues ellos también tendrán sus propios crecimientos, dado este suceso, entonces Dulce Vida solo podrá controlar los costos de la empresa como tal.

El año de referencia con el cual se comenzara a realizar la proyección es el 2015.

#### **4.5 Estrategia Comercial**

##### **4.5.1 Canales de comercialización y distribución del producto**

El canal de comercialización que se maneja dentro de la empresa es el directo, ya que no se distribuirá a ningún lugar los productos y servicios prestados sino que se comercializará en el mismo punto de venta para los clientes que estará ubicado en Provenza del barrio Poblado.

#### 4.5.2 Descripción de los canales de distribución

El canal de comercialización Dulce Vida contará con tres tipos de espacios diferentes dentro del mismo lugar.

El primero será la repostería como tal, donde los clientes podrán ir a relajarse y a compartir con sus amigos, familia y pareja además de degustar los diferentes productos que se le ofertara en la carta, los cuales serán de variedad y se contara con todos hechos dentro del lugar.

El segundo espacio estará dedicado para aquellas personas que necesiten un lugar donde puedan concentrarse y así estudiar con un ambiente calmado, tranquilo y con todas las comodidades, además de que podrán degustar de la carta que Dulce Vida les ofrece.

El tercer espacio estará dedicado para el festejo, en este habrá un lugar donde las personas podrán festejar sus fechas especiales las cuales contarán con una persona encargada de la decoración del lugar a gusto del cliente y con el servicio de comida. Dentro de este espacio también se podrá hacer adecuaciones para reuniones empresariales contando con servicio de comida.



### 4.5.3 Ventajas y desventajas de los canales empleados

Las siguientes son las ventajas y desventajas del canal directo.

*Tabla 6. Fuente: Realización Propia - Ventajas y Desventajas del Canal Directo*

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención personalizada con el cliente.</li> <li>• Oferta de comida fresca.</li> <li>• Conocimiento del cliente, con esto se podrá conocer que es lo que el cliente demanda y así mejorar en lo ofertado.</li> <li>• Ahorro en costos de distribución.</li> <li>• Mayor control en todos los procesos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca cobertura del mercado.</li> <li>• Posible bajo conocimiento del sector.</li> </ul>

### 4.5.4 Almacenamiento

Dulce Vida contara con las siguientes características en su almacenamiento:

- Su inventario será bajo, ya que solo se mantendrán almacenados insumos no perecederos, esto con el fin de entregarle a los clientes productos frescos para su comodidad y sobre todo para conservar los sabores de los productos.
- Por lo anterior se tendrá almacenado insumos tales como la harina, los endulzantes, los polvos para hornear, chocolates, el café y confitería.
- El local contara con todas las normas necesarias de salud y con aquellas prácticas de manufactura, como lo es el montaje y equipamiento de la cocina, entre ellas están: mesas de acero inoxidable, neveras para la preservación de los productos, batidoras e insumos de aseo.

#### **4.5.5 Transporte: Descripción operativa de la trayectoria de comercialización propia y de la competencia.**

No aplica a la empresa ya que no se tendrán domicilios.

#### **4.5.6 Publicidad y Promoción**

Las estrategias publicitarias y de promoción con las que contara Dulce Vida son:

- Se hará una apertura del lugar en el cual se darán descuentos del 20% en toda la tienda, además de esto se darán degustaciones, cocteles, todo con el fin de que las personas conozcan a Dulce Vida y sus productos.
- Los lunes por ser comercialmente unos días que se caracterizan por bajas ventas, se tendrá la promoción de “Arma tu Combo”, donde se les dará 3 opciones de diferentes bebidas 3 diferentes opciones de productos pasteleros y reposteros, donde se podrá escoger solo una opción de cada categoría y por este día tendrá valor \$8.900, este valor se establece ya que se promedió que una pieza de torta y una bebida como smoothie.
- Los miércoles por ser un día de demanda masiva, serán de 2X1, los clientes tendrán la posibilidad de ir a Dulce Vida y degustar dos productos dentro de la lista seleccionada que se les ofrezca por el precio de uno.
- Los viernes por ser fin de la jornada laboral y estudiantil en la semana, se tendrá en el espacio de la pastelería la actividad de “Viernes de Karaoke” en las horas de la noche, aquí los clientes podrán participar y divertirse cantando canciones, se harán también dentro de esta actividad concursos con premios.
- “Dulce Vida festeja contigo tu cumpleaños”, ese día especial de las clientas que llamen y reserven, podrán tener una mesa y esta se le decorara, se le regalara una torta personal con alguna bebida de preferencia y se le dará un cupón de descuento personalizado por ser el cumpleaños.

- Inicialmente se contara con una página en Facebook donde las personas podrán ingresar y conocer los productos, además de dar opiniones, dentro de esta herramienta también se hará publicidad a las diferentes actividades que se vayan a realizar en el lugar.
- Para las personas que adquieran los servicios de celebraciones se les hará un 5% de descuento por tomar los servicios completos de comida y decoración.
- Se dará un bebida gratis a aquellas personas que en la semana visiten tres veces la repostería usando el espacio de estudio, esto se controlara por medio de bases de datos.

#### **4.5.7 Conclusión General del análisis de mercados**

Teniendo en cuenta la información recopilada, Dulce Vida es una idea de negocios que tiene posibilidades de crecer dentro del mercado, pues es un lugar donde se puede encontrar muy tranquilo y que puede brindar a los clientes diferentes momentos para sentirse a gusto.

Las diferentes estrategias que se llevaran a cabo es con el fin de que los clientes conozcan Dulce Vida y se sienta a gusto entando allí, por ejemplo los viernes de karaoke

se hará para que las personas se diviertan y se despejen en un momento agradable que se les brinda después de una semana de trabajo y estudio.

Es claro que en el medio hay unas competencias muy fuertes como son Repostería Santa Clara y Repostería Deli, pero a pesar de tener gran parte del mercado, son empresas que solo cuentan con una oferta que Dulce Vida tendrá y es la venta de productos reposteros pero de igual manera la empresa ofrecerá una carta diferente y contara con unos espacios adecuados tanto para el compartir como para festejar y estudiar.

Esto a pesar de ser una ventaja, también se rescata el hecho de que el consumidor de Medellín se incline por los productos caseros y que estén abiertos a productos e ideas innovadoras.

La ubicación de la empresa cuenta con lugar estratégico, pues este sector es propicio para el perfil del cliente de este negocio, en Provenza actualmente existen sitios que pueden verse muy similares a Dulce Vida pero realmente aún no se constituyen como tal como lugares específicos para esto, además aquí las personas no tendrán la

necesidad de pagar por utilizar el lugar, ventaja en gran medida para la empresa pues así los clientes la tendrán más presente a la hora de necesitar esta clase de sitios.

El zona de ubicación es un lugar que a futuro puede crecer y hacerse reconocer en el mercado pues este está en constante cambio y esto se debe a la mente abierta que ellos poseen, esperando nuevas ideas que les guste, que los comprensa y que sientan que con pensados para ellos.

#### 4.6 Plan de Mercadeo

El plan de Mercadeo con el que contara Dulce Vida para que los clientes comiencen a conocerla es:

- **Suscripción a la revista de cocina La Barra:** Es de las revistas más representativas dentro del sector gastronómico, en ella se podrá hacer publicidad de Dulce Vida, destacando su innovación en la distribución del espacio, esto tendrá un costo anual de \$3'000.000.
- **Participación de Ferias:** Es importante hacer parte de las ferias que se realicen en Medellín, con el fin de darse a conocer más en el sector. Una de las más

importantes son las que se realizan en la Corporación Universitaria La Colegiatura, donde llegan las mejores empresas del sector repostero y demás para así hacerse conocer.

Por esto se hará parte de esta feria y otras que se publiquen en el transcurso del año, el costo de esta participación que es una vez al año es de \$1'500.000.

- **Bonos de descuento para Universitarios de la Zona:** Con estos bonos de descuento se pretende hacerse conocer en la zona por el público objetivo de la empresa, el descuento constara en poder acceder al espacio de estudio que Dulce Vida oferta, esto será completamente gratis por el primer mes de apertura de la empresa, además tendrá un descuento del 10% en los consumos de los productos de la carta, su costo será de \$400.000 anuales.
- **Redes Sociales:** Gracias a que hoy en día las redes sociales marcaron al marketing fuertemente, se tendrá una página en Facebook, donde se mostrara todo el portafolio de productos con que Dulce Vida cuenta, tanto la carta de repostería y pastelería como los servicios que se prestaran en los espacios de estudio y festejo.

Por este mismo sitio, se harán diferentes concursos, se montaran todas las noticias sobre Dulce Vida, se dará información sobre las posibles ferias a visitar, etc.

## 5 ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN (ASPECTOS TÉCNICOS)

### 5.1 Producción

#### 5.1.1 Descripción técnica del producto o servicio

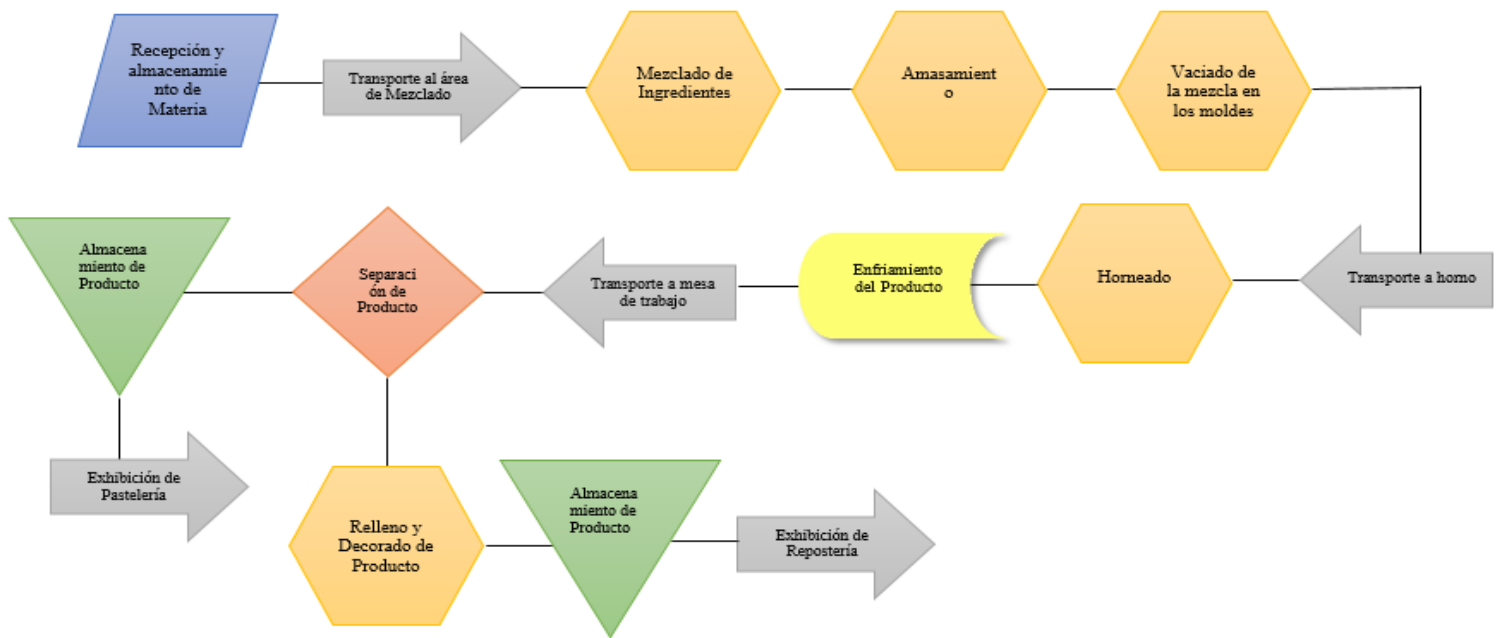








Figura 20. Fuente: Realización Propia - Flujo de Producción



SIMBOLO	NOMBRE
	Inicio/Salida
	Proceso
	Transporte
	Demora
	Decisión
	Almacenamiento

El proceso de producción de los productos de Dulce Vida son muy parecidos, pues su comienzo es igual, al final se hace la separación dependiendo si es pastelero repostero.

