

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea del CRAI-Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la CRAI-Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Valentía, pastelería saludable

Valentina Gómez Mosquera

Trabajo de grado para optar el título de Ingeniera Industrial

Director

Pilar Tatiana Parada Mayorga

Magíster en Ingeniería Industrial

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

Facultad de Ingeniería Industrial

2017

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Dedicatoria

A mi familia, por su amor incondicional, su continuo apoyo en los momentos más difíciles, depositando su entera confianza en cada reto que se me ha presentado.

A todas las personas que Dios puso en mi vida con el objetivo de demostrarme lo hermosa que es la vida, que aparecieron para ayudarme y hacer de mis miedos mis mayores fortalezas y mi razón de existir hoy, Valentía Pastelería Saludable una empresa cuya razón de ser es ayudar a todas las personas.

Valentina Gómez Mosquera

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por darme una segunda oportunidad de vida, para poder realizar mis metas y mis sueños, por regalarme tantas pruebas que en su momento fueron difíciles para mí, pero que gracias a ellas hoy soy una mejor persona, una mujer valiente, y una emprendedora, que vive y lucha por cada objetivo que tiene en su vida.

En segundo lugar, quiero agradecer a mi madre y mi abuelita por su amor y entrega incondicional conmigo, por su continuo apoyo en los momentos más difíciles, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba, porque jamás dejaron de creer en mí y en que podía sacar mi vida y mi salud adelante, confiando en que yo sería mucho más fuerte que mis propios miedos.

En tercer lugar, al Ingeniero Oscar Varela decano de la facultad de Ingeniería Industrial, quien jamás dejó de creer en mi valentía y en la creación empresa, por demostrar siempre interés y apoyo incondicional en los más difíciles momentos durante la carrera, porque confió plenamente en esta idea de negocio y junto a mí pudimos hacer realidad este sueño.

Gracias a Dios nuevamente, por concederme tan maravillosa experiencia en la Universidad Santo Tomás, donde me permitió convertirme en una profesional, gracias a cada uno de los docentes que hicieron parte de este proceso, por su esfuerzo y enseñanzas, para lograr que fuera una mejor profesional.

Valentina Gómez Mosquera

Tabla de Contenido

Introducción	16
Justificación.....	19
1. Plan de Negocio.....	24
1.1. Descripción del producto o servicios.....	24
1.1.1. Definición usos y especificaciones del producto	24
1.1.2. Productos Sustitutos.....	29
1.1.3. Productos complementarios	30
1.1.4. Mercado de competidores	31
1.1.5. Atributos diferenciadores	32
1.2. Mercado potencial y objetivo.....	32
1.2.1. Mercado potencial.....	32
1.2.3. Mercado Objetivo	33
1.3. Investigación de mercados	34
1.3.1. Tipo de Investigación.....	34
1.3.2. Metodología de Recolección de Datos	35
1.3.2.1. Cuantitativa	35
1.3.2.2. Cualitativa	35
1.3.3. Instrumento de recolección de Información	35
1.3.3.1. Encuesta	35
1.3.4. Ficha técnica	36
1.3.5. Método de selección de la muestra probabilística	36

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

1.3.6. Tamaño de la Muestra.....	36
1.3.7. Análisis de las encuestas	37
1.4. Resultados.....	38
1.4.1. ¿En qué rango de clasificación se encuentra su edad?.....	38
1.4.2. ¿Consume usted productos de pastelería?.....	39
1.4.3. ¿Consume usted productos de pastelería saludables?	40
1.4.4. ¿En que se basa principalmente al seleccionar un producto de pastelería saludable al consumir?	41
1.4.5. ¿Con que frecuencia consume usted productos de pastelería saludable o dietéticos? ..	42
1.4.6. ¿Le gustaría que existiera una pastelería saludable en el sector, que tenga en cuenta los problemas de salud que existen frecuentemente?	43
1.4.7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de sobreprecio por un producto de pastelería saludable y nutritivo?	44
1.4.8. ¿Qué productos le gustaría encontrar en la pastelería?	45
1.5. Análisis de la situación actual de la competencia	47
1.6. Plan de mercadeo.....	50
1.6.1. Descripción de la empresa	51
1.6.1.1. Direccionamiento estratégico	51
1.6.2. Estrategia de producto o servicio	61
1.6.2.1. Uso del Producto-Servicio	62
1.6.2.2. Características de cada Producto.....	62
1.6.2.3. Estrategia de precios.....	67
1.6.2.4. Estrategia de plaza o distribución.....	68

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

1.6.2.5. Estrategia de comunicación.....	69
1.6.2.6. Estrategia de introducción al mercado	70
1.6.2.6.1. Evento Especial	71
1.6.2.6.2. Impacto Visual	71
1.6.2.6.3. Fechas Especiales	74
1.6.2.6.4. Organización de Actividades Deportivas	75
1.6.2.6.5. Promociones	76
1.6.2.6.6. Aplicación para dispositivos móviles.....	77
1.6.2.6.7. Domicilios	78
1.6.2.6.8. Black Friday	79
1.7. Proyección de ventas	79
1.7.1. Estudio técnico	82
1.7.1.1. Ficha técnica del producto.....	82
1.8. Descripción del proceso en general	84
1.9. Descripción del proceso de producción	86
1.10. Necesidades y requerimientos.....	87
1.10.1. Tecnología e insumos	87
1.10.2. Materia prima y suministros	88
1.11. Costos.....	89
1.11.1. Costos de producción.....	89
1.11.2. Costos de mano de obra	92
1.11.3. Costos indirectos de fabricación	92

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

1.12. Estudio financiero.....	93
1.12.1. Inversiones	93
1.12.1.1. Inversión en activos fijos.....	93
1.12.1.2. Maquinaria y Equipos	94
1.12.1.3. Utensilios.....	94
1.12.2. Capital de trabajo	95
1.12.3. Inversión total	95
1.12.4. Costos y gastos proyectados	95
1.12.4.1. Costos materia prima.....	95
1.12.4.2. Gastos de administración	98
1.12.4.3. Costo capital	99
1.12.4.4. Flujo de caja	100
1.12.4.5. Evaluación financiera.....	101
2. Ejecución Plan de Negocios.....	102
2.1. Plan de mercadeo	102
2.2. Estudio técnico	116
2.3. Estudio administrativo y legal	119
2.4. Estudio financiero.....	128
2.4.1. Análisis de indicadores financieros	139
2.4.1.1. Indicadores de liquidez.....	139
2.4.1.2. Indicadores de eficiencia.....	141
2.4.1.3. Indicadores de endeudamiento	142

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

2.5. Conclusiones.....	144
<i>Bibliografía.....</i>	<i>147</i>
<i>Anexo 1. Encuesta Valentía Pastelería Saludable.....</i>	<i>149</i>
<i>Anexo 2. Documentos legales</i>	<i>152</i>
<i>Anexo 3. Registros de asistencia a los talleres y capacitaciones realizados en Cámara de Comercio.....</i>	<i>159</i>
<i>Anexo 4. Base de datos de clientes, pedidos y productos (febrero)</i>	<i>162</i>
<i>Anexo 5. Base de datos de clientes, pedidos y productos (marzo)</i>	<i>163</i>
<i>Anexo 6. Base de datos de clientes, pedidos y productos (abril).....</i>	<i>165</i>
<i>Anexo 7. Base de datos de clientes, pedidos y productos (mayo).....</i>	<i>167</i>
<i>Anexo 8. Base de datos de clientes.....</i>	<i>169</i>
<i>Anexo 9. Base de datos de clientes nuevos</i>	<i>170</i>
<i>Anexo 10. Base de datos empresas (clientes)</i>	<i>172</i>

Lista de tablas

Tabla 1. Dinámica poblacional	34
Tabla 2. ¿En qué rango de clasificación se encuentra su edad?	38
Tabla 3. ¿Consume usted productos de pastelería?	39
Tabla 4. ¿Consume usted productos de pastelería saludables?	40
Tabla 5. ¿En que se basa principalmente al seleccionar un producto de pastelería saludable al consumir?	41
Tabla 6. ¿Con que frecuencia consume usted productos de pastelería saludable o dietéticos? ..	42
Tabla 7. ¿Le gustaría que existiera una pastelería saludable en el sector, que tenga en cuenta los problemas de salud que existen frecuentemente?	43
Tabla 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de sobreprecio por un producto de pastelería saludable y nutritivo?	44
Tabla 9. ¿Qué productos le gustaría encontrar en la pastelería?	45
Tabla 10. Horario de atención	66
Tabla 11. Proyección de ventas.....	80
Tabla 12. Ficha técnica torta de Chocolate	82
Tabla 13. Ficha técnica torta de Zanahoria y nueces	82
Tabla 14. Ficha técnica torta de Naranja y Nueces	83
Tabla 15. Ficha técnica torta de Limón	83
Tabla 16. Equipos	87
Tabla 17. Utensilios	87
Tabla 18. Costos de materia prima Torta de Naranja y Amapola	89

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Tabla 19. Costos de materia prima Torta de Zanahoria y Nueces	90
Tabla 20. Costos de materia prima Torta de Limón y Nueces	90
Tabla 21. Costos de materia prima Torta de Chocolate.....	91
Tabla 22. Costos mano de obra	92
Tabla 23. Costos indirectos de fabricación	93
Tabla 24. Equipos	94
Tabla 25. Utensilios	94
Tabla 26. Costos de materia prima	95
Tabla 27. Costos	96
Tabla 28. Incremento en ventas.....	97
Tabla 29. Datos generales de costos de producción (1 libra)	97
Tabla 30. Gastos de administración	98
Tabla 31. Costos indirectos con inflación.....	99
Tabla 32. Flujo de caja	101
Tabla 33. Tasa interna de retorno	101
Tabla 34. Ventas proyectadas	108
Tabla 35. Ventas reales	108
Tabla 36. Precios nuevos productos	109
Tabla 37. Equipos que se tenían en la empresa.....	118
Tabla 38. Utensilios que se tenían en la empresa.....	118
Tabla 39. Balance General enero-febrero	130
Tabla 40. Estado de resultados Febrero.....	131

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Tabla 41. Balance General enero-marzo	132
Tabla 42. Estado de resultados marzo	133
Tabla 43. Balance General Enero-abril.....	134
Tabla 44. Estado de Resultados Abril	135
Tabla 45. Balance General Enero-mayo	136
Tabla 46. Estado de Resultados Mayo	138

Lista de Figuras

Figura 1. Ingredientes y tendencias de comida en Colombia. Tomado de www.nilsen.com	20
Figura 2. ¿En qué rango de clasificación se encuentra su edad?.....	39
Figura 3. ¿Consume usted productos de pastelería?	40
Figura 4. ¿Consume usted productos de pastelería saludables?	41
Figura 5. ¿En que se basa principalmente al seleccionar un producto de pastelería saludable al consumir?	42
Figura 6. ¿Con que frecuencia consume usted productos de pastelería saludable o dietéticos?	43
Figura 7. ¿Le gustaría que existiera una pastelería saludable en el sector, que tenga en cuenta los problemas de salud que existen frecuentemente?	44
Figura 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de sobreprecio por un producto de pastelería saludable y nutritivo?	45
Figura 9. ¿Qué productos le gustaría encontrar en la pastelería?.....	46
Figura 10, Organigrama	54
Figura 11. Logo	55
Figura 13. Infraestructura	57
Figura 14, Torta de chocolate.....	63
Figura 15. Torta de banano	63
Figura 16. Variedad de Productos	65
Figura 17. Pieza publicitaria.....	70
Figura 18. Anuncios e imágenes publicitarias	74
Figura 19. Publicidad fechas especiales	75
Figura 20. Publicidad hábitos y estilos de vida saludable	76

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Figura 21. Aplicación appetitos	78
Figura 22. Publicidad domicilios	78
Figura 23. Black Friday.....	79
Figura 24. Descripción del proceso general	84
Figura 25. Diagrama de flujo del proceso	85
Figura 26. Descripción del proceso de producción	86
Figura 27. Eventos.....	103
Figura 28. Stand Valentía.....	104
Figura 29. Eventos.....	105
Figura 30. Valentía como patrocinador	106
Figura 31. Publicidad Instagram	107
Figura 32. Productos que se han vendido para Neocafé y Frugalia's.	107
Figura 33. Nuevos productos	110
Figura 34. Presentación de cupcake	112
Figura 35. Tipo de empaque.....	113
Figura 36. Usuario de Zoho.....	115
Figura 37. Propuestas de logotipo	116
Figura 38. Logo seleccionado	117
Figura 39. Inversiones realizadas	119
Figura 40. Matricula mercantil.....	121
Figura 41. Correo electrónico.....	121
Figura 42. Instagram de valentía	122
Figura 44. Publicación en Instagram de Valentía	123
Figura 45. Instagram día de la mujer.....	124

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Figura 46. Publicación Instagram día de la mujer.....	124
Figura 47. Publicidad de producto en Instagram.....	125
Figura 48. Programa y talleres “+ ideas + empresas”	126
Figura 49. Organigrama	127
Figura 50. Organigrama proyectado.....	128

Introducción

Es un hecho que el emprendimiento es una de las actividades más importantes para la economía, no solo para Colombia, sino en todo el mundo. Cada vez son más las personas que toman la decisión de emprender nuevos proyectos para crear y levantar sus propias empresas. Según un informe del Global Entrepreneurship Monitor Colombia (GEM Colombia), el 65% de los colombianos son empresarios potenciales. [1]

Hoy en día, el emprendimiento es un tema de gran importancia, son múltiples y variadas las razones por las cuales se decide emprender, ya sea por realización personal, conseguir otra fuente de ingresos, tener un mayor control del tiempo propio, lo cual habla de la riqueza de perspectivas que confluyen en el escenario del emprendimiento.

Por otra parte, la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica, los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Sin importar cuál sea el motivo para que un emprendedor decida iniciar su propio negocio, ha sido posible identificar toda una serie de nuevas empresas, pequeñas y medianas, que surgen en todos los renglones de la economía las cuales ayudan a que crezca y se diversifique.

El espíritu emprendedor es muy apreciado en Colombia. Según el mismo informe de la GEM, el 77% de los colombianos tienen una percepción positiva sobre el espíritu empresarial y los empresarios. Lo cual indica que nuestro país es terreno fértil para aquellos que tienen en mente montar su propio negocio, es un país donde la gente está dispuesta a montar nuevas empresas, a ser su propio jefe, a crear sus propias oportunidades de crecer.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Es una fortuna que la cultura del emprendimiento se esté arraigando en Colombia, es una forma de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, mediante el aprovechamiento de oportunidades y necesidades insatisfechas, es el desarrollo de una visión global, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.

De modo que, el presente proyecto desea incursionar en la ciudad de Bucaramanga, con una idea innovadora sobre las pastelerías ya existentes en el mercado actual, cuyo atributo diferenciador radica sus productos, los cuales se engloban en la idea de promover calidad de vida y por ende salud, mediante la comercialización y especialización de pastelería netamente saludable y por supuesto de alta calidad, sin dejar de un lado la exquisitez y el buen sabor de sus productos. Así mismo, diversidad y a precios asequibles al mercado, dirigidos a personas que deseen cuidar su salud o deseen adquirirlos por cuestiones mucho más estéticas.

Teniendo claridad de la idea de negocio y el factor diferenciador con el cual se desea incursionar en el mercado, en busca de solidez, durabilidad y sostenibilidad de la empresa en el tiempo, previamente se elaboró un respectivo plan o modelo de negocio el cual serviría como instrumento de medición de los alcances de la idea de negocio antes de implementarse en la realidad y esto nos facilitaría la toma de decisiones más acertadas en pro del crecimiento del negocio.

A grandes rasgos el plan de negocio está conformado por un estudio y plan de mercadeo, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio financiero y el impacto ambiental y social que tiene la ejecución del negocio.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Tomando como base los resultados obtenidos en cada uno de los estudios realizados en el plan de negocios y la viabilidad del mismo, se hizo su respectiva aplicación y creación de la empresa, la cual se encuentra operando actualmente.

La creación de la empresa se realizó en el mes febrero del presente año. Los resultados obtenidos en el transcurso del tiempo han sido positivos, en términos de rentabilidad y acogimiento por parte de los consumidores finales.

Lo anterior se puede validar, ya que mes a mes se ha llevado un control de la parte financiera de la empresa, mediante estados de resultados y balance general, cuyo propósito ha sido verificar y evidenciar la rentabilidad del negocio, para así dar lugar a correctas tomas de decisiones que beneficien a la empresa, teniendo en cuenta la capacidad productiva de la misma.

Todo lo anterior con el fin de no sobrepasar la capacidad productiva ni la cartera de la empresa, sino por el contrario definir estrategias de crecimiento generales, tanto en ventas como en la parte organizacional.

Sin más preámbulos, cabe resaltar que el documento como se ha mencionado anteriormente está constituido y dividido en dos partes, la primera de ellas el plan de negocios realizado y la segunda parte, la aplicación y resultados obtenidos del mismo.

Justificación

El presente proyecto desea incursionar en la ciudad de Bucaramanga, con una idea innovadora sobre las pastelerías existentes en el mercado actual. El diferencial de esta pastelería es la comercialización de productos netamente saludables y por supuesto de alta calidad. Así mismo, diversidad en sus productos y a precios asequibles al mercado, dirigidos a personas que deseen cuidar su salud o deseen adquirirlos por cuestiones estéticas.

Valentía pastelería saludable es una propuesta cuyo factor diferenciador radica en la fabricación y comercialización de sus productos bajo un concepto de estilo de vida y alimentación saludable. El “core” o plus” del presente negocio gira entorno a la especialización de sus productos, además de ofrecer un producto de calidad, sin dejar de un lado la exquisitez y el buen sabor, el proyecto está enfocado principalmente en el factor nutricional de sus productos, ya que es temática de gran preocupación y tendencia en la actualidad, tal y como lo menciona la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

En primer lugar, para la elaboración de nuestros productos se utilizarán materias primas mucho más saludables que las tradicionales, tales como: cereales, azúcares no refinados y productos no transgénicos.

“Incluir alimentos sanos es una preocupación de los consumidores de todos los niveles socioeconómicos” [1]

“Los consumidores colombianos cada vez más están modificando sus hábitos alimenticios debido a que se preocupan por su salud y a que les interesa saber qué ingredientes están

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

consumiendo. El reto está para las marcas en ofrecer productos que se adapten más a esta nueva tendencia y crear confiabilidad con el cliente.” [2], por esta razón nosotros como fabricantes deseamos promover la masificación de productos saludables a través de los diversos canales.

Así mismo, se desea garantizarle al consumidor productos de calidad, implementando las buenas prácticas de manufactura y todo lo que compete a la elaboración de los mismos, manejando altos estándares de calidad en los productos que se van a ofrecer.

La agencia de investigación Nielsen presenta un estudio sobre salud y la percepción que tiene el consumidor de los ingredientes.



Figura 1. Ingredientes y tendencias de comida en Colombia. Tomado de www.nilsen.com

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

“La encuesta, aplicada en 63 países con metodología online, revela que la dieta baja en grasa es la más seguida por los consumidores en el mundo. América Latina es la región donde más se restringe el consumo de grasas (39%), seguida de África/Medio Oriente (36%) y de Asia Pacífico (31%). Colombia sigue la tendencia, pues el 39% de los encuestados evita la grasa. Además, el 35% trata de consumir menos azúcar, el 20% lácteos o lactosa y el 18% carbohidratos.” [1] según el más reciente Estudio Global de la NIELSEN

Más aún, el 57% de los encuestados afirma que estaría dispuesto a pagar más por comida sin ciertos ingredientes y el 60% afirma seguir una dieta especial que los limita o restringe de comida o ingredientes específicos.

Lo dicho hasta aquí supone que, cada vez son más los consumidores en el mundo que modifican sus hábitos alimenticios motivados por diferentes razones ya sea por sensibilidad alimentaria, alergias, deseo de mantenerse saludables o convicciones personales.

Poco a poco las personas han empezado a tomar conciencia de las implicaciones y daños generados en la salud por el consumo excesivo de azúcar refinada, grasas y alimentos de poco valor nutricional.

A lo largo del tiempo ha sido posible identificar que se han venido imponiendo nuevas tendencias en los hábitos alimenticios, a su vez campañas enfocadas en la promoción de estilo de vida saludable y prevención de malos hábitos alimenticios. Campañas cuya temática no solo contemplan el factor nutricional sino también la importancia del ejercicio físico en relación con la salud.

“El envejecimiento de la población global, consumidores conectados y con herramientas para informarse sobre las particularidades de todo lo que hacen y consumen; alimentos con propiedades medicinales y mayor prevalencia de enfermedades crónicas, son sólo algunos de los

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

factores claves que incrementan el interés en la comida saludable y en hábitos de consumo alineados con este estilo de vida.” [2]

Por otra parte, actualmente se puede encontrar un gran número de pastelerías, cafeterías y restaurantes que ofertan gran diversidad en la gama de sus productos y prestación de servicios de calidad en general.

No obstante, este tipo de negocios no cubren al segmento de clientes que lleva una alimentación saludable. La elaboración de sus productos es realizada con insumos como: harinas y azúcares refinadas, grasas, etc.

De acuerdo a lo anterior, es importante resaltar que existe una población o segmento de clientes que por cuestiones de salud o por razones más estéticas no consumen este grupo de alimentos, por tanto, dichos establecimientos comerciales no abarcan o satisfacen a la población en general.

Como se mencionaba anteriormente, en los últimos años se ha visto una tendencia muy marcada hacia la comida saludable. En Bucaramanga existen algunos negocios que han formado parte de esta nueva inclinación cultural, sin embargo, ninguno de ellos netamente especializado en la producción y comercialización de pastelería saludable, únicamente establecimientos dedicados a compra y venta de los mismos.

De lo anterior se puede inferir que dada la situación actual de este segmento de mercado es una gran oportunidad de negocio para la ciudad de Bucaramanga, puesto que los establecimientos que comercializan este tipo de productos, no son precisamente una competencia directa puesto que su servicio no está enfocado en la producción y elaboración de los mismos. Por otra parte, es demasiado escaso encontrar este tipo de negocios, por tanto, se está quedando demasiado corto para tal crecimiento.

VALENTÍA, PASTERERÍA SALUDABLE

La tendencia por lo saludable y funcional es sin duda una motivación interesante para que los fabricantes y minoristas puedan fomentar estrategias para ofrecer productos más sanos a sus compradores.

Teniendo en cuenta las situaciones planteadas anteriormente, es posible identificar que existe una ventaja para la apertura de un establecimiento dedicado a la producción y comercialización de pastelería saludable, por una parte, en la ciudad aún no existe un negocio dedicado a la misma actividad, y, por otra parte, se debe aprovechar la oportunidad de negocio dadas las nuevas tendencias en los consumidores.

Es de esta forma cómo surge el presente proyecto de creación y puesta en marcha de una pastelería saludable en la ciudad de Bucaramanga. Proyecto que dará un giro a los negocios tradicionales de pastelería por su factor innovador en cuanto a las características y cualidades de sus productos, como también un negocio basado en la especialización de sus productos. Atributos que harán del negocio una propuesta innovadora y diferenciadora del mercado.

Dichos atributos o factores por lo general no van de la mano, pero que se han vuelto esenciales en la vida de la mayoría de personas, especialmente aquellos que tienen un amplio gusto por los dulces. El primero de ellos se fundamenta en lo dulce, como postres, pasteles, entre otros, y el segundo enfoque está fijado en alimentos saludables.

Es de esta manera cómo surge una perfecta opción para aquellos consumidores a los cuales se les antojaba un postre, pero no lo consumían por cuidar su salud, restricciones médicas o simplemente cuestiones estéticas.

Sin más preámbulos la finalidad de este proyecto es satisfacer las necesidades de una población que actualmente está desatendida, y así mismo contribuir en el mejoramiento de calidad de vida mediante la característica diferenciadora del negocio basado en productos saludables.

1. Plan de Negocio

1.1. Descripción del producto o servicios

1.1.1. Definición usos y especificaciones del producto

La tendencia hacia una alimentación saludable cada día toma gran relevancia debido en gran medida a la aparición de múltiples enfermedades relacionadas con los malos hábitos alimenticios, como se mencionaba anteriormente según el más reciente Estudio Global de Nielsen sobre Salud y Percepciones de Ingredientes.

Ha sido posible identificar que en la actualidad se ha generado una tendencia muy marcada hacia la comida saludable y algunos establecimientos dedicados a la comercialización de alimentos han formado parte de esta nueva tendencia, pero ninguno de ellos está dedicado netamente a la producción y comercialización de pastelería y repostería saludable.

Actualmente se puede encontrar un gran número de pastelerías, cafeterías y restaurantes que ofertan gran diversidad e innovación en cuanto a sus productos y sin duda alguna una excelente prestación de servicio.

Conviene resaltar que dichos productos no cuentan con factores y atributos que tengan en cuenta el buen cuidado de la salud y la alimentación, es decir, la calidad de insumos requeridos para la elaboración de sus productos no son precisamente los más beneficiosos para la salud ni los más saludables. La elaboración de sus productos es realizada con insumos tradicionales: harinas refinadas, grasas saturadas, azúcar refinada, otros.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Hay que mencionar además que, los establecimientos mencionados solo se han centrado en la innovación de sus productos y servicios lo cual es correcto y totalmente válido, pero que, dadas las nuevas tendencias en alimentación saludable y el cuidado de la salud, es de vital importancia para la apertura de un negocio tener en cuenta que existe un segmento de clientes que por cuestiones de salud o por motivos más estéticos no pueden consumir este tipo de productos.

En relación con lo anterior actualmente en la ciudad de Bucaramanga existen establecimientos que comercializan productos de pastelería especiales para personas con diabetes, celiaquía, o simplemente versiones light en comparación de los productos sustitutos. Este tipo de negocios están dedicados a la compra y venta de los mismos, pero ninguno de ellos se dedica a la elaboración de los mismos.

Sin más preámbulos, son todas estas las variables a las que “Valentía Pastelería Saludable” como negocio desea apuntar. Valentía Pastelería Saludable desea incursionar en el mercado con una propuesta innovadora en la ciudad de Bucaramanga.

La idea de negocio consiste en la especialización de sus productos, es decir además de ofrecer variedad, calidad y exquisitez en los mismos, el negocio estará enfocado en la elaboración y comercialización de productos pasteleros que tienen en cuenta el factor nutricional y saludable de los mismos sin dejar de un lado el buen gusto y sabor.

Nuestros productos estarán especializados y aptos para aquella población con restricciones médicas, o dirigidos para aquellos que han optado por llevar un estilo de vida y alimentación saludable o simplemente que deseen reducir calorías.

El enfoque de “Valentía Pastelería Saludable” está en demostrar que además de ser un negocio especializado y con atributos diferenciadores, es un negocio para el cual es importante no solo comercializar sino poder contribuir en el buen cuidado de la salud y alimentación saludable,

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

de aquel segmento que no puede consumir este tipo de productos por el motivo que sea, como también demostrar que hay muchas más alternativas que no harán daño a su salud.

Por otra parte, la pastelería desea desmitificar aquella idea y paradigma que se tiene sobre el estilo de vida saludable. Para la sociedad llevar un estilo de vida saludable es sinónimo de monotonía, alimentación no muy deseable o provocativa, sin sabor, y la privación cierto tipo de alimentos especialmente los pasteles y dulces.

En Bucaramanga la apertura de establecimientos dedicados a la elaboración y comercialización de productos de pastelería y repostería que tengan en cuenta tanto factores nutricionales como atributos referentes al buen cuidado de la salud, es realmente escaso y se está quedando demasiado corto para tal crecimiento en el mercado.

Por otra parte, la ciudad bonita no cuenta con un establecimiento que proporcione un ambiente tranquilo, ameno, agradable, armonioso y a su vez sofisticado, que sin duda alguna sea motivo de elección para el cliente ya que es un espacio que se presta para realizar negocios como también pasar una tarde de “Once’s” con amigos, familiares.

No solo innovación en cuanto al modelo de la prestación de servicio sino también que satisfaga la demanda insatisfecha permitiendo a sus clientes disfrutar de gran variedad y opciones de productos realmente saludables.

Para lo anterior, Valentía Pastelería Saludable contará con un personal altamente capacitado para la elaboración de sus productos.

Como objetivo organizacional la empresa busca garantizarle al cliente las variables anteriormente mencionadas, la forma en que se proyecta cumplir y realizar lo anterior será facilitando la información nutricional de sus productos, en lo que compete a los macronutrientes consumidos por porción y los ingredientes utilizados para dicha fabricación. Para lo anterior es

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

una de sus actividades clave realizar los respectivos trámites ante las entidades reguladoras de los mismos.

Así mismo, la empresa desea proporcionar no solo su información nutricional, ya que esto lo puede y debe tener cualquier producto alimenticio. Para lo anterior la empresa ha decidido como estrategia de fidelización de sus clientes crear un lazo de confianza dándole la oportunidad al consumidor de conocer el proceso productivo y la manipulación de alimentos, es decir de acuerdo al producto de interés del cliente, se le facilitará una idea global de los ingredientes utilizados, de tal forma que todo concuerde con los datos que se han manifestado en la información nutricional mostrada.

Todo lo anterior con un único fin, el cual consiste en generar al consumidor final la seguridad y certeza de que Valentía Pastelería Saludable es realmente una casa pastelera especializada en productos saludables, que tiene en cuenta la importancia del buen cuidado de la salud, en la que el consumidor final no tenga duda alguna de que opción elegir para disfrutar de un momento dulce y agradable.