La fabricación de los productos comienza con la entrada de los insumos a la cocina la que posteriormente se almacenarán, una vez sea necesaria esta, se llevarán al proceso de mezclado para que se incorporen todos los ingredientes del producto a

realizar, listo el mezclado se almacena para que la mezcla repose, pasado el tiempo se vierte en los moldes para luego llevarlo al horno, este se horneara por el momento necesario y estando listo se llevara a enfriar para que no se dañe el producto, una vez estando en la temperatura deseada, se separa el producto ya que uno de ellos es de pastelería y el otro de repostería, a los productos de pastelería se lleva a exhibición y el producto de repostería se lleva a la mesa para relleno y decoración una vez terminado se almacena y algunos se exhiben.

### **5.1.2 Identificación y selección del proceso de producción**

Dulce Vida es una propuesta en donde los productos pasteleros y reposteros a ofertar es completamente fresca donde tendrá su proceso de producción en el local, contando con este con todas las condiciones técnicas y las buenas practicas manufactureras para hacer el desarrollo del producto.

Dado que se Dulce Vida tendrá varios productos a ofrecer, se describirá a continuación uno de ellos ya que para mencionar todas las recetas de los productos, se volvería engorroso.

El proceso de producción de una Tarta de manzana con helado de caramelo es el siguiente (Tomado de [elgourmet.com](http://elgourmet.com)):

Para la realización de esta receta según el gourmet (2009) se necesita:

### **Crumble**

- 50 gramos de Mantequilla fría en cubos
- ½ taza de Almendras fileteadas
- ½ taza de Azúcar morena
- ½ taza de Harina

### **Helado de caramelo**

- 1 cucharada pequeña de Vinagre blanco
- 140 gramos de Yemas
- 30 gramos de Leche en polvo
- 50 cc de Agua
- 145 gramos de Crema de leche
- 110 gramos de Azúcar
- 140 gramos de Azúcar
- 1 Litro de Leche

### **Manzana**

- 1 cucharada pequeña de Fécula de maíz
- Uni. de Manzanas verdes

- 2 cucharadas de Canela
- ½ taza de Azúcar morena
- 1 pizca de Nuez Moscada
- Si lo desea puede adicionarle sal una pizca

### **Masa pay**

- 125 gramos de Mantequilla fría
- ¼ de taza de Agua fría
- Sal al gusto
- 250 gramos de Harina

### **Crema Batida**

- 1 taza de Crema de Leche
- 1 cuchara pequeña de Canela
- Cantidad necesaria para la Esencia de Vainilla

## **PREPARACIÓN**

### **Crumbles**

En un bowl poner el azúcar junto con la mantequilla e incorporar muy bien los ingredientes con las manos.

### **Helado de caramelo**

Dentro de una sartén precalentada, colocar el azúcar y adicionarle el vinagre y el agua, ponerlos al fuego y mezclar con una cuchara de madera hasta que esta se convierta en un caramelo, hay que tener precaución de no dejar que tome un color muy oscuro, debe ser color almendra.

A parte poner una olla al fuego y comenzar a integrar la leche en polvo y la leche líquida, poniendo atención, en el momento en que rompa hervor, adicionar el caramelo y mezclar con la cuchara de palo estos ingredientes.

En la batidora ajustar el aspa en forma de globo e incorporar los huevos y el azúcar para que se blanqueen, seguidamente adicionar leche en pequeña cantidad a medida que se está mezclando los huevos con el azúcar, esto con el fin de temperar los huevos y que no se cuajen, una vez hecho, se mezclara todos los huevos con la leche vertiéndolos en un mismo recipiente.

Finalmente cuando esta mezcla este lista, se debe llevar a baño maría invertido (el agua caliente del baño maría común se sustituye por agua fría con hielo), cuando la mezcla este totalmente fría, se llevan a la máquina de helado.

### **Manzanas**

Pelar y cortar las manzanas en porciones de 4 milímetros de ancho, una vez peladas coger un bowl, dentro de estos poner las manzanas y rociarles la azúcar morena, la nuez moscada, la canela, la fécula de maíz y la sal, incorporar todos estos ingredientes con las manos de modo que las manzanas quedan cubiertas.

### **Nata**

Mezclar todos los ingredientes en la batidora hasta que la mezcla quede montada, es decir, que con esta se puedan hacer picos, reservarlo en la nevera hasta el momento de emplatar.

### **Masa pay**

En la maquina batidora, incorporar la mantequilla bien fría, la sal, la harina y el agua, mezclar por unos minutos hasta obtener una masa compacta. Una vez terminada, se saca de esta se envuelve en papel film o transparente y se pone en la nevera para que repose una hora.

Pasada la hora, sacarla de la nevera y coger una porción pequeña de la masa para ponerla para estirarla con un rodillo enharinado y así darle forma circular, se debe hacer este procedimiento con toda la masa.

En un molde y engrasarlo con mantequilla, colocar dentro de este la medida de la masa pegando los bordes sobre el molde, dentro de la masa poner bastantes gajos de manzana como si fuera un abanico hasta que cubra completamente el molde, encima espolvorear el crumble e ingresar al horno precalentado a 180°C por 30 minutos hasta que dore.

### **Montaje**

Dirigirse a la mesa de decoración y en un plato ayudándose de una cuchara decorar con líneas de caramelos para acomodar la tarta en el centro, se pone encima de esta almendras fileteadas con nata, encima helado y por último se acomoda la pasta choux (pasta pastelera), de modo que la decoración quede en forma de sombrilla. Como toque final ayudándose de un colador, espolvorear azúcar glass sobre el plato.



*Fuente: [elgourmet.com](http://elgourmet.com)*

Teniendo en cuenta que el tiempo aproximado de preparación de esta receta es de 2 horas, se tendrán todas las cocciones preparadas con anticipación, teniendo en cuenta de que los productos no son perecederos, quizás la manzana de puede llegar a oxidar pero si esta se mantiene en un recipiente con agua, limón y vinagre, su tiempo de duración es de un día, perfecto para hacer la receta.

Es entonces que teniendo en cuenta que el helado y la pasta choux son preparaciones que tienen larga duración en la nevera, la receta como tal tendrá un tiempo de producción total de 20 a 25 minutos.

### 5.1.3 Inversiones en maquinaria y equipo

Los siguientes artículos, serán los necesarios para equipar la cocina de la empresa.

*Tabla 7. Fuente: Realización Propia - Inversión en Equipo y Maquinaria Dulce Vida*

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Batidora X 2</b>	\$650.000
<b>Horno</b>	\$2'000.000
<b>Licuada X 2</b>	\$150.000
<b>Dispensador de Jugos</b>	\$2'000.000
<b>Utensilios de Repostería</b>	\$566.500
<b>Cafetera Industrial</b>	\$750.000
<b>Refrigerador</b>	\$500.000
<b>Nevera</b>	\$700.000
<b>Juego de ollas y bowl</b>	\$2'000.000



<b>Mesa Metálica</b>	\$750.000
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$10'065.500</b>

La inversión total en para el equipamiento de la cocina es de \$10'065.500, además que contara con proveedores como Imapan y Weston, empresas especializadas en maquinaria para pastelería y repostería.

#### 5.1.4 Descripción de materia prima, insumos y materiales

Se necesitaran de dos diferentes tipos de insumos para la empresa, ambos son de fácil adquisición en Colombia y más específicamente en Medellín por lo tanto se comprarán en la ciudad.

Los tipos de insumos serán:

##### 1. Insumos para la adecuación locativa:

Para la adecuación locativa serán necesarios los siguientes insumos:

*Tabla 8. Fuente: Realización Propia - Insumos de Adecuación Locativa*

<b>INSUMOS</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
----------------	---------------------

Juegos de sillas y mesas metálicas x 9	<b>\$2'843.000</b>
Punto de Pago	<b>\$1'000.000</b>
Juego de sillas y mesas plásticas x 7	<b>\$1'050.000</b>
Televisor	<b>\$2'000.000</b>
Puff (sillas) x 7	<b>\$273.000</b>
Registradora	<b>\$295.000</b>
Computador	<b>\$500.000</b>
Impresora	<b>\$800.000</b>
Vitrina fría x 2	<b>\$899.000</b>
Equipo de sonido	<b>\$140.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$9'800.000</b>

Se contarán con proveedores como Samsung, Dell, Jemobiliari e Indufrial, esto se encargaran de proveer estos elementos para el local.

## **2. Insumos de materia prima para la venta de Repostería y Pastelería**

Para llevar a cabo la realización de los diferentes productos a ofertar en Dulce Vida, se requieren los siguientes insumos:

Tabla 9. Fuente: Realización Propia - Insumos de la Repostería

<b>SECOS</b>	<b>LIQUIDOS</b>	<b>FRUTAS</b>
Azúcar	Mantequilla	Frutos Secos
Harina	Aceite	Manzanas
Leche en Polvo	Vinagre blanco	Peras
Fécula de Maíz	Huevos	Fresas
Sal	Crema de Leche	Frutos Rojos
Canela	Leche	Piña
Azúcar Glass	Queso Crema	Coco
Cocoa	Esencia de Vainilla	Cerezas
Café	Salsas	Pulpas de Fruta
Gelatina sin Sabor	Chocolate Blanco	
Polvo para Hornear	Chocolate Amargo	
Galletas	Chocolate Oscuro	
Harina de Arroz	Limón	
	Glucosa	
	Colorantes Artificiales	
	Yougurt	

	Lechera	
	Arequipe	

Se contara con la comercializadora BERP quien cuenta con precios asequibles para el negocio, ya que como por el momento no sé cómo las cantidades de insumos no son grandes, empresas como la Nutresa no se podrán contar por los costos elevados.

### 5.1.5 Requerimientos de Mano de Obra (Perfiles y Funciones)

El personal que será necesario para el funcionamiento de Dulce Vida es:

*Tabla 10. Fuente: Realización Propia - Perfil Jefe Pastelero*

<b>CARGO: Jefe Pastelero</b>
<b>PERFIL</b>
<p>Persona con alto nivel de liderazgo y responsabilidad con los conocimientos y capacidades para llevar a cabo la preparación, presentación, decoración y almacenamiento de productos reposteros y pasteleros, con certificación en manipulación de alimentos y además con la certeza de un buen manejo de orden e higiene dentro de la cocina. Preferiblemente mayor de 26 años.</p> <p><b>Experiencia:</b> Haber trabajado por lo menos un año y medio en la elaboración de repostería y pastelería fina además de conocimientos en pastillaje.</p> <p><b>Nivel de Estudios:</b> Título universitarios en gastronomía con especialización en</p>

repostería fina.
<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar, dirigir, coordinar y controlar todos los procesos pasteleros que se realicen.             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar las formulaciones para los productos.                 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar y distribuir el trabajo diario.</li> </ul> </li> <li>• Realizar los trabajos más delicados de la pastelería y repostería.                 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar por el orden y limpieza de la cocina.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Controlar la utilización de los insumos para la elaboración de los productos.</li> </ul>

Tabla 11. Fuente: Realización Propia - Perfil Decoradora de Eventos

<b>CARGO: Decoradora de Eventos</b>
<b>PERFIL</b>
<p>Persona responsable, activa, ágil, dinámica, innovadora, creativa y que pueda trabajar bajo presión, además de estar capacitada en transformación de espacios para fiestas y demás celebraciones a gusto del cliente.</p> <p><b>Experiencia:</b> Haber trabajado por lo menos dos años en decoración de eventos.</p> <p><b>Nivel de Estudios:</b> Técnico en Diseño y Decoración de Ambientes.</p>
<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente.</li> <li>• Diseño y montaje del eventos.</li> </ul>

### 5.1.6 Distribución espacial y requerimientos de Áreas de Trabajo

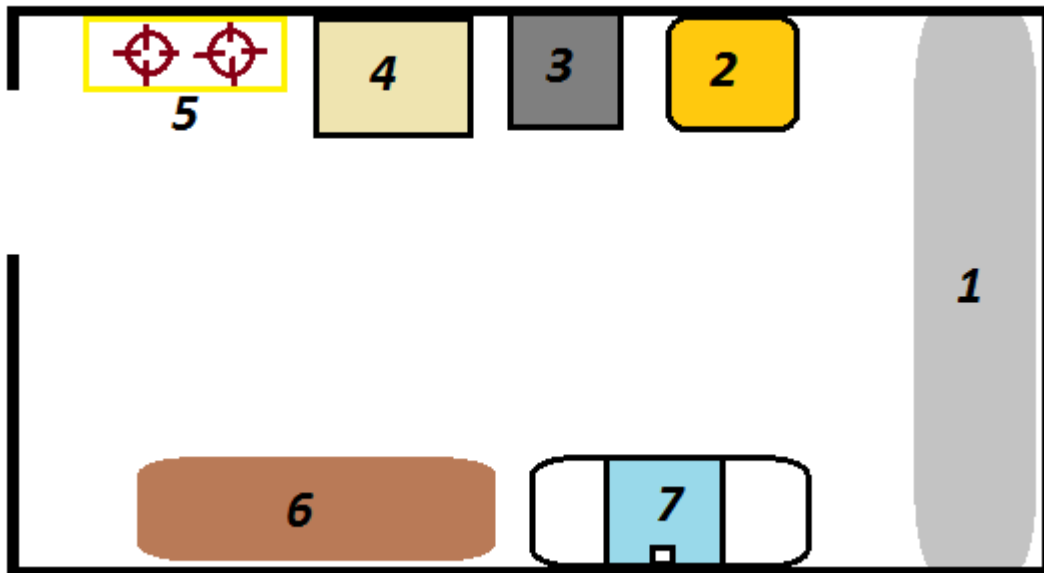


Figura 21. Fuente: Realización Propia - Distribución espacial de Área de Trabajo

	Requerimientos
1	Mesa Metálica
2	Nevera
3	Gabinete
4	Horno
5	Estufa
6	Mesa de Decoración

7	Lavaplatos
---	------------

El espacio de la cocina de Dulce Vida estará equipado con todas las máquinas y utensilios necesarios para producir dentro de estos productos pasteleros y reposteros, además se contara con todas las normas de higiene

## **5.2 Localización**

### **5.2.1 Factores de Localización**

Provenza es un sitio ubicado en el barrio el Poblado de la ciudad de Medellín, este cuenta con valores agregados como lo es ser un lugar de referencia para las personas ya que su ubicación es cerca del parque del Poblado un punto de encuentro cercano al público objetivo, además de contar con establecimientos identificados como exquisitos y de buen comer donde se puede encontrar el espacio para estudiar.

Es una zona muy conocida y visitada la cual por ser tan comercial es positivo para Dulce Vida, sobretodo porque las personas de sus alrededores pueden conocerlo fácilmente y encontrar disponibilidad de sus servicios para cuando sean requeridos.

### 5.2.2 Métodos de evaluación

El método que se utilizó para encontrar el lugar donde estará ubicada Dulce Vida fue el Método Cualitativo por Puntos.

Este método consiste en la asignación de factores cuantitativos a una lista de elementos que se consideran relevantes para una localización, con esto se lleva a la realización de una comparación de diferentes sitios.

La realización de este método es de la siguiente manera:

1. Hacer una lista de los factores más relevantes.
2. Con el fin de saber la importancia del criterio, se le debe asignar un valor.
3. A cada factor se le debe asignar una tabla común.
4. Cada sitio debe ser calificado con la tabla designada y finalmente multiplicar la calificación por el peso.
5. Finalmente sumar la puntuación de cada sitio para encontrar la de mayor puntaje.

*Tabla 12. Fuente: Realización Propia – Método de Evaluación*

<b>FACTOR</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>TOTAL</b>
Sabaneta	4	1	3	1	1	3	<b>23</b>
Envigado	4	3	3	4	4	4	<b>20</b>
Poblado	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>24</b>
Laureles	4	3	3	3	2	3	<b>18</b>
La Mota	4	3	2	2	3	3	<b>17</b>
Belén	4	3	3	3	2	3	<b>18</b>



Bello	3	2	2	2	2	2	13
-------	---	---	---	---	---	---	----

**FACTORES:**

1. Vías de acceso - Escala de 1 - 5
2. Numero de negocios afines con Dulce Vida - Escala de 1 - 5
3. Disponibilidad de locales- Escala de 1 - 5
4. Spas- Escala de 1 - 5
5. Comprensión del concepto- Escala de 1 - 5
6. Posibilidad adquisitiva- Escala de 1 - 5

Se pudo observar que Poblado fue el lugar con mayor puntaje, con total de 24 puntos.

**5.2.3 Macro localización**

Dulce Vida estará localizada en el Departamento de Antioquia – Ciudad de Medellín comuna 14, esta limita al suroriente “con el municipio de Envigado bordeando el lindero que establece la Quebrada La Zuñiga (en especial con las veredas Perico, Pantanillo y Las Palmas y con los barrios Bosques de Zuñiga y Zuñiga),” Alcaldía de Medellín (2008)



#### 5.2.4 Micro localización

Para la ubicación de Dulce Vida será de barrio Provenza – Ciudad de Medellín, esto teniendo en cuenta lo siguiente:

- El barrio comprende con las características necesarias para el público objetivo al que va dirigida la empresa, además de que por su estrato y su alta visita de clientes es un factor fundamental para que Dulce Vida este ubicado en Provenza.
- La repostería es aceptada dentro de esta zona pues las costumbres de los demandantes van de la mano con la oferta que ofrece Dulce Vida, además es importante tener la competencia directa e indirecta cerca pues ayuda al lanzamiento de la empresa al mercado ayudándolo a potenciarlo y darle valor en su incursión dentro del mercado.
- El sitio como tal de ambiente seguro, acogedor y emana estatus para toda aquella empresa que se encuentre ubicada allí.



La tecnología con la que contará Dulce Vida es de primera, pues toda la maquinaria que será para el equipamiento de la cocina es completamente nueva y con alto potencial de producción, ayudando a minimizar tiempos y costos y al contrario potencializando la producción para que sea rápida.

La infraestructura con la que contara la parte productiva de la empresa comprende:

Nevera, horno microondas, batidoras, utensilios como cucharas, espátulas, cuchillos, etc., además de que contara con mesa metálica para decoración y mesa metálica para los procesos productivos.

La cocina contará con espacios de fácil acceso para el chef además de que podrá moverse de manera rápida y sin dificultad para no interrumpir procesos.

El proveedor con el que cuenta Dulce Vida, BERPA, es excelente y reconocida en el Municipio de Envigado, gracias a sus buenos precios y buena calidad, por ende los productos ofertados darán fe de la buena calidad con la que se producen.

Como se mencionó anteriormente se contara con este proveedor ya que por ser nueva en el mercado los insumos no son muy altos por ende no se puede contar con proveedores como Nutresa, por ende se comenzara con esta comercializadora y más adelante dependiendo del crecimiento de la empresa, se analizara conseguir nuevos proveedores.

A continuación se muestran den nuevo los costos de la maquinaria, muebles y enseres.

*Tabla 13. Fuente: Realización Propia – Maquinaria, Muebles y Enseres*

<b>INSUMOS</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Juegos de sillas y mesas metálicas x 9	<b>\$2'843.000</b>
Punto de Pago	<b>\$1'000.000</b>
Juego de sillas y mesas plásticas x 7	<b>\$1'050.000</b>
Televisor	<b>\$1'500.000</b>
Puff (sillas) x 7	<b>\$273.000</b>
Registradora	<b>\$195.000</b>
Computador x 2	<b>\$1'000.000</b>
Impresora	<b>\$800.000</b>
Vitrina fría x 2	<b>\$899.000</b>

Equipo de sonido	<b>\$140.000</b>
Teléfonos x 2	<b>\$100.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$9'800.000</b>

### 5.3.2 Metodología para la definición del tamaño

Dulce Vida es una empresa repostera y pastelera que contara con un aspecto nuevo en el mercado y es el hecho de contar con tres tipos de espacios diferentes en un mismo lugar en donde se podrá compartir, estudiar y festejar.

El proceso productivo repostero y pastelero es el siguiente:

#### **Repostero:**

Compra y almacenamiento de materia prima → Se bate y se amasa →  
Cocción del producto → Enfriamiento del producto → Almacenamiento del  
producto → Exhibición → Emplatado → Entrega al cliente

**Pastelero:**

Compra y almacenamiento de materia prima → Se bate y se amasa →  
Cocción del producto → Enfriamiento del producto → Decoración del producto  
Exhibición → Emplatado → Entrega al cliente

La producción diaria se enfocará por demanda, es decir en la medida que el cliente haga su pedido y en promedio de ventas en millones de pesos diarios corresponde a \$1'000.000 con un aproximado de 30 unidades diarias.

**5.3.3 Capacidad de producción óptima**

La capacidad de producción se definirá de la siguiente manera:

Se planea contar con el chef pastelero el cual tendrá como tarea la preparación de todos los productos, básicamente el en las horas de la mañana realizara el amasado y demás preparaciones de los materiales base para la preparación y montaje en el momento en que se hagan pedidos, así toda la producción será fresca.



La capacidad de producción que tendrá Dulce Vida, debe realizar alrededor de 540 unidades mensuales, dando como resultado cerca de 19 unidades diarias, se destaca que la empresa tiene capacidad de realizar estos productos pues diario se podrían producir 25 unidades.

#### 5.4 Plan de Producción

Para el primer año de funcionamiento de la empresa que sería el 2016, se tendría el siguiente plan de producción en el cual se muestra lo que se debe vender mensual y anual, tanto en dinero como en unidades:

EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) – ANUAL	6.584
EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) – MENSUAL	549
EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) – ANUAL	241.556.474
EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL	20.129.706

#### Infraestructura

El local como tal tendrá la siguiente infraestructura:

Dulce Vida contará con un espacio de dos pisos en donde el primero estará ubicada la repostería, la cocina y el espacio para el estudio, en el segundo piso estará ubicado el espacio de festejo.

Para el primer piso se requiere el equipamiento total de la repostería que tendría las sillas, mesas, televisor, equipo de sonido, vitrinas de exhibición, computador y caja registradora para el punto de pago, además de esto está el espacio de estudio que se equiparía con puff, mesas para computadores, sillas y WIFI y por último el espacio de festejo contará con sillas, mesas y equipo de sonido.

La cocina estará equipada con todos los utensilios necesarios para realizar la producción, dentro de esto contará con máquinas como, hornos, batidoras, nevera, etc., además de ollas, cacerolas, menaje para las preparaciones, mesas especiales y por sobre todo con las reglas de seguridad y limpieza.

## **6 ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL**

### **6.1 Procesos Administrativos**

#### **6.1.1 Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal**

Para la realización del proceso de selección del Jefe Pastelero y Decoración de Espacios, se contará con la bolsa de empleo de la Corporación Colegiatura Colombia donde cuentan con excelentes egresados chefs y decoradores de espacios. Haciendo parte de esta bolsa de empleo, se comenzara a realizar el proceso de selección para este cargo, la persona encargada de realizar este proceso es el gerente.

La contratación para el cargo de Jefe pastelero contara con un contrato a término definido por un año, dentro del contrato se especificaran sus funciones, condiciones y sanciones.

El contrato para el cargo de Decoración de Espacios es por prestación de servicios, dentro del contrato se especificaran sus funciones, condiciones y sanciones.

El proceso de selección de los vendedores, se convocaran a jóvenes bachilleres que estén en procesos de educación superior, esto con el fin de hacer de incentivar el trabajo y el estudio de estos, la persona encargada de realizar este proceso es el gerente.

Los procesos de reclutamiento y entrevista se harán de manera directa, con el fin de conocer más a fondo a estas personas entablado una relación laboral desde los previos procesos.

La contratación para el cargo de vendedor el contrato es a término definido por un año, dentro del contrato se especificaran sus funciones, condiciones y sanciones.