Actualmente la empresa comercializa las siguientes referencias en cuanto a productos:

Tortas Integrales:

- Zanahoria-Nueces
- Naranja-Amapola
- Naranja-Nueces
- Limón-Nueces
- Chocolate

No obstante, el objetivo del negocio es crecer en el tiempo y para ello desea incursionar en el mercado ampliado la gama de sus productos, ofreciendo diversidad y variedad.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

- **Tortas integrales:** zanahoria nueces, naranja amapola, naranja nueces, limón nueces, chocolate, vainilla.

- **Brownie:** integrales a base de harina de almendra, endulzados con stevia y edulcorante artificial, rellenos de arequipe o cobertura de chocolate sin azúcar añadida.

- **Postres endulzados con edulcorante artificial:**

- Pie de limón, maracuyá, naranja.
- Mousse

- **Repostería sin gluten:** Para esta gama se fabrican tortas libres de gluten y azúcar, hechas a base de harina de arroz y endulzadas edulcorante artificial y Stevia.

- **Aperitivos (Sal):**

- Deditos integrales rellenos de quesos bajos en grasa o light
- Empanadas integrales

Es primordial para la empresa cumplir los requisitos legales establecidos en cuanto al manejo de alimentos y control del proceso productivo en pro de una correcta prestación del servicio.

Por otra parte, una de las proyecciones y visiones de la pastelería es crecer en el tiempo, ser reconocida por excelente calidad y exquisitez de sus productos no solo en la ciudad de Bucaramanga sino a nivel nacional.

Uno de los grandes retos que se tienen como empresa es poder llegar a las principales ciudades del país, comercializando todos los productos teniendo establecimientos propios en las diferentes ciudades.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Por otra parte, el enfoque del negocio está en la calidad de sus insumos como de su valor nutricional. Uno de los atributos diferenciadores y valor agregado del modelo de negocio está en la selección de sus insumos ingredientes de calidad y preparaciones de los productos de manera que sea saludable y armonioso con tu cuerpo.

En cuanto a los ingredientes se seleccionan en lo posible naturales y saludables, que en conjunto jueguen un papel que haga del producto uno mucho más completo que uno tradicional o del común. Es decir, un producto que además de tener un buen sabor aporte valor nutricional a cada uno de nuestros consumidores; con el fin de ser como empresa una opción que no perturbe el equilibrio y el buen cuidado de la salud de los consumidores en comparación con los insumos que tradicionalmente utilizan las pastelerías en general.

Los productos van más allá de ser eso, un simple y común producto que ya se oferta en el mercado, principalmente lo que se desea ofrecer es experiencia y promover calidad de vida. Es importante que el cliente se concientice y valore que este tipo de pastelería es una excelente alternativa al momento de elegir que comer cuando se tiene alguna restricción médica o simplemente desee adquirir este tipo de productos por motivos mucho más estéticos.

Valentía pastelería saludable pretende abarcar y satisfacer las necesidades que tienen sus clientes potenciales y del mismo modo satisfacerlas de la mejor manera, brindándoles una atención especializada, instalaciones adecuadas, calidad y diversificación en sus productos y buenas experiencias, por medio de un contacto directo que nos permite tener más confianza y credibilidad.

1.1.2. Productos Sustitutos

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Tanto en Bucaramanga, como en el resto de ciudades se pueden encontrar gran variedad y cantidad de pastelerías, cafeterías y restaurantes que ofertan al mercado infinidad de productos específicamente postres y pasteles, que no aportan ningún beneficio para nuestra salud.

Actualmente las pastelerías y reposterías ejecutan la elaboración de sus productos con los ingredientes tradicionales y comunes como son: las harinas refinadas, grasas trans, azúcar refinada, entre otros. Algunos de ellos son:

- Negrón: Carrera 35 No. 37-38
- Kakahuat: Carrera 35 No. 36 - 02

Por otra parte, se sabe que hay una cierta segmentación de clientes que por razones de salud no pueden consumir este tipo de productos realizados con los ingredientes mencionados anteriormente.

La repostería y pastelería apta para personas con diabetes, celiaquía, resistencia a la insulina y las que deseen llevar una vida saludable es de creciente importancia, por tanto, Valentía Pastelería Saludable es el modelo o prototipo ideal de negocio que encaja para aquellos que no deben o pueden consumir alimentos que contengan azúcares refinadas, harinas refinadas o con gluten, entre otros; pero que desean disfrutar de un delicioso postre.

1.1.3. Productos complementarios

A lo largo del tiempo en Bucaramanga se han venido creando establecimientos que ofrecen comidas o alimentos que intentan pasar por saludables, sin embargo, están muy lejos de serlo.

Ha sido posible identificar que en la actualidad se ha generado una tendencia muy marcada hacia la comida saludable y algunos establecimientos han formado parte de esta nueva

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

tendencia, pero ninguno de ellos está dedicado netamente a la producción y comercialización de pastelería y repostería saludable.

Existen establecimientos que cuentan con productos especiales para personas con diabetes, celiaquía, o simplemente versiones light en comparación de los productos sustitutos. Dichos establecimientos se dedican a la compra y venta de los mismos, es decir, ninguno de ellos se dedica exclusivamente a producir estos tipos de pasteles.

Algunos de los anteriores establecimientos mencionados son:

- Merkafit: Calle 52 No. 37 - 12
- Fitstore: Carrera 36 No. 41 - 59
- Olivetta Health Shop: Carrera 36 No. 52-145

La mayoría de personas que padecen de patologías con regímenes restrictivos de dichos alimentos, desconfían o se abstienen al momento de optar por bebidas, postres, tortas que ofrece el mercado como light o saludables, ya que no tienen la plena seguridad y confianza en los mismos, y no desean correr riesgos que afecten su salud. Dada tal situación esta población tiene un limitante en cuanto a las opciones y productos que ofrece el mercado actual.

1.1.4. Mercado de competidores

Actualmente en la ciudad de Bucaramanga se puede encontrar un gran número de pastelerías, cafeterías y restaurantes que ofertan variedad e innovación en sus productos y servicios.

Como se mencionaba anteriormente el tipo de productos que comercializan no aportan ningún beneficio para la salud de los seres humanos, ya que la elaboración de sus productos es

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

realizada con insumos tradicionales: harinas refinadas, grasas trans y azúcares refinadas, que si se abusa de este tipo de alimentos pueden llegar a ser perjudiciales para la salud.

En los últimos años se ha visto una tendencia muy marcada hacia la comida saludable. En Bucaramanga existen algunos lugares que han formado parte de esta nueva inclinación cultural, sin embargo, ninguno de ellos netamente especializado en la producción y comercialización de pastelería saludable.

Como se ha dicho los establecimientos que se encuentran actualmente comercializando productos de pastelería saludable únicamente se dedican a la compra y venta de los mismos, pero no los elaboran.

Por otra parte, en la ciudad de Bucaramanga no se ha puesto en marcha una pastelería especializada y dirigida a personas que, por exigencias de salud, limitantes en la alimentación o simplemente por estilos de vida requieren productos saludables.

1.1.5. Atributos diferenciadores

- Variedad de productos con recetas y preparaciones aptas para todo el público.
- Ofrece productos nutritivos sin dejar de un lado, la exquisitez y el buen sabor.
- Los productos saludables son elaborados con los más altos estándares de calidad.
- A un precio justo y asequible.
- Servicio especializado y a domicilio.

1.2. Mercado potencial y objetivo

1.2.1. Mercado potencial

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Hacen parte de este estudio todas las personas de los estratos 4,5 y 6 ubicadas en el barrio el Prado y sus alrededores, es decir Cabecera del Llano.

Se seleccionó como mercado potencial el barrio el prado, ya que es la ubicación geográfica que se desea disponer para la apertura del establecimiento.

1.2.3. Mercado Objetivo

La población objetivo está conformada por aquellas personas que deseen adquirir productos de pastelería saludables como una alternativa diferente o remplazo de los tradicionales; cuyo un poder adquisitivo sea medio-alto, de los cuales pertenezcan a un rango de edades entre los 25-49 años, que así mismo residan o trabajen en la ciudad de Bucaramanga, preferiblemente en Cabecera del llano.

La cuantificación de dicha población se obtiene de acuerdo a la participación de la población perteneciente al rango de edades establecido (25 a 49 años), que resida en Cabecera del llano y sus alrededores.

De acuerdo a las proyecciones del DANE aplicadas al CENSO 2005 [3], el Observatorio Municipal del Hábitat y la Vivienda de Bucaramanga, recopiló y publicó un indicador respectivamente de la dinámica poblacional por comunas en la ciudad de Bucaramanga. La cual se tomó como referencia para la cuantificación de nuestra población objetivo a encuestar.

La comuna perteneciente al sector al cual se desea incursionar está denominada: “Comuna 12”, la cual contempla a cabecera del llano y sus barrios. El total de la población según datos del Observatorio Municipal de Bucaramanga, pertenecientes a la Comuna 12 (Cabecera del Llano) entre los 25 a 49 años de edad, corresponde a un total 11.239 tanto hombres como mujeres.

Tabla 1. Dinámica poblacional

Grupos Quinquenales	Comuna 12 Cabecera del Llano		
	Hombre	Mujer	Total
25 a 29 años	1092	1419	2511
30 a 34 años	810	1134	1944
35 a 39 años	869	1193	2062
40 a 44 años	949	1412	2361
45 a 49 años	938	1423	2361
Total			11239

1.3. Investigación de mercados

1.3.1. Tipo de Investigación

Inicialmente se realizó una investigación de tipo exploratoria, mediante la observación y recolección de datos se hizo un análisis previo del escenario del mercado potencial, para así poder identificar la necesidad presente en el sector en lo que compete a pastelería saludable.

Posteriormente se realizó una investigación descriptiva, se utilizó la encuesta como el instrumento para dicha recolección de datos e información, con el fin de conocer las características de nuestros clientes potenciales, expectativas y percepciones sobre el montaje de una pastelería saludable en la zona, con lo que se pudo identificar las actitudes y concepciones del mercado objetivo.

1.3.2. Metodología de Recolección de Datos

1.3.2.1. Cuantitativa

Se realizaron 73 encuestas donde se evaluaron: hábitos, frecuencias, preferencias, comportamientos y gustos. Estas encuestas se aplicaron por medio de encuesta impresa (personalmente).

1.3.2.2. Cualitativa

También se realizaron observaciones en las diferentes pastelerías del sector y las tiendas saludables existentes, con el fin de recolectar datos relacionado con el servicio al cliente, algunas debilidades y fortalezas de los establecimientos, organización del local, ubicación, precios, entre otros.

1.3.3. Instrumento de recolección de Información

1.3.3.1. Encuesta

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Se diseñó el cuestionario con 8 preguntas, para conocer opiniones en materia de pastelerías. Se tuvieron en cuenta las siguientes categorías de análisis: Edad, consumo de productos de pastelería, consumo de productos de pastelería saludables, selección del producto, frecuencia de consumo del producto, si le gustaría una pastelería que ofreciera productos saludables, pago por el producto y que productos le gustaría encontrar en la pastelería. (Anexo 1)

1.3.4. Ficha técnica

- Elemento: Hombres y mujeres entre los 25 y 49 años de edad.
- Alcance: Cabecera del Llano. (Barrio el Prado)
- Tiempo: 1 de diciembre de 2016, hasta el 4 de diciembre del 2016.

1.3.5. Método de selección de la muestra probabilística

El método utilizado para la selección de la muestra es el de muestreo aleatorio simple, el cual está caracterizado porque otorga la misma probabilidad de ser elegidos a todos los elementos de la población. Para el cálculo muestral, se requiere del tamaño poblacional, si dicha población es finita, también del error admisible y de la estimación de la varianza.

1.3.6. Tamaño de la Muestra

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{[(e^2 \times (N - 1)) + (Z^2 \times p \times q)]}$$

Donde:

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

$N = \text{Total de la población}$

$Z = 1,96$ (dado que el nivel de confianza es del 95%)

$p = \text{proporción esperada (0,05)}$

$q = 1 - p$, es decir (0,95)

$e = \text{precisión (0,05)}$

$$n = \frac{1,96^2 \times 11239 \times 0,05 \times 0,95}{[(0,05^2 \times (11239 - 1)) + (1,96^2 \times 0,05 \times 0,95)]}$$

$$n = 72.52 \cong 73 \text{ encuestas}$$

1.3.7. Análisis de las encuestas

Para la respectiva tabulación de los resultados se utilizó la herramienta Excel y por medio de tablas de frecuencia se mostraron las respuestas a cada una de las preguntas realizadas en términos de porcentajes.

1.4. Resultados

Las gráficas y resultados de las encuestas fueron los siguientes:

1.4.1. ¿En qué rango de clasificación se encuentra su edad?

Tabla 2. ¿En qué rango de clasificación se encuentra su edad?

RESULTADOS	CONTEO	%
18 a 25 años	30	41%
26 a 35 años	23	32%
36 a 45 años	15	21%
46 a 60 años	5	7%
más de 60 años	0	0%
TOTAL	73	100%



Figura 2. ¿En qué rango de clasificación se encuentra su edad?

Según la observación de la figura 1, el 41% de la población se encuentra entre las edades de 18 a 25 años, en segundo lugar, el 32% se encuentra entre los 26 a 35 años, el 21% de las personas de 36 a 45 años y finalmente el restante sobrante de la población es mayor de 45 años.

1.4.2. ¿Consume usted productos de pastelería?

Tabla 3. ¿Consume usted productos de pastelería?

RESULTADOS	CONTEO	%
SI	56,94	78%
NO	16,06	22%
TOTAL	73	100%

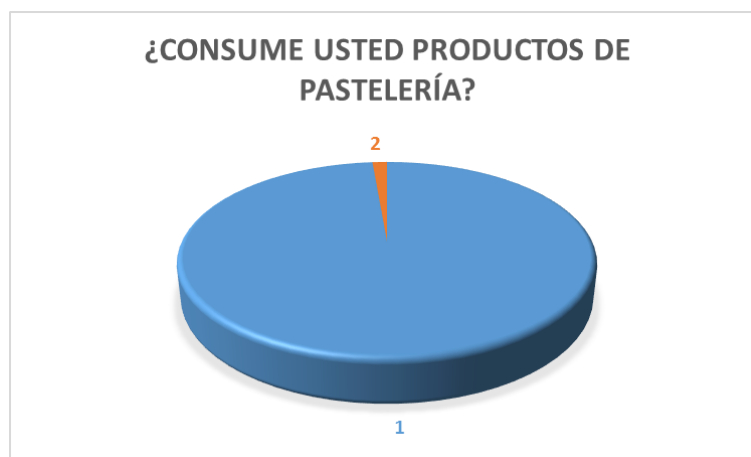


Figura 3. ¿Consume usted productos de pastelería?

El 78% de la población encuestada consume productos de pastelería.

1.4.3. ¿Consume usted productos de pastelería saludables?

Tabla 4. ¿Consume usted productos de pastelería saludables?

RESULTADOS	CONTEO	%
SI	54	74%
NO	19	26%
TOTAL	73	100%

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

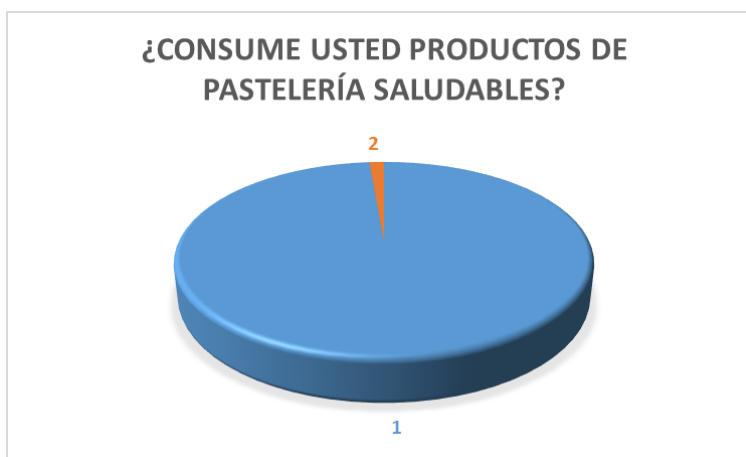


Figura 4. ¿Consume usted productos de pastelería saludables?

El presente análisis arroja que el 74% de la población encuestada acepta y consume productos de pastelería saludable y solo un 26% no los consumen.

1.4.4. ¿En que se basa principalmente al seleccionar un producto de pastelería saludable al consumir?

Tabla 5. ¿En que se basa principalmente al seleccionar un producto de pastelería saludable al consumir?

RESULTADOS DE LA ENCUESTA	CONTEO	%
Saludables al consumir	41	56%
El precio	28	38%
El sector	4	5%
Las instalaciones	1	1%

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

TOTAL	73	100%
-------	----	------



Figura 5. ¿En que se basa principalmente al seleccionar un producto de pastelería saludable al consumir?

El análisis arroja que para el 56% de la población encuestada es relevante que tan saludable es el producto a consumir, principalmente es el factor a tener en cuenta para su compra, seguido de un 38% que incide en el precio del producto a consumir, y por último el sector y las instalaciones que no son muy relevantes para la población.

1.4.5. ¿Con que frecuencia consume usted productos de pastelería saludable o dietéticos?

Tabla 6. ¿Con que frecuencia consume usted productos de pastelería saludable o dietéticos?

RESULTADOS	CONTEO	%
Diariamente	28	38,36%
Día por medio	19	26,03%
Semanalmente	14	19,18%
Quincenalmente	7	9,59%
Mensualmente	5	6,85%

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

TOTAL	73	100,00%
-------	----	---------

Como se puede observar en la tabulación anterior el 38,36% de los encuestados manifiesta consumir diariamente productos pasteleros saludables, entre tanto un 26% dice consumirlos día por medio, lo cual representa una muy buena cantidad de personas que mantienen actualmente hábitos saludables de alimentación y consumo masivo de los productos; por otra parte, un 10% y 7% dice consumirlos quincenalmente y mensualmente respectivamente.



Figura 6. ¿Con que frecuencia consume usted productos de pastelería saludable o dietéticos?

1.4.6. ¿Le gustaría que existiera una pastelería saludable en el sector, que tenga en cuenta los problemas de salud que existen frecuentemente?

Tabla 7. ¿Le gustaría que existiera una pastelería saludable en el sector, que tenga en cuenta los problemas de salud que existen frecuentemente?

RESULTADOS	CONTEO	%
SI	72	98,63%
NO	1	1,36%
TOTAL	73	100%

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

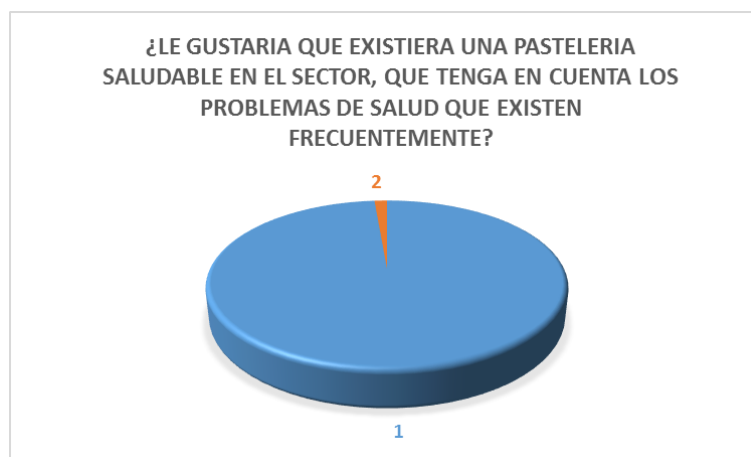


Figura 7. ¿Le gustaría que existiera una pastelería saludable en el sector, que tenga en cuenta los problemas de salud que existen frecuentemente?

Con base en la encuesta aplicada a las 73 personas, el 99% de la población es consciente de la necesidad de cambiar sus hábitos alimenticios con el fin de cuidar su salud y algunos su imagen. Tan solo un 1% de los encuestados no estuvo de acuerdo con realizar dichos cambios.

1.4.7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de sobreprecio por un producto de pastelería saludable y nutritivo?

Tabla 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de sobreprecio por un producto de pastelería saludable y nutritivo?

RESULTADOS	CONTEO	%
5%	24	33%
10%	38	52%
15%	11	15%
TOTAL	73	100%

VALENTÍA, PASTERERÍA SALUDABLE

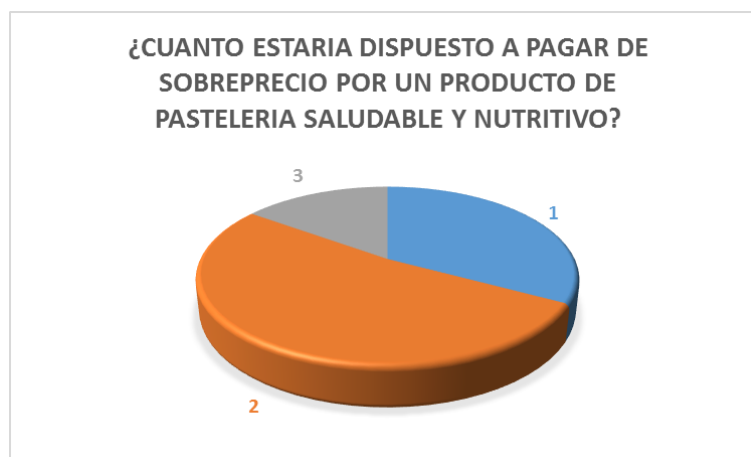


Figura 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de sobreprecio por un producto de pastelería saludable y nutritivo?

Como se puede observar en la tabulación el 52% de la población encuestada estaría dispuesta a pagar de precio extra un 10% lo cual es representativo para los productos, el 33% de la población un 5%, y tenemos un segmento de clientes que pagarían un 15% extra.

1.4.8. ¿Qué productos le gustaría encontrar en la pastelería?

Tabla 9. ¿Qué productos le gustaría encontrar en la pastelería?

RESULTADOS	CONTEO	%
Tortas	41	56,16%
Postres	18	24,66%
Galletas	13	17,81%
Chocolates	1	1,37%
TOTAL	73	100%



Figura 9. ¿Qué productos le gustaría encontrar en la pastelería?

Al aplicar las encuestas en el sector del barrio El Prado, realizar la respectiva tabulación en Excel y despejar las fórmulas para cada una de las preguntas realizadas en el cuestionario aplicado, se obtuvieron los siguientes resultados en términos de porcentajes.

Con este procedimiento se conocieron las necesidades, gustos y percepciones de la población en cuanto a la aceptación y puesta en marcha de una pastelería saludable en la ciudad de Bucaramanga.

De esta forma se logró identificar que la población encuestada no conoce en Bucaramanga una pastelería especializada en productos saludables y por el contrario si quisiera que existiera el establecimiento.

De lo anterior se puede inferir que efectivamente existe la necesidad de una pastelería saludable en la ciudad de Bucaramanga, dado que la idea del montaje fue aprobada por la mayoría de los encuestados.

Se les aplicó la encuesta tanto a mujeres como a hombres dando como resultado que un 62% de los encuestados fueron mujeres y un 38% fueron hombres, de lo cual se pudo inferir que quienes más realizan la compra de productos de pastelería son las mujeres.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

De igual forma las personas encuestadas, el 73% de la población consume productos de pastelería saludables, haciendo que tengamos una ventaja ya que no debemos dar a conocer el producto como tal, sino que debemos idear estrategias para introducir nuestra marca en la mente de los futuros consumidores y así ganar participación en el mercado.

Por otra parte, se pudo establecer el precio extra que estarían dispuestos a pagar por este tipo de productos, como resultado un 10%. De esta forma se tendrá este porcentaje para la fijación de algunos precios, del mismo modo servirán para implementar estrategias de ventas e incursión en el mercado.

Gracias a la pregunta ¿Cuál es su rango de edad?, se pudo concluir que la demanda a la cual llegaremos está dada por la población perteneciente a los rangos de edad entre los 18 y 45 años, tal y como se estimó en el filtro que previamente se había realizado para la selección de la población a encuestar.

1.5. Análisis de la situación actual de la competencia

En Bucaramanga han incursionado un significativo número de restaurantes como Freshii, Eat Well, Green & Fit, Tulatte, entre otros. De los cuales todos estos promueven el cuidado de la salud en base a una alimentación balanceada y saludable, tal y como el proyecto de grado anteriormente citado.

Del mismo modo ha habido gran acogimiento para aquellos emprendedores que quisieron ir más allá de lo comúnmente conocido y ofrecido en el mercado Bumangués. Este espacio ha sido para las tiendas o mercaderías que proveen productos saludables o una versión para light que

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

los que oferta el mercado en general, productos como panes, tortas, yogurt, pastas, mantequillas de maní, etc.

Tiendas saludables como Merkafit, Fitstore, Olivetta HealthShop y la más reciente de ellas Mordiscofit. Las cuales han crecido a gran escala y en muy corto tiempo, pues la población ha demostrado demasiado interés por este tipo de alimentos.

Es un sector bastante competitivo puesto que actualmente solo existen estas cuatro tiendas saludables. Día a día los propietarios de las mismas en busca del posicionamiento en el sector, se han visto en la obligación de incurrir a un marketing agresivo, baja de precios, promociones y descuentos, patrocinadores oficiales de gimnasios y eventos que promuevan salud, ofertas y descuentos constantemente, etc.

Lo anterior no quiere decir que sean estrategias que no atraerán clientes, solo que la aplicación de dichas estrategias no se está realizando en el momento más indicado para un negocio que está en su fase de inicio o de introducción al mercado.

Además, cabe resaltar que estas cuatro empresas cuentan con los mismos proveedores de sus productos, lo cual no es favorable que estén realizando muy seguido promociones y baja de precios, teniendo en cuenta que sus proveedores no bajan su precio de venta para que ellos puedan realizar estas promociones, de modo que no sería muy rentable para el negocio tener menos utilidad por lograr posicionamiento en el sector.

Es válido hacer hincapié en que para cualquier tipo de empresa el estar sujeto a un mismo proveedor que el de los demás competidores y a su vez ofertar los mismos productos detiene en cierto modo factores fundamentales como el liderato, el posicionamiento, el tener un mayor éxito y rentabilidad en el mercado.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

De acuerdo a lo anterior, en vista de la constante competencia entre estas microempresas, se puede inferir que se está dando por la creciente demanda del mercado y las necesidades que aún no han sido atendidas.

No obstante, cabe resaltar que estos negocios han logrado tener una alta rentabilidad y crecimiento en el tiempo aun estando ligadas a los factores anteriormente mencionados.

Por otra parte, se ha visto el emprendimiento y las múltiples aperturas de pastelerías en la ciudad de Bucaramanga tales como, Negrón, Kakahuat, Dulce pecado, entre otras. Pero ninguna de ellas especializada en repostería saludable.

El éxito también se ha visto para estos establecimientos los cuales han incursionado en el mercado con nuevas ideas de negocios, los cuales querían innovar ofreciendo a los consumidores un espacio diferente para disfrutar de un momento dulce y agradable.

No obstante, teniendo en cuenta estas dos relaciones de éxito en los diferentes negocios, el gran acogimiento y las nuevas tendencias y necesidades que aún quedan por atender, es la forma como Valentía Pastelería Saludable desea incursionar y posicionarse en el mercado, para así resolver aquellas necesidades que aún no han sido atendidas en la población e innovar aprovechando este vacío que está presente en el mercado actual de Bucaramanga.

Teniendo como principio central la promoción y prevención de las múltiples enfermedades por los malos hábitos alimenticios, sujetas a nuevas propuestas y diversidad de productos de repostería sin llegar a comprometer la salud de algún consumidor con restricciones ya sean médicas o para cualquier persona que simplemente desee cuidar su figura.

Además, es válido recalcar que Valentía Pastelería Saludable no tendría el problema de competitividad ejemplificado en las tiendas saludables anteriormente mencionados pues no estará ligada a los mismos proveedores como el caso de estos negocios, ya que serán productos elaborados propiamente por el establecimiento.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Por otra parte, sería un ambiente propicio para entrar en el mercado ya que la necesidad está presente y además se cuenta con un nicho o un sector el cual como se presenta actualmente en las tiendas saludables está dispuesto a pagar el precio que establece el negocio, ya que aun en el mercado actual no se cuentan con más productos semejantes.

1.6. Plan de mercadeo

Esta idea de negocio está encaminado a ofrecer productos de pastelería y repostería saludables, aprovechando la experiencia obtenida a lo largo del tiempo por una de las propietarias del negocio actual, Claudia Patricia Mosquera Rueda, quien en compañía de su hija Valentina Gómez Mosquera han emprendido el negocio y se han capacitado para ampliar continuamente su gama de productos. Combinando esta experiencia y aprovechando las nuevas tendencias y necesidades de la población, se han creado y modificado las recetas tradicionales a “saludables”.

Además de ofrecer un producto exquisito, principalmente se busca ayudar en el factor nutricional, ya que es temática de gran relevancia, por medio de una materia prima más saludable cómo: productos a base de cereales, azúcares y harinas no refinadas, entre otras.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Tales productos estarán dirigidos a niveles socioeconómicos altos, quienes estarán dispuestos a adquirir un producto esencial, más elaborado; pues en primer lugar el ingreso de la población colombiana, en general, ha aumentado, haciendo que las preferencias de consumo cambien.