Por ultimo todos los procesos de selección para la persona encargada de la limpieza del local, se hará por medio de un outsourcing con la empresa Servijob S.A, la persona que realizara este proceso es el gerente.

El contrato con la empresa será de enviar a la persona encarga 3 veces por semana para realizar la limpieza del local.

### 6.1.2 Procesos Financieros (contabilidad, pedidos y facturación, otros)

- Dentro de los procesos financieros, se contara con un outsourcing de un contador que ira a la empresa tres veces por semana para organizar la contabilidad de ella.
- La manera por la cual se harán los diferentes pedidos a los proveedores será:
  1. El Jefe Pastelero será el encargado de estar pendiente de lo que se vaya agotando en el inventario dado; semanalmente le pasara un informe al gerente con todos aquellos insumos que estar por terminarse.
  2. El gerente en el momento de recibir este informe, hará los debidos pedidos a los proveedores con el fin de que llegue a tiempos los insumos.
- Para la facturación, se contara con un programa, encargado de arrojar las diferentes facturas de compra de los clientes, con el fin de tener una constancia de los productos que más rotan dentro del lugar, el programa lo manejara tanto el vendedor como el gerente.

### **6.1.3 Procesos de Logística ( almacenamiento, transporte, manejo inventarios y otros)**

- Dentro de la logística que tendrá Dulce Vida, será contar con una nevera de almacenamiento de productos refrigerados con condiciones óptimas para mantener frescos y en buen estado los productos terminados y materias primas.
- El transporte no aplica a la empresa ya que no contara con domicilios, sin embargo el transporte de materias primas se hará por parte del proveedor.
- El manejo de inventarios se hará por medio de la codificación tanto de los insumos como de los productos terminados, esto se subirá al sistema de facturación el cual tiene la opción de tener todo lo que hay en el momento en existencia. En el momento de hacer el inventario de todo lo que hay en existencia se leerá todos los productos lo cual al momento de descargarlo al sistema deberá coincidir con lo que haya en este.
- Las ventas de Dulce Vida se realizaran por medio directo que es el espacio físico, allí se contara con un punto de venta para los clientes.

### **6.1.4 Procesos Propios y Externos**

Dulce Vida contara con los siguientes procesos:

- **Internos:** Proceso de producción, gerencia y manejo de personal, almacenaje de materias primas, ventas de productos, inventarios, facturación, manejo financiero.
- **Externos:** Manejo contable, materia prima.

### 6.1.5 Estructura Organizacional (organigrama)

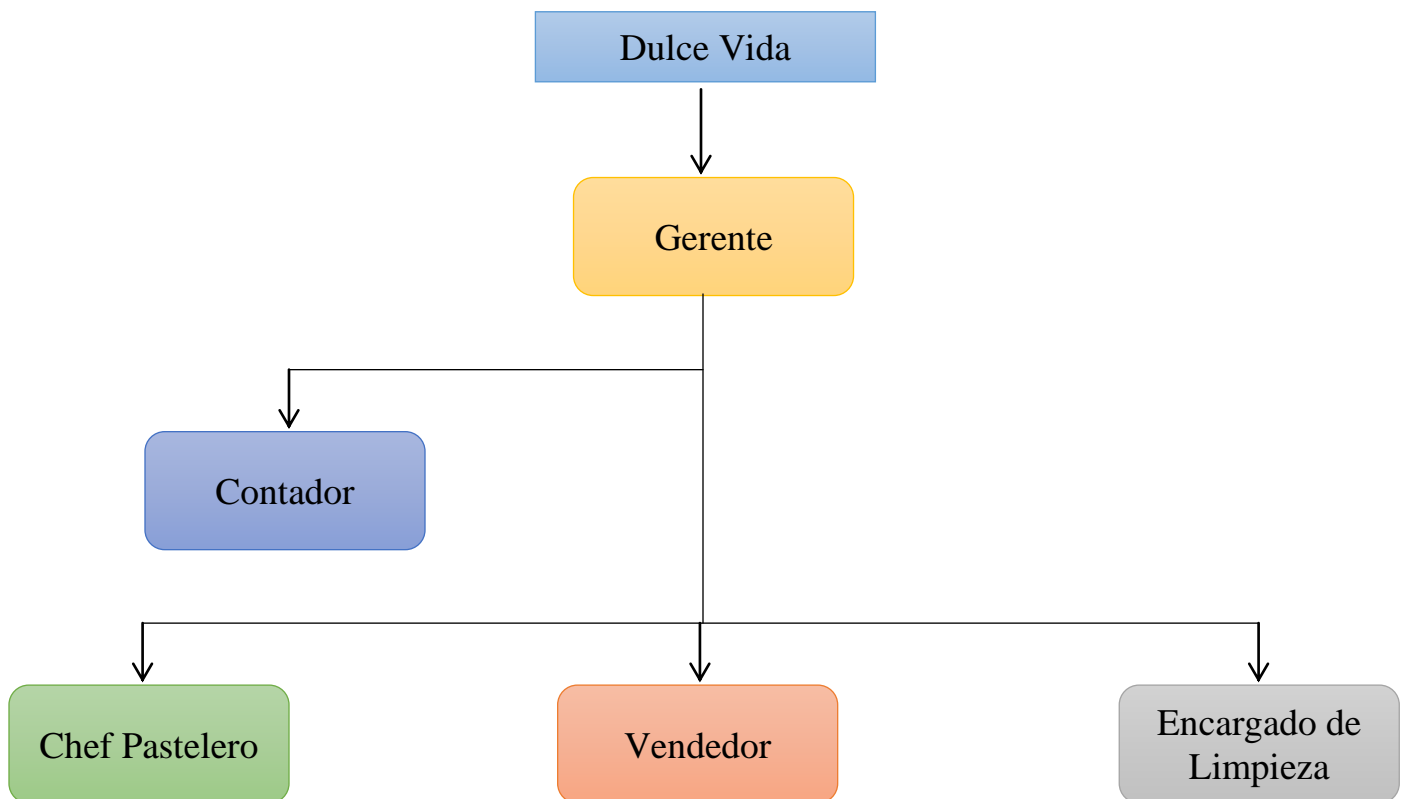


Figura 24. Fuente: Realización Propia - Organigrama Dulce Vida

### 6.1.6 Requerimientos de Personal (perfiles y funciones)

#### Manual de Funciones del Gerente

- Debe planear, ejecutar y controlar todos los procesos que se hagan a nivel interno de la empresa.
  - Desarrollar estrategias para el alcance de los objetivos propuestos.
- Encargado de la selección del personal idóneo para desarrollar las actividades necesarias.
- Crear un ambiente laboral propicio para los empleados de la empresa que ayude a alcanzar las metas propuestas.
  - Definir todas aquellas actividades que se relacione con los objetivos y necesidades de los empleados.
    - Ser líder en todos los procesos a desarrollar.

#### Manual de Funciones del Jefe Pastelero

- Dirigir los procesos productivos de los productos.
- Estar en constante comunicación con el gerente para conocer las variaciones en las materias primas.
- Tener total conocimiento sobre las nuevas tendencias de decoración en repostería.
- Aplicación de las normas sanitarias y medidas de seguridad dentro de la cocina.
  - Supervisar la calidad de los insumos y productos terminados.
    - Controlar y alertar sobre el agotamiento de los insumos.



### **Manual de Funciones del Contador**

- Llevar correctamente los libros mayores.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa.
  - Certificar los estados financieros de la empresa.
- Clasificar, registrar e interpretar toda aquella información financiera que respecta a la empresa.
  - Examinar el reporte de inventarios.
  - Revisar y comparar, gastos y costos mensuales.

### **Manual de Funciones de Decoradora de Eventos**

- Conocer lo último en tendencias de decoración de eventos.
- Reunirse con los clientes para saber y entender lo que desean.
- Realizar el montaje oportuno de la decoración del espacio.

### **Manual de Funciones de Vendedor**

- Velar por la buena atención a los clientes.
  - Establecer nexos entre el cliente y la empresa.
- Proporcionar información clara y efectiva tanto a los clientes como a la empresa.
  - Mantener en completo orden y aseo el salón.
- Atender quejas y sugerencias de los clientes para pasarle a información al gerente.

### Manual de Funciones de Personal de Limpieza

- Velar por la limpieza de los pisos, vitrinas, cristales, sillas, mesas, baños.
- Reponer insumos de papel, servilletas y jabón cuando sea necesario.
  - Dejar en completo orden y limpieza el local.

#### 6.1.7 Requerimientos de materiales

Para llevar a cabo las diferentes labores de administrativas dentro de la empresa se necesitan los siguientes materiales:

*Tabla 14. Fuente: Realización Propia - Requerimientos de Materiales*

<b>MATERIALES</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Agendas x 2	<b>\$15.000</b>
Papel de impresora x 10	<b>\$48.000</b>
Lapiceros x 4	<b>\$2.000</b>
Grapadora y ganchos x 2	<b>\$15.000</b>
Insumos de limpieza	<b>\$50.000</b>
Resma de papel	<b>\$10.000</b>
Calculadora x 2	<b>\$10.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$150.000</b>

### 6.1.8 Requerimientos de Tecnología

Para llevar a cabo las diferentes labores necesarias en el salón del local se necesitan los siguientes elementos electrónicos:

*Tabla 15. Fuente: Realización Propia - Requerimiento Tecnológico*

<b>REQUERIMIENTOS DE TECNOLOGÍA</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Televisor	<b>\$2'000.000</b>
Equipo de Sonido	<b>\$140.000</b>
Teléfono x 2	<b>\$100.000</b>
Computador x 2	<b>\$1'000.000</b>
Impresora	<b>\$800.000</b>
Software Microsoft	<b>\$1'000.000</b>
Software Facturación	<b>\$1'000.000</b>
Punto de Pago	<b>\$1'000.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$7'040.000</b>

### 6.1.9 Requerimientos locativos e infraestructura

Para una mejor adecuación de los espacios dentro del local, se necesitan los siguientes requerimientos:

*Tabla 16. Fuente: Realización Propia - Requerimientos Locativos y de Infraestructura*

<b>REQUERIMIENTOS LOCATIVOS E INFRAESTRUCTURA</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Decoración del Local	<b>\$4'000.000</b>
Juegos de sillas y mesas metálicas x 9	<b>\$2'843.000</b>
Punto de Pago	<b>\$1'000.000</b>
Puff (sillas) x 7	<b>\$273.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$8'116.000</b>

## 6.2 Aspectos Legales

### 6.2.1 Tipo de organización empresarial

La Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), es una sociedad comercial de capital que es muy utilizada básicamente por su flexibilidad de constitución y funcionamiento, además de que promueve el emprendimiento.

Cabe destacar que la única limitación de la SAS es la de negociar sus valores en el mercado público de valores.

Sus características son:

- Unipersonalidad
- Constitución por documento privado
- Término de duración indefinido
- Objeto social indeterminado
- Limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales
- Voto múltiple
- Libertad de organización
- No es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva
- Elimina límites sobre distribución de utilidades.

### 6.2.2 Documentación necesaria para la operación de la empresa

Una SAS puede llegar a ser constituida tanto por una o varias personas naturales o jurídicas que puede ser nacionales o extranjeras, dentro de la realización de actividades aparte de que es por naturaleza comercial, se pueden hacer también actividades civiles.

Este tipo de empresa es creada por documento privado y se hace efectiva la constitución después del registro en la cámara de comercio. Este documento consta de la siguiente información:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón Social seguida de las letras “SAS”.
- El domicilio principal de la sociedad y las sucursales.
- Término de duración, puede ser a término indefinido.
- Enunciación clara de las actividades, puede ser indefinido para realizar cualquier actividad lícita.
- Capital Autorizado, Suscrito y Pagado. Número y clase de acciones, términos y formas en que se pagarán.
- Documentos y facultades de los administradores.
- Cuanto menos un Representante Legal.

Como empresa comerciante se debe tener en cuenta:

- Matricularse en el registro mercantil.
- Inscribir todos los libros y documentos en la cámara de comercio
- Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales (RUT).
- Conservar la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios de acuerdo a la ley.
- Abstenerse de realizar actos de competencia desleal.

Los pasos para el montaje de la empresa son:

1. Consultar el nombre de la compañía si se encuentra disponible.
2. Redactar y suscribir los estatutos de la compañía.
3. En la cámara de comercio tramitar el pre-RUT, para esto se debe tener listos los estatutos, formularios ya completamente diligenciados, cedula del representante legal y la de su suplente.
4. Inscribir del registro en la Cámara de Comercio donde harán un estudio de que los estatutos sean legales además de que se debe cancelar el impuesto del registro que consta de un valor del 0.7% del monto del capital asignado.

5. Se debe abrir una cuenta bancaria en el momento en que ya se cuente con el registro de la empresa y el pre-RUT, esta cuenta es con el ánimo de que la DIAN registre el RUT definitivo, para esto se debe llevar la certificación de la apertura de la cuenta.
6. Dirigirse a la DIAN con el certificado bancario para tramitar el RUT.
7. Con el RUT definitivo, dirigirse a la Cámara de Comercio para que este ya no figure en el certificado de existencia como un RUT provisional.
8. Solicitar una resolución de facturación manual por apenas estar comenzando la empresa, esto se solicita en la DIAN.
9. En la Cámara de Comercio se debe solicitar la inscripción de los libros tanto de actas como de accionistas para evitar perder los beneficios tributarios. .
10. Dirigirse a la Seguridad Social para registrar la empresa y así comenzar a contratar empleados.

### **6.2.3 Costos asociados con asuntos Legales**

- El pre-RUT es un trámite que se realiza sin costo alguno.
- Por ser una SAS, los estatutos no necesitan estar en escritura pública, se puede autenticar en un notario el cual por la firma y huella puede tener un costo de \$3.450.



- Para tener el registro ante la Cámara y Comercio, el impuesto que se impone es del 0.7% sobre el capital suscrito (1'500.000).
- El registro del documento de derecho de inscripción, tiene un valor de \$32.000.
- Teniendo en cuenta la Ley 1429, en el primer año los costos de la matrícula serán gratuitos.
- El formulario de Registro Único Empresarial tiene un costo \$4.000.
- Es gratuita la apertura de la cuenta para obtener el RUT.
- El valor de los certificados originales de existencia y representación legal que deben tener tanto la Cámara de Comercio como la entidad bancaria, tiene un costo de \$4.300.
- Todos los trámites que se deban hacer con la DIAN, salen de manera gratuita.
- Los libros de actas y accionistas, tiene un costo por inscripción cada uno de \$10.300.

## 7. ANÁLISIS FINANCIERO

### 7.1 Estructura Financiera del Proyecto

Por medio del siguiente análisis financiero, se pretende conocer la viabilidad de la empresa Dulce Vida, teniendo en cuenta todos los gastos consultados posteriormente para una mayor confiabilidad, este análisis se realizó por medio del Modelo Financiero de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad CEIPA.

*Tabla 17. Estructura Financiera del Proyecto*

<b>FINANCIACIÓN</b>	
<b>Recursos propios</b>	20.247.115
<b>Crédito con terceros</b>	<b>30.370.672</b>

Para poder obtener los recursos financieros que me ayuden a la creación de la empresa, la estructura financiera que se tendrá será: 40/60, es decir, se necesita un capital de \$50'617.787 que será dividido así: Se tendrá un recurso propio para invertir \$20'247.787 y se pedirá financiación del banco por \$30.370.672.

## 7.2 Recursos Propios

Se contarán con unos recursos propios de \$20'247.115, lo que equivale al 40% del capital para el montaje de la empresa.

Tabla 18. Recursos Propios

<b>Recursos propios</b>	20.247.115
-------------------------	------------

## 7.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla 19. Créditos y Préstamos Bancarios

PLAN DE AMORTIZACIÓN				
<b>VALOR PRESTAMO</b>	<b>30.370.672</b>			
<b>PLAZO</b>	<b>60</b>			
<b>TASA</b>	<b>1,500%</b>			
<b>CUOTA MES</b>	<b>771.215</b>			
<b>CUOTA</b>	<b>INICIAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
año 1		5.138.057	4.116.529	26.254.144
Año 2		4.332.789	4.921.796	21.332.347
Año 3		3.369.996	5.884.589	15.447.758
Año 4		2.218.864	7.035.722	8.412.037
Año 5		842.549	8.412.037	0

Se realizara un préstamo a una entidad bancaria, COTRAFA, por valor de \$30'370.672, con una tasa del 1.500% mensual, a un plazo de 60 meses, esto da como cuota mensual \$771.215.

#### 7.4 Calendario de Ingresos del Proyecto

Tabla 20. Calendario de Ingresos del Proyecto

INGRESOS OPERATIVOS (Producto o servicio)		AÑO 1 2016	AÑO 2 2017	AÑO 3 2018	AÑO 4 2019	AÑO 5 2020
<b>FACTOR CRECIMIENTO UNIDADES</b>			4,30%	4,50%	4,50%	4,40%
<b>FACTOR INCREMENTO PRECIOS</b>			2,90%	3,10%	3,00%	3,00%
<b>Alquiler de espacio para estudiar</b>	medido en horas	1.500	1.565	1.635	1.708	1.784
	Precio unitario	10.000	10.290	10.609	10.927	11.255
		<b>15.000.000</b>	<b>16.098.705</b>	<b>17.344.664</b>	<b>18.668.929</b>	<b>20.075.073</b>
<b>Repostería y Pastelería Personal</b>	Cantidades	3.600	3.755	3.924	4.100	4.281
	Precio unitario	5.500	5.660	5.835	6.010	6.190
		<b>19.800.000</b>	<b>20.651.400</b>	<b>21.580.713</b>	<b>22.551.845</b>	<b>23.544.126</b>
<b>Alquiler para reuniones y fiestas</b>	Cantidades	100	104	109	114	119
	Precio unitario	1.500.000	1.543.500	1.591.349	1.639.089	1.688.262
		<b>150.000.000</b>	<b>160.987.050</b>	<b>173.446.643</b>	<b>186.689.294</b>	<b>200.750.732</b>
<b>Repostería y Pastelería Familiar</b>	Cantidades	1.800	1.877	1.962	2.050	2.140
	Precio unitario	40.000	41.160	42.436	43.709	45.020
		<b>72.000.000</b>	<b>77.273.784</b>	<b>83.254.389</b>	<b>89.610.861</b>	<b>96.360.351</b>

En la anterior tabla se puede observar los ingresos por año de las actividades de la repostería en donde también se especifica el precio por valor unitario además de las cantidades y horas que se esperan vender por año.

Se puede observar que quien crea más ingresos a la empresa es la pastelería y repostería personal.

## 7.5 Inversiones del Proyecto

### 7.5.1 Inversiones en Activos Fijos

Tabla 21. Inversiones en Activos Fijos

INVERSIÓN ACTIVOS			
	Valor total del activo	Años de vida útil	Depreciación y amortización
<b>MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA</b>			
Muebles y enseres	8.000.000	5	2.000.000
Decoracion del local	4.000.000		
0	0		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>12.000.000</b>		<b>2.000.000</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>			
punto de pago	1.000.000	5	360.000
Impresora	800.000		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.800.000</b>		<b>360.000</b>
<b>SOFTWARE</b>			
Software Microsoft	1.000.000	3	666.667
Software facturación	1.000.000		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>2.000.000</b>		<b>666.667</b>
<b>TOTALES</b>	<b>29.935.500</b>		<b>4.236.717</b>

Se puede observar que la inversión que se darán para Dulce Vida en Muebles y enseres, equipo de oficina, equipo de cómputo y software será de \$ 29'935.500.

### 7.5.2 Inversiones en Gastos Pre-operativos

*Tabla 22. Inversiones en Gastos Pre-operativos*

Decoración del local	4.000.000
Adecuaciones locativas	4.070.000
Gastos de Constitución y Legalización	1.500.000
<b>TOTAL</b>	<b>9'570.000</b>

Dulce Vida tendrá unos gastos pre-operativos de 9'570.000 que serán dados entre la decoración del local y sus adecuaciones.

### 7.5.3 Inversión en Capital de Trabajo

*Tabla 23. Inversión en Capital de Trabajo*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>2016</b>
<b>Meses de capital de trabajo</b>	<b>2</b>	<b>9.982.287</b>

al inicio		
Días de existencia de inventarios	15	10.700.000
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>20.682.287</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>50.617.787</b>

La inversión de capital es de \$50'617.787.

## 7.6 Calendario de Inversiones

Tabla 24. Calendario de Inversiones

MESES	AÑO 0											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Local	■											
Adecuaciones Locativas			■	■	■	■	■	■				
Decoración del Local								■	■	■	■	
Equipos de Cocina								■	■	■	■	
Muebles y Enseres									■	■	■	
Gastos de Constitución			■	■	■	■	■	■	■			
Punto de Pago e Impresora											■	■
Software Microsoft y Facturación											■	■

Fuente: Elaboración Propia

## 7.7 Costos y Gastos

### 7.7.1 Costos Variables (VER TABLA 29)

Teniendo en cuenta los costos que traen cada una de las actividades que se realizarán en Dulce Vida, da como resultado unos costos variables que se notan que son crecientes por el IPC que se muestra que gracias a la inflación, en el año 1 el costo variable comienza \$84'469.000 y en el año 5 se da un costo variable de \$112'811.693.

### 7.7.2 Costos Fijos

Tabla 25. Costos Fijos

COSTOS FIJOS		2016	2017	2018	2019	2020
FACTOR INCREMENTO COSTOS FIJOS	Valor mes		2,90%	3,10%	3,00%	3,00%
Alquiler del local	3.000.000	36.000.000	37.044.000	38.192.364	39.338.135	40.518.279
Servicios Públicos	700.000	8.400.000	8.643.600	8.911.552	9.178.898	9.454.265
Internet	250.000	3.000.000	3.087.000	3.182.697	3.278.178	3.376.523
Nomina (Pastelero, meseros)	2.400.000	28.800.000	29.635.200	30.553.891	31.470.508	32.414.623
Vigilancia	300.000	3.600.000	3.704.400	3.819.236	3.933.813	4.051.828
Poliza todo riesgo	1.000.000	12.000.000	12.348.000	12.730.788	13.112.712	13.506.093
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>		<b>91.800.000</b>	<b>94.462.200</b>	<b>97.390.528</b>	<b>100.312.244</b>	<b>103.321.611</b>



Teniendo en cuenta los costos fijos los cuales se caracterizan por no ser sensibles en algún cambio de la actividad de la empresa, se puede ver que estos dan como resultado un total de \$91'800.000 para el primer año.

### 7.7.3 Gastos Administrativos y Legales

*Tabla 26. Gastos Administrativos y Legales*

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Alquiler del local</b>	36.000.000	37.044.000	38.192.364	39.338.135	40.518.279
<b>Nomina (Pastelero, meseros)</b>	28.800.000	29.635.200	30.553.891	31.470.508	32.414.623
<b>Papelería</b>	1.800.000	1.852.200	1.909.618	1.966.907	2.025.914
<b>Contabilidad</b>	7.732.200	7.956.434	8.203.083	8.449.176	8.702.651
<b>Gastos de Constitución</b>	1,500,000				
<b>TOTAL</b>	<b>75'832.200</b>	<b>76'487.834</b>	<b>80'224.726</b>	<b>81'224.726</b>	<b>83'661.467</b>

Dentro de estos costos, se debe tener en cuenta que los gastos de constitución solo se pagan una vez y es en el momento en que se va a montar la empresa, para el primer año los gastos administrativos y legales son \$75'832.200.