1.6.1. Descripción de la empresa

1.6.1.1. Direccionamiento estratégico

1.6.1.1.1. Misión.

Elaborar y comercializar productos de pastelería saludables sin azúcar, harinas refinadas, ni grasas trans, basados en materias primas de excelente calidad, que mejoren la calidad de vida del consumidor que los disfruta, otorgando ventajas nutricionales adicionales, como aporte de fibra y reducción de grasa. Nuestros productos están dirigidos a un segmento de clientes específico cuya prioridad sea alimentarse saludablemente en la ciudad de Bucaramanga.

1.6.1.1.2. Visión.

Ser reconocidos como empresa líder por ser la mejor opción de pastelería especializada en productos saludables, que contribuyan en el mejoramiento de la calidad de vida de nuestros clientes, destacando la eficiencia en el trabajo, excelencia, calidad e innovación de nuestros productos.

1.6.1.1.3. Valores corporativos.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Para Valentía Pastelería Saludable las satisfacciones de nuestros clientes es lo principal, por tal motivo nos regimos de ciertos valores organizacionales, los cuales nos dirigen a la mejora continua.

Calidad: Procurar siempre realizar todos los procedimientos de la mejor forma posible, cuidar los más pequeños detalles para lograr un producto excelente.

Honestidad: Sinceridad y transparencia con nuestros clientes, otorgar lo que se ofrece, un valor que compromete a ser conscientes que lo ofrecido debe cumplirse sin buscar soluciones a medias, ni pretextos para ocultar los errores.

Pasión: Crear nuestros productos con la búsqueda de la satisfacción propia y de nuestros clientes. Hacer las cosas con la idea y el sentimiento de lograr el bien cumplido.

1.6.1.1.4. Objetivo general.

Crear una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de pastelería especializada en productos saludables en la ciudad de Bucaramanga, constituyendo un modelo de negocio innovador y altamente competitivo por su excelencia y calidad.

1.6.1.1.4.1. Objetivos Específicos.

- Estructurar y diseñar un plan de mercadeo que permita definir las estrategias apropiadas para lograr una introducción al mercado rápida y satisfactoria.
- Determinar y estandarizar los procesos de producción y de comercialización, de tal forma que cumplan con los requerimientos nutricionales y técnicos para este tipo de productos.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

- Realizar un estudio financiero que permita analizar y demostrar la viabilidad, capacidad y rentabilidad de la empresa en el tiempo de operación, estableciendo posibles escenarios que pueda sobrevenir en el tiempo.

- Constituir legalmente la empresa ante las entidades pertinentes cumpliendo con el marco legal y jurídico colombiano.

- Crear un vínculo de relación entre cliente y empresa otorgando una gran variedad de productos de calidad y un servicio personalizado que harán que este sea un vínculo

1.6.1.1.5. Organigrama.

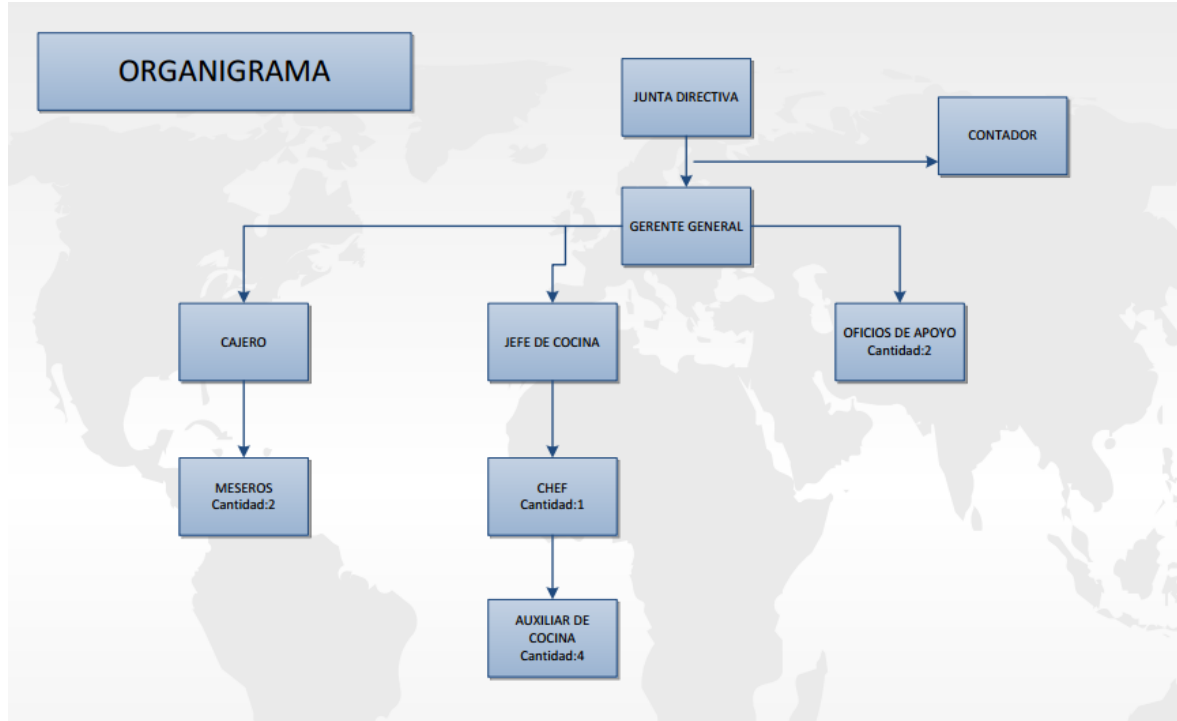


Figura 10, Organigrama

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

1.6.1.1.6. Logo.

Como la marca actualmente no es muy conocida por el mercado, en el logo establecido para Valentía Pastelería Saludable lleva en el mismo los respectivos números telefónicos en los que se pueden realizar los pedidos, no es muy estético, pero se implementa como estrategia para ir siendo reconocidos por nuestros futuros consumidores del establecimiento.



Figura 11. Logo

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

1.6.1.1.7. Infraestructura.

La siguiente imagen muestra la infraestructura la cual se tiene como meta y objetivo con este emprendimiento.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE



Figura 12. Infraestructura

En el plano de distribución de planta observamos los espacios necesarios para realizar el movimiento de los insumos entre las diferentes zonas del establecimiento, ubicación de los equipos, utensilios, mobiliarios, servicios para uso del personal y clientes, entre otros, por medio de éste se puede obtener una visión clara de toda el área del establecimiento.

1.6.1.1.8. Localización.

Para definir el lugar del establecimiento, se estableció que su ubicación quedaría en el barrio El Prado de la ciudad de Bucaramanga. Se escogió este sector por concentrar una gran parte de la demanda a la cual se quiere llegar.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Este sector posee una gran ventaja de concentrar clientes a lo largo del día ya que en la zona existen variedad de establecimientos proveedores de productos alimenticios. Sumado a esto el barrio El Prado es un sector estrato socioeconómico alto, lo que resulta bastante atractivo para la empresa puesto sus residentes son quienes más utilizan dichos servicios.

Se debe agregar también que el prado es un sector representativo para el comercio de productos alimenticios, el cual se caracteriza por tener un buen número de empresas y negocios que se han establecido en la zona.

También se consideró el lugar más apropiado en el que se podría ubicar el establecimiento ya que se tuvieron en cuenta factores como cercanía con algunos posibles proveedores y la cercanía con la competencia.

El primer factor dado que teniendo esta ubicación se tiene como ventaja la facilidad de conseguir proveedores cercanos en circunstancias extraordinarias en las que se necesite realizar compras de insumos, ya que tiene a su disposición la Plaza Guarín, y supermercados como Metro y Más x Menos.

1.6.1.1.9. Entorno político y legal.

Valentía Pastelería Saludable pretende no incurrir en sanciones legales, para lo cual se acopla al cumplimiento del debido procedimiento para la creación y constitución legal de una empresa en Colombia. Los cuales son, según la Cámara de Comercio de Bucaramanga:

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Procedimiento y leyes para crear una empresa:

1. Seleccionar el tipo de sociedad que va a constituir
2. Trámites ante la Notaría:
 - Escritura pública (debe presentarse ante cámara y comercio en el momento del registro).
 - Tener en cuenta que toda empresa que tenga menos de 10 trabajadores o hasta 500 salarios mínimos de activos al momento de la constitución, no necesitan escritura pública para constituirse.
3. Trámites ante la Cámara de Comercio:
 - Verificar la disponibilidad de nombre
 - Diligenciar el formulario de registro y matricula
 - Diligenciar el anexo de solicitud del NIT ante la DIAN
 - Pagar el valor de registro y matricula
4. Trámites ante la DIAN:
 - Inscribir el RUT
 - Obtención del NIT
 - Creación de la firma digital
 - Trámite para sacar resolución de facturación
5. Trámites ante la secretaría de hacienda de la alcaldía:
 - Registro de Industria y Comercio
 - Registro de uso de suelos, condiciones sanitarias y de seguridad

Así mismo, se debe tener en cuenta la legislación sanitaria para las pastelerías, pues es de vital importancia, debido a que se establecen reglamentos técnicos y requisitos para la producción, comercialización y las condiciones específicas para alimentos de consumo humano.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

De acuerdo a lo anterior, la empresa estará sujeta al cumplimiento estricto de la siguiente normatividad, aplicable al sector:

- Artículo 78 de la Constitución Política de Colombia. [4]
- Ley 170 de 1994. [5]
- Artículo 7o del Decreto 2269 de 1993 [6]

Algunas de las entidades reguladoras que aplican al sector son [7]

- Ministerio de Salud: Regula la actividad panificadora a través de la ley 9/ 97 y el decreto 3075 de diciembre 23 de 1997 [8]

- Ministerio de Desarrollo: Decreto 2152/92 [9] - Ley 300/96 [10]- Decreto Ley 151/ 98 [11]. Participar y propugnar por el desarrollo social con Planeación Nacional y el Compes. Proferir las políticas en aspectos de vivienda, desarrollo urbano industria, turismo y agua potable.

- Cámara de Comercio: Organización que permite la formalización legal de la actividad empresarial.

- Superintendencia de Industria y Comercio: Se encarga, a través del lcontec, de regular, establecer y hacer cumplir las normas de calidad para todos los productos de la cadena productiva de la industria panificadora.

- Banco de la República: Ejerce funciones de banca central.

- Funciones: Regular la moneda, los cambios internacionales y el crédito, administrar las reservas internas, ser prestamista y banquero.

- INVIMA: Es el ente de vigilancia y control para alimentos y medicamentos.

- DIAN: Entidad encargada de recoger los tributos tanto aduaneros como de impuestos nacionales. Para esto la DIAN a través de Decreto 1909 de 1994 [12] cuenta con los atributos de policía judicial. La DIAN recauda el IVA, el impuesto a la renta y controla todas las actividades aduaneras que van desde la correcta liquidación de los tributos hasta el control cambiario.

1.6.1.1.10. Impacto ambiental y social.

El impacto que tiene la propuesta de negocio sobre la comunidad en general es el cambio de concepción acerca de las pastelerías tradicionales y el cubrimiento de las necesidades de aquel segmento de clientes que aún no ha sido atendido, aquellos que no tienen opciones para disfrutar de tales productos por las diferentes condiciones presentadas a lo largo del plan de negocios.

Lo anterior tendrá un impacto ligado en lo referente a la salud de los clientes y consumidores con dichas características, y para quienes deseen cambiar sus hábitos de consumo contribuirá de cierto modo también en su salud y tendencias.

Por otra parte, otro beneficio que tendrá el montaje del negocio es la generación de empleos, contribuyendo a disminuir la tasa de desempleo. Actualmente el mercado laboral ofrece escasas oportunidades laborales a personas que carezcan de estudios y sean de bajos recursos. Estas personas en condición de vulnerabilidad están siendo discriminadas en los procesos de asignación de empleo, ya que el concepto generalizado es que ellas no están en capacidad de asumir responsabilidades ni pueden cumplir con tareas asignadas.

Ante la situación presentada, nuestra prioridad es ayudar a este tipo de personas brindándoles una oportunidad para poder empezar su vida laboral y adquirir conocimientos y experiencias que les permita ser útiles a la sociedad.

El requisito básico que deben cumplir los aspirantes para acceder a los diferentes cargos ofrecidos es su interés por capacitarse y la intención firme de asumir las responsabilidades que cada labor implica.

1.6.2. Estrategia de producto o servicio

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

1.6.2.1. Uso del Producto-Servicio

La política que estableció Valentía Pastelería Saludable al momento lanzar su propuesta de negocio, estuvo enfocada en una idea principal, en la que se tenía muy claro que su objetivo radicaba específicamente en que sus productos y servicios se ofrecerían bajo un requerimiento especial, único y exclusivo; el cual marcaría la diferencia con el resto de establecimientos existentes en el área metropolitana de Bucaramanga y sus alrededores, los cuales intentaban vender una idea de productos saludables.

Es de esta forma como se establece la política para el negocio, “Valentía Pastelería Saludable, como real y única casa pastelera 100% saludable, tanto en sus productos como en sus servicios”, en la cual sus clientes no tendrán duda alguna de que opción elegir para disfrutar de un momento dulce y agradable.

Es la política bajo la cual la empresa se basará para usarla como estrategia y así mismo lograr exclusividad y calidad en sus productos y servicios.

El uso que los Bumanguenses le darían a el establecimiento se espera sea continuo en el tiempo y constante, ya que es único en la ciudad.

1.6.2.2. Características de cada Producto

Para el negocio es de suma importancia que sus clientes sientan seguridad de los productos y servicios que deseen adquirir, es por esta razón que una de las principales políticas que desea implementar la organización es proporcionarle al cliente la información nutricional y composición del producto en general.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

De esta forma la pastelería busca generar un lazo de confianza con el consumidor final y a su vez darle credibilidad a cada uno de sus productos. Lo cual sería un factor diferenciador de la empresa con el resto de pastelerías tradicionales (Negrón, Kakahuat, etc.).

A continuación, se muestran algunos ejemplos de la forma se ofrecerían los productos, con respecto a lo anterior.



TORTA DE CHOCOLATE

INGREDIENTES: Cacao 100% orgánico, Huevo, Harina de avena, Harina integral, aceite de girasol, Endulzante natural (Stevia), Leudante (Polvo de hornear), Bicarbonato de sodio, Extracto de vainilla, leche, Nueces.

Figura 13, Torta de chocolate

Inicialmente se mostrarán solo los ingredientes como se evidencia en la imagen anterior.



TORTA DE BANANO X 450 gr.

Información Nutricional

Tamaño por porción 1 Porción 75 gr.	
Porciones por envase 6	
Cantidad por porción	
Calorías 120	Calorías desde la grasa 50
Valor Diario*	
Grasa Total 6 g	9%
Sodio 70 mg	3%
Carbohidrato Total 15 g	5%
Fibra Dietaria 1 g	4%
Proteína 3 g	6%
INGREDIENTES: Bananos, Yogurth sin Azúcar, Huevo, Harina de Avena, Fecula de Yuca, Aceite de Girasol, Harina de Arroz, Endulzante Natural (Stevia), Mezcla de Especies, Leudante (Polvo de Hornear), Sal y Leudante (Bicarbonato de Sodio) CONTIENE GLUTEN	

Figura 14. Torta de banana

Es una de las metas de la empresa poder ofrecer al cliente la información nutricional completa, como se muestra en la imagen anterior, con el conteo respectivo de cada uno de los

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

macronutrientes que conforman cada porción. Para lo anterior se deben realizar los respectivos trámites legales.

En cuanto a la prestación del servicio, uno de los principales retos de la empresa es lograr exclusividad, es decir, en lo que concierne a sus de productos ligado a la presentación y prestación del servicio en general, distinguirse en el mercado por atributos como la elegancia y la calidad.

La organización se enfoca en hacer sentir al cliente como en casa, no en un negocio tradicional que ofrece simplemente productos más no experiencias.

Algunas fotografías de su inmensa gama de productos y la forma en que se ofrece el servicio:

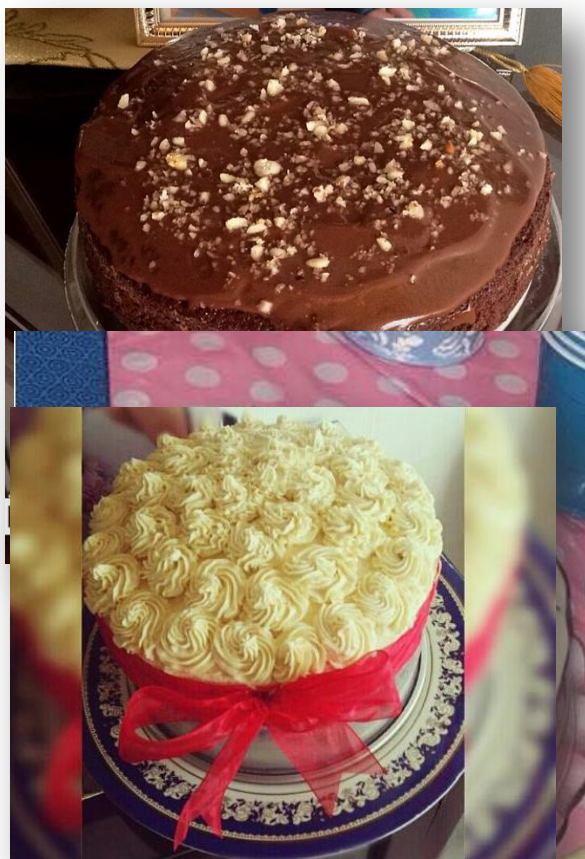




Figura 15. Variedad de Productos

Una de las principales ventajas que tiene la empresa por ser una pastelería especializada en productos únicamente saludables es que comparación con el resto de pastelerías tradicionales que también ofrecen productos “light o saludables” es que mediante su especialización genera un mayor lazo de confianza y seguridad en el cliente, puesto que se dedica exclusivamente a este tipo de productos.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Por lo tanto, va a garantizar al cliente un producto de calidad que satisfaga las expectativas del segmento de clientes en su totalidad, mediante un producto saludable, sano y verídico en su contenido e información nutricional.

La forma de cumplir lo anteriormente mencionado, la empresa ofrece al cliente el acceso a la tabla de composición de cada producto, en cuanto a los ingredientes utilizados para la elaboración de dicho producto. Lo anterior con el fin de no solo fidelizar a los clientes sino también demostrar que es una pastelería que busca el mejoramiento de calidad de vida de aquellos cuyas restricciones medicas no pueden consumir este tipo de productos, ya que los insumos utilizados por la pastelería no perturban el buen cuidado de la salud.

Por otra parte, la empresa entraría a un mercado que actualmente no ha sido modificado, se podría decir que está intacto, ya que en Bucaramanga no se cuenta con un establecimiento que proporcione las características como un espacio y ambiente ameno, armonioso y a su vez sofisticado, fuera de las instalaciones de los centros comerciales, en el que todas las personas puedan ir cualquier día a realizar diferentes actividades como: trabajos, negocios, o simplemente pasar una tarde de “Once’s” con amigos, familiares, etc., y aún más que proporcione alternativas dulces y saludables al mismo tiempo.

Por otra parte, Valentía Pastelería Saludable cuenta con un personal altamente capacitado para realización de este tipo de productos.

En cuanto al horario de atención estará establecido de la siguiente manera:

Tabla 10. Horario de atención

LUNES – VIERNES	SABADOS – DOMINGOS Y FESTIVOS
8:30 AM – 12:00 M	8:30 AM – 7:00 PM
2:00 PM – 7:30 PM	

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

1.6.2.3. Estrategia de precios

El precio es el único elemento del marketing que genera beneficios o ganancias, y su correcta aplicación es la clave para el éxito o el fracaso de la organización. Se deben tener en cuenta variables como los precios que maneja la competencia, los costos de producir un el producto, las utilidades que se esperan, y muchos factores más que incurran en la fijación del precio.

La pastelería manejará precios justos y competitivos, pero manteniendo un alto nivel dado que está dirigido al sector en el cual incursionará, ya que se debe tener en cuenta que la ubicación del establecimiento será en un lugar de estrato alto de la ciudad de Bucaramanga lo cual aumenta en cierto modo el valor del establecimiento en general, así como de sus productos.

Inicialmente la estrategia de precios que utilizará será la de un único precio, la cual supone que los productos se venden al mismo precio y con las mismas condiciones de venta para todos los productos.

La fijación de único precio para todos los productos se desea implementar buscando un beneficio para la empresa, ya que las tortas cuyo costo de producción son más altos, son las referencias que menor rotación o comercialización tienen, y las que tienen un menor costo como la torta de naranja nueces son las que representan más ingresos para la empresa. Tal y como se evidencia en las proyecciones de venta. Es de esta forma como se aprovechará dicha estrategia en la situación actual mientras se sigue dando a conocer la marca.

Nuestros productos rondarán niveles de precios similares o muy parecidos a los precios de pastelerías tradicionales, no obstante, la gran la ventaja que tendrá Valentía Pastelería Saludable está en el valor agregado de cada uno de los productos, ya que los consumidores recibirán un mayores beneficios por ser una pastelería saludable y especializada en este tipo de productos por

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

el mismo precio de uno tradicional, de acuerdo a lo anterior es de esta forma como se manejará una estrategia de precios justa y competitiva en el mercado.

Para la fijación de precios se tendrán en cuenta los siguientes rubros que general costo a cada uno de los productos:

- Costo de producción
- Servicios generales (Luz, agua, teléfono, arriendo, etc.)
- Costos mano de obra

1.6.2.4. Estrategia de plaza o distribución

La empresa por el momento seguirá utilizando como estrategia de distribución la que actualmente implementa en el negocio, es decir a domicilio, dichas entregas se realizan, solamente en la ciudad de Bucaramanga.

Lo anterior, se da debido a que el negocio no cuenta con los recursos suficientes para crear un punto de venta directo en el momento. Por lo cual seguirá fijando sus esfuerzos en el punto de fabricación actual (casa), mientras gana mucho más mercado e introduce su marca en la mente de los consumidores, para así implementar a futuro el punto de venta.

Además, según resultados de la misma, se observa que el 61% de la población encuestada está interesada en la creación de una pastelería saludable en Bucaramanga, la cual ofrezca productos de calidad.

Otra estrategia de distribución, estará encaminada en ofrecer los productos de la empresa a través de contratos directos con restaurantes, supermercados, establecimientos ubicados en diferentes zonas de Bucaramanga, gimnasios o lugares que frecuenta la población que representa consumo masivo de nuestros productos, con la condición de que dichos productos sean

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

distribuidos con el logo de la empresa visible, de esta forma se busca generar reconocimiento de la marca.

Para cuando se cuente con el establecimiento aparte del servicio, el ambiente del lugar también juega un papel de gran importancia, es esencial que el cliente perciba que no solo está adquiriendo un producto, sino que el cliente viva una experiencia en el establecimiento. Es indispensable conquistar los sentidos de los clientes y hacer de un producto una experiencia en su totalidad.

Es por esto que el establecimiento tendrá un ambiente suave y tranquilo, pero al mismo tiempo alegre y por supuesto dulce, el cual estará acompañado de música suave y variada, la cual permitirá lograr el ambiente perfecto para disfrutar de cada uno de nuestros productos, así mismo conversar y compartir un rato agradable.

1.6.2.5. Estrategia de comunicación

Daremos a conocer nuestros productos y servicios por medio de publicidad tradicional como periódicos sociales ya que es una buena alternativa para llegar a los lectores todos los días, causando gran impacto gracias al marketing en cada una de las publicaciones.

Así mismo mediante publicidad digital como las redes sociales, en las que se busca generar impacto a nivel visual, enfocado principalmente en el conocimiento y recordación de la marca para nuestros clientes potenciales.

El uso de redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat, será para anunciar cualquier novedad en cuanto a nuestra gama de productos, lanzamientos de nuevos productos al mercado, beneficios a clientes especiales, hábitos alimenticios, entre otros; que generen expectativa y preferencia de los mismos.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Se busca fidelizar a los clientes por medio de las ventas atadas a nuestros productos mediante publicaciones cuya información sea de total interés para los clientes, cuyas temáticas estén relacionadas con temas referentes al buen cuidado de la salud

Así mismo se desea entregar recordatorios del lugar a cada una de las personas nuevas registradas en base de datos de clientes que implementará el negocio.

También se otorgarán obsequios de acuerdo a los niveles de consumo de los clientes frecuentes.



Figura 16. Pieza publicitaria

1.6.2.6. Estrategia de introducción al mercado

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Valentía Pastelería Saludable cuenta con una amplia gama de estrategias las cuales tiene como objetivo posicionar la organización como una de las pioneras en el mercado de alimentación saludable, exclusividad en sus productos, e innovación en sus servicios e infraestructura.

Estas estrategias están basadas en diferentes eventos especiales los cuales hagan que los clientes se sientan más a gusto con el negocio y logren una familiarización (Organización-Clientes). Acciones a realizar para introducir los productos y la empresa en el mercado:

1.6.2.6.1. Evento Especial

Para la gran apertura de “Valentía Pastelería Saludable”, se organizará un evento especial, el cual contenga:

- Participación de personas que compartan sus testimonios de vida en los que con una alimentación y hábitos saludables hoy pueden gozar de una mejor y equilibrada salud.
- Degustaciones de cada uno de los productos.
- Participación de grupos musicales
- Entre otras.

1.6.2.6.2. Impacto Visual

Ya que las imágenes generan gran impacto en la mente de las personas, Cake House ha tomado esta estrategia como un canal directo hacia sus consumidores, buscando de esta forma que con diversas tácticas tales como anuncios audiovisuales, ejecutando un marketing digital, los clientes se sientan más familiarizados con la organización y lleguen a un mayor conocimiento de todos los productos que el negocio ofrece.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

La empresa ha encontrado una forma eficaz de lograr su posicionamiento en el mercado, la cual se ejecuta con una idea de negocio bastante fuerte que conlleva a que días antes de su apertura, la segmentación a la cual esta organización desea dirigirse tenga un impacto visual basado en imágenes y anuncios publicitarios en redes sociales, con lo cual se busca despertar interés, incertidumbre y deseo de conocer por parte de los consumidores.



VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE



strengt **H**
 ex**E**rcise
 e**A**t
Live
 fi**T**ness
 c**H**allenge
 enjo**Y**



VENENO MODERNO: BEBIDAS DULCES



Figura 17. Anuncios e imágenes publicitarias

1.6.2.6.3. Fechas Especiales

Valentía Pastelería Saludable hará de cada fecha el más especial y dulce momento, pues pretende para fechas como: amor y amistad, día del padre, día de la madre, celebraciones deportivas como partidos de fútbol, entre otras; hacer diferentes promociones y no pasar por alto cada una de estas fechas importantes para la sociedad. Su promoción o publicidad para cada una de ellas se hará a través de los diferentes medios de comunicación masiva (Facebook, Twitter, Instagram, y demás redes sociales). La publicidad para cada una de estas celebraciones se realizará con 2 a 3 semanas de anticipación a tal fecha. A continuación, ejemplos:

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

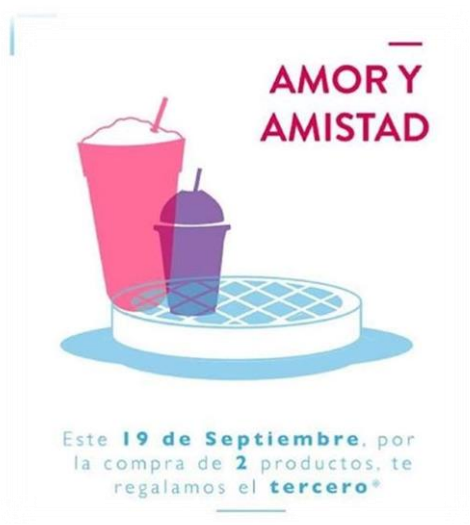


Figura 18. Publicidad fechas especiales



1.6.2.6.4. Organización de Actividades Deportivas

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Con el apoyo de la facultad de Cultura Física de la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga, se busca promover la actividad física a adultos, jóvenes y niños, con el fin de ser organización promotora de un estilo de vida saludable.

Eventos de “Promoción y Prevención” de problemas de obesidad, cardiovasculares, entre otros.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS BUCARAMANGA

HEART

Valentia
PASTELERÍA SALUDABLE

SEMILLERO DE CARDIOLOGÍA PREVENTIVA

ANÍMATE Y DISFRUTA DE DELICIOSOS ALMUERZOS SALUDABLES Y RUTINAS DE EJERCICIO PARA TODOS.

JUEVES 30 DE JULIO
11am-2pm

Lugar: CAMPUS PIEDECUESTA

NO HAY DIETA QUE HAGA LO QUE COMER SALUDABLE HACE.
SALTA LA DIETA, SÓLO COME SALUDABLE!

Figura 19. Publicidad hábitos y estilos de vida saludable

1.6.2.6.5. Promociones

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Buscando diversas técnicas de familiarización con los clientes, Valentía Pastelería Saludable ha implementado diversas formas de motivación hacia el producto, una de ellas basa en diferentes promociones de ventas las cuales brinden oportunidad a sus usuarios de adquirir sus productos de una forma mucho más didáctica y fácil. Algunas de estas han sido basadas o establecidas de la siguiente manera en:

Establecer un día de la semana en la cual sus compradores adquieran dos productos por el valor de uno.

Aquellos clientes que ingresen al establecimiento con ropa deportiva obtendrán un descuento en cualquier producto que adquieran.

La empresa tendrá un registro de compra en el cual sus clientes frecuentes tengan el beneficio de recibir un producto gratis basado en la cantidad de consumo que tenga a través del tiempo.

1.6.2.6.6. Aplicación para dispositivos móviles

Frente a esta estrategia de negocio esta organización ha constituido decidido asociarse a la aplicación “APPETITOS”, creada para dispositivos móviles la cual brindará a sus usuarios una adquisición aún más rápida y fácil de sus productos, permitiendo que desde la comunidad de sus casas puedan disfrutar de la diversa gama de servicios que Valentía Pastelería Saludable ofrece.



Figura 20. Aplicación appetitos

1.6.2.6.7. Domicilios

La estrategia que Valentía Pastelería Saludable implementará para domicilios serán las siguientes:

- A mitad de precio
- Pasados 20 minutos de que el cliente haya realizado su pedido, si el mismo no ha llegado, la organización asume el costo.



Figura 21. Publicidad domicilios

1.6.2.6.8. Black Friday

Cada treinta viernes algunas referencias de los productos de la pastelería tendrán una rebaja en sus precios.



Figura 22. Black Friday

1.7. Proyección de ventas

Lo primero que se hizo para realizar la proyección de ventas fue tomar como base un histórico de ventas con el que se contaba, con lo que se pudieron establecer patrones de compra, y determinar los meses en los que el negocio tiene mayores ingresos.

El histórico de ventas anteriormente mencionado este dado en cantidad de tortas vendidas por referencias, ya que se manejan tres tamaños, de $\frac{1}{4}$ de libra, $\frac{1}{2}$ libra y 1 libra. Posteriormente se analizaron y se hicieron las proyecciones en unidades de libras a vender por referencias. (Revisar anexos).

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Para la selección de productos a proyectar se tuvieron en cuenta las respuestas obtenidas en la encuesta, a la pregunta que tipo que productos le gustaría encontrar, dado que la de mayor porcentaje en el estudio fueron las tortas, se optó por dicha selección. Además, es el producto que más se mueve en el negocio actualmente y por supuesto el que genera la rentabilidad del mismo.

Se determinó un aumento tanto de unidades en libras a vender como para el precio de la siguiente forma: para el primer año (2017) un incremento en las ventas del 30%, para el segundo año (2018) correspondiente al 20%, y para el tercer año (2019).

En cuanto al incremento en los precios, se estipuló que aumentarían con la inflación, es decir en un 3% [13].

Y se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 11. Proyección de ventas

Periodo		2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Chocolate	Unidades	1/4	37	74	99	129	173	190
		1/2	13	26	39	51	61	67
		1	3	6	9	12	14	15
	Precio Venta	1/4	\$ 25.000	\$ 25.750	\$ 26.523	\$ 27.318	\$ 28.138	\$ 28.982
		1/2	\$ 50.000	\$ 51.500	\$ 53.045	\$ 54.636	\$ 56.275	\$ 57.964
		1	\$ 100.000	\$ 103.000	\$ 106.090	\$ 109.273	\$ 112.551	\$ 115.927
	Ingreso	1/4	\$ 925.000	\$ 1.905.500	\$ 2.625.728	\$ 3.515.849	\$ 4.872.328	\$ 5.520.347
		1/2	\$ 650.000	\$ 1.339.000	\$ 2.068.755	\$ 2.770.063	\$ 3.423.798	\$ 3.879.163
		1	\$ 300.000	\$ 618.000	\$ 954.810	\$ 1.278.491	\$ 1.580.214	\$ 1.790.383
			\$ 1.875.000	\$ 3.862.500	\$ 5.649.293	\$ 7.564.403	\$ 9.876.340	\$ 11.189.893
	Naranja y Amapola	Unidades	1/4	139	278	369	542	651
1/2			45	90	114	176	211	232
1			17	34	51	66	80	88
Precio Venta		1/4	\$ 20.000	\$ 20.600	\$ 21.218	\$ 21.855	\$ 22.510	\$ 23.185
		1/2	\$ 40.000	\$ 41.200	\$ 42.436	\$ 43.709	\$ 45.020	\$ 46.371
		1	\$ 80.000	\$ 82.400	\$ 84.872	\$ 87.418	\$ 90.041	\$ 92.742

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

	Ingreso	1/4	\$ 2.780.000	\$ 5.726.800	\$ 7.829.442	\$ 11.847.346	\$ 14.643.320	\$ 16.590.881	
		1/2	\$ 1.800.000	\$ 3.708.000	\$ 4.837.704	\$ 7.670.944	\$ 9.481.286	\$ 10.742.297	
		1	\$ 1.360.000	\$ 2.801.600	\$ 4.328.472	\$ 5.795.824	\$ 7.163.638	\$ 8.116.402	
			\$ 5.940.000	\$ 12.236.400	\$ 16.995.618	\$ 25.314.114	\$ 31.288.245	\$ 35.449.581	
Zanahoria y Nueces	Unidades	1/4	113	226	339	441	529	582	
		1/2	41	82	123	164	197	216	
		1	18	36	54	70	84	93	
	Precio Venta	1/4	\$ 20.000	\$ 20.600	\$ 21.218	\$ 21.855	\$ 22.510	\$ 23.185	
		1/2	\$ 40.000	\$ 41.200	\$ 42.436	\$ 43.709	\$ 45.020	\$ 46.371	
		1	\$ 80.000	\$ 82.400	\$ 84.872	\$ 87.418	\$ 90.041	\$ 92.742	
	Ingreso	1/4	\$ 2.260.000	\$ 4.655.600	\$ 7.192.902	\$ 9.631.296	\$ 11.904.282	\$ 13.487.551	
		1/2	\$ 1.640.000	\$ 3.378.400	\$ 5.219.628	\$ 7.159.547	\$ 8.849.200	\$ 10.026.144	
		1	\$ 1.440.000	\$ 2.966.400	\$ 4.583.088	\$ 6.136.755	\$ 7.585.029	\$ 8.593.838	
			\$ 5.340.000	\$ 11.000.400	\$ 16.995.618	\$ 22.927.598	\$ 28.338.511	\$ 32.107.533	
	Limón y Nueces	Unidades	1/4	44	88	132	172	206	227
			1/2	20	40	60	78	94	107
1			9	18	27	35	42	46	
Precio Venta		1/4	\$ 20.000	\$ 20.600	\$ 21.218	\$ 21.855	\$ 22.510	\$ 23.185	
		1/2	\$ 40.000	\$ 41.200	\$ 42.436	\$ 43.709	\$ 45.020	\$ 46.371	
		1	\$ 80.000	\$ 82.400	\$ 84.872	\$ 87.418	\$ 90.041	\$ 92.742	
Ingreso		1/4	\$ 880.000	\$ 1.812.800	\$ 2.800.776	\$ 3.750.239	\$ 4.635.295	\$ 5.251.790	
		1/2	\$ 800.000	\$ 1.648.000	\$ 2.546.160	\$ 3.409.308	\$ 4.213.905	\$ 4.969.669	
		1	\$ 720.000	\$ 1.483.200	\$ 2.291.544	\$ 3.068.377	\$ 3.792.514	\$ 4.296.919	
			\$ 2.400.000	\$ 4.944.000	\$ 7.638.480	\$ 10.227.925	\$ 12.641.715	\$ 14.518.378	
TOTAL, INGRESOS ANUALES			\$ 15.555.000	\$ 32.043.300	\$ 47.279.009	\$ 66.034.039	\$ 82.144.810	\$ 93.265.385	

1.7.1. Estudio técnico

1.7.1.1. Ficha técnica del producto

Tabla 12. Ficha técnica torta de Chocolate

Ingredientes	Cantidad	Medida	Paso a paso
Harina Integral	210	Gr	Precalentar el horno a 180°, enharinar el molde. Mezclar por un lado todos los ingredientes secos y por otro los líquidos, realizar la mezcla. Hornear por 35 minutos. Esperar de 15 a 20 minutos para desmoldar.
Endulzante	400	Gr	
Cocoa	160	Gr	
Aceite de coco	200	Ml	
Huevos	4	Unid	
Bicarbonato	10	Gr	
Sal	6	Gr	
Vainilla	5	Ml	
Leche	750	Ml	
Limón	2	Unid	

Tabla 13. Ficha técnica torta de Zanahoria y nueces

Ingredientes	Cantidad	Medida	Paso a paso
Harina Integral	500	Gr	Precalentar el horno a 180°, enharinar el molde. Mezclar por un lado todos los ingredientes secos (menos las nueces) y por otro los líquidos, realizar la mezcla, agregar nueces y frutos secos extra Hornear por 30 minutos. Esperar de 15 a 20 minutos para desmoldar.
Endulzante	300	Gr	
Margarina vegetal	500	Gr	
Zanahoria	12	Unid	
Huevos	8	Unid	
Bicarbonato	20	Gr	
Canela molida	20	Gr	
Polvo de hornear	20	Gr	
Nueces molidas	250	Gr	
Sal	6	Gr	

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Leche	300	Ml	
-------	-----	----	--

Tabla 14. Ficha técnica torta de Naranja y Nueces

Ingredientes	Cantidad	Medida	Paso a paso
Harina Integral	500	Gr	Precalentar el horno a 180°, enharinar el molde. Mezclar por un lado todos los ingredientes secos (menos las nueces) y por otro los líquidos, realizar la mezcla, agregar nueces secas extra. Hornear por 30 minutos. Esperar de 15 a 20 minutos para desmoldar.
Endulzante	300	Gr	
Margarina vegetal	500	Gr	
Huevos	8	Unid	
Polvo hornear	20	Gr	
Semillas amapola	20	Gr	
Bicarbonato	6	Gr	
Vainilla	30	Ml	
Jugo de naranja	500	Ml	

Tabla 15. Ficha técnica torta de Limón

Ingredientes	Cantidad	Medida	Paso a paso
Harina Integral	500	Gr	Precalentar el horno a 180°, enharinar el molde. Mezclar por un lado todos los ingredientes secos y por otro los líquidos, realizar la mezcla, agregar nueces y frutos secos extra. Hornear por 30 minutos. Esperar de 15 a 20 minutos para desmoldar.
Endulzante	300	Gr	
Margarina vegetal	500	Gr	
Jugo de limón	480	Ml	
Huevos	8	Unid	
Polvo de hornear	20	Gr	
Nueces molidas	250	Gr	
Bicarbonato	20	Gr	
Leche	300	Ml	

1.8. Descripción del proceso en general



Figura 23. Descripción del proceso general

Con el anterior mapa de procesos, en general lo que se quiere mostrar cómo funcionará el área administrativa de la pastelería, siempre en busca de la gestión de la calidad por medio de la satisfacción de los clientes.

Valentía Pastelería Saludable busca generar la satisfacción de sus clientes teniendo en cuenta todos los procedimientos y áreas de gestión de una empresa, pero basados y centrados específicamente en las actividades que competen a las exigencias y gustos de los clientes, esto con el fin no sólo de ganar mercado, sino que también crear fidelidad en los clientes.

Por otra parte, se estableció un diagrama de flujo para la prestación del servicio para cuando se tenga el establecimiento como tal.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

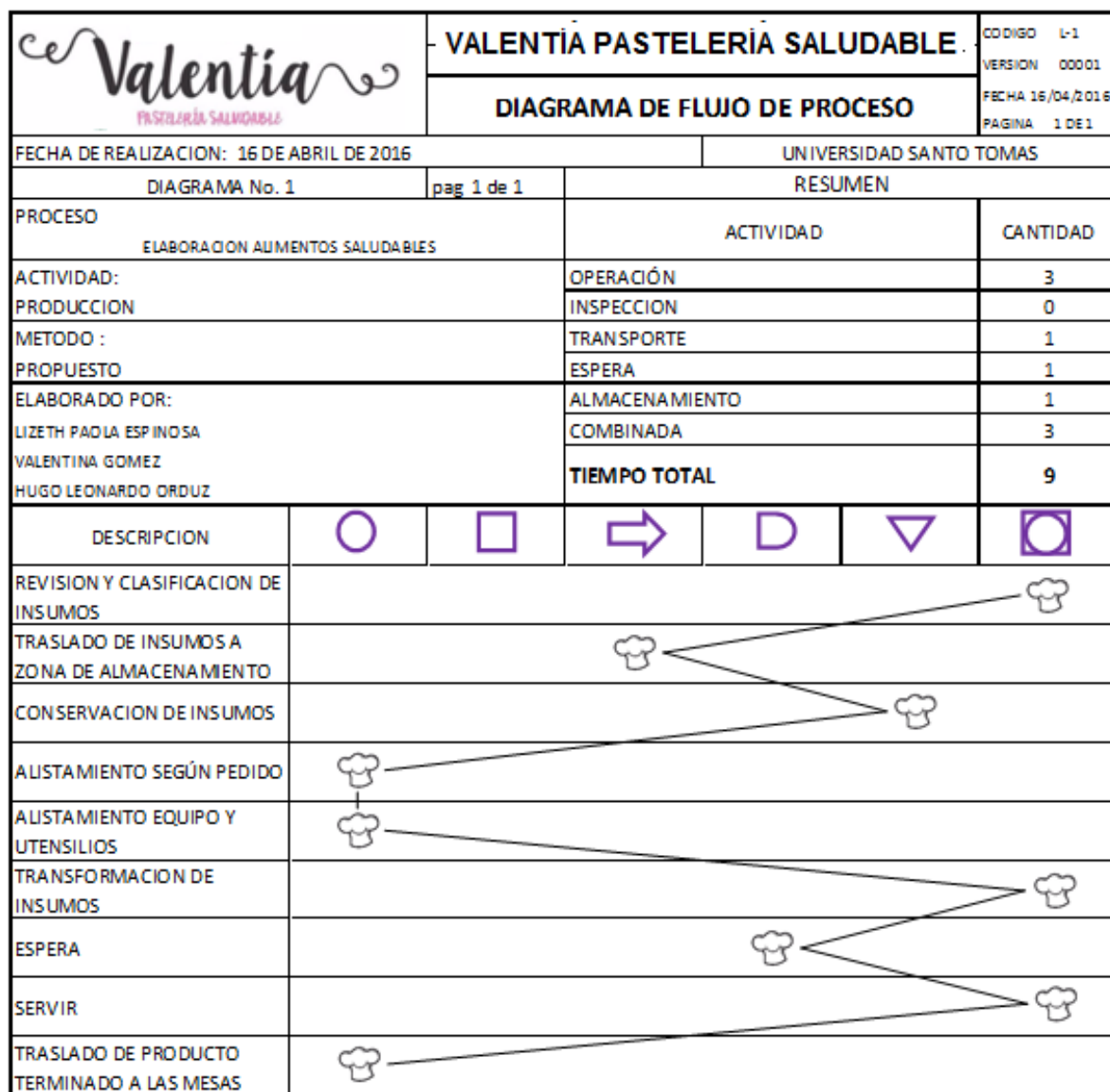


Figura 24. Diagrama de flujo del proceso

Por medio de este diagrama podemos observar gráficamente el proceso en general desde la llegada del insumo hasta el producto terminado, cada actividad se diferencia con un logo que identifica las actividades de operación, inspección, almacenamiento, esperas y actividades combinadas que junto a una breve descripción nos dan una idea clara y comprensible de cada actividad que está relacionada con el proceso.

1.9. Descripción del proceso de producción

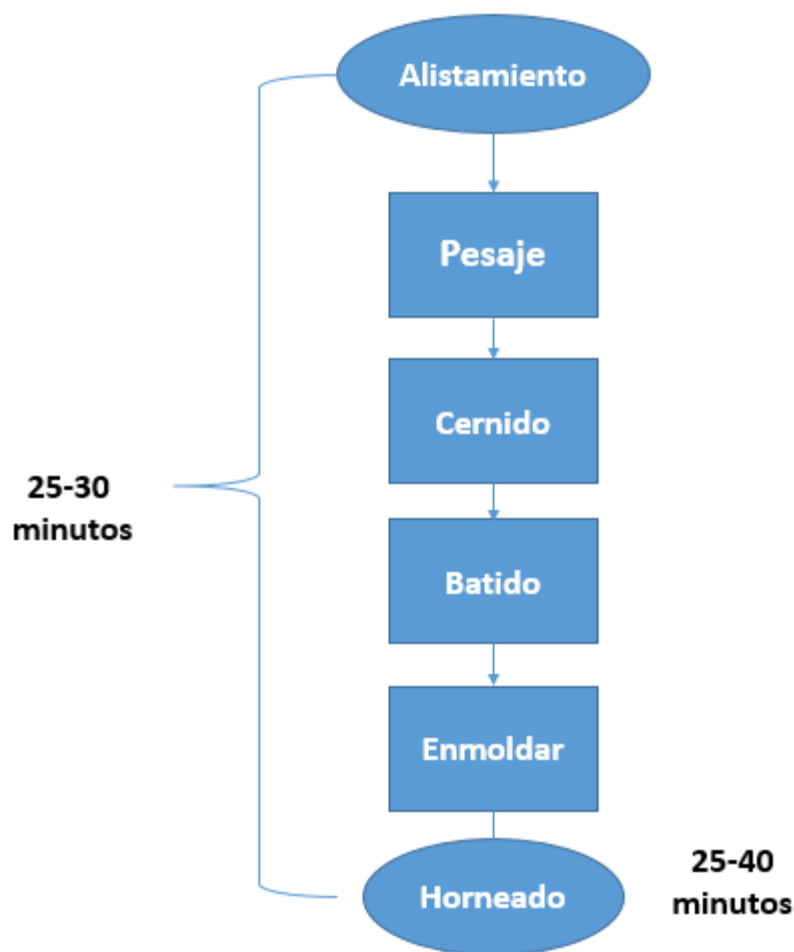


Figura 25. Descripción del proceso de producción

En general la elaboración de las tortas es básicamente el mismo procedimiento, se comienza siempre por el alistamiento respectivo de las materias primas a utilizar, es decir la selección de los ingredientes, el siguiente paso es dejar los moldes o refractarias en donde se hornearán las tortas engrasadas y enharinados, para luego proceder a pesar cada uno de los ingredientes y dejarlos medidos y listos sobre el mesón en el cual se va a trabajar.

Seguido de lo anterior, en un recipiente o “bowl”, se cierne la harina y demás ingredientes secos de la mezcla, por otro lado, se tendrán los ingredientes líquidos de la mezcla; terminado el anterior paso se procede al paso de batido.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Una vez se tiene la masa lista se da paso a enmoldar, en otras palabras, a llevar la masa al recipiente (molde) anteriormente engrasado y enharinado en el que se horneará. inmediatamente se llevan los moldes al horno y se dejan de 30 minutos a 1 hora, dependiendo del tamaño del que sea la torta.

1.10. Necesidades y requerimientos

1.10.1. Tecnología e insumos

Tabla 16. Equipos

Activo	Cantidad	Costo Unid.	Total
Estufa Auxiliar	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Nevera	1	\$ 400.000	\$ 350.000
Licuadaora	1	\$50.000	\$ 50.000
Batidora Manual	1	\$50.000	\$ 50.000
Procesador de Alimentos	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Balanza Digital	1	\$ 20.000	\$ 20.000
COSTO TOTAL			\$ 750.000

Tabla 17. Utensilios

Activo	Cantidad	Costo Unid.	Total
Molde 1/2 lb	2	\$ 8.000	\$ 16.000
Molde 1/4 lb	2	\$ 6.000	\$ 12.000
Molde 1 lb	2	\$ 10.000	\$ 20.000
Molde Cupcakes	2	\$ 15.000	\$ 30.000
Bandeja Hornear	2	\$ 10.000	\$ 20.000
Refractaria Mediana	2	\$ 10.000	\$ 20.000
Refractaria Grande	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Juego de Boquillas	1	\$ 35.000	\$ 35.000

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Mangas Pasteleras	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Rodillo Fondant	1	\$ 12.000	\$ 12.000
Batidor Manual Silicona	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Set de Espátulas	1	\$ 13.000	\$ 13.000
Taza Medidora pyrex	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Mixing Bowls	1	\$ 7.000	\$ 7.000
Cucharas Medidoras	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Tamizador	1	\$ 3.000	\$ 3.000
COSTO TOTAL			\$ 243.000

1.10.2. Materia prima y suministros

En cuanto la materia prima y suministros requeridos para la elaboración de nuestros productos, es importante no contar con un único proveedor con el fin de que estos no ejerzan poder sobre los precios. Así mismo para Valentía Pastelería Saludable es de vital importancia e imprescindible tener control total de las materias primas que se adquieren, con el fin de garantizar calidad en sus productos.

Para lo anterior se ha establecido una política para llevar control de las materias primas. La empresa exigirá requisitos mínimos para la selección de sus futuros proveedores, tales como:

- Empresa legalmente constituida
- Cumplimiento de registros sanitarios e higiene
- Entrega de materia prima en condiciones establecidas en los contratos (términos y condiciones de empaque, precio, fechas de vencimiento visibles, garantías, entre otros).

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

1.11. Costos**1.11.1. Costos de producción**

Al ser una empresa de producción, los costos estarán directamente ligados a los costos de materia prima, la mano de obra requerida y los costos indirectos de fabricación, como lo son:

- Costos de materia prima

Tabla 18. Costos de materia prima Torta de Naranja y Amapola

Ingredientes	Cantidad	Medida	Precio
Harina Integral	500	Gr	\$ 2.400
Endulzante	300	Gr	\$ 800
Margarina vegetal	500	Gr	\$ 4.800
Huevos	8	Unid	\$ 2.400
Polvo hornear	20	Gr	\$ 400
Semillas amapola	20	Gr	\$ 2.400
Bicarbonato	6	Gr	\$ 400
Vainilla	30	Ml	\$ 400
Jugo de naranja	500	Ml	\$ 2.000
<u>Cobertura</u>			
Endulzante pulverizado	440	Gr	\$ 4.000
Jugo de naranja	60	Ml	\$ 1.000
Vainilla	30	Ml	\$ 400
<u>Empaque</u>			
Domo torta 1 lb	1	Unid	\$ 951
		TOTAL	\$ 22.351

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Tabla 19. Costos de materia prima Torta de Zanahoria y Nueces

Ingredientes	Cantidad	Medida	Precio
Harina Integral	500	Gr	\$ 2.400
Endulzante	300	Gr	\$ 800
Margarina vegetal	500	Gr	\$ 4.800
Zanahoria	12	Unid	\$ 4.000
Huevos	8	Unid	\$ 2.400
Bicarbonato	20	Gr	\$ 400
Canela molida	20	Gr	\$ 400
Polvo de hornear	20	Gr	\$ 400
Nueces molidas	250	Gr	\$ 7.600
Sal	6	Gr	\$ 400
Leche	300	Ml	\$ 780
<u>Cobertura</u>			
Leche condensada ligh	800	Ml	\$ 11.000
Crema de leche light	800	Ml	\$ 10.600
Leche evaporada	800	Ml	\$ 2.080
Limones	6	Unid	\$ 2.000
<u>Empaque</u>			
Domo torta 1 lb	1	Unid	\$ 951
		TOTAL	\$ 51.011

Tabla 20. Costos de materia prima Torta de Limón y Nueces

Ingredientes	Cantidad	Medida	Precio
Harina Integral	500	Gr	\$ 2.400
Endulzante	300	Gr	\$ 800
Margarina vegetal	500	Gr	\$ 4.800
Jugo de limón	480	Ml	\$ 4.000
Huevos	8	Unid	\$ 2.400

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Polvo de hornear	20	Gr	\$ 400
Nueces molidas	250	Gr	\$ 7.600
Bicarbonato	20	Gr	\$ 400
Leche	300	Ml	\$ 780
<u>Cobertura</u>			
Leche condensada ligth	800	Ml	\$ 11.000
Crema de leche light	800	Ml	\$ 10.600
Leche evaporada	800	Ml	\$ 2.080
Limones	6	Unid	\$ 2.000
<u>Empaque</u>			
Domo torta 1 lb	1	Unid	\$ 951
		TOTAL	\$ 50.211

Tabla 21. Costos de materia prima Torta de Chocolate

Ingredientes	Cantidad	Medida	Precio
Harina Integral	210	Gr	\$ 1.008
Endulzante	400	Gr	\$ 1.067
Cocoa	160	Gr	\$ 3.664
Aceite de coco	200	Ml	\$ 7.000
Huevos	4	Unid	\$ 1.200
Bicarbonato	10	Gr	\$ 200
Sal	6	Gr	\$ 400
Vainilla	5	Ml	\$ 67
Leche	750	Ml	\$ 1.950
Limón	2	Unid	\$ 500
<u>Cobertura</u>			
Leche	490	Ml	\$ 1.274
Margarina vegetal	40	Gr	\$ 384
Cocoa	60	Gr	\$ 1.374
Maizena	3	Gr	\$ 64

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Endulzante	20	Gr	\$ 53
<u>Empaque</u>			
Domo torta 1 lb	1	Unid	\$ 951
		TOTAL	\$ 21.156

1.11.2. Costos de mano de obra

Actualmente el negocio está en su fase de inicio por lo cual solo cuenta con dos operarios, la propietaria del negocio y su auxiliar, se estableció el siguiente valor como nomina para cada una de ellas, mientras el negocio crece con el tiempo, pues no se debe sobreestimar su trabajo y tiempo, pero tampoco incurrir a más gastos en una fase de inicio del negocio.

Tabla 22. Costos mano de obra

Concepto	Cantidad	Nomina
Propietario	1	\$ 300.000
Ayudante	1	\$ 300.000
COSTO TOTAL		\$ 600.000

1.11.3. Costos indirectos de fabricación

Actualmente las actividades de producción de la empresa se llevan a cabo en la vivienda de las propietarias del negocio, por tanto, para tener en cuenta los costos indirectos de fabricación como el pago de servicios de luz, agua, gas, etc. Se ha fijado un porcentaje de aporte en dinero para la cancelación total de cada uno de ellos.

Independientemente de que la vivienda sea propia se tuvo en cuenta el servicio “arriendo” porque igual es un activo con el que se cuenta y tiene un valor. En cuanto al resto de servicios se tuvo en cuenta solo cierto porcentaje de aporte ya que con la pastelería no se pretende mantener el consumo total del hogar.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Tabla 23. Costos indirectos de fabricación

Concepto	Costo	Total Mensual	Total anual
Arriendo	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 600.000
Luz	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 240.000
Gas	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 216.000
Agua	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 240.000
Total		\$ 58.000	\$ 696.000

1.12. Estudio financiero**1.12.1. Inversiones****1.12.1.1. Inversión en activos fijos**

En los siguientes cuadros se pueden apreciar las inversiones a realizar en activos fijos, es decir, la maquinaria y utensilios básicos requeridos para la fabricación de los productos.

Conviene subrayar que, tanto a las anteriores inversiones en activos fijos se les dio un valor de acuerdo al estado en el que se encuentra cada uno de ellos, ya que actualmente el negocio ya cuenta con ellos. Los cuales representan un monto total de un millón ciento seis mil pesos (\$1'106.000).

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

1.12.1.2. Maquinaria y Equipos

Tabla 24. Equipos

Activo	Cantidad	Costo Unid.	Total	Vida Útil
Estufa Auxiliar	1	\$ 200.000	\$ 200.000	10 años
Nevera	1	\$ 400.000	\$ 350.000	10 años
Licuadaora	1	\$ 50.000	\$ 50.000	10 años
Batidora Manual	1	\$ 50.000	\$ 50.000	3 años
Procesador de Alimentos	1	\$ 100.000	\$ 100.000	5 años
Balanza Digital	1	\$ 20.000	\$ 20.000	5 años
COSTO TOTAL			\$ 770.000	

1.12.1.3. Utensilios

Tabla 25. Utensilios

Activo	Cantidad	Costo Unid.	Total	Vida Útil
Molde 1/2 lb	2	\$ 8.000	\$ 16.000	5 años
Molde 1/4 lb	2	\$ 6.000	\$ 12.000	5 años
Molde 1 lb	2	\$ 10.000	\$ 20.000	5 años
Molde Cupcakes	2	\$ 15.000	\$ 30.000	5 años
Bandeja Hornear	2	\$ 10.000	\$ 20.000	5 años
Refractaria Mediana	2	\$ 10.000	\$ 20.000	5 años
Refractaria Grande	1	\$ 20.000	\$ 20.000	5 años
Juego de Boquillas	1	\$ 35.000	\$ 35.000	5 años
Mangas Pasteleras	1	\$ 5.000	\$ 5.000	6 meses
Rodillo Fondant	1	\$ 12.000	\$ 12.000	8 años
Batidor Manual Silicona	1	\$ 5.000	\$ 5.000	3 años
Set de Espátulas	1	\$ 13.000	\$ 13.000	8 meses
Taza Medidora pyrex	1	\$ 20.000	\$ 20.000	5 años
Mixing Bowls	1	\$ 100.000	\$ 100.000	2 años
Cucharas Medidoras	1	\$ 5.000	\$ 5.000	2 años
Tamizador	1	\$ 3.000	\$ 3.000	6 meses
COSTO TOTAL			\$ 336.000	

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

1.12.2. Capital de trabajo

“El capital de trabajo, es la cantidad de recursos a corto plazo que requiere una empresa para poder operar.” [14]

En este sentido para el capital de trabajo de la pastelería se tuvieron en cuenta los siguientes rubros: costos de materia prima, costos de mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos de administración de los primeros tres meses del año 2016. Véase en la estructura de costos adjunta en el archivo de Excel.