#### 7.7.4 Gastos de ventas

Tabla 27. Gastos de Ventas

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Gastos operativos</b>	<b>59.893.721</b>	<b>63.876.245</b>	<b>65.607.303</b>	<b>66.763.778</b>	<b>68.600.648</b>
<b>Gastos de Constitución</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Papelería</b>	<b>1.800.000</b>	<b>1.852.200</b>	<b>1.909.618</b>	<b>1.966.907</b>	<b>2.025.914</b>
<b>Aseo</b>	<b>2.400.000</b>	<b>2.469.600</b>	<b>2.546.158</b>	<b>2.622.542</b>	<b>2.701.219</b>
<b>Contabilidad</b>	<b>7.732.200</b>	<b>7.956.434</b>	<b>8.203.083</b>	<b>8.449.176</b>	<b>8.702.651</b>
<b>Gasto por depreciación</b>	<b>3.570.050</b>	<b>3.570.050</b>	<b>3.570.050</b>	<b>3.570.050</b>	<b>3.570.050</b>
<b>Gasto por amortización</b>	<b>666.667</b>	<b>666.667</b>	<b>666.667</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Gasto por impuestos</b>	<b>752.805</b>	<b>3.357.394</b>	<b>3.580.576</b>	<b>3.829.517</b>	<b>4.093.462</b>
<b>Gasto por publicidad</b>	<b>5.772.000</b>	<b>5.725.100</b>	<b>5.665.708</b>	<b>5.676.179</b>	<b>5.638.465</b>
<b>Gasto por salarios</b>	<b>37.200.000</b>	<b>38.278.800</b>	<b>39.465.443</b>	<b>40.649.406</b>	<b>41.868.888</b>
<b>Gastos financieros</b>	<b>5.138.057</b>	<b>4.332.789</b>	<b>3.369.996</b>	<b>2.218.864</b>	<b>842.549</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>65.031.778</b>	<b>68.209.034</b>	<b>68.977.299</b>	<b>68.982.641</b>	<b>69.443.197</b>

Los gastos de Venta de venta se contemplan como los operativos, se puede observar cómo se comportan en el transcurso de los 5 años analizados.

#### 7.7.5 Gastos de distribución

Para Dulce Vida no aplica los gastos de distribución ya que no contara con domicilios.

### 7.7.6 Gastos financieros

Tabla 28. Gastos Financieros

CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO
año 1		5.138.057	4.116.529	26.254.144
Año 2		4.332.789	4.921.796	21.332.347
Año 3		3.369.996	5.884.589	15.447.758
Año 4		2.218.864	7.035.722	8.412.037
Año 5		842.549	8.412.037	0

Los gastos financieros, se componen de los intereses que se deben pagar por el préstamo a realizar para la financiación del montaje de la empresa.

### 7.7.7 Calendario de Costos y Gastos del Proyecto

En la siguiente tabla se puede apreciar cual es el total de los costos y gastos del proyecto entre los años 2016 y 2020.

Tabla 29. Calendario Costos y Gastos del Proyecto

EGRESOS					
	2016	2017	2018	2019	2020
Costos variables	84.469.000	90.608.190	97.567.290	104.962.428	112.811.693
Costos fijos	91.800.000	94.462.200	97.390.528	100.312.244	103.321.611

Alquiler del local	36.000.000	37.044.000	38.192.364	39.338.135	40.518.279
Servicios Públicos	8.400.000	8.643.600	8.911.552	9.178.898	9.454.265
Internet	3.000.000	3.087.000	3.182.697	3.278.178	3.376.523
Nomina (Pastelero, meseros)	28.800.000	29.635.200	30.553.891	31.470.508	32.414.623
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>176.269.000</b>	<b>185.070.390</b>	<b>194.957.818</b>	<b>205.274.672</b>	<b>216.133.304</b>
<b>Gastos operativos</b>	<b>59.893.721</b>	<b>63.876.245</b>	<b>65.607.303</b>	<b>66.763.778</b>	<b>68.600.648</b>
Gastos de Constitución	0	0	0	0	0
Papelería	1.800.000	1.852.200	1.909.618	1.966.907	2.025.914
Aseo	2.400.000	2.469.600	2.546.158	2.622.542	2.701.219
Contabilidad	7.732.200	7.956.434	8.203.083	8.449.176	8.702.651
Gasto por depreciación	3.570.050	3.570.050	3.570.050	3.570.050	3.570.050
Gasto por amortización	666.667	666.667	666.667	0	0
Gasto por impuestos	752.805	3.357.394	3.580.576	3.829.517	4.093.462
Gasto por publicidad	5.772.000	5.725.100	5.665.708	5.676.179	5.638.465
Gasto por salarios	37.200.000	38.278.800	39.465.443	40.649.406	41.868.888
<b>Gastos financieros</b>	<b>5.138.057</b>	<b>4.332.789</b>	<b>3.369.996</b>	<b>2.218.864</b>	<b>842.549</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>65.031.778</b>	<b>68.209.034</b>	<b>68.977.299</b>	<b>68.982.641</b>	<b>69.443.197</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>241.300.778</b>	<b>253.279.424</b>	<b>263.935.118</b>	<b>274.257.314</b>	<b>285.576.501</b>

## 7.8 Flujo de Caja

Tabla 30. Flujo de Efectivo

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Concepto	2016	2017	2018	2019	2020	
Ventas	256.800.000	275.010.939	295.626.409	317.520.929	340.730.282	
Costos	176.269.000	185.070.390	194.957.818	205.274.672	216.133.304	
Gastos operativos	59.893.721	63.876.245	65.607.303	66.763.778	68.600.648	
<b>Utilidad operativa</b>	<b>20.637.279</b>	<b>26.064.304</b>	<b>35.061.287</b>	<b>45.482.479</b>	<b>55.996.330</b>	
Impuesto de renta operativo		7.016.675	8.861.864	11.920.838	15.464.043	
Beneficio fiscal financiero		-1.746.939	-1.473.148	-1.145.799	-754.414	
<b>Utilidad operativa despues de impuestos</b>	<b>20.637.279</b>	<b>20.794.569</b>	<b>27.672.572</b>	<b>34.707.441</b>	<b>41.286.701</b>	
Depreciación y amortización	4.236.717	4.236.717	4.236.717	3.570.050	3.570.050	
<b>Flujo de caja bruto operativo</b>		<b>-50.617.787</b>	<b>24.873.995</b>	<b>25.031.286</b>	<b>31.909.289</b>	<b>38.277.491</b>
						<b>44.856.751</b>

<b>TIR DEL PROYECTO</b>	<b>50,01%</b>					
WACC DEL PROYECTO	15,54%					
<b>VPN DEL PROYECTO</b>	<b>53.614.548</b>					
Servicio de la deuda		4.116.529	4.921.796	5.884.589	7.035.722	8.412.037
Gastos financieros		5.138.057	4.332.789	3.369.996	2.218.864	842.549
<b>Flujo de caja libre inversionista</b>	<b>-20.247.115</b>	<b>15.619.410</b>	<b>15.759.647</b>	<b>22.635.372</b>	<b>29.002.363</b>	<b>35.580.362</b>

<b>TIR DEL INVERSIONISTA</b>	<b>87,01%</b>
TMRR	19,00%
<b>VPN</b>	<b>46.812.036</b>

El flujo de caja muestra los ingresos y egresos que da Dulce Vida en el periodo de un año, en este caso se muestra que los ingresos son positivos, lo que quiere decir que los ingresos de estos periodos fueron mayores a los egresos proporcionando ganancias a la empresa.

## 7.9 Estados Financieros Proyectados

### 7.9.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Tabla 31. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	256.800.000	275.010.939	295.626.409	317.520.929	340.730.282
Costos	176.269.000	185.070.390	194.957.818	205.274.672	216.133.304
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>80.531.000</b>	<b>89.940.549</b>	<b>100.668.590</b>	<b>112.246.257</b>	<b>124.596.978</b>
Gastos operativos	59.893.721	63.876.245	65.607.303	66.763.778	68.600.648
<b>Utilidad antes impuestos e intereses</b>	<b>20.637.279</b>	<b>26.064.304</b>	<b>35.061.287</b>	<b>45.482.479</b>	<b>55.996.330</b>
Gastos financieros	5.138.057	4.332.789	3.369.996	2.218.864	842.549
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>15.499.222</b>	<b>21.731.515</b>	<b>31.691.291</b>	<b>43.263.616</b>	<b>55.153.781</b>
Impuestos	5.269.735	7.388.715	10.775.039	14.709.629	18.752.286
<b>Utilidad neta</b>	<b>10.229.486</b>	<b>14.342.800</b>	<b>20.916.252</b>	<b>28.553.986</b>	<b>36.401.495</b>

Como se observa en el estado de resultados, hay beneficios que me muestran que la empresa puede ser rentable ya que las utilidades son de manera ascendente, además de que los gastos financieros se muestran descendentes dando a entender que la deuda que se adquirió para el capital que se requería, está siendo pagada.

Es por esto que la empresa muestra que generara beneficios.

### **7.9.2 Balance General Proyectado**

En el balance se puede observar las proyecciones positivas que tienen los pasivos y patrimonio ya que cada año va incrementando poco a poco.



Tabla 32. Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Activos corrientes</b>						
Disponible	9.982.287	36.067.060	51.826.707	74.462.080	103.464.443	139.044.804
Inversiones temporales		0	0	0	0	0
Deudores (cuentas por cobrar)		0	0	0	0	0
Inventarios	10.700.000	234.636	251.689	271.020	291.562	313.366
Otros activos						
<b>Total activo corriente</b>	<b>20.682.287</b>	<b>36.301.697</b>	<b>52.078.397</b>	<b>74.733.100</b>	<b>103.756.005</b>	<b>139.358.170</b>
<b>Activos de largo plazo</b>						
Muebles y enseres	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Maquinaria y equipo	10.065.500	10.065.500	10.065.500	10.065.500	10.065.500	10.065.500
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	4.070.000	4.070.000	4.070.000	4.070.000	4.070.000	4.070.000
Equipo de computación	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
Depreciación acumulada	0	(3.570.050)	(7.140.100)	(10.710.150)	(14.280.200)	(17.850.250)
Software e intangibles	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Amortización acumulada	0	(666.667)	(1.333.333)	(2.000.000)	(2.000.000)	(2.000.000)
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>29.935.500</b>	<b>25.698.783</b>	<b>21.462.067</b>	<b>17.225.350</b>	<b>13.655.300</b>	<b>10.085.250</b>
<b>Total activos</b>	<b>50.617.787</b>	<b>62.000.480</b>	<b>73.540.464</b>	<b>91.958.450</b>	<b>117.411.305</b>	<b>149.443.420</b>
<b>Pasivos corrientes</b>						
Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuesto por pagar		5.269.735	7.388.715	10.775.039	14.709.629	18.752.286



## 8. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 8.1 Costo del Capital (Tasa de Descuento)

Tabla 33. Costo de Capital

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE LOS RECURSOS (WACC)						
	2016	2017	2018	2019	2020	CP
Proveedores	0	0	0	0	0	Tasa 0%
Impuesto por pagar	5,269,735	7,388,715	10,775,039	14,709,629	18,752,286	Tasa 0%
Obligaciones financieras corrientes	4,921,796	5,884,589	7,035,722	8,412,037	0	Tasa 11.88%
Obligaciones financieras no corrientes	21,332,347	15,447,758	8,412,037	0	0	Tasa 11.88%
Patrimonio	30,476,601	44,819,401	65,735,653	94,289,639	130,691,135	Tasa 19.00%
Total pasivo y patrimonio	62,000,480	73,540,464	91,958,450	117,411,305	149,443,420	
<b>Participación</b>						
Proveedores	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
Impuesto por pagar	8.50%	10.05%	11.72%	12.53%	12.55%	
Obligaciones financieras corrientes	7.94%	8.00%	7.65%	7.16%	0.00%	
Obligaciones financieras no corrientes	34.41%	21.01%	9.15%	0.00%	0.00%	
Patrimonio	49.16%	60.95%	71.48%	80.31%	87.45%	
<b>Costo promedio ponderado</b>	<b>14.37%</b>	<b>15.03%</b>	<b>15.58%</b>	<b>16.11%</b>	<b>16.62%</b>	<b>15.54%</b>

## 8.2 Evaluación Financiera

### 8.2.1 Valor Presente Neto

Tabla 34. VPN

<b>TIR DEL INVERSIONISTA</b>	<b>87.01%</b>
<b>TMRR</b>	<b>19.00%</b>
<b>VPN</b>	<b>46,812,036</b>

El VPN es positivo, lo cual concluye que se incrementara el valor de la empresa.

### 8.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 35. Tasa Interna de Retorno

<b>TIR DEL INVERSIONISTA</b>	<b>87.01%</b>
<b>TMRR</b>	<b>19.00%</b>
<b>VPN</b>	<b>46,812,036</b>

El inversionista contara con una TIR del 87.01%, es decir, este es el flujo de efectivo con el que el contaría por su inversión.

### 8.2.3 Índices financieros

Tabla 36. Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS DE LIQUIDEZ Y ACTIVIDAD						
LIQUIDEZ	FORMULA DE CALCULO	2016	2017	2018	2019	2020
RAZON CORRIENTE	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$	3.56	3.92	4.20	4.49	7.43
SOLIDEZ	$\frac{\text{ACTIVO TOTAL}}{\text{PASIVO TOTAL}}$	1.97	2.56	3.51	5.08	7.97
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CTE	26,110,165	38,805,093	56,922,340	80,634,339	120,605,885

### INDICADORES DE RENTABILIDAD

INDICADORES DE RENTABILIDAD	FORMULA DE CALCULO	2016	2017	2018	2019	2020
MARGEN BRUTO	$\frac{\text{RESULTADO BRUTO}}{\text{VENTAS}}$	31%	33%	34%	35%	37%
MARGEN OPERACIONAL	$\frac{\text{RESULTADO OPERACIONAL}}{\text{VENTAS}}$	8%	9%	12%	14%	16%
MARGEN NETO DE UTILIDAD	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{VENTAS}}$	4%	5%	7%	9%	11%
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{PATRIMONIO}}$	34%	32%	32%	30%	28%
RENDIMIENTO DEL ACTIVO	$\frac{\text{RESULTADO DEL EJERCICIO}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	20%	23%	28%	31%	31%

### INDICADORES FINANCIEROS DE ENDEUDAMIENTO

ENDEUDAMIENTO	FORMULA DE CALCULO	2016	2017	2018	2019	2020
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$	50.84%	39.05%	28.52%	19.69%	12.55%
ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO	$\frac{\text{PASIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO TOTAL (o Activo Total)}}$	32.33%	46.21%	67.92%	100.00%	100.00%
PATRIMONIO A PASIVOS	$\frac{\text{PATRIMONIO}}{\text{PASIVO TOTAL}}$	0.97	1.56	2.51	4.08	6.97

**INDICADORES DE GENERACIÓN DE VALOR**

INDICADORES DE VALOR	FORMULA DE CALCULO	2016	2017	2018	2019	2020
KTNO	$C \times C + \text{Inventarios} - C \times P$	234,636	251,689	271,020	291,562	313,366
PKT	$\text{KTNO} / \text{INGRESOS}$	0.09%	0.09%	0.09%	0.09%	0.09%
ROA (RENDIMIENTO ACTIVO)	$\frac{\text{UAI}}{\text{ACTIVOS NETOS OPERATIVOS}}$	79.58%	120.04%	200.39%	326.11%	538.50%
ROI (RENDIMIENTO PATRIMONIO)	$\frac{\text{UAI}}{\text{PATRIMONIO}}$	50.86%	48.49%	48.21%	45.88%	42.20%
MARGEN EBITDA	$\frac{\text{EBITDA}}{\text{INGRESOS}}$	8.04%	9.48%	11.86%	14.32%	16.43%
COSTO PROMEDIO PONDERADO		14.37%	15.03%	15.58%	16.11%	16.62%
RAN	$\frac{\text{UODI}}{\text{ACTIVOS OPERACIÓN}}$	52.52%	79.22%	132.26%	215.23%	355.41%
EVA	$\text{UODI} - \text{ACTIVOS} \times \text{CK}$	9,893,939	13,939,797	20,414,926	27,771,666	35,229,758
EVA	$\text{ACTIVOS} \times (\text{RAN} - \text{CK})$	9,893,939	13,939,797	20,414,926	27,771,666	35,229,758
% EVA	$\text{EVA} / \text{VENTAS}$	3.85%	5.07%	6.91%	8.75%	10.34%

#### 8.2.4 Análisis de sensibilidad y riesgo

Una vez concluidas las proyecciones y poder observar que realmente la empresa si es viable y rentable pues con el tiempo sus ganancias comienzan a verse, se mostraran dos escenarios en los cuales se podrá observar que hubiera pasado si los costos variables fueran diferentes, es decir, si hubieran sido muy elevados o muy bajos. Los costos se aumentarían un 15% sobre el valor real.

**Escenario 1: Costos Variables Altos:** Con el aumento de los costos, la utilidad neta se convierte en negativo, es decir la empresa tiene perdidas y deja de ser rentable, pero en el año 2020 comenzaría a recuperarse poco a poco, pues en este caso después de 4 años de perdida, la utilidad neta serian \$118.500 que aún sigue siendo muy baja.

Esto quiere decir que es indispensable cuidar todos los costos y gastos que se generan, tratando de ser muy consientes en las inversiones que se puedan presentar y sobretodo darse cuenta si pueden ser rentables o no.

El VPN se convierte en negativo, lo cual es claro que no hay rentabilidad de parte de la empresa.

Esto concluye que entre más altos sean los costos, más baja será la rentabilidad de la empresa.



**Escenario 2: Costos Variables Bajos:** Con la disminución de los Costos, la utilidad neta se convirtió en positiva, arrojando beneficios para la empresa, sin embargo es curioso como a pesar de tener unos costos más bajos, sigue siendo más rentable la empresa con sus costos reales en comparación a este supuesto, pues con este hay una diferencia de alrededor de seis millones menos que están dejando de ganar.

Igualmente la TIR se convirtió de nuevo a positivo, sin embargo se entiende que mientras los costos de una empresa sean bajos, el beneficio de utilidades puede aumentar

#### 8.2.5 Consideraciones sobre la Evaluación Financiera

Para evaluar el proyecto financieramente, se tuvo en cuenta la TIR que es quien da el rendimiento del proyecto y el VPN que muestra la representación del dinero actual.

Es claro que mientras el VPN sea mayor a 0 y la TIR sea mayor a la TMRR, el proyecto se muestra como viable, entendido esto en la inversión realizada por \$50'617.787 a Dulce Vida, indica que obtuvo una TIR con un porcentaje del 50.01%, donde el VPN se da en \$53'614.548, confirmando la viabilidad del proyecto.

### 8.3 Punto de Equilibrio

Tabla 37. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO - PRIMER AÑO			
<b>COSTOS FIJOS:</b>	<b>2016</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>2016</b>
Costos fijos	91,800,000	Precio de venta promedio	36,686
Gastos operativos	59,893,721	<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b>	<b>36,686</b>
Gastos financieros	5,138,057		
Impuestos	5,269,735	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>2016</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>162,101,514</b>	<b>EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - ANUAL</b>	<b>6,584</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>2016</b>	<b>EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENSUAL</b>	<b>549</b>
Costo variable promedio	12,067	<b>EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL</b>	<b>241,556,474</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>12,067</b>	<b>EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL</b>	<b>20,129,706</b>

El punto de equilibrio me muestra lo que debo vender mensual y anual para que la empresa se sostenga, pero es de aclarar que si no se llega a este puede generar pérdidas a la empresa.

El punto de equilibrio para que Dulce Vida se sostenga en unidades mensualmente es de 549 y en pesos es 20.129. 706, esto quiere decir que la empresa es esto lo que debe vender mensualmente.

El punto de equilibrio para que Dulce Vida se sostenga en unidades anualmente es de 6.584 y en pesos es de 241'556.474.

#### **8.4 Consideraciones Sociales**

Dentro de las consideraciones sociales, Dulce Vida será una empresa que dará la oportunidad de empleo a aquellos jóvenes universitarios que deseen trabajar para obtener sus ingresos propios y adquirir experiencia laboral, esto con el fin de que crezcan, aprendan y se den cuenta lo mucho que un empleo les aporta, además la experiencia que adquieren les da la oportunidad de saber y entender lo que les gusta y les apasiona sin dejar de mencionar que esta es importante para la hoja de vida pues hoy en día es muy importante para obtener mejores empleos, siendo un factor completamente influyente en la aplicación para estos.

#### **8.5 Consideraciones Ambientales**

La contribución y buenas prácticas que se tengan con el medio ambiente, es un factor muy importante como empresa. Hoy en día las empresas están optando por poner en prácticas que sean una ayuda para la contribución de cuidado de todo lo que nos rodea.

Dulce Vida no será la excepción, por esto se mostrara como un establecimiento donde se llevaran a cabo las buenas prácticas de la separación de la basura, además de que utilizara papel reciclaje, las tintas de la impresora serán vegetales, se tratará de bajar los niveles de uso de plástico reemplazándolo por cartón.

## 9. CONSIDERACIONES FINALES DEL PROYECTO Y RECOMENDACIONES

### Consideraciones

- Teniendo en cuenta la importancia de la información que se indague en el transcurso del proyecto, es preocupante el hecho de que se haya tenido que trabajar y analizar el sector con información y cifras con un promedio de dos y tres años de antigüedad ya que la información y cifras actuales no se encuentran actualizadas, siendo esto un riesgo muy grande para la investigación ya que en el momento en que se deban implementar diversas estrategias con base a lo encontrado puede desencadenar una mala toma que puede tener una mala repercusión en la empresa.
- La industria repostera muestra que es alto el índice de lugares que ofrezcan estos productos, teniendo en cuenta que los más ofertados son los panaderas pues se evidencio que actualmente es muy factible encontrar panaderías en la esquina de un barrio, sin embargo a pesar de que el mercado se sature de estos establecimientos, para Dulce Vida esto sería una barrera de entrada baja ya que con su innovación de los tres ambientes en un mismo sitio, ningún otro lugar lo tiene haciendo que la empresa se comience a dar a conocer por su punto diferenciador.
- Mediante el estudio técnico se pudo indagar cual realmente la maquinaria que será necesaria para el montaje de la empresa, teniendo en cuenta todos sus costos,

los insumos para la producción, el proveedor que abastecerá a la empresa, dando una visión amplia de lo que se necesita para ser más competitivo en el mercado.

- En la investigación se encontró que realmente el barrio Provenza es el sitio de ubicación perfecto para el montaje de la empresa, pues tiene muchas ventajas, entre ellas ser un lugar muy visitado, tener una ubicación estratégica pues coincide con una calle que es muy conocida en la ciudad y más aún el ambiente del barrio hará que Dulce Vida de ese toque más hogareño al sector.

- La aplicación de la encuesta dio un gran indicio de que la empresa puede llegar a ser muy atractiva para los futuros consumidores, pues se encontró con que el 94% los encuestados, les gustaría un lugar como lo es Dulce Vida mostrando que el mercado hace falta un lugar como este donde ofrezca este espacio de concentración con comodidad y con la posibilidad de poner ingerir productos reposteros.

- Por medio de la evaluación financiera del proyecto y sus proyecciones, Dulce Vida se mostró como una empresa viable, gracias a los montos arrojados como beneficiosos para la empresa, además de que cuentan con un VPN y TIR que sustenta aún más que la empresa puede tener futuro en el mercado, sin embargo no hay que dejar atrás que día a día hay que reinventar y diversificar el portafolio y las estrategias de marketink ya que el consumidor es muy cambiante y realmente la empresa gira en torno a él.

## Recomendaciones

- Para lograr una mayor acogida en el mercado se debe ser muy enfático en la publicidad que se le haga a la empresa, para esto la campaña de lanzamiento debe ser muy efectiva pues de sus resultados, es el conocimiento que puede adquirir Dulce Vida, aparte de esta estrategia, no se debe dejar atrás las demás para así ir poco a poco ganando el mercado esperado.
- Como empresa de servicios, es fundamental darle a esta una gran importancia, pues tanto el servicio como la comida son muy importantes en el éxito de la empresa, por eso es necesario que a medida que vaya pasando el tiempo se innove y se dinamice con propuestas diferentes que el mismo mercado comience a traer.
- Las opiniones y sugerencias de los clientes son fundamentales, por esto es importante esmerarse en cumplir sus expectativas que al mismo tiempo ayuda a que la empresa crezca y sea mejor cada día mejor.