De acuerdo a lo anterior, el monto requerido o la inversión en capital de trabajo para poder operar es igual a \$3.585.829.

1.12.3. Inversión total

Teniendo en cuenta tanto la inversión inicial en maquinaria y equipo como la inversión en capital de trabajo, el rubro para inversión total del proyecto asciende a un total de \$4.691.830.

1.12.4. Costos y gastos proyectados**1.12.4.1. Costos materia prima**

La empresa actualmente cuenta con precios estipulados para cada una de las referencias de sus productos. Están dados de la siguiente manera:

Tabla 26. Costos de materia prima

Peso Torta	Precio Venta	Peso Torta Chocolate	Precio Venta
1/4 lb	\$20.000,00	1/4 lb	\$25.000,00
1/2 lb	\$40.000,00	1/2 lb	\$50.000,00
1 lb	\$80.000,00	1 lb	\$100.000,00

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Tipo Costo		Costo Variable Unitario	Referencia	<u>Total</u> <u>2016</u>	<u>Total</u> <u>2017</u>	<u>Total</u> <u>2018</u>	<u>Total</u> <u>2019</u>	<u>Total</u> <u>2020</u>	<u>Total</u> <u>2021</u>
Ventas (lbs)	Chocolate	1/4	37	74	99	129	173	190	
		1/2	13	26	39	51	61	67	
		1	3	6	9	12	14	15	
	Naranja Amapola	1/4	139	278	369	542	651	716	
		1/2	45	90	114	176	211	232	
		1	17	34	51	66	80	88	
	Zanahoria Nueces	1/4	113	226	339	441	529	582	
		1/2	41	82	123	164	197	216	
		1	18	36	54	70	84	93	
	Limón Nueces	1/4	44	88	132	172	206	227	
		1/2	20	40	60	78	94	107	
		1	9	18	27	35	42	46	
Variable unitaria	Chocolate	1/4	\$ 195.693	\$ 403.128	\$ 555.499	\$ 743.813	\$ 1.030.790	\$ 1.167.885	
		1/2	\$ 137.514	\$ 283.279	\$ 437.666	\$ 586.035	\$ 724.339	\$ 820.676	
		1	\$ 63.468	\$ 130.744	\$ 202.000	\$ 270.478	\$ 334.310	\$ 378.774	
	Naranja Amapola	1/4	\$ 776.697	\$ 1.599.996	\$ 2.187.448	\$ 3.310.000	\$ 4.091.161	\$ 4.635.285	
		1/2	\$ 502.898	\$ 1.035.969	\$ 1.351.594	\$ 2.143.166	\$ 6.651.815	\$ 3.001.264	
		1	\$ 379.967	\$ 782.732	\$ 1.209.321	\$ 1.714.533	\$ 4.944.712	\$ 2.267.621	
	Zanahoria Nueces	1/4	\$ 1.441.061	\$ 2.968.585	\$ 4.586.464	\$ 6.141.275	\$ 1.209.125	\$ 3.348.738	
		1/2	\$ 1.045.726	\$ 2.154.195	\$ 3.328.231	\$ 4.565.196	\$ 5.642.582	\$ 3.168.847	
		1	\$ 918.198	\$ 1.891.488	\$ 2.922.349	\$ 3.913.025	\$ 4.836.499	\$ 2.739.877	
	Limón Nueces	1/4	\$ 552.321	\$ 1.137.781	\$ 1.757.872	\$ 2.353.791	\$ 2.909.285	\$ 3.296.220	
		1/2	\$ 502.110	\$ 1.034.347	\$ 1.598.065	\$ 2.139.810	\$ 2.644.805	\$ 3.119.151	
		1	\$ 451.899	\$ 930.912	\$ 1.438.259	\$ 1.925.829	\$ 2.380.324	\$ 2.696.907	
	Costo Total Variable			\$ 6.967.551	\$ 14.353.155	\$ 21.574.768	\$ 29.806.950	\$ 37.399.747	\$ 30.641.245

Tabla 27. Costos

En cuanto a las unidades a vender por referencias de cada una de las tortas, se hicieron las proyecciones de ventas para los siguientes cinco años teniendo en cuenta el histórico de ventas del año 2016.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

En vista de que las ventas de lo que lleva corrido del año 2016 no están dejando la utilidad esperada, se estableció que dichas ventas incrementarían para el primer año de la siguiente manera:

Tabla 28. Incremento en ventas

Crecimiento anual año 1	50%
Crecimiento anual año 2	50%
Crecimiento anual año 3	30%
Crecimiento anual año 4	20%
Crecimiento anual año 5	10%

Lo anterior como capacidad de producción con el fin de lograr en el primer año de operación (2017) de la empresa la cantidad de ventas que se tenían en el año 2012 cuando el negocio estaba en su mejor momento. En el archivo de Excel se adjunta el histórico de ventas del año 2012.

Con respecto a los costos variables unitarios se hallaron de la siguiente manera:

Adicionalmente se adjuntan los costos requeridos por concepto de materia para la elaboración de cantidad de 1 libra para cada una de las tortas.

Tabla 29. Datos generales de costos de producción (1 libra)

Tortas	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Chocolate	\$ 21.156	\$ 21.791	\$ 22.444	\$ 23.118	\$ 23.811	\$ 24.526
Naranja y amapola	\$ 22.351	\$ 23.022	\$ 23.712	\$ 24.424	\$ 25.156	\$ 25.911
Zanahoria y nueces	\$ 51.011	\$ 52.541	\$ 54.118	\$ 55.741	\$ 57.413	\$ 59.136
Limón	\$ 50.211	\$ 51.717	\$ 53.269	\$ 54.867	\$ 56.513	\$ 58.208

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

De lo anterior, es necesario recalcar que para el respectivo aumento de cada uno de los costos de materia prima que se tuvo en cuenta para el costo de la materia prima de los siguientes cinco años (2017-2021), está dado por un porcentaje del 3%, correspondiente a la inflación esperada.

1.12.4.2. Gastos de administración

Para definir los supuestos de mano de obra, no se tomaron los porcentajes establecidos por la ley colombiana para el pago que le corresponde al empleador de las prestaciones sociales, ya que como se mencionaba anteriormente el negocio está en su fase de inicio y los operarios son los mismos propietarios, no obstante, no se debe subestimar su tiempo y sus labores prestadas.

Es entonces como de esta forma se establece una nómina para cada operario de \$300.000, como se muestra a continuación:

Tabla 30. Gastos de administración

Concepto	Costo Fijo Total Mensual	Total 2016	Total 2017	Total 2018	Total 2019
Propietario	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.708.000	\$ 3.819.240	\$ 3.933.817
Ayudante	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.708.000	\$ 3.819.240	\$ 3.933.817

Adicionalmente, para generar un aumento en los salarios, los costos indirectos de fabricación y los gastos, se tomó en cuenta el aumento de la inflación correspondiente al año 2012, un 3%.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Tabla 31. Costos indirectos con inflación

Concepto	Total 2016	Total 2017	Total 2018	Total 2019
Arriendo	\$ 600.000	\$ 618.000	\$ 636.540	\$ 655.636
Luz	\$ 360.000	\$ 370.800	\$ 381.924	\$ 393.382
Gas	\$ 240.000	\$ 247.200	\$ 254.616	\$ 262.254
Agua	\$ 180.000	\$ 185.400	\$ 190.962	\$ 196.691

1.12.4.3. Costo capital

En el mundo actual de los negocios es muy importante tomar buenas decisiones de inversión, de acuerdo al costo de oportunidad asumido por la compañía. La tasa de descuento es aquel costo de capital que se utiliza para descontar a valor presente flujos futuros. [15]

Es de vital importancia hallar esta tasa de descuento para así conocer el costo de capital de la pastelería y saber si realmente está generando valor para los accionistas.

El modelo seleccionado para hallar el costo de capital fue el de fijación de precios de activos de capital o capital Asset pricing model (CAPM). En otras palabras, el CAPM es un modelo que permite determinar la tasa de descuento requerido para un cierto activo.

El modelo toma en cuenta la sensibilidad del activo al riesgo no-diversificable, conocido también como riesgo del mercado o riesgo sistémico, representado por el símbolo de beta (β), así como también el retorno esperado del mercado y el retorno esperado de un activo libre de riesgo. Por lo tanto, se podrá obtener un mayor retorno esperado en medida de una mayor exposición al riesgo.

– TASA DE DESCUENTO (CAPM)

$$Ra = Rf + \beta(Rm - Rf)$$

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Donde:

$Ra = \text{Rendimiento del activo}$

$Rf = \text{Rendimiento libre de riesgo}$

$Rf = 7,52\%$

Según el Banco de la República de Colombia, respectiva a la tasa TES [16]

$\beta = \text{Riesgo del sector alimentos procesados}$

$\beta = 1,38$

Para hallar el valor de beta, se tomó el riesgo correspondiente al sector de alimentos procesados, el cual corresponde a 1,38.

Con respecto al valor de beta, se tiene que para betas mayores a 1 se puede inferir que el activo tiene un riesgo mayor al promedio de todo el mercado, es decir es un beta no apalancado.

$Rm = \text{Rendimiento del mercado}$

$Rm = 13,64\%$

Según datos del índice de la bolsa de valores de Colombia COLCAP IGBC. [17]

Teniendo cada uno de los valores, se procede a reemplazarlos en la formula, y es de esta manera como se halla la tasa de descuento o costo de capital para el presente proyecto.

$$Ra = 7,5\% + 1,38 (0,1364 - 0,0752)$$

$$Ra = \mathbf{15,96\%}$$

1.12.4.4. Flujo de caja

Teniendo en cuenta que lo más importante en un flujo de caja es que el saldo final de caja no sea negativo, en este caso se cumple con la anterior premisa, lo que indica que año a año la empresa tendrá dinero para pagar y corresponder a sus obligaciones, es decir que la empresa, durante los cinco años proyectados tendrá para la cancelación de dichas sus obligaciones.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Tabla 32. Flujo de caja

Concepto	Periodo Inicial	2017	2018	2019	2020	2021
INGRESOS						
Ingresos de la Operación		\$ 32.043.300	\$ 47.279.009	\$ 66.034.039	\$ 82.144.810	\$ 93.265.385
EGRESOS						
Egresos x costos fijos		\$ 8.750.880	\$ 9.013.406	\$ 9.283.809	\$ 9.562.323	\$ 9.849.193
Egresos x costos variables		\$ 14.353.155	\$ 21.574.768	\$ 29.806.950	\$ 37.399.747	\$ 30.641.245
Inversión inicial (tangibles e intangibles)	\$ 1.106.000					
Inversión en capital de trabajo	\$ 3.585.829,78					
FLUJO DE CAJA PROYECTO	-\$ 4.691.830	\$ 8.939.265	\$ 16.690.834	\$ 26.943.281	\$ 35.182.740	\$ 52.774.947

1.12.4.5. Evaluación financiera

Se tomaron dos métodos para la respectiva evaluación financiera. El primer método es el VPN o valor presente neto, el cual permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero, es decir, maximizar la inversión. El segundo método implementado corresponde a la TIR (Tasa Interna de Retorno) es decir el rendimiento real del proyecto.

Tabla 33. Tasa interna de retorno

Inversión Total	-\$ 4.691.830
Valor Presente Flujo Caja	\$ 82.028.922
Costo Capital	15,96%
VPN	\$ 77.337.092
TIR	258%

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

De los anteriores análisis se obtuvieron como resultados un VPN correspondiente a \$77.337.092 y una TIR de 258% con lo que se puede afirmar que el proyecto es viable.

2. Ejecución Plan de Negocios

2.1. Plan de mercadeo

Actualmente la pastelería se encuentra en su fase de inicio y de introducción al mercado, por tal razón busca aprovechar todas las oportunidades que se den en los diferentes eventos, para promocionar y dar a conocer sus productos.

En cuanto a las estrategias de introducción al mercado planteadas en el plan de negocios, se propuso realizar un evento especial con motivo de la apertura del negocio, en el cual mediante diferentes testimonios de vida se dieran ejemplos de la importancia de llevar un estilo de vida y alimentación saludable, decisión que se tomó para que los clientes optarán por elegir siempre la alternativa de pastelería saludable.

De acuerdo a lo anterior hasta la fecha no se ha realizado el gran evento de apertura del negocio puesto que el negocio se ha enfocado en la comercialización de sus productos y nuevos lanzamientos; de igual forma no se ha dejado de cumplir con la estrategia planteada anteriormente ya que se han aprovechado los diferentes eventos realizados por otras organizaciones para dar a conocer los productos y dar a conocer el testimonio de vida de Valentina Gómez y la oportunidad de negocio que se dio a raíz del mismo.

Como se indicó anteriormente se aprovechó el evento realizado por el gimnasio Urban Training el día viernes 10 de marzo de 2017 con motivo de su tercer aniversario, evento al cual

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

asistió Televisión Ciudadana (TVC) y su programa en vivo “The corner TV” para el cual se dio una entrevista por parte de Valentina Gómez propietaria de “Valentía Pastelería Saludable”, entrevista que giró en torno a su testimonio de vida y la razón de ser de su empresa.



Figura 26. Eventos

Con el fin del cumplimiento de una de las estrategias implantadas en el plan de negocios, específicamente las estrategias de introducción al mercado, se estipuló que se organizarían eventos y actividades deportivas, cuyo objetivo principal es promover la actividad física tanto en adultos, jóvenes y niños, con el fin de ser una organización promotora de estilo de vida saludable.

Para lo anterior se le hizo una propuesta al gimnasio Urban Training, la cual consistía en organizar un evento deportivo específicamente una competencia en el que ambos negocios

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

pudieran obtener sus propios beneficios, tanto el gimnasio como la pastelería con este evento atraerían nuevos clientes en sus negocios, y la pastelería tendría la oportunidad de comercializar y exhibir sus productos para ir ganando reconocimiento por parte de los nuevos clientes.

Mediante esta asociación se lograron conseguir patrocinadores para los obsequios que se darían a los ganadores de dicha competencia, tales como “Frugalia’s Delivery” (línea exclusiva de ensaladas y Wake up) y “Exceller” (suplementos deportivos).

El evento se realizó el día 01 de abril de 2017 en la jornada de la tarde, del cual se obtuvieron muy buenos resultados tanto comerciales como de publicidad. Se llevaron todas las referencias de tortas para comercializar en el evento, las cuales se ubicaron en un stand.



Figura 27. Stand Valentía

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE



Figura 28. Eventos

Con el fin de ganar reconocimiento de la marca, la empresa ha sido participe de eventos tanto deportivos que promuevan salud y calidad de vida, como de eventos que tengan algún motivo especial de celebraciones de tradición en la sociedad, tal y como lo son fechas como el día de la madre, día de la mujer, entre otros.

Teniendo en cuenta lo anterior, Valentía Pastelería Saludable ha sido patrocinador oficial de un evento deportivo que se realizó en conmemoración del día de la madre el día 13 de mayo en el estadio de atletismo la flora en la ciudad de Bucaramanga.



Figura 29. Valentía como patrocinador

La empresa no solo participo en este evento del día de la madre, también se aprovechó la fecha para comercializar mediante alianzas estratégicas con otras empresas, cuya razón de ser o enfoque en lo saludable vayan de la mano, como el restaurante Frugalia's, el cual hizo compra de nuestros productos para realizar un sorteo entre sus clientes más frecuentes.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Este tipo de negocios se deben aprovechar para ganar publicidad por medio de estas alianzas con otras empresas que ya están posicionadas en el mercado con más anterioridad.



Figura 30. Publicidad Instagram

En cuanto al cumplimiento de las estrategias de distribución se había estipulado establecer contratos con restaurantes, cafeterías, gimnasios y tiendas saludables para la comercialización los productos. Hasta el momento solo se ha logrado contratos con Neocafé Macanudo (café ubicado en Neomundo), Urban Training (Gimnasio) y Frugalia's Delivery (Línea exclusiva de ensaladas). Negocios a los cuales se les distribuye los productos bajo el pedido que cada uno de ellos considere.



Figura 31. Productos que se han vendido para Neocafé y Frugalia's.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

En cuanto a las ventas a comparación del mes de febrero el mes de marzo fue un mes bastante productivo para la pastelería. Realizando un análisis y relación de las ventas de ambos meses en febrero se generaron por ventas \$408.000 y en el mes de marzo \$937.000, sumando las ventas realizadas en el evento deportivo el cual estaba fijado para el 31 de marzo, pero por cuestiones de logística se pospuso para el 01 de abril. (Adjunto archivo de Excel “Ventas”).

Tabla 34. Ventas proyectadas

Torta	Libra	feb-17	mar-17	abr-17	may-17
Chocolate	1/4	6	10	4	6
	1/2	0	0	2	2
	1	0	0	0	0
Zanahoria Nueces	1/4	12	22	12	26
	1/2	6	12	6	14
	1	0	8	4	4
Naranja Amapola	1/4	16	26	20	44
	1/2	8	8	6	8
	1	2	6	0	6
Limón Nueces	1/4	8	14	4	10
	1/2	0	4	4	8
	1	0	0	2	6

Tabla 35. Ventas reales

Torta	Libra	feb-17	mar-17	abr-17	may-17
Chocolate	1/4	1	7	8	6
	1/2	0	0	2	3
	1	0	0	0	0
Zanahoria Nueces	1/4	5	19	10	10
	1/2	0	0	1	2
	1	0	0	0	0
Naranja Amapola	1/4	3	3	1	5
	1/2	1	0	1	0
	1	0	0	0	1
Naranja Nueces	1/4	4	9	7	11
	1/2	3	3	1	5
	1	0	0	0	0
Envinada	1/4	0	0	0	0
	1/2	0	1	1	2

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

1	0	0	0	0
---	---	---	---	---

Con respecto a las anteriores tablas se muestra, en la primera de ellas las ventas proyectadas en el plan de negocio, las cuales se proyectaron con base a un histórico de ventas que se tenían del año 2016, pero teniendo en cuenta la premisa de que el objetivo y ambición de la empresa al retomar sus actividades de comercialización era alcanzar ventas y ganancias similares a las del año 2012, ya que la empresa en aquel entonces se encontraba en un escenario bastante rentable.

En la segunda tabla se muestran los datos reales de ventas de los meses que lleva en ejecución la empresa, la cual relaciona las ventas reales desde el 14 de febrero hasta el mes de mayo de 2017.

Cabe resaltar que se han venido haciendo nuevos lanzamientos de productos con los que no se tenían planeados en el momento en el que se realizó el plan de negocios, de igual forma se consideró relevante adjuntarlos en la tabla ya que también hacen parte los ingresos de la empresa.

De acuerdo a lo anterior, a continuación, se muestran los precios de una de los nuevos productos, como la torta envinada:

Tabla 36. Precios nuevos productos

Torta	Libra	Precio
Envinada	1/4	\$ 30.000
	1/2	\$ 60.000
	1	\$ 120.000

Esto ha sido posible mediante la realización de los constantes lanzamientos de productos con los que la empresa no contaba antes. El mes de marzo estuvo enfocado no solo en la comercialización sino en el análisis de las tendencias y necesidades de los clientes.

VALENTÍA, PASTERERÍA SALUDABLE

La pastelería ha sacado nuevos productos como: tortas personalizadas, nuevas referencias como la torta “envinada”, pan de bonos aptos para la población que sufre de “Celiaquía”, entre otras. Productos que han sido de gran acogimiento por el mercado.



Figura 32. Nuevos productos

Por otra parte, Para la empresa tener al cliente satisfecho es primordial y de vital importancia para seguir creciendo en el tiempo, por tanto, en busca del mejoramiento continuo de la empresa en general, se han tenido en cuenta las sugerencias hechas por los clientes quienes aprecian y desean seguir adquiriendo nuestros productos, pero con una mejoría de acuerdo a sus requisitos o consideraciones que ellos tengan y deseen de nuestros productos.

A continuación, se muestran a grandes rasgos algunas de las recomendaciones que hemos recibido hasta el momento.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Empresas como Be natural y Frugalia's Delivery, son restaurantes que se dedican a la comercialización de ensaladas mediante un canal de distribución "delivery", es decir a domicilio, ya que no cuentan con un establecimiento fijo.

Estas son dos empresas las cuales desean agregar a sus platos principales una opción de postre, sin dejar de un lado su enfoque principal y razón de ser de las organizaciones, el cual gira en torno al bienestar y cuidado de la salud de sus consumidores.

Teniendo en cuenta lo anterior, valentía pastelería saludable vendría siendo un aliado estratégico para ambas organizaciones, tanto así que estas dos empresas nos han elegido para proveerles nuestros productos.

Las razones por las cuales eligieron a la valentía pastelería saludable entre otras empresas que también hacían parte del proceso de selección, fueron básicamente dos.

La primera de ellas la exquisitez y buen sabor de los productos que fueron entregados en la respectiva degustación y conocimiento de la pastelería, y la segunda razón fue la confianza y seguridad que generamos a nuestros consumidores finales con nuestros productos, mediante los insumos y materia prima de alta calidad con los que se elaboran todos los productos.

Es gratificante para la empresa ser la opción elegida por ambas organizaciones entre otras empresas que quizá ofrecen los mismos productos pero que no satisfacen las necesidades o no son de total agrado y gusto al paladar como los nuestros.

No obstante, hemos recibido la misma sugerencia por parte de las dos empresas y es la forma o presentación en la que entregamos nuestras tortas, ya que al ser empresas delivery es difícil asegurar que una porción de torta que es la forma en que ellos la entregarán con sus

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

ensaladas, llegue al usuario final en el mismo estado en que se envió, ya sea porque sus domiciliarios no son cuidadosos, o por otros motivos que puedan presentarse en el trayecto.

La solución que se les dio a ambas empresas fue cambiar la presentación que usualmente hacíamos de las tortas. Para lo anterior, se hicieron las respectivas compras de moldes que tuvieran forma rectangular y de esta forma se les facilitaría mucho más porcionar las tortas de tal forma que en el trayecto o transporte al destino final, la torta no se mueva y llegue en correcto estado.

Otra solución planteada fue entregar las tortas en presentación de cupcake, la cual también se considera una presentación fácil de transportar de un lado a otro sin que se mueva o voltee la porción de torta.



Figura 33. Presentación de cupcake

Por otra parte, una de las razones por las que muchos de nuestros clientes deciden adquirir nuestros productos es porque consideran que es un buen detalle o una excelente opción para disfrutar cuando hay un motivo por el cual celebrar una ocasión.

La forma en la que inicialmente se entregaban los productos era en un molde plástico de forma circular llamado “domo”, una forma de empaque sencilla y sin decoración alguna. Al ser

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

una opción de detalle para otra persona la torta en esta presentación no es muy llamativa. Muy amablemente muchos de nuestros clientes nos pedían el favor de que les hiciéramos algún tipo de decoración a las tortas de tal forma que se viera mucho más estético o llamativo para ser un detalle.

Así que se tomó la decisión de cambiar este tipo de empaque y entrega de los productos, se cambiaron los domos plásticos por cajas de color blanco, que además de ser una presentación mucho más elegante lleva consigo un detalle decorativo. A continuación, se muestran las

imágenes.



Figura 34. Tipo de empaque

Por otro lado, la pastelería cuenta con un segmento de clientes quienes suelen realizar pedidos con características específicas, muchas de ellas son adiciones de ingredientes como por ejemplo mayor cantidad de frutos secos o mezclas de los mismos, otros desean postres personalizados de acuerdo al motivo de celebración, otros clientes cuyas indicaciones médicas tienen restricciones a ciertos tipos de alimentos, razones por las cuales deciden modificar o cambiar algunos ingredientes de las tortas tradicionales, en fin es un segmento de clientes al cual se les elaboran los productos dependiendo de las especificaciones que ellos deseen.

Es de suma importancia recibir de la mejor forma todas estas críticas constructivas y sugerencias por parte de nuestros consumidores finales, para que el cliente se sienta a gusto con nuestros productos y que sea no solo la adquisición de un producto como cualquier otro, sino que la prestación del servicio sea toda una experiencia y cumpla con los requerimientos y expectativas de los mismos, ya que sin lugar a dudas son los clientes la base y sostén de cualquier negocio.

Así que todos estos cambios han sido realizados con el propósito de cumplir y atender las inquietudes de nuestros consumidores, con el fin de mejorar día a día, y crecer tanto en la parte organizacional como en la gestión de calidad general de la empresa.

En cuanto a los clientes, no solo se han tenido en cuenta las recomendaciones y sugerencias sino también sus hábitos de compras y consumo masivo. Se crearon dos bases de

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

datos, una para clientes antiguos y otra para clientes nuevos y empresas a las cuales se les provee actualmente.

Por otra parte, también se consideró pertinente crear una base de datos de clientes cuya información se fundamentará en hábitos de compra con fechas específicas, es decir, una relación de la fecha específica en que el cliente realizó el pedido y la referencia de producto. Ver en anexos

Las bases de datos mencionadas anteriormente se han venido manejando en un cuadro de Excel de forma muy sencilla.

No obstante, no se deben desaprovechar las herramientas que ofrecen algunos softwares que centralizan el control de la relación con todos los actores relevantes en el proceso de negocio empresarial, especialmente con los clientes, los cuales son un instrumento mucho más completo y avanzado que probablemente las herramientas que ofrece Excel.

Teniendo en cuenta lo anterior se hizo la creación de usuario en Zoho, el CRM recoge la información de la base de datos, y permite relacionar todo el histórico del cliente, accesible de un solo vistazo. Generando la agenda de nuestra fuerza de ventas.

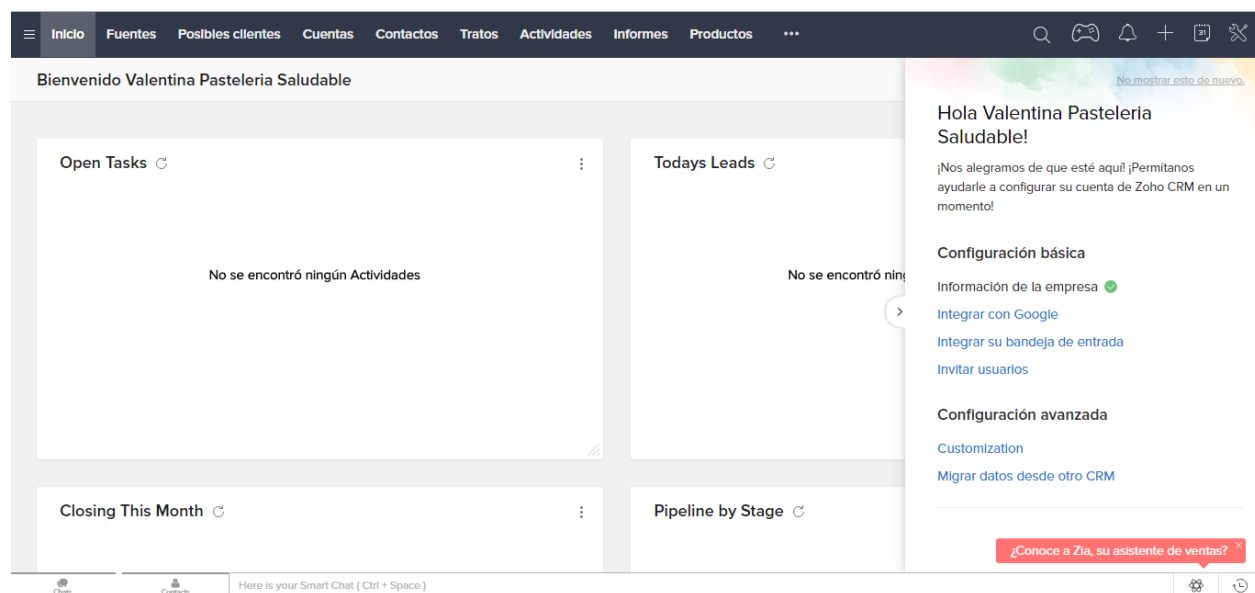


Figura 35. Usuario de Zoho

2.2. Estudio técnico

Actualmente la empresa no cuenta con un punto de venta exclusivo para la elaboración y comercialización de los productos, ya que no se cuenta el capital suficiente para dicho montaje.

Dado lo anterior, la empresa ha trabajado desde la vivienda de la propietaria del negocio, y ha implementado diversas estrategias de marketing fuertes en el reconocimiento de la marca, por esta razón la primera inversión realizada fue en la creación del logotipo de la empresa, esto con el fin de que los consumidores vayan recordando la marca.

Se trabajó fuertemente en la búsqueda de una imagen llamativa para el logo. A continuación, se muestran las propuestas de logotipo diseñadas:



Figura 36. Propuestas de logotipo

Finalmente, el logotipo seleccionado para representar la empresa fue el siguiente:



Figura 37. Logo seleccionado

Con respecto a las necesidades y requerimientos de la empresa, es decir, la tecnología e insumos requeridos para la elaboración de los productos, inicialmente la empresa no necesitó de un capital de inversión en equipos, ya que contaba con los equipos y utensilios con los que ya se venía trabajando hace algún tiempo, sin embargo, a medida que avanzaba la actividad comercial se identificaron ciertas necesidades de inversión en equipos nuevos, como el procesador de alimentos y la licuadora.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

A continuación, se muestran los equipos y utensilios que ya se tenían en la empresa, a los cuales se les dio su respectiva depreciación:

Tabla 37. Equipos que se tenían en la empresa

Activo	Cantidad	Costo Unid.	Total	Vida Útil
Estufa Auxiliar	1	\$200.000	\$200.000	10 años
Nevera	1	\$400.000	\$350.000	10 años
Licuada	1	\$50.000	\$50.000	10 años
Batidora Manual	1	\$50.000	\$50.000	3 años
Procesador de Alimentos	1	\$100.000	\$100.000	5 años
Balanza Digital	1	\$20.000	\$20.000	5 años
COSTO TOTAL			\$770.000	

Tabla 38. Utensilios que se tenían en la empresa

Activo	Cantidad	Costo Unid.	Total	Vida Útil
Molde 1/2 lb	2	\$8.000	\$16.000	5 años
Molde 1/4 lb	2	\$6.000	\$12.000	5 años
Molde 1 lb	2	\$10.000	\$20.000	5 años
Molde Cupcakes	2	\$15.000	\$30.000	5 años
Bandeja Hornear	2	\$10.000	\$20.000	5 años
Refractaria Mediana	2	\$10.000	\$20.000	5 años
Refractaria Grande	1	\$20.000	\$20.000	5 años
Juego de Boquillas	1	\$35.000	\$35.000	5 años
Mangas Pasteleras	1	\$5.000	\$5.000	6 meses
Rodillo Fondant	1	\$12.000	\$12.000	8 años
Batidor Manual Silicona	1	\$5.000	\$5.000	3 años
Set de Espatulas	1	\$13.000	\$13.000	8 meses
Taza Medidora pyrex	1	\$20.000	\$20.000	5 años
Mixing Bowls	1	\$100.000	\$100.000	2 años
Cucharas Medidoras	1	\$5.000	\$5.000	2 años
Tamizador	1	\$3.000	\$3.000	6 meses
COSTO TOTAL			\$336.000	

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Los siguientes equipos son las inversiones realizadas:



Figura 38. Inversiones realizadas

2.3. Estudio administrativo y legal

El día 18 de febrero se realizó la respectiva búsqueda de un nuevo nombre para la empresa ya que al revisar nuevamente la homonimia para “Cake House” se encontró que era una empresa que existía, pero actualmente no estaba en funcionamiento.

Se pudo haber utilizado este nombre, pero la empresa es clara en cuanto a que busca exclusividad; por otra parte, al replantear el nombre que ya se había escogido se evidenció que el nombre no resaltaba la razón de ser y la diferenciación de pastelería saludable a una pastelería tradicional.

Teniendo en cuenta los aspectos anteriores se consultó y verificó que “Valentía Pastelería Saludable” no tuviera homonimia, por lo tanto, fue el nombre seleccionado.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Se hizo la descarga del RUT a nombre de Valentina Gómez directamente del portal de la DIAN, documento que ya se había diligenciado anteriormente, el cual es requisito para la posterior realización de la matrícula mercantil ante Cámara de Comercio.

Con el fin de agilizar los trámites ante cámara de comercio se creó el de registro de nuevo empresario desde la página web de la entidad <http://www.sintramites.com/sintramites/General/Registro.aspx>, así mismo, se realizó la creación de usuario para el portal de la DIAN.

El día 18 de febrero se dispuso específicamente para la constitución legal de la empresa y sus respectivos trámites ante las entidades reguladoras.

En primer lugar, se hicieron los trámites ante Cámara de comercio de Bucaramanga tales como el registro de la matrícula mercantil y el pago a realizar.

Terminado el proceso de registro de matrícula mercantil y las obligaciones ante la cámara de comercio, se realizó en la DIAN el cambio del RUT, ya que las obligaciones deben cambiar para cualquier individuo el cual empiece a ejecutar cualquier tipo de actividad de comercialización.

Así mismo, se realizó la gestión y activación IFE (Instrumento de firma electrónica), con el fin de tramitar la resolución de facturación, ya que es requisito para cualquier tipo de empresa o razón social dedicada a la comercialización de bienes y/o servicios.

NOTA: El asesor de todo el procedimiento de resolución de facturación sugirió que no era de necesario abrir una nueva cuenta exclusivamente para la empresa puesto que la propietaria ya contaba con una cuenta a nombre propio, dado que es la misma persona que va a facturar no es requisito la exclusividad de una cuenta bancaria para la empresa.

VALENTÍA, PASTERERÍA SALUDABLE

Razón Social

valentia pasteleria saludable

El Nombre 'VALENTIA PASTERERIA SALUDABLE' Sí Existe. Evite Usar Nombres Que Puedan Generar Confusión Con Otros Ya Registrados.

Se encontraron 1 registros. Mostrando página 1 de 1

Tipo	Documento	Camara	Matricula	Razón Social	Sigla	Categoría	Activo
C.C.		BUCARAMANGA	9000367596	VALENTIA PASTERERIA SALUDABLE			Sí

Figura 39. Matricula mercantil

En cuanto a la creación del correo que manejaría la empresa se hizo la respectiva creación de valentiapasteleriasaludable@hotmail.com, es de uso temporal mientras la empresa cuenta con un monto para pagar por la creación de un correo corporativo.

A continuación, se adjunta la evidencia de la creación del correo anteriormente mencionado:



Figura 40. Correo electrónico

Por otra parte, como bien sabemos es de suma importancia que la empresa cuente con redes sociales, ya que, al no contar con un establecimiento físico, el marketing digital será su principal canal de negociación, distribución, comercialización y por supuesto reconocimiento del mercado y nuevos clientes.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Para lo cual se hizo apertura de redes sociales como Instagram, la cuenta se denomina @valentiapasteleriasaludable.



Figura 41. Instagram de valentía

Al abrir esta cuenta, se tenía pensado empezar a realizar diversas publicaciones a través de la misma, no obstante, se siguieron las recomendaciones de un experto en temas referentes a marketing, publicidad y redes sociales, de las cuales se estableció que en la fase de inicio y de introducción al mercado la empresa, las publicaciones se realizarían en las redes sociales de la propietaria del negocio, aprovechando los seguidores y contactos que ya se tenían en sus cuentas, dado que eran un monto considerable, no solo cantidad sino en las cualidades y características de los mismos, ya que cumplen los rasgos del segmento de clientes potenciales del negocio.

Lo anterior como estrategia de introducción en el mercado con el propósito de generar reconocimiento en el sector.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

A continuación, evidencia de lo anterior:



Figura 42. Publicación en Instagram de Valentía

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE



valentinagomez11

valentinagomez11 ¡DÍA DE LA MUJER! 🌸🌹
Que las fechas especiales sigan siendo una celebración sin prohibirnos ni cohibirnos de las delicias que nos da la vida!!! Por eso VALENTÍA Pastelería Saludable piensa en ti!!!
❤️👩🍳 DELICIOSAS tortas saludables hechas a base de harina 100% integral, CERO AZÚCAR, NO grasas trans!!! decoradas en cajita individual, sabores: - Chocolate
- Zanahoria Nueces - Naranja Nueces - Naranja Amapola - Limón, Limón Nueces

Cuidate, ámate y no te castigues❤️👩🍳 Regala a tus seres amados una deliciosa y sana opción para celebrar este hermoso día.❏❏❏ Pregunta por la súper promoción para esta fecha tan especial Wapp: 3017428047 🌸🌹❤️

thefashionfitness_ 😊



33 Me gusta

6 DE MARZO

Figura 44. Publicación Instagram día de la mujer



valentinagomez11

valentinagomez11 Y tú, ya pensaste que regalarle a mamá en su día?, no pasemos por alto las fechas especiales y más si podemos dar un hermoso y delicioso detalle...
VALENTÍA PASTELERÍA SALUDABLE, sin duda alguna la mejor opción!!! ❏❏❏❤️ Pedidos por wapp: 3017428047 - 3008595510



248 reproducciones

Figura 43. Instagram día de la mujer

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE



valentinagomezm11

valentinagomezm11 Porque en equipo todo es mejor, siempre brindándote las mejores alternativas.... LO MEJOR PARA LAS MEJORES!!! ☐☐☐ La perfecta combinación para nuestras hermosas madres☐☐☐ PARTICIPA!!!! → @frugalías_delivery #saludable #pasteleriasaludable #healthylife #healthyfood #fitlife #fitmom #fitmommy #pasteleriasaludable



19 Me gusta

9 DE MAYO

Añade un comentario...

...



valentinagomezm11

valentinagomezm11 ¡Disponible para entrega inmediata torta de Zanahoria Nueces! 🍌🍌🍌 Que mejor manera de endulzar tus días disfrutando con deliciosa Pastelería Saludable! 100% y además exquisitas... para que más?? Pide ya!!!! wapp 3017428047

carolinav303 Recetaaa!! ☐ para los que no podemos pedir porque vivimos lejos 😞

valentinagomezm11 @carolinav303 muy pronto!!! Tutoriales ? Sería genial!!

carolinav303 Siii!! Me encantaría ☐❤️

jhonparada_ Hufff delicioso 😊

vanesitarivero Yo quiero Valen!!!! @valentinagomezm11



21 Me gusta

HACE 5 DÍAS

bhAQUB/?taken-by=valentinagomezm11

Figura 45. Publicidad de producto en Instagram

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Otro rasgo por resaltar, es que no solo se ha adquirido nuevos conocimientos en cuanto a técnicas y productos nuevos sino también se ha asistido a diversas capacitaciones realizadas por la Cámara de Comercio de Bucaramanga “Más ideas más empresas”, las cuales dieron inicio desde el día 14 de marzo.

La Cámara de Comercio de Bucaramanga con el apoyo del Sena y la Red de Emprendimiento, inició en el año 2012 el programa “+Ideas +Empresas” con el objetivo de incrementar la sostenibilidad de las nuevas iniciativas empresariales generadas en la región.

La Cámara de Comercio de Bucaramanga, busca con este programa emprendedores con ideas de alto potencial para hacer de estas empresas sostenibles y rentables.

Valentía Pastelería Saludable fue una de las empresas beneficiadas ya que la Cámara de Comercio la seleccionó para realizar gratuitamente el programa y talleres “+ ideas + empresas”. Actualmente se está trabajando con estrategias de orientación y fortalecimiento del proyecto empresarial.

Hasta la fecha se han realizado cuatro módulos semanalmente con un núcleo empresarial



VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

experto en módulo de mercadeo, financiero, administrativo y legal, y plan de negocios de la empresa

Con respecto al organigrama planteado en el plan de negocios, hasta la fecha se ha constituido de la siguiente manera:

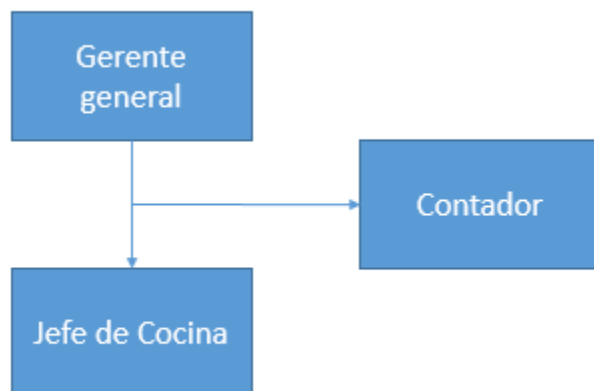


Figura 47. Organigrama

En la siguiente imagen se muestra el organigrama planteado en el plan de negocios, se espera constituirlo de la misma forma a medida que vaya creciendo la organización.

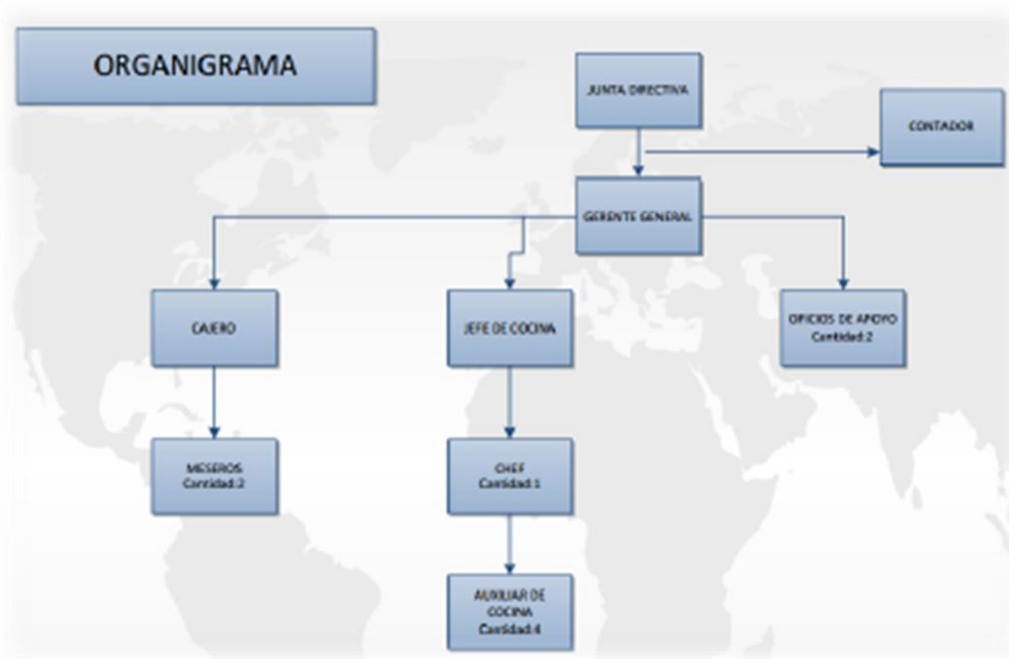


Figura 48. Organigrama proyectado

2.4. Estudio financiero

Mes a mes se han venido llevando los estados financieros correspondientes de la empresa, tanto el balance general como el estado de resultados, en el que se estipulan los ingresos, gastos y ganancias que se ha tenido en cada uno de los meses de operación de la empresa.

Los estados financieros contienen un desglose mensual de los ingresos que se obtuvieron mes a mes, los gastos que se han realizado en compras de insumos, mano de obra, gastos de administración y venta, transporte, entre otros.

Por otra parte, en el balance general se muestra la deuda pendiente de la empresa y las cuotas a pagar para cada uno de los meses.

Llevando mes a mes cada uno de los estados ha sido posible tomar decisiones en beneficio de la empresa, ya que gracias a la información que proporcionan cada uno de los

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

estados se han realizado diferentes compras de maquinaria y utensilios en el momento apropiado para la empresa, ya que se tienen en cuenta las utilidades obtenidas del ejercicio y se considera la viabilidad de poder realizar dichas inversiones.

A continuación, se adjuntan los estados de resultados y balance general correspondientes a febrero, marzo y abril del presente año.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Tabla 39. Balance General enero-febrero

Siigo - VALENTINA PASTELERIA SALUDABLE

MAY/01/20
17

BALANCE GENERAL					
De: ENE 1/2017 A: FEB 28/2017					
NIT: 001098772023 -9					
Procesado en :2017/05/19 15:31:22:83					
DESCRIPCION	SALDO AUXILIA R	SALDO SUBCUENTA	SALDO CUENTA	SALDO GRUPO	SALDO TOTAL
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					1.062.481,00
11 DISPONIBLE				1.062.481,00	
1105 CAJA			1.062.481,00		
110505 CAJA GENERAL		1.062.481,00			
ACTIVO FIJO					1.006.000,00
15 PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO				1.006.000,00	
1524 EQUIPO DE OFICINA			336.000,00		
152405 MUEBLES Y ENSERES		336.000,00			
15240502 MOLDE ME 1/2 LIBRA	16.000,00				
15240503 MOLDE DE 1/4 LIBRA	12.000,00				
15240504 MOLDE DE 1 LIBRA	20.000,00				
15240505 MOLDE CUPCAKES	30.000,00				
15240506 BANDEJA DE	20.000,00				
HORNEAR					
15240507 REFRACTARIA	20.000,00				
MEDIANA					
15240508 REFRACTARIA	20.000,00				
GRANDE					
15240509 JUEGO DE	35.000,00				
BOQUILLAS					
15240510 MANGAS	5.000,00				
PASTELERAS					
15240511 RODILLO FONDANT	12.000,00				
15240512 BATIDOR MANUAL	5.000,00				
SILICONA					
15240513 SET DE ESPATULAS	13.000,00				
15240514 TAZA MEDIDORA	20.000,00				
PYREX					
15240515 JUEGO MIXING	100.000,00				
BOWLS					
15240516 CUCHARAS	5.000,00				
MEDIDORAS					
15240517 TAMIZADOR	3.000,00				
1588 PROPIEDAD PANTA Y EQUIPO EN TRANSITO			670.000,00		
158826 EQUIPO DE COCINA		670.000,00			
15882601 ESTUFA	200.000,00				
15882602 NEVERA	350.000,00				
15882603 LICUADORA	50.000,00				
15882604 BATIDORA MANUAL	50.000,00				
15882605 BALANZA DIGITAL	20.000,00				
TOTAL ACTIVO					2.068.481,00
PASIVO					

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

PASIVO CORRIENTE					(1.000.000,00)
21 OBLIGACIONES FINANCIERAS				(1.000.000,00)	
2195 OTRAS OBLIGACIONES			(1.000.000,00)		
219505 PARTICULARES		(1.000.000,00)			
TOTAL PASIVO					(1.000.000,00)
PATRIMONIO					
31 CAPITAL SOCIAL				(1.006.000,00)	
3115 APORTES SOCIALES			(1.006.000,00)		
311510 APORTES DE SOCIOS - FONDO MUTUO DE INVER		(1.006.000,00)			
36 RESULTADOS DEL EJERCICIO				(62.481,00)	
3605 UTILIDAD DEL EJERCICIO			(62.481,00)		
360505 UTILIDAD DEL EJERCICIO		(62.481,00)			
TOTAL PATRIMONIO					(1.068.481,00)
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO					(2.068.481,00)

Tabla 40. Estado de resultados Febrero

Siigo - VALENTINA PASTELERIA SALUDABLE

MAY/01/2017

ESTADO DE RESULTADOS

De : FEB 1/2017 A : FEB 28/2017

NIT 001098772023 -9

Procesado en :2017/05/19 15:33:48:98

CUENTA	NOMBRE	SALDO SUBAUXILIAR	SALDO AUXILIAR	SALDO SUBCUENTA	SALDO CUENTA	SALDO GRUPO
4	TOTAL INGRESOS					408.000,00
41	OPERACIONALES				408.000,00	
4120	INDUSTRIA MANUFACTURERA			408.000,00		
412009	ELABORACION DE PRODUCTOS PARA PANADERIA		408.000,00			
5	TOTAL GASTOS					143.900,00
51	OPERACIONES DE ADMINISTRACION				143.900,00	
5135	SERVICIOS			78.000,00		
513525	ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO		30.000,00			
513530	ENERGIA ELECTRICA		30.000,00			
513555	GAS		18.000,00			
5140	GASTOS LEGALES			46.800,00		
514010	REGISTRO MERCANTIL		46.800,00			
5195	DIVERSOS			19.100,00		
519530	UTILES PAPELERIA Y FOTOCOPIAS		19.100,00			
6	COSTO DE VENTAS O PRESTACION DE SER					201.619,00
62	COMPRAS				201.619,00	
6210	DE MATERIAS PRIMAS			201.619,00		
621001	MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACION DE		201.619,00			

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

	PRODUCTOS					
	UTILIDAD DEL EJERCICIO					62.481,00

Tabla 41. Balance General enero-marzo

Siigo - VALENTINA PASTELERIA SALUDABLE				MAY/01/2017	
BALANCE GENERAL					
De: ENE 1/2017 A: MAR 31/2017					
NIT: 001098772023 -9					
Procesado en :2017/05/19 15:32:11:33					
DESCRIPCION	SALDO AUXILIAR	SALDO SUBCUENTA	SALDO CUENTA	SALDO GRUPO	SALDO TOTAL
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					1.373.905,00
11 DISPONIBLE				1.373.905,00	
1105 CAJA			1.373.905,00		
110505 CAJA GENERAL		1.373.905,00			
ACTIVO FIJO					1.106.900,00
15 PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO				1.106.900,00	
1524 EQUIPO DE OFICINA			336.000,00		
152405 MUEBLES Y ENSERES		336.000,00			
LIBRA 15240502 MOLDE ME 1/2	16.000,00				
LIBRA 15240503 MOLDE DE 1/4	12.000,00				
LIBRA 15240504 MOLDE DE 1	20.000,00				
LIBRA 15240505 MOLDE CUPCAKES	30.000,00				
15240506 BANDEJA DE HORNEAR	20.000,00				
15240507 REFRACTARIA MEDIANA	20.000,00				
15240508 REFRACTARIA GRANDE	20.000,00				
15240509 JUEGO DE BOQUILLAS	35.000,00				
15240510 MANGAS PASTELERAS	5.000,00				
15240511 RODILLO FONDANT	12.000,00				
15240512 BATIDOR MANUAL SILICONA	5.000,00				
15240513 SET DE ESPATULAS	13.000,00				
15240514 TAZA MEDIDORA PYREX	20.000,00				
15240515 JUEGO MIXING BOWLS	100.000,00				
15240516 CUCHARAS MEDIDORAS	5.000,00				
15240517 TAMIZADOR	3.000,00				
1588 PROPIEDAD PANTA Y EQUIPO EN TRANSITO			770.900,00		
158826 EQUIPO DE COCINA		770.900,00			
15882601 ESTUFA	300.900,00				

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

15882602 NEVERA	350.000,00				
15882603 LICUADORA	50.000,00				
15882604 BATIDORA	50.000,00				
MANUAL					
15882605 BALANZA	20.000,00				
DIGITAL					
TOTAL ACTIVO					2.480.805,00
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					(1.000.000,00)
21 OBLIGACIONES FINANCIERAS				(1.000.000,00)	
2195 OTRAS OBLIGACIONES			(1.000.000,00)		
219505 PARTICULARES		(1.000.000,00)			
TOTAL PASIVO					(1.000.000,00)
PATRIMONIO					
31 CAPITAL SOCIAL				(1.006.000,00)	
3115 APORTES SOCIALES			(1.006.000,00)		
311510 APORTES DE SOCIOS - FONDO MUTUO DE INVER		(1.006.000,00)			
36 RESULTADOS DEL EJERCICIO				(474.805,00)	
3605 UTILIDAD DEL EJERCICIO			(474.805,00)		
360505 UTILIDAD DEL EJERCICIO		(474.805,00)			
TOTAL PATRIMONIO					(1.480.805,00)
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO					(2.480.805,00)

Tabla 42. Estado de resultados marzo

Siigo - VALENTINA PASTELERIA SALUDABLE

MAY/01/2017

ESTADO DE RESULTADOS

De: MAR 1/2017 A: MAR 31/2017

NIT 001098772023 -9

Procesado en :2017/05/19 15:34:26:68

CUENTA	NOMBRE	SALDO SUBAUXILIAR	SALDO AUXILIAR	SALDO SUBCUENTA	SALDO CUENTA	SALDO GRUPO
4	TOTAL INGRESOS					911.000,00
41	OPERACIONALES				911.000,00	
4120	INDUSTRIA MANUFACTURERA			911.000,00		
412009	ELABORACION DE PRODUCTOS PARA PANADERIA		911.000,00			
5	TOTAL GASTOS					178.000,00
51	OPERACIONES DE ADMINISTRACION				178.000,00	
5110	HONORARIOS			100.000,00		
511030	ASESORIA FINANCIERA		100.000,00			
5135	SERVICIOS			78.000,00		
513525	ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO		30.000,00			

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

513530	ENERGIA ELECTRICA		30.000,00			
513555	GAS		18.000,00			
6	COSTO DE VENTAS O PRESTACION DE SER					320.676,00
62	COMPRAS				320.676,00	
6210	DE MATERIAS PRIMAS			320.676,00		
621001	MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACION DE PRODUCTOS		320.676,00			
	UTILIDAD DEL EJERCICIO					412.324,00

Tabla 43. Balance General Enero-abril

Siigo - VALENTINA PASTELERIA SALUDABLE

MAY/01/2017

BALANCE GENERAL**De: ENE 1/2017 A: ABR 30/2017****NIT: 001098772023 -9**

Procesado en :2017/05/19 15:33:03:61

DESCRIPCION	SALDO AUXILIAR	SALDO SUBCUENTA	SALDO CUENTA	SALDO GRUPO	SALDO TOTAL
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					1.616.344,00
11 DISPONIBLE				1.616.344,00	
1105 CAJA			1.616.344,00		
110505 CAJA GENERAL		1.616.344,00			
ACTIVO FIJO					1.089.188,00
15 PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO				1.089.188,00	
1524 EQUIPO DE OFICINA			336.000,00		
152405 MUEBLES Y ENSERES		336.000,00			
15240502 MOLDE ME 1/2 LIBRA	16.000,00				
15240503 MOLDE DE 1/4 LIBRA	12.000,00				
15240504 MOLDE DE 1 LIBRA	20.000,00				
15240505 MOLDE CUPCAKES	30.000,00				
15240506 BANDEJA DE HORNEAR	20.000,00				
15240507 REFRACTARIA MEDIANA	20.000,00				
15240508 REFRACTARIA GRANDE	20.000,00				
15240509 JUEGO DE BOQUILLAS	35.000,00				
15240510 MANGAS PASTELERAS	5.000,00				
15240511 RODILLO FONDANT	12.000,00				
15240512 BATIDOR MANUAL SILICONA	5.000,00				
15240513 SET DE ESPATULAS	13.000,00				

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

15240514	TAZA	20.000,00				
MEDIDORA PYREX						
15240515	JUEGO	100.000,00				
MIXING BOWLS						
15240516	CUCHARAS	5.000,00				
MEDIDORAS						
15240517	TAMIZADOR	3.000,00				
1588	PROPIEDAD PANTA Y EQUIPO EN TRANSITO			770.900,00		
158826	EQUIPO DE COCINA		770.900,00			
15882601	ESTUFA	300.900,00				
15882602	NEVERA	350.000,00				
15882603	LICUADORA	50.000,00				
15882604	BATIDORA	50.000,00				
MANUAL						
15882605	BALANZA	20.000,00				
DIGITAL						
1592	DEPRECIACION ACUMULADA			(17.712,00)		
159298	DEPRECIACION VALORIZACION NIIF		(17.712,00)			
TOTAL ACTIVO						2.705.532,00
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						(815.000,00)
21	OBLIGACIONES FINANCIERAS				(815.000,00)	
2195	OTRAS OBLIGACIONES			(815.000,00)		
219505	PARTICULARES		(815.000,00)			
TOTAL PASIVO						(815.000,00)
PATRIMONIO						
31	CAPITAL SOCIAL				(1.006.000,00)	
3115	APORTES SOCIALES			(1.006.000,00)		
311510	APORTES DE SOCIOS - FONDO MUTUO DE INVER		(1.006.000,00)			
36	RESULTADOS DEL EJERCICIO				(884.532,00)	
3605	UTILIDAD DEL EJERCICIO			(884.532,00)		
360505	UTILIDAD DEL EJERCICIO		(884.532,00)			
TOTAL PATRIMONIO						(1.890.532,00)
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO						(2.705.532,00)

Tabla 44. Estado de Resultados Abril

Siigo - VALENTINA PASTERIA SALUDABLE

MAY/01/2017

ESTADO DE RESULTADOS

De: ABR 1/2017 A: ABR 30/2017

NIT 001098772023 -9

Procesado en :2017/05/19 15:35:01:61

CUENTA	NOMBRE	SALDO SUBAUXILIAR	SALDO AUXILIAR	SALDO SUBCUENTA	SALDO CUENTA	SALDO GRUPO
--------	--------	-------------------	----------------	-----------------	--------------	-------------

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

4	TOTAL INGRESOS				855.000,00
41	OPERACIONALES			855.000,00	
4120	INDUSTRIA MANUFACTURERA			855.000,00	
412009	ELABORACION DE PRODUCTOS PARA PANADERIA	855.000,00			
5	TOTAL GASTOS				267.712,00
51	OPERACIONES DE ADMINISTRACION			267.712,00	
5105	GASTOS DE PERSONAL			100.000,00	
510503	SALARIO INTEGRAL	100.000,00			
5110	HONORARIOS			50.000,00	
511030	ASESORIA FINANCIERA	50.000,00			
5135	SERVICIOS			30.000,00	
513525	ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	10.000,00			
513530	ENERGIA ELECTRICA	10.000,00			
513555	GAS	10.000,00			
5160	DEPRECIACIONES			17.712,00	
516093	DEPRECIACION DE VALORIZACION NIIF	17.712,00			
5195	DIVERSOS			70.000,00	
519545	TAXIS Y BUSES	70.000,00			
6	COSTO DE VENTAS O PRESTACION DE SER				177.561,00
62	COMPRAS			177.561,00	
6210	DE MATERIAS PRIMAS			177.561,00	
621001	MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACION DE PRODUCTOS	177.561,00			
	UTILIDAD DEL EJERCICIO				409.727,00