## 10. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Dinero. (25 de Diciembre de 2014). Panadería y Pastelería, oro oficio en potencia. *Dinero Mentor*. Recuperado de: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/estudios-panaderia-pasteleria-colombia/204392>
- Revista La Barra.( 31 de Marzo de 2014). ¿Cómo está el sector panadero en Colombia?. *Dinero Mentor*. Recuperado de: <http://www.revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2014/editorial-40/informe-4/como-esta-el-sector-panadero-en-colombia-2.htm>
- Revista Dinero. (6 de Abril de 2014). A la economía de Medellín la mueve el turismo de eventos. *Dinero Mentor*. Recuperado de: <http://www.dinero.com/pais/articulo/turismo-negocios-medellin/196948>
- Porter, M. E. (1993). Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior. México: Compañía Editorial Continental.
- Kothler, P. (2007). Marketing Versión para Latinoamérica. Mexico: Compañía PEARSON Educación.
- Alcaldía de Medellín. (2008). Plan de Desarrollo de Medellín 2008-2011. Medellín.
- Gerencie.com. (10 de Diciembre de 2010). Guía para la constitución de una sociedad por acciones simplificada SAS. Recuperado de: <http://www.gerencie.com/guia-para-la-constitucion-de-una-sociedad-por-acciones-simplificada-sas.html>



Alcaldía de Medellín. (2007). Plan de Desarrollo Comuna 14 – El poblado. Recuperado de: <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Plantillas%20Gen%C3%A9ricas/Documentos/Plan%20Desarrollo%20Local/Documento%20Plan%20de%20Desarrollo%20de%20El%20Poblado.pdf>

La Barra. (09 de Octubre de 2013). El arte dulce con sabor paisa. Recuperado de:

<http://www.revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2013/edicion-60/especial-8/el-arte-dulce-con-sabor-paisa.htm>

Actividad Cultural del Banco de la República. (2000). Sectores económicos. Recuperado de:

[http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores\\_economicos](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos)

Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2013). PROYECTO DE LEY DE

PRESUPUESTO GENERAL DE LA NACION 2013: “HACIA UN DESEMPEÑO EFICAZ DEL ESTADO”. Recuperado de:

<http://www.minhacienda.gov.co/portal/page/portal/HomeMinhacienda/presupuestogeneraldelanacion/ProyectoPGN/2013/MENSAJE%20PGN%202013.pdf>

Revista Alimentos. (2013). La panadería, un negocio eficiente. Recuperado de:

<http://www.revistaalimentos.com.co/ediciones/ediciones-2013/edicion-36/sector-destacado-14/la-panaderia-un-negocio-eficiente.htm>

Google Maps. Recuperado de: <https://maps.google.es>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: UAEH. (Diciembre de 2011). Métodos y

Técnicas de Evaluación de Proyectos de Inversión. Recuperado de:

[http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/metodos\\_y\\_tecnicas\\_de\\_evaluacion\\_de\\_proyectos\\_de\\_inversion.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/metodos_y_tecnicas_de_evaluacion_de_proyectos_de_inversion.pdf)

Universidad EAFIT. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA (SAS). Recuperado de:

<http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/Nota%20de%20clase%2018%20SAS.pdf>

elgourmet. (2009). TARTA DE MANZANA CON HELADO DE CAMELO. Recuperado

de: <http://elgourmet.com/receta/tarta-de-manzana-con-helado-de-caramelo>

ANEXOS

ANEXO 1

<b>CLASIFICACION DEL SECTOR SERVICIOS EN COLOMBIA</b>	
<b>Almacenamiento y actividades complementarias al transporte</b>	Para estas actividades se tienen en cuenta tanto el transporte regular como el transporte no regular de pasajeros, carga por ferrocarril, carretera, vía tanto acuática como aérea, servicios de terminal, transporte auxiliar, estacionamiento, manipulación y almacenamiento de carga, entre otras.
<b>Correo y servicios de mensajería</b>	Esta actividad consiste en la recepción, clasificación, transporte y entrega de todo aquello que concierne a la mensajería, paquetería y mercancía que puede ser tanto a nivel nacional como internacional.
<b>Alojamiento</b>	Esta actividad se le relaciona con aquel lugar donde se puede llegar a vivir temporalmente sea para descansar, alimentarse guardar las pertenencias, etc., el alojamiento le brinda a las personas comodidad y seguridad es su estadía.
<b>Restaurantes, catering y bares</b>	Esta actividad consta de establecimientos comerciales en los cuales se proveen a los clientes de alimentos y bebidas de diversos tipos.
<b>Telecomunicaciones</b>	Las telecomunicaciones son todas aquellas comunicaciones que se dan a larga distancia, que consiste en enviar un mensaje de un lugar a otro a través de los teléfonos, la televisión, el internet y la radio.
<b>Actividades Inmobiliarias</b>	Inmobiliaria como tal consiste en bienes inmuebles, es decir, las actividades inmobiliarias traducen a la comercialización de muebles inmuebles como pueden ser compra o venta y alquiler como son casas, apartamentos, fincas, etc.
<b>Agencias de Viaje</b>	Las agencias de viaje y turismo son aquellas empresas que son especializadas en brindar servicios como alojamiento en hoteles, tours, etc., esto con el fin de brindarles estos beneficios a las personas que turistas que viajan a un lugar diferente al de su hogar y así permitirles ayudar en su estadía.
<b>Educación</b>	El sistema educativo en Colombia se describe como la formación que se da a los usuarios de manera permanente, social, cultura y personal para obtener en un futuro a personas integra, dignas que sepan llevar a cabo sus deberes y derechos.
<b>Financiero</b>	El sistema financiero de Colombia cuenta con un regulador el cual es el ente principal, este es el Banco de la Republica y está formado por: Aseguradoras e intermediarios de seguros de crédito, Establecimientos de crédito, Fondos de pensiones y cesantías, Proveedores de infraestructura, Sociedades fiduciarias, Sociedades del mercado público de valores.
<b>Salud</b>	El sector salud es realmente unos de los mayores sectores de la economía mundial. Este es se reconoce a nivel internacional por la calidad que presta en sus servicios, actualmente gracias a la calidad y los resultados de la salud en Colombia esta cuenta con 19 instituciones que hacen parte de los mejores de la región.

ANEXO 2



**Cappucci**



**Chocolate**



**Mocaccin**



**Café Latte**



**Té**



**Frappé**



**Smoothie  
de Frutas**



**Tarta de  
crema con**



**Cheesecake  
de Oreo**



**Muffin de  
Frutos rojos**



**Muss de  
vainilla con**



**Postre  
Napoleon**



**Helado de  
Vainilla**



**Helado de  
frutos rojos**



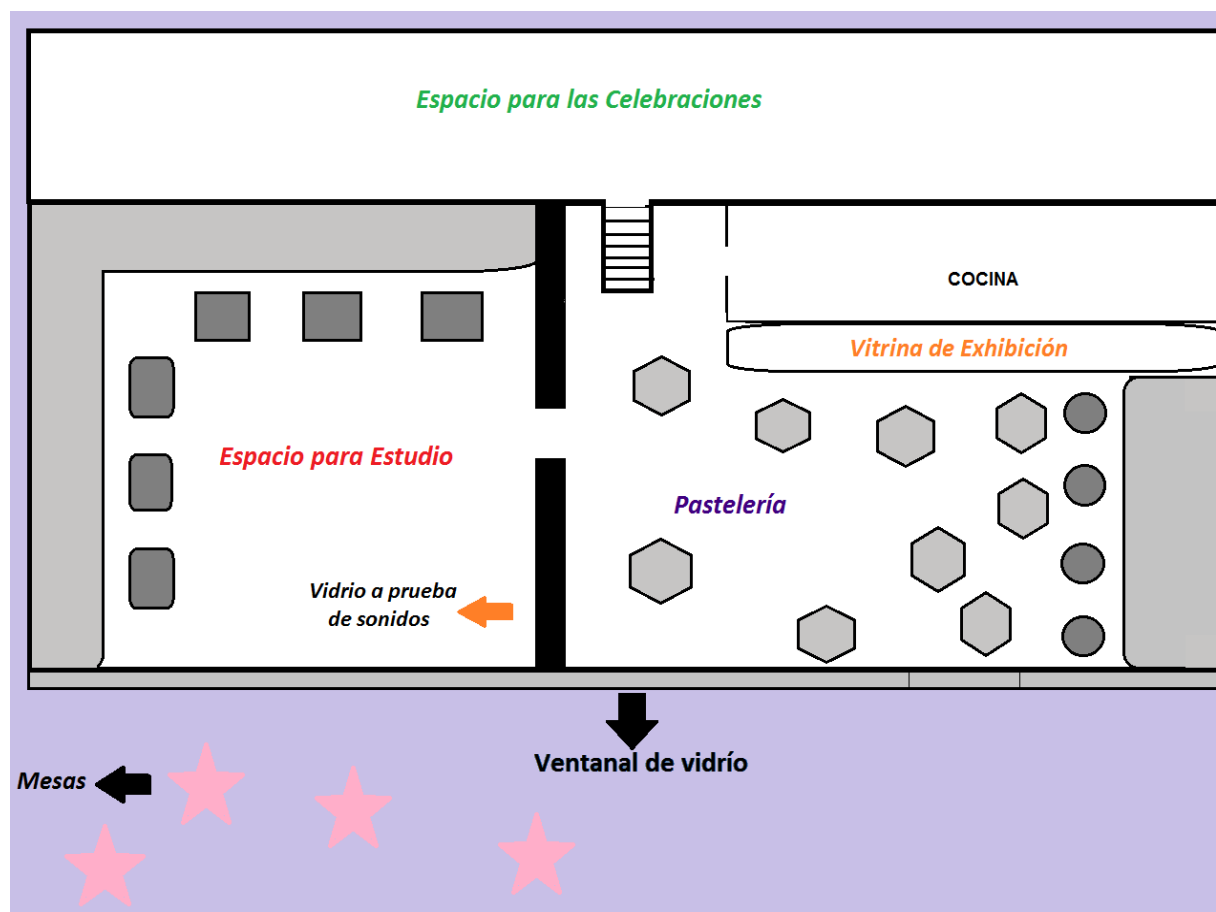
**Helado de  
chocolate**



ANEXO 3



### ANEXO 4



## ANEXO 5

### 1.- Lanzamiento de un Nuevo Servicio

Dulce Vida es una empresa la cual contara con la disponibilidad de tres diferentes servicios.

La realización de la siguiente encuesta es con el objetivo de conocer los aspectos de cada uno de ellos.

La duración de esta encuesta es de aproximadamente 2 minutos.

#### \*1. Cuál es su rango de edad?

- 18 - 25
- 26 - 33
- Más de 34

#### \*2. A que estrato socioeconómico pertenece?

- 4
- 5
- 6

#### \*3. Cuál es su lugar de estudio frecuente?

- En casa
- Biblioteca
- Restaurantes
- Café internet
- Otro

#### \*4. Le cobran por estudiar en alguno de estos sitios?

- Si
- No

#### \*5. Que comodidades debe tener un sitio para estudiar?

- Zona WIFI
- Mesas y sillas
- Comida disponible
- Adecuación de un espacio de concentración y silencio
- Otro Cuál?

#### \*6. Estaría bien que le cobren por estudiar?

- Si
- No, porque?

#### \*7. Le gustaría encontrar un sitio cómodo con WIFI y comida disponible como pastelería para estudiar?

- Si



No

**8. Estaría dispuesto a pagar por esta comida precios entre \$5.00 y \$35.000?**

Si

No, porque?

**\*9. Cuando visita establecimientos de pastelería y repostería, quien lo acompaña?**

Amigos

Pareja

Familia

Solo/a

**\*10. Considera usted la apertura de un lugar en Medellín donde pueda estudiar, trabajar, celebrar fechas especiales y disfrutar productos pasteleros y reposteros?**

Si

No, Porque?