Tabla 45. Balance General Enero-mayo

Siigo - VALENTINA PASTERIA SALUDABLE

MAY/01/2017

BALANCE GENERAL**De: ENE 1/2017 A: MAY 31/2017****NIT: 001098772023 -9**

Procesado en :2017/05/19 15:20:16:06

DESCRIPCION	SALDO AUXILIAR	SALDO SUBCUENTA	SALDO CUENTA	SALDO GRUPO	SALDO TOTAL
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					1.762.041,00
11 DISPONIBLE				1.762.041,00	
1105 CAJA			1.762.041,00		
110505 CAJA		1.762.041,00			
GENERAL					
ACTIVO FIJO					1.071.476,00

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

15	PROPIEDAD				1.071.476,00	
	PLANTA Y EQUIPO					
1524	EQUIPO DE OFICINA			336.000,00		
152405	MUEBLES Y ENSERES		336.000,00			
15240502	MOLDE ME 1/2 LIBRA	16.000,00				
15240503	MOLDE DE 1/4 LIBRA	12.000,00				
15240504	MOLDE DE 1 LIBRA	20.000,00				
15240505	MOLDE CUPCAKES	30.000,00				
15240506	BANDEJA DE HORNEAR	20.000,00				
15240507	REFRACTARIA MEDIANA	20.000,00				
15240508	REFRACTARIA GRANDE	20.000,00				
15240509	JUEGO DE BOQUILLAS	35.000,00				
15240510	MANGAS PASTELERAS	5.000,00				
15240511	RODILLO FONDANT	12.000,00				
15240512	BATIDOR MANUAL SILICONA	5.000,00				
15240513	SET DE ESPATULAS	13.000,00				
15240514	TAZA MEDIDORA PYREX	20.000,00				
15240515	JUEGO MIXING BOWLS	100.000,00				
15240516	CUCHARAS MEDIDORAS	5.000,00				
15240517	TAMIZADOR	3.000,00				
1588	PROPIEDAD PANTA Y EQUIPO EN TRANSITO			770.900,00		
158826	EQUIPO DE COCINA		770.900,00			
15882601	ESTUFA	300.900,00				
15882602	NEVERA	350.000,00				
15882603	LICUADORA	50.000,00				
15882604	BATIDORA MANUAL	50.000,00				
15882605	BALANZA DIGITAL	20.000,00				
1592	DEPRECIACION ACUMULADA			(35.424,00)		
159298	DEPRECIACION VALORIZACION NIIF		(35.424,00)			
	TOTAL ACTIVO					2.833.517,00
	PASIVO					
	PASIVO CORRIENTE					(630.000,00)
21	OBLIGACIONES FINANCIERAS				(630.000,00)	

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

2195 OTRAS OBLIGACIONES		(630.000,00)		
219505 PARTICULARES	(630.000,00)			
TOTAL PASIVO				(630.000,00)
PATRIMONIO				
31 CAPITAL SOCIAL			(1.006.000,00)	
3115 APORTES SOCIALES		(1.006.000,00)		
311510 APORTES DE SOCIOS - FONDO MUTUO DE INVER	(1.006.000,00)			
36 RESULTADOS DEL EJERCICIO			(1.197.517,00)	
3605 UTILIDAD DEL EJERCICIO		(1.197.517,00)		
360505 UTILIDAD DEL EJERCICIO	(1.197.517,00)			
TOTAL PATRIMONIO				(2.203.517,00)
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO				(2.833.517,00)

Tabla 46. Estado de Resultados Mayo

Siigo - VALENTINA PASTELERIA SALUDABLE

MAY/01/2017

ESTADO DE RESULTADOS

De : MAY 1/2017 A : MAY 31/2017

NIT 001098772023 -9

Procesado en :2017/05/19 15:23:24:40

CUENTA	NOMBRE	SALDO AUXILIAR	SALDO SUBCUENTA	SALDO CUENTA	SALDO GRUPO
4	TOTAL INGRESOS				875.000,00
41	OPERACIONALES			875.000,00	
4120	INDUSTRIA MANUFACTURERA		875.000,00		
412009	ELABORACION DE PRODUCTOS PARA PANADERIA	875.000,00			
5	TOTAL GASTOS				297.712,00
51	OPERACIONES DE ADMINISTRACION			297.712,00	
5105	GASTOS DE PERSONAL		200.000,00		
510503	SALARIO INTEGRAL	200.000,00			
5110	HONORARIOS		50.000,00		
511030	ASESORIA FINANCIERA	50.000,00			
5135	SERVICIOS		30.000,00		
513525	ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	10.000,00			
513530	ENERGIA ELECTRICA	10.000,00			
513555	GAS	10.000,00			
5160	DEPRECIACIONES		17.712,00		
516093	DEPRECIACION DE VALORIZACION NIIF	17.712,00			
6	COSTO DE VENTAS O PRESTACION DE SER				264.303,00
62	COMPRAS			264.303,00	
6210	DE MATERIAS PRIMAS		264.303,00		

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

621001	MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACION DE PRODUCTOS	264.303,00			
	UTILIDAD DEL EJERCICIO				312.985,00

Teniendo en cuenta los estados financieros de la empresa se elaboraron diversos indicadores financieros tanto de análisis de liquidez, endeudamiento como de rentabilidad, con el fin de medir la realidad económica y financiera de la empresa en la actualidad y poder tomar decisiones para el beneficio de la misma, teniendo en cuenta sus ingresos, egresos, otros.

2.4.1. Análisis de indicadores financieros

2.4.1.1. Indicadores de liquidez

$$\text{Razón corriente} = \frac{\text{activo corriente}}{\text{pasivo corriente}}$$

$$\text{Razón corriente} = \frac{\$ 1.762.041}{\$ 630.000} = \mathbf{2,80}$$

Indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. Es decir, que la empresa tiene 2,80 pesos de activos corrientes para cubrir y respaldar cada peso de pasivos o deudas exigibles a corto plazo.

Con esta razón corriente es posible evidenciar y demostrar que la empresa actualmente tiene una gran capacidad de pago de sus deudas, es más solvente.

$$\text{Prueba acida} = \frac{\text{activo corriente} - \text{inventarios}}{\text{pasivo corriente}}$$

$$\text{Prueba acida} = \frac{\$1.762.041 - 1.071.476}{\$630.000} = \mathbf{1,096}$$

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Revela la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin contar con la venta de sus existencias, es decir, básicamente con los saldos de efectivo, el producido de sus cuentas por cobrar, sus inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación que pueda haber, diferente a los inventarios.

La relación que existe entre la razón corriente y la prueba acida, permite identificar el cambio de realidad o liquidez de la empresa, ya no se cuenta con 2,80 unidades monetarias por cada peso ahora es 0,64; es decir, este índice modifica o influye en varias decisiones que puedan haberse dado referente a adquirir nuevas deudas al saber el dato que arrojó la razón corriente, ya que al eliminar inventarios contamos con que la empresa ahora solo tiene \$1,096 por cada peso de obligaciones y deudas a corto plazo.

Por tanto, si no nos enfocamos en dar una rotación ágil y dinámica de nuestras materias primas e insumos, para asegurarnos de que no generen pérdidas o la obsolescencia de los mismos, puesto que son insumos alimenticios, no tendremos problemas para pagar nuestras deudas a corto plazo ya que descontando de nuestros activos corrientes los inventarios solo contamos con 1,96 para responder a dichas deudas.

$$\text{Capital neto de trabajo} = \frac{\text{activo corriente} - \text{inventarios}}{\text{pasivo corriente}}$$

$$\text{Capital neto de trabajo} = \frac{\$1.762.041 - 1.071.476}{\$630.000} = \mathbf{1,096}$$

Muestra el valor que le quedaría a la empresa, después de haber pagado sus pasivos de corto plazo, permitiendo a la Gerencia tomar decisiones de inversión temporal, es decir que si pagamos todas las deudas nos quedaría el 1,096 de capital de trabajo.

2.4.1.2. Indicadores de eficiencia

Permite comparar las utilidades que tengo con los activos que he tenido que utilizar para generar estas utilidades.

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\text{utilidad bruta}}{\text{ventas netas}} \times 100$$

$$\text{Margen bruto de utilidad} = \frac{\$610.627}{\$875.000} \times 100 = 69,78\%$$

Por cada peso vendido, la empresa cuenta con 69,78 para cubrir los gastos operacionales y no operacionales.

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas netas}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{\$ 312.985}{\$ 875.000} \times 100 = 35,76\%$$

Esta razón mide la relación entre las utilidades netas e ingresos por ventas, este índice muestra que, por cada peso de ventas, se generan \$0,3576 de utilidad.

De cada cien unidades monetarias que factura la empresa, se tiene una utilidad final de 35,76 unidades monetarias, lo cual interpreta una rentabilidad muy buena para la empresa.

Este indicador nos muestra entonces que se tiene una rentabilidad de 35,76 pesos por cada unidad monetaria de venta.

Es la relación que existe de las utilidades después de ingresos y egresos no operacionales e impuestos, que pueden contribuir o restar capacidad para producir rentabilidad sobre las ventas.

$$\text{Rentabilidad sobre activos} = (\text{utilidad bruta})/(\text{activo total})$$

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

$$\text{Rentabilidad sobre activos} = \frac{\$610.627}{\$2.833.517} = 21,55\%$$

Este indicador permite conocer las ganancias que se obtienen con relación a la inversión inicial en activos fijos, es decir la maquinaria y equipos necesaria para la ejecución de las labores de la empresa, en otras palabras, es la utilidad que generan los recursos totales con los que cuenta el negocio; estableciendo para ello una relación entre los beneficios netos y los activos totales de la sociedad.

Por cada peso invertido en maquinaria y equipos la empresa está obteniendo 21,55 pesos de utilidad neta.

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio} = (\text{utilidad neta})/\text{patrimonio}$$

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio} = \frac{\$ 312.985}{\$2.203.517} = 0,1420$$

Refleja el rendimiento tanto de los aportes como del superávit acumulado, el cual debe compararse con la tasa de oportunidad que cada accionista tiene para evaluar sus inversiones.

2.4.1.3. Indicadores de endeudamiento

Mediante los siguientes indicadores podremos analizar en qué medida están financiados mis activos por terceros y en qué medida están financiados por mis propios recursos.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

De esta forma podremos determinar el rendimiento que genera la empresa teniendo en cuenta las deudas del crédito bancario que se adquirió.

$$\text{Endeudamientos} = (\text{pasivo total})/(\text{activo total})$$

$$\text{Endeudamientos} = \frac{\$ 630.000}{\$ 2.833.517} = 0,2223$$

Su resultado nos muestra la proporción de recursos ajenos o de terceros que se encuentran financiando los activos de la empresa. Es decir, por cada peso invertido en activos, 0,2223 está financiado por terceros.

$$\text{Autonomía} = \frac{\text{pasivo}}{\text{patrimonio}}$$

$$\text{Autonomía} = \frac{\$ 630.000}{\$ 2.203.517} = 0,2859$$

El análisis de este indicador me permite determinar cuánto se debe con relación a lo que actualmente tiene la empresa, el 28,59% de lo que yo he aportado en el momento actual representan deudas de la empresa.

En otras palabras, mide el grado de compromiso del patrimonio de los asociados con respecto al de los acreedores, como también el grado de riesgo de cada una de las partes que financian las operaciones.

Los análisis de estos dos indicadores permiten tomar acciones a tiempo y no tener dificultades que puedan llevar a la quiebra a la empresa teniendo en cuenta las deudas y su capacidad de pago.

2.5. Conclusiones

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

La investigación y desarrollo de este proyecto, permitió aplicar la mayoría de los conceptos aprendidos durante la carrera de ingeniería industrial a la práctica, desde el momento de la realización del plan de negocios hasta la ejecución del mismo.

Además, la opción de grado de creación de empresa es una de las alternativas más completas para que el ingeniero industrial de la universidad Santo Tomás ponga en práctica todos los conocimientos adquiridos en la carrera y demostrar sus competencias, ya que debe asumir la responsabilidad de hacer de su empresa un negocio productivo.

Así mismo, al ser dueño de empresa debe desempeñarse en todos los cargos para los cuales un ingeniero industrial puede llegar a ser contratado cuando empiece a laborar, bien sea gerente general, área financiera, talento humano, métodos y tiempos al estar directamente relacionado con la parte productiva, calidad en sus productos y servicios, estandarización de procesos, etc. ya que debe asegurarse de tomar las mejores decisiones para hacer de su emprendimiento una empresa productiva, rentable y sostenible en el tiempo.

Frente a la actualidad de los estudios que se utilizaron para realizar el análisis del sector la empresa y sus productos han recibido gran acogimiento por parte del segmento de clientes al cual se quería aplicar, además existe un mercado potencial que no se esperaba que aceptará en un alto porcentaje la pastelería saludable, teniendo en cuenta que usualmente consumían productos de pastelería tradicional.

Con respecto a la puesta en marcha del negocio y los resultados obtenidos en cuanto a ventas, relacionados al plan de producción propuesto, se evidencia que actualmente la capacidad productiva ha sido suficiente para cubrir la demanda del nicho de mercado inicial, se ha dado cumplimiento en cuanto a las proyecciones de venta del plan de negocios, y se ha reflejado la utilidad del negocio ya que al manejar el negocio desde la vivienda propia no se ha incurrido en gastos adicionales del establecimiento.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Otro rasgo de gran relevancia en cuanto a la utilidad del negocio, es que al contar con los activos fijos no se hizo necesaria la inversión en maquinaria y equipos para poder laborar.

Conviene subrayar, que a medida que aumente la demanda se irán ajustarán las técnicas y procesos productivos, la maquinaria y la cantidad de operarios necesarios para que aumente la capacidad productiva a la par y así satisfacer las necesidades de los clientes, como también para dar cumplimiento a las proyecciones implantadas en el plan de negocios.

En cuanto a la constitución legal de la empresa, no se tuvieron barreras de entrada, lo que representa una ventaja en el momento de emprender un proyecto como Valentía Pastelería Saludable.

Hay que mencionar, además, que las entidades reguladoras de la constitución de empresas en Bucaramanga como la cámara de comercio facilita todos los trámites para la constitución de cualquier tipo de empresa, no solo es sencillo sino también económico.

Más aún, no solo facilitan todo el procedimiento legal sino también demuestran interés en la sostenibilidad y rentabilidad de las empresas que se creen en la ciudad, proporcionando gratuitamente capacitaciones a los emprendedores cuyas ideas de negocio sean de alto impacto, tal y como lo es Valentía Pastelería Saludable.

De lo anterior cabe resaltar que la empresa se ha beneficiado con estas capacitaciones al ponerlas en práctica.

Finalmente, cabe resaltar que económicamente el proyecto no ha presentado ningún tipo de restricciones o liquidez, ha sido rentable y ha demostrado crecimiento en ventas, utilidades, activos fijos de la empresa, entre otros.

Así mismo, se espera seguir creciendo en el tiempo para poder fijar un establecimiento y por supuesto abarcar y expandir el negocio a un mercado mucho más grande, no solo en la ciudad de Bucaramanga sino en las ciudades principales del país.

Bibliografía

- [1] Nilsen, «Ingredientes y tendencias en comida en Colombia,» 27 Septiembre 2016. [En línea]. Available: <http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2016/6-de-cada-10-consumidores-colombianos-dicen-seguir-dietas-especializadas.html>.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

- [2] Asomercadeo, «Colombianos más preocupados por su salud y los ingredientes que consumen,» 22 Septiembre 2016. [En línea]. Available: <https://asomercadeoblog.com/2016/09/22/colombianos-mas-preocupados-por-su-salud-y-los-ingredientes-que-consumen/>.
- [3] Departamento administrativo nacional de estadística, «Censo General 2005,» 22 Mayo 2006. [En línea]. Available: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-general-2005-1>.
- [4] República de Colombia, «Constitución Política de Colombia,» 1991. [En línea]. Available: <http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia%20-%202015.pdf>.
- [5] Congreso de Colombia, «Por medio de la cual se aprueba el Acuerdo por el que se establece la "Organización Mundial de Comercio (OMC),» 15 Diciembre 1994. [En línea]. Available: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0170_1994.html.
- [6] Presidencia de la República, «Por el cual se organiza el Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología,» 16 Noviembre 1993. [En línea]. Available: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=32037>.
- [7] Mesa sectorial de planificación y repostería, «Caracterización Institucional Industrial de la planificación y la repostería,» 2006. [En línea]. Available: <http://repositorio.sena.edu.co/bitstream/11404/2146/1/3098.pdf>.
- [8] Presidencia de la República, «Por la cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones,» 23 Diciembre 1997. [En línea]. Available: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337>.
- [9] Presidencia de la República, «Por el cual se reestructura el ministerio de desarrollo económico,» 30 Diciembre 1992. [En línea]. Available: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1207>.
- [10] Congreso de la República, «"Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones",» 26 Julio 1996. [En línea]. Available: <http://www.col.ops-oms.org/juventudes/Situacion/legislacion/participacion/pl30096.htm>.
- [11] Presidencia de la República, «Por el cual se dictan reglas relativas a los mecanismos que hacen viable la compensación en tratamiento de conservación mediante la transferencia de derechos de construcción y desarrollo,» 22 Enero 1988. [En línea]. Available: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=11529>.
- [12] Presidente de la República de Colombi, «Por el cual se modifica parcialmente la legislación aduanera,» 27 Noviembre 1992. [En línea]. Available: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1801697>.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

- [13 Datosmacro, «El IPC no varía en abril en Colombia,» Abril 2017. [En línea]. Available:
] <http://www.datosmacro.com/ipc-paises/colombia>.
- [14 Gerencie.com, «Capital de trabajo,» 28 Junio 2011. [En línea]. Available:
] <https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>.
- [15 V. Naranjo, «Estimación de la tasa de descuento mediante el método CAPM,» sf. [En línea].
] Available: http://pkfperu.com/wp-content/uploads/2016/05/Interpretando_24.pdf.
- [16 Banco de la república, «TES pesos,» 10 Mayo 2017. [En línea]. Available:
] <http://www.banrep.gov.co/es/tes-pesos>.
- [17 Datosmacro.com, «Índice de la bolsa de valores de Colombia,» 19 Abril 2017. [En línea].
] Available: <http://www.datosmacro.com/bolsa/colombia>.
- [18 Organización Mundial de la Salud , «Enfermedades Cardiovasculares,» Enero 2015 . [En
] línea]. Available: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs317/es/>.
- [19 Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, «Alimentación
] Saludable,» [En línea]. Available: <http://www.fao.org/docrep/014/am401s/am401s02.pdf>.

Anexo 1. Encuesta Valentía Pastelería Saludable

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Cordial saludo, el siguiente formulario está dirigido a conocer sus opiniones en materia de PASTELERÍAS. El desarrollo de la misma no tomará más de 8 minutos.

Agradecemos de antemano su sinceridad.

**1. ¿En qué rango de clasificación se encuentra su edad?**

18 a 25 años ____

26 a 35 años ____

36 a 45 años ____

46 a 50 años ____

Más de 60 años ____

2. ¿Consume usted productos de pastelería?

SI ____

NO ____

3. ¿Consume usted productos de pastelería saludables?

SI ____

NO ____

4. ¿En que se basa principalmente al seleccionar un producto de pastelería saludable al consumir?

Saludables al consumir ____

El precio ____

El sector ____

Las instalaciones ____

5. ¿Con que frecuencia consume usted productos de pastelería saludable o dietéticos?

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Diariamente ____

Día por medio ____

Semanalmente ____

Quincenalmente ____

Mensualmente ____

6. **¿Le gustaría que existiera una pastelería saludable en el sector, que tenga en cuenta los problemas de salud que existen frecuentemente?**

SI ____

NO ____

7. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de sobreprecio por un producto de pastelería saludable y nutritivo?**

15% más que un producto de pastelería tradicional ____

10% más que un producto de pastelería tradicional ____

5% más que un producto de pastelería tradicional ____

8. **¿Qué productos le gustaría encontrar en la pastelería?**

Tortas ____

Postres ____

Galletas ____

Chocolates ____

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Anexo 2. Documentos legales

 CÁMARA DE
COMERCIO DE
BUCARAMANGA
CÁMARA DE COMERCIO

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

CERTIFICADO GENERADO A TRAVÉS DE LAS VENTANILLAS
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: BUCARAMANGA, 2017/02/20 HORA: 8:24:3
7417434

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 92M3D9C8D5

LA PERSONA O ENTIDAD A LA QUE USTED LE VA A ENTREGAR EL CERTIFICADO PUEDE
VERIFICAR EL CONTENIDO Y CONFIABILIDAD, INGRESANDO A WWW.CAMARADIRECTA.COM
OPCIÓN CERTIFICADOS ELECTRONICOS Y DIGITANDO EL CÓDIGO DE VERIFICACIÓN CITADO
EN EL ENCABEZADO. ESTE CERTIFICADO, QUE PODRÁ SER VALIDADO POR UNA ÚNICA VEZ,
CORRESPONDE A LA IMAGEN Y CONTENIDO DEL CERTIFICADO CREADO EN EL MOMENTO EN QUE
SE GENERÓ EN LAS VENTANILLAS O A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA CÁMARA.

CERTIFICADO DE MATRICULA MERCANTIL DE:
GOMEZ MOSQUERA VALENTINA

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, CON FUNDAMENTO
EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

C E R T I F I C A

MATRICULA: 05-367595-01 DEL 2017/02/20
NOMBRE: GOMEZ MOSQUERA VALENTINA
CEDULA DE CIUDADANIA : 1098772023
NIT: 1098772023-9

DIRECCION COMERCIAL: URBANIZACIÓN EL BOSQUE SECTOR G 2 TORRE 1 APARTAMENTO 302
B
MUNICIPIO: FLORIDABLANCA - SANTANDER
TELEFONO1: 6897234
TELEFONO2: 3017438047
TELEFONO3: 3164169889
EMAIL : VALENTINA_GOMEZM@HOTMAIL.COM

CERTIFICACION JUDICIAL
DIRECCION: URBANIZACIÓN EL BOSQUE SECTOR G 2 TORRE 1 APARTAMENTO 302 B
MUNICIPIO: FLORIDABLANCA - SANTANDER
TELEFONO1: 6897234
TELEFONO2: 3017438047
TELEFONO3: 3164169889
EMAIL : VALENTINA_GOMEZM@HOTMAIL.COM

ACTIVOS : 1.000.000

C E R T I F I C A

CIIU-CODIFICACION ACTIVIDADES ECONOMICAS

ACTIVIDAD PRINCIPAL : 1081 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA.

C E R T I F I C A

MATRICULA ESTABLECIMIENTO: 367596 DEL 2017/02/20
NOMBRE: VALENTIA PASTELERIA SALUDABLE
FECHA DE RENOVACION: FEBRERO 20 DE 2017

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

GOMEZ MOSQUERA VALENTINA

PAGINA 2

DIRECCIÓN COMERCIAL: URBANIZACIÓN EL BOSQUE SECTOR G 2 TORRE 1 APARTAMENTO 302 B

MUNICIPIO: FLORIDABLANCA - SANTANDER

TELÉFONO: 4897234

E-MAIL: VALENTINA.GOMEZMHOTMAIL.COM

ACTIVIDAD PRINCIPAL : 1081 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE PANADERÍA.

C E R T I F I C A

QUE EL MATRICULADO TIENE LA CONDICIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA DE ACUERDO CON LO ESTABLECIDO EN EL NUMERAL 1 DEL ARTÍCULO 2 DE LA LEY 1429 DE 2010.

C E R T I F I C A

PROCEDENCIA DE LOS ANTERIORES DATOS: QUE LA INFORMACIÓN ANTERIOR HA SIDO TOMADA DIRECTAMENTE DE LOS FORMULARIOS DE MATRÍCULA DILIGENCIADOS POR EL COMERCIANTE.

EXPEDIDO EN BUCARAMANGA, A 2017/02/20 08:24:01 - REFERENCIA OPERACIÓN 7617634

QUE POR INTERMEDIO DEL CENTRO DE ATENCIÓN EMPRESARIAL CAE, SE HA REMITIDO A LA SECRETARÍA DE HACIENDA DEL MUNICIPIO DEL DOMICILIO DE SU ESTABLECIMIENTO, LA INFORMACIÓN RELATIVA AL MATRICULADO PARA SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE INDUSTRIA Y COMERCIO.

ASÍ MISMO SE SUYÓ NOTIFICACIÓN DE LA APERTURA DE SU(S) ESTABLECIMIENTO(S) DE COMERCIO ANTE LA SECRETARÍA DE PLANEACIÓN DEL MUNICIPIO DEL DOMICILIO DE SU ESTABLECIMIENTO.

DE IGUAL FORMA SE COMUNICÓ A LAS SECRETARÍAS DE SALUD, GOBIERNO DEL CITADO EDTE TERRITORIAL Y AL CUERPO DE BOMBEROS DEL MUNICIPIO DEL DOMICILIO DE SU ESTABLECIMIENTO.

LOS ACTOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FÍSME DIEZ DÍAS HÁBILES DESPUÉS DE LA FECHA DE INSCRIPCIÓN, SIEMPRE QUE, DENTRO DE DICHO TÉRMINO, NO SEAN OBJETO DE LOS RECURSOS DE REPOSICIÓN ANTE ESTA ENTIDAD, Y / O DE APELACIÓN ANTE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO.

PARA EFECTOS DEL CÓMPUTO DE LOS TÉRMINOS LOS SÁBADOS NO SON DÍAS HÁBILES EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA.

EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE CONCEPTOS FAVORABLES DE USO DE SUELO, NORMAS SANITARIAS Y DE SEGURIDAD.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

GOMEZ MOSQUERA VALENTINA

PAGINA 3

IMPORTANTE: LA FIRMA DIGITAL DEL SECRETARIO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA CONTENIDA EN ESTE CERTIFICADO ELECTRONICO, SE ENCUENTRA EMITIDA POR UNA ENTIDAD DE CERTIFICACIÓN ASIENTA AUTORIZADA Y VIGILADA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, DE CONFORMIDAD CON LAS EXIGENCIAS ESTABLECIDAS EN LA LEY 527 DE 1999.

EN EL CERTIFICADO SE INCORPORAN TANTO LA FIRMA MECÁNICA QUE ES UNA REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA FIRMA DEL SECRETARIO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, COMO LA FIRMA DIGITAL Y LA RESPECTIVA ESTAMPA CRONOLÓGICA, LAS CUALES PODRÁ VERIFICAR A TRAVÉS DE SU APLICATIVO VISOR DE DOCUMENTOS PDF.

NO, OBTANTE SI USTED EXPIDIÓ EL CERTIFICADO A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL PUEDE IMPRIMIRLO DESDE SU COMPUTADOR CON LA CERTEZA DE QUE FUE EXPEDIDO POR LA CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. LA PERSONA O ENTIDAD A LA QUE USTED LE VA A ENTREGAR EL CERTIFICADO PUEDE VERIFICAR, POR UNA SOLA VEZ, SU CONTENIDO INGRESANDO A WWW.CAMARADIRECTA.COM OPCIÓN CERTIFICADOS ELECTRONICOS Y DIGITANDO EL CÓDIGO DE VERIFICACIÓN QUE SE ENCUENTRA EN EL ENCABEZADO DEL PRESENTE DOCUMENTO. EL CERTIFICADO A VALIDAR CORRESPONDE A LA IMAGEN Y CONTENIDO DEL CERTIFICADO CREADO EN EL MOMENTO EN QUE SE GENERÓ EN LAS VENTANILLAS O A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA CÁMARA.



VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE


CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA
 Creemos en Santander

Freg-01-19 VD-25/04/14

REQUISITOS PARA MATRICULA DE PERSONA NATURAL EN LA CAMARA DE COMERCIO
HORARIO DE ATENCION 7.30 A 3.00 P.M. JORNADA CONTINUA

EL TRAMITE DE LA MATRICULA MERCANTIL PARA PERSONA NATURAL, ES PERSONAL O CON PODER DEBIDAMENTE AUTENTICADO.

QUE DOCUMENTOS DEBE PRESENTAR:

- ORIGINAL Y FOTOCOPIA DE LA CEDULA DE CIUDADANIA
- SI YA TIENE RUT ADJUNTE FOTOCOPIA DE ESTE. (SIN IMPORTAR PARA QUE ACTIVIDAD FUE EXPEDIDO)

SI REQUIERE ASISTENCIA PARA SU FORMALIZACION POR FAVOR DILIGENCIAR LA INFORMACION RELACIONADA A CONTINUACION. LO ANTERIOR CON EL FIN DE AGILIZAR EL TRAMITE DE LA MATRICULA MERCANTIL POR NUESTROS ASESORES:

NOMBRES Y APELLIDOS Valentina Gómez Mosquera
 NUMERO DE IDENTIFICACION 1098792023
 DIRECCION DONDE DESARROLLA SU ACTIVIDAD COMERCIAL Urb. El Bosque sector 92 Torre 1 apto 302B
 BARRIO El Bosque
 ACTIVIDAD ECONOMICA Pastelería
 TOTAL DE ACTIVOS VINCULADOS A LA ACTIVIDAD COMERCIAL \$ 1.000.000
 CORREO ELECTRONICO (ESTE ES DE CARÁCTER OBLIGATORIO) valentina_gomez_m@hotmail.com
 TELEFONO FIJO 6897234 CELULAR 3017428043
 NOMBRE ESTABLECIMIENTO (PUEDE CONSULTAR PREVIAMENTE EN WWW.SINTRAMITES.COM EN EL LINK HOMONIMIA) Valentia Pasteleria Saludable
 MEDIDAS DEL LUGAR DONDE DESARROLLA SU ACTIVIDAD COMERCIAL: LARGO 1,50 ANCHO 1,50 ALTO 2,60
 NUMERO EMPLEADOS FIJOS 0 TEMPORALES 0 EL LOCAL ES PROPIO SI ARRENDADO NO
 HORARIO DE ATENCION DE 7.30 A 3.00
 NOMBRE Y TELEFONO DE UNA PERSONA, COMO REFERENCIA COMERCIAL Claudia Patricia Mosquera Rueda
 TELEFONO 316 416 9889
 NOTA: INGRESANDO A www.sintramites.com PUEDE DILIGENCIAR LOS FORMULARIOS DE MATRICULA REGISTRANDOSE EN EL LINK NUEVO EMPRESARIO.

ASIGNACION CLAVE DE SERVICIOS VIRTUALES:

USUARIO 1098792023 CONTRASEÑA 215899

Centros 19/19 16-20 - Piso 2 - Correo: 77000 Fax: 77000 4862 - Apartado Aéreo: 973 - Mt: 890.200.110-7
www.camaraadirecta.com - e-mail: camara@camaraadirecta.com - Bucaramanga - Colombia

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

DIAN		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal		MUSCA		001	
2. Contribuyente: 2 Clasificación: Espacio reservado para el DANE				4. Número de formulario: 14401808912			
3. Número de Identificación Tributaria (NIT): 1 0 9 8 7 7 2 0 3 3		6. UV: 5		12. Dirección sectorial: Registros y Atención al Contribuyente		14. Bodega de destino:	
IDENTIFICACIÓN							
25. Tipo de contribuyente: Persona natural o sociedad ligada: 2		26. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía: 1 0		28. Número de identificación: 1 4 9 0 7 7 2 0 3 3		27. Puntos expedidos: 2 0 1 3 8 2 2	
29. Lugar de expedición: CÓLOMBIA		30. País: 1 0 9		31. Departamento: Santander		32. Dpto./Municipio: Pácora/Mosquera	
33. Primer apellido: GOMEZ		34. Segundo apellido: MOSQUERA		35. Primer nombre: VALENTINA		36. Otro nombre:	
Nombre comercial: VALENTIA PASTELERIA SALUDABLE							
UBICACIÓN							
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Santander		40. Ciudad/Municipio: Pácora/Mosquera		41. Código postal: 2 7 4	
42. Dirección principal: UPB EL BOSQUE SEC 0 2 TO 1 AP 202 B							
43. Correo electrónico: valentina_gomez@hotmail.com		44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:		46. Teléfono 3:	
CLASIFICACIÓN							
Actividad económica							
47. Código principal: 7 1 1 0		48. Código secundario: 2 8 1 5 0 4 3 0		49. Código terciario: 1 0 9 1		50. Código cuaternario: 0 0 1 7 8 2 0	
51. Código principal: 7 1 1 0		52. Código secundario: 2 8 1 5 0 4 3 0		53. Código terciario: 1 0 9 1		54. Código cuaternario: 0 0 1 7 8 2 0	
Responsabilidades, Calidades y Atributos							
55. Código: 1 2 3 4							
12- Ventas régimen simplificado							
Obligaciones aduaneras				Exoneraciones			
56. Código: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10				57. Forma: 1 Tipo: 2			
58. Código: 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20				59. Código: 1 Tipo: 2			
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), tendrá vigencia limitada y su cancelación se le notificará por separado.							
Para una explicación de la DANE							
60. Acreditado: SI ☒ NO ☐		61. No de Folio: 1 3		62. Fecha: 2 0 1 7 0 2 2 8		63. Fecha de emisión: 2 0 1 7 0 2 2 8	
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia comprometerá su veracidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en los datos podrá ser sancionada. Artículo 18 Decreto 2488 de Noviembre de 2013. Firma del solicitante: Valentina Gomez Mosquera C.C. 1098772033 B/manga				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: GOMEZ VALENTIA INGRID TATIANA Código: 1			

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

		Firma Electrónica para Servicios Informáticos Electrónicos DIAN				10036	
1. Documento ☒ 1. ENECOTON Documento emitido para la DIAN:				4. Número de formulario: 100367002493745			
							
Identificación del suscriptor							
24. Tipo de documento Cédula de ciudadanía		25. Número de identificación: 1098772023		26. Nombre, apellidos y nombre GOMEZ MOSQUERA VALENTIA		27. Cédula de ciudadanía 1098772023	
28. País COLOMBIA		29. Departamento Santander		30. Ciudad/Municipio Cúcuta		31. Código postal 580000	
32. RUT 1098772023		33. Correo electrónico valentina_gomez@colnet.com.co		34. Teléfono 1 6897234		35. Teléfono 2 3017428047	
36. Fecha de emisión: 20170220							
37. Fecha de vencimiento: 20170220							
38. Causa:							
39. BOM:							
NOTA: Cuando la información contenida en este formulario sea distinta a la registrada en el Registro Único Tributario (RUT).							
Lea y firme el presente formulario, el suscriptor acepta las condiciones del acuerdo de Firma Electrónica de conformidad con el documento (Resolución 000073 del 2016).				907. Fecha de recepción: 2017-02-20 10:39:09			
Firma del suscriptor: Valentina Gomez Mosquera CC 1098772023				908. Nombre: GOMEZ GARCIA IVONET TATIANA 909. Cargo: Gestor			

	Firma Electrónica para Servicios Informáticos Electrónicos DIAN	 10036
3. Concepto: 1. EMISORA Exposición emitida por la DIAN 	4. Número de formulario: 100367002493745 	
ACUERDO DE F.E. (Acuerdo de Firma Electrónica) 1. Con la firma del presente acuerdo, el SUSCRITOR acepta que en adelante deberá firmar electrónicamente ante la DIAN en los formatos autorizados por esta. 2. El SUSCRITOR como único responsable por el suministro de la información, garantiza que las datos suministrados por este en la DIAN son verdaderos y están actualizados. 3. El SUSCRITOR y la DIAN entienden que la Firma Electrónica es apropiada y confiable para los fines propios del uso que se le dará en los sistemas informáticos de la DIAN, de conformidad con el artículo 3 del Decreto 2364 de 2012, para lo cual se firma el presente acuerdo. 4. Rata efectos de lo dispuesto en el artículo 7 del Decreto 2364 de 2012 y el artículo 3 de la Resolución 00000 del 02 de noviembre de 2018. SUSCRITOR con el presente acuerdo, acepta que los formatos de información autorizados cumplen los requisitos de firma electrónica, además garantiza los métodos de seguridad para su utilización y los límites de responsabilidad conforme las siguientes cláusulas. PRIMERA.- DEFINICIONES. - Instrumento de Firma Electrónica (IFE). El Instrumento de Firma Electrónica (IFE) es la combinación de una identidad electrónica y un código electrónico que sirve para el cumplimiento de ciertos formatos y tareas electrónicas habilitados en los servicios electrónicos de la entidad. - Identidad Electrónica (IE). Es la identificación, establecida con la información contenida en el IFE, que se asigna a cada usuario que deba firmar en los servicios electrónicos de la DIAN. - Contraseña de la Identidad Electrónica. Combinación de caracteres alfanuméricos, asignados por el programa del Instrumento de Firma Electrónica (IFE). - Código Electrónico (CE). Combinación de caracteres numéricos asignados al código electrónico del SUSCRITOR del Instrumento de Firma Electrónica. - SUSCRITOR del Instrumento de Firma Electrónica. Es el usuario que previa aceptación del acuerdo de F.E. y de haber cumplido con el procedimiento de verificación, cuenta con una Identidad Electrónica generada por la DIAN. SEGUNDA.- OBJETO. Mediante el presente documento el suscriptor acepta que la Firma Electrónica que podrá se cuenta utilizar, sirve para el cumplimiento de las obligaciones y operaciones en los servicios informáticos electrónicos de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN. TERCERA.- REGULACIÓN APLICABLE. El uso del Instrumento de Firma Electrónica queda sometido a los términos de este documento, a la normatividad vigente sobre la materia y a la legislación que expida la DIAN. CUARTA.- DURACIÓN. Las presentes disposiciones rigen la relación jurídica entre la DIAN y el SUSCRITOR, mientras no se haga efectiva la revocación del Instrumento de Firma Electrónica (IFE). QUINTA.- REMUNERACIÓN. La DIAN no cobrará dinero alguno por la creación y uso del Instrumento de Firma Electrónica (IFE). SEXTA.- OBLIGACIONES DEL SUSCRITOR. El SUSCRITOR tendrá las siguientes obligaciones: 1. Garantizar en todo momento la información del IFE actualizada, incluyendo el correo electrónico. 2. Mantener, custodiar y controlar los datos de respaldo de la firma y garantizar la confidencialidad de la Contraseña de la Identidad Electrónica, tomando todas las precauciones a su alcance para evitar el acceso de terceros personas a dicha información. El SUSCRITOR es el responsable directo de la confidencialidad de la contraseña que define. 3. Utilizar el Instrumento de Firma Electrónica únicamente para el uso y conforme a las condiciones expuestas en este acuerdo de F.E. 4. Substituir la revocación del Instrumento de Firma Electrónica cuando ocurra cualquiera de las causas contempladas en la legislación de la Firma Electrónica. 5. Respetar los derechos de terceros personalmente responsabilizarse frente a las mismas por los perjuicios que la utilización de la Firma Electrónica pueda causar. 6. Seguir, en todo caso, las instrucciones que indique la DIAN para el uso del Instrumento de Firma Electrónica y la ejecución del presente acuerdo, y permitirse en todo caso la inspección del buen uso del dispositivo. 7. Informar inmediatamente a la DIAN acerca de cualquier situación que pueda afectar la seguridad de los instrumentos de firma. 8. Suscribir el acuerdo de Firma Electrónica. SEPTIMA.- PROHIBICIONES. Sin perjuicio de las responsabilidades administrativas y penales, el suscriptor deberá abstenerse de: 1. Realizar ingeniería reversa, desmontaje, desensamblaje o realizar cualquier tipo de acción tendiente a conocer o descubrir el código fuente, el código objeto o otra información relevante respecto de la Firma Electrónica y la Contraseña de Uso Único que se relaciona con la prestación del servicio de la DIAN o altera la Firma Electrónica. 2. Transferir, ceder o regalar los derechos otorgados por el presente acuerdo. 3. Darle a la Firma Electrónica un uso distinto de aquel que se dispuso de la revocabilidad establecida para tal fin. OCTAVA.- OBLIGACIONES DE LA DIAN. La DIAN tendrá las siguientes obligaciones: 1. Mantener a disposición el servicio de Firma Electrónica, salvo causas de fuerza mayor o caso fortuito. 2. Mantener la seguridad de la infraestructura que soporta el servicio de Firma Electrónica. 3. Revisar continuamente el estado de la tecnología y realizar las acciones necesarias para mantener el nivel de seguridad ofrecido a los suscriptores. 4. Gestionar eficientemente las peticiones de emisión, renovación y revocación. 5. Atender oportunamente las solicitudes y reclamaciones hechas por los suscriptores. 6. Informar y advertir a los suscriptores sobre las medidas de seguridad y requerimientos técnicos que deben observar para la utilización del Instrumento de Firma Electrónica. 7. Informar al suscriptor cuando se realicen revocaciones de oficio. 8. Informar al suscriptor cuando se presenten contingencias en el servicio de Firma Electrónica. NOVENA.- EXCLUSIÓN DE RESPONSABILIDAD DE LA DIAN. La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN se exonera de cualquier responsabilidad en caso de pérdida de las claves o contraseñas de la Firma Electrónica a cualquier otra situación de fuerza mayor o caso fortuito que implique el uso del Instrumento por parte del suscriptor. Tampoco asume el responsabilidad por los problemas que se presenten a causa de virus informáticos o virus maliciosos en los equipos informáticos del suscriptor, como por los fallos de conexión a Internet imputables a este o su proveedor de internet. Igualmente, la DIAN se exonera de cualquier perjuicio que ocasione el uso de un tercero de buena fe.		

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Anexo 3. Registros de asistencia a los talleres y capacitaciones realizados en Cámara de Comercio.

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: Taller de mercedes
RESPONSABLE: Luis Eduardo Saviola S.
FECHA: Abril 17 de 2017
LUGAR: Cámara de Comercio
CIUDAD: Bogotá

	NOMBRE COMPLETO	C.C.	RAZON SOCIAL	TELEFONOS	EMAIL	FIRMA
1	Pedro Fernando Morales	13.746.321	Héguinos Industriales Morales	3163007794	Heguin.industriales@gmail.com	JFR
2	Jazaira Ramírez	109879554	Blodimus	3134218847	jazaira@gmail.com	Jazaira
3	Carolina Daza	31619624	Bellas elegancias	3183927327	caroladaza@gmail.com	Carolina Daza
4	Valentina Gómez M.	1098772023	Valentia Pastelería Saludable	3017928047	Valentina_gomezm@hotmail.com	Valentina
5	Yolanda Mestre	63283861	ANFA LIGHT	3008941689	Yolandemestre@gmail.com	Bu P
6	Laura C. Gordano M.	63550058	ANFA LIGHT	303721186	lauracm15c@gmail.com	ANFA
7	Sara Geny Reyes Muñiz	63468924	Venta de Microorganismos	6940506	Sara1m@gmail.com	Ladylux
8	Hermes A Morales Ortiz	1098605046	Clinica de Ropa Ortiz	3156268835	idheime.morales@gmail.com	Hermes
9	Aleida Ortiz Barrera	63315262	Clinica de Ropa Ortiz	312318249	aleida.ortizbarrera@gmail.com	Aleida Ortiz
10	Jhon Mario Uribe	1098787170	Amovilidad Uribe Vaz	3162935847	JhonVaz@gmail.com	Jhon Mario

* DECLARACIÓN DE PROTECCIÓN DE DATOS: En virtud a lo estipulado en la ley Estatutaria 1581 de 2012 y en el Decreto 1377 de 2013, sobre protección de datos personales, la Cámara de Comercio de Bucaramanga manifiesta que posee políticas de tratamiento de información de sus empresarios inscritos. No obstante, su función registral es pública al igual que el tratamiento de la información; requiere contar con su aprobación para los casos expresados a continuación. Autorización expresa por parte del Titular de la información. Con el diligenciamiento del presente formulario, autoriza el tratamiento de los datos personales públicos y privados suministrados para los fines que la Cámara de Comercio realiza en desarrollo de sus funciones establecidas por la ley: (1) Elaboración de estudios sectoriales y regionales. (2) Suministro de información al Registro Único Empresarial y Social - RUES y a las demás entidades públicas que así lo requieran. (3) Realización de convocatorias públicas o privadas para la realización de eventos de carácter empresarial, académico, cultural y social. (4) Análisis de censo empresarial y de formalización. (5) Informes para las entidades multilaterales de carácter internacional que garanticen niveles adecuados de protección de datos. (6) Suministro de información a terceros con fines de mercado. En todo caso y bajo ninguna circunstancia se hará entrega a terceros de información considerada sensible de legarse a capturar en alguno de nuestros formularios, físicos o virtuales. La Cámara de Comercio de Bucaramanga, recibirá de forma verbal, física o virtual las solicitudes de cambio de información o supresión de la misma, en el entendido que estos cambios no afectarán la información aportada en su misión registral. Cualquier solicitud adicional será atendida en las oficinas de la CCB Cra. 19 # 36 - 20 piso 1 o a través del correo electrónico protecciondatospersonales@camaradirecta.com. Los requerimientos deberán estar dirigidos a la Vicepresidencia de Registro e Información.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: Taller de Vergados
RESPONSABLE: Luis Eduardo Bautista S.
FECHA: Abril 18 de 2014
LUGAR: Cámara de Comercio
CIUDAD: Bucaramanga

NOMBRE COMPLETO	C.C.	RAZÓN SOCIAL	TELEFONOS	EMAIL	FIRMA
Sara Genny Reyes M	63468924	901066113-5	3132047401	Cmicraque@gmail.com	Sara Reyes
Hermes A. Morales Ortiz	1096605046	Buena & Buena Ortiz	3162665055	idhermesmorales@gmail.com	Hermes A. Morales
Aleida Ortiz Barrón	63362262	Clinica de Ropa Ortiz	3123182359	aleida.ortizbarron@gmail.com	Aleida Ortiz
Thom María Uribe V	1098777775	Informática Uribe V	3102012499	Thommaria@gmail.com	Thom María Uribe
MARIBEL VAÍDEZ GARCÍA	5031373	emahelma Uribe Vega	3183518181	maribelaidez4@hotmail.com	Maribel Vaidez
Morleny Guehipe Z	49768123	Perfumería Morleny	3075587308	morleny14@hotmail.com	Morleny Guehipe
Pedro F. Morales	13.746501	Industrias Morales	3162665055	pedromorales@gmail.com	Pedro F. Morales
Pedro F. Morales	91849447	Sabores de mi Tierra	3162665055	pedromorales@gmail.com	Pedro F. Morales
Valentina Gómez M	1098772023	Valentía Pastelería Saludable	307428047	valentina.gomez@hotmail.com	Valentina Gómez

* DECLARACIÓN DE PROTECCIÓN DE DATOS: En virtud a lo estipulado en la ley Estatutaria 1581 de 2012 y en el Decreto 1377 de 2013, sobre protección de datos personales, la Cámara de Comercio de Bucaramanga manifiesta que posee políticas de tratamiento de información de sus empresarios inscritos. No obstante, su función registral es pública al igual que el tratamiento de la información, requiere contar con su aprobación para los casos expresados a continuación. Autorización expresa por parte del Titular de la información. Con el diligenciamiento del presente formulario, autorizo el tratamiento de los datos personales públicos y privados suministrados para los fines que la Cámara de Comercio realiza en desarrollo de sus funciones establecidas por la ley. (1) Elaboración de estudios sectoriales y regionales. (2) Suministro de información al Registro Único Empresarial y Social. (3) Análisis de la actividad empresarial y de formalización. (4) Informes para las entidades multilaterales de carácter internacional que garantizan niveles adecuados de protección de datos. (5) Suministro de información a terceros con fines de mercado. En todo caso y bajo ninguna circunstancia se hará entrega o suministro de información considerada sensible de legarse a capturar en alguno de nuestros formularios, físicos o virtuales. La Cámara de Comercio de Bucaramanga, recibirá de forma verbal, física o virtual las solicitudes de cambio de información o supresión de la misma, en el entendido que estos cambios no afectarán la información aportada en su misión registral. Cualquier solicitud adicional será atendida en las oficinas de la CCB Cra. 19 # 36-20 piso 1 o a través del correo electrónico protecciondepersonales@camaradirecta.com. Los requerimientos deberán estar dirigidos a la Vicepresidencia de Registro e Información.

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: Taller de Vergados
RESPONSABLE: Luis Eduardo Bautista S.
FECHA: Abril 18 de 2014
LUGAR: Cámara de Comercio
CIUDAD: Bucaramanga

NOMBRE COMPLETO	C.C.	RAZÓN SOCIAL	TELEFONOS	EMAIL	FIRMA
Sara Genny Reyes M	63468924	63468924	3132047401	Cmicraque@gmail.com	Sara Reyes
Aleida Ortiz	1098655114	Mercy Mercy	3159283182	aleida14@gmail.com	Aleida Ortiz
Hermes A. Morales Ortiz	1096605046	Clinica de Ropa Ortiz	3162666835	idhermesmorales@gmail.com	Hermes A. Morales
Aleida Ortiz Barrón	63362262	Clinica de Ropa Ortiz	3123182359	aleida.ortizbarron@gmail.com	Aleida Ortiz
Jesús David Rodríguez	8824388	JUSD Company	3005641275	jusdsu@hotmail.com	Jesús David Rodríguez
Valentina Gómez M	1098772023	Valentía Pastelería Saludable	307428047	valentina.gomez@hotmail.com	Valentina Gómez
Carolina Daza	39619621	Tienda Bella S	3182927323	carrodazag@gmail.com	Carolina Daza
Fajzira Ravine Z	1048705154	Bioclimas	3134218847	fajzira31@gmail.com	Fajzira Ravine
Juan Felipe Remírez	1511113412	Buena & Buena	3077504161	juanfelipe6100@gmail.com	Juan Felipe Remírez
Pedro F. Morales	13.746501	Hogueras Industriales	3162665055	pedromorales@gmail.com	Pedro F. Morales

* DECLARACIÓN DE PROTECCIÓN DE DATOS: En virtud a lo estipulado en la ley Estatutaria 1581 de 2012 y en el Decreto 1377 de 2013, sobre protección de datos personales, la Cámara de Comercio de Bucaramanga manifiesta que posee políticas de tratamiento de información de sus empresarios inscritos. No obstante, su función registral es pública al igual que el tratamiento de la información, requiere contar con su aprobación para los casos expresados a continuación. Autorización expresa por parte del Titular de la información. Con el diligenciamiento del presente formulario, autorizo el tratamiento de los datos personales públicos y privados suministrados para los fines que la Cámara de Comercio realiza en desarrollo de sus funciones establecidas por la ley. (1) Elaboración de estudios sectoriales y regionales. (2) Suministro de información al Registro Único Empresarial y Social. (3) Análisis de la actividad empresarial y de formalización. (4) Informes para las entidades multilaterales de carácter internacional que garantizan niveles adecuados de protección de datos. (5) Suministro de información a terceros con fines de mercado. En todo caso y bajo ninguna circunstancia se hará entrega o suministro de información considerada sensible de legarse a capturar en alguno de nuestros formularios, físicos o virtuales. La Cámara de Comercio de Bucaramanga, recibirá de forma verbal, física o virtual las solicitudes de cambio de información o supresión de la misma, en el entendido que estos cambios no afectarán la información aportada en su misión registral. Cualquier solicitud adicional será atendida en las oficinas de la CCB Cra. 19 # 36-20 piso 1 o a través del correo electrónico protecciondepersonales@camaradirecta.com. Los requerimientos deberán estar dirigidos a la Vicepresidencia de Registro e Información.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: taller Estrategia I
RESPONSABLE: Carlos Quintana
FECHA: 24 de Abril
LUGAR: C.C.B.
CIUDAD: Bucaramanga.

	NOMBRE COMPLETO	C.C.	RAZON SOCIAL	TELEFONOS	EMAIL	FIRMA
1	Valentina Gomez	1098772023	Valentia Pasteleria Saludable	3017428047	Valentina_gomez_m@hotmail.com	Valentia
2	JOSE C. URBANO MONTIVIE	79155884	URBANO MONTIVIE ABOGADOS	3143140891	Urbano.montivie@abogados.com	JM
3	Sara Grany Reyes M.	63468924	Comercializadora de Microorganismos	3132045936	microa910@gmail.com	Sara
4	Angela P. Cuervo Vega	1098661317	La dolencia	3186910966	angelita.cuervo@la-dolencia.com	Angela
5	Norberto Hernandez	91258601	Transplant Colombia	3006357241	norberto2012@gmail.com	Norberto
6	Jolie Parra Conillo	63545926	Confecciones Anje	3212750803	Jolieparra@gmail.com	Jolie Parra
7	Andrea Sanchez P	1126424475	Beadonto	3143444468	Andrea.sanchez.p@gmail.com	Andrea
8	David Vivas	057223018	Beadonto	3158831532	Davidalejandro86@gmail.com	David
9	Milton Andres Sandoia C.	1098749849	Genco Energia	3133117767	andres.sandoia32@gmail.com	Milton
10	Leiry Parra C.	37724710	Confecciones Anje	3186456682	Leiryparra@gmail.com	Leiry Parra

* DECLARACIÓN DE PROTECCIÓN DE DATOS: En virtud a lo estipulado en la ley Estatutaria 1581 de 2012 y en el Decreto 1377 de 2013, sobre protección de datos personales, la Cámara de Comercio de Bucaramanga manifiesta que posee políticas de tratamiento de información de sus empresarios inscritos. No obstante, su función registral es pública al igual que el tratamiento de la información; requiere contar con su aprobación para los casos expresados a continuación. Autorización expresa por parte del Titular de la información: "Con el diligenciamiento del presente formulario, autorizo el tratamiento de los datos personales públicos y privados suministrados para los fines que la Cámara de Comercio realiza en desarrollo de sus funciones establecidas por la ley: (1) Elaboración de estudios sectoriales y regionales, (2) Suministro de información al Registro Único Empresarial y Social - RUES y a las demás entidades públicas que así lo requieran, (3) Realización de convocatorias públicas o privadas para la realización de eventos de carácter empresarial, académico, cultural y social, (4) Análisis de censo empresarial y de formalización, (5) Informes para las entidades multilaterales de carácter internacional que garanticen niveles adecuados de protección de datos, (6) Suministro de información a terceros con fines de mercado. En todo caso y bajo ninguna circunstancia se hará entrega a terceros de información considerada sensible de legarse a capturar en alguno de nuestros formularios, físicos o virtuales". La Cámara de Comercio de Bucaramanga, recibirá de forma verbal, física o virtual las solicitudes de cambio de información o supresión de la misma, en el entendido que estos cambios no afectarán la información aportada en su misión registral. Cualquier solicitud adicional será atendida en las oficinas de la CCB Cra. 19 # 36-20 piso 1 o a través del correo electrónico protecciondatos@camaradirecta.com. Los requerimientos deberán estar dirigidos a la Vicepresidencia de Registro e Información.

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: MODULO FINANCIERO
RESPONSABLE: Jorge E. Anzola Cortez
FECHA: 9-05-2017
LUGAR: AUDITORIO ERNESTO SUAREZ PUEDA.
CIUDAD: B/manga

	NOMBRE COMPLETO	C.C.	RAZON SOCIAL	TELEFONOS	EMAIL	FIRMA
1	Alejandro Garcia Sile	72.131.880	Sabores de mi Tierra Colombiana	3126808569	garcia.alejandro@hotmail.es	Alejandro
2	Valentina Gomez M	1098772023	Valentia Pasteleria Saludable	3017428047	Valentina_gomez_m@hotmail.com	Valentia
3	Pedro Tolo Morales	13746001	Maquinos Indostrotel Morales	3163007794	maquinos.indostrotel@gmail.com	Pedro
4	Flv. Dnyelo Dimegdo	6334194	Colzadon Sport S.A.S.	316-5310387	colzadon.sport@gmail.com	Flv. Dnyelo
5	Marela Correa Prieto	3176377275	Sincereg S.A.S	7176377775	asesoria.sincereg@gmail.com	Marela
6	Roman Perdomo G.	91.535.312	OLENTE MEDICINA	3127859575	spordomeg@gmail.com	Roman
7	Fabian Sierra	93.491.205	Fabian Sierra	3175106634	Fabian.sierra2002@yahoo.es	Fabian
8	Laura Coidana	63550058	Anfa Light	63550058	lauracm15@gmail.com	Laura
9						
10						

* DECLARACIÓN DE PROTECCIÓN DE DATOS: En virtud a lo estipulado en la ley Estatutaria 1581 de 2012 y en el Decreto 1377 de 2013, sobre protección de datos personales, la Cámara de Comercio de Bucaramanga manifiesta que posee políticas de tratamiento de información de sus empresarios inscritos. No obstante, su función registral es pública al igual que el tratamiento de la información; requiere contar con su aprobación para los casos expresados a continuación. Autorización expresa por parte del Titular de la información: "Con el diligenciamiento del presente formulario, autorizo el tratamiento de los datos personales públicos y privados suministrados para los fines que la Cámara de Comercio realiza en desarrollo de sus funciones establecidas por la ley: (1) Elaboración de estudios sectoriales y regionales, (2) Suministro de información al Registro Único Empresarial y Social - RUES y a las demás entidades públicas que así lo requieran, (3) Realización de convocatorias públicas o privadas para la realización de eventos de carácter empresarial, académico, cultural y social, (4) Análisis de censo empresarial y de formalización, (5) Informes para las entidades multilaterales de carácter internacional que garanticen niveles adecuados de protección de datos, (6) Suministro de información a terceros con fines de mercado. En todo caso y bajo ninguna circunstancia se hará entrega a terceros de información considerada sensible de legarse a capturar en alguno de nuestros formularios, físicos o virtuales". La Cámara de Comercio de Bucaramanga, recibirá de forma verbal, física o virtual las solicitudes de cambio de información o supresión de la misma, en el entendido que estos cambios no afectarán la información aportada en su misión registral. Cualquier solicitud adicional será atendida en las oficinas de la CCB Cra. 19 # 36-20 piso 1 o a través del correo electrónico protecciondatos@camaradirecta.com. Los requerimientos deberán estar dirigidos a la Vicepresidencia de Registro e Información.

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Anexo 4. Base de datos de clientes, pedidos y productos (febrero)

Fecha	Nombre	Apellido	Descripción Producto	Cantidad	Tamaño	Referencia	Precio
14-feb-17	Víctor Manuel	Méndez Márquez	Torta	1	1/4	Naranja Amapola	\$20.000
	Vanessa	Rivero Gutiérrez	Torta	1	1/8	Naranja Amapola	\$12.000
			Torta	1	1/8	Zanahoria Nueces	\$12.000
	Andrés	Clavijo	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Pilar	Parada	Torta	1	1/8	Zanahoria Nueces	\$-
16-feb-17	Vanessa	Rivero Gutiérrez	Torta	1	1/2	Naranja Nueces	\$40.000
	Paula	Mantilla	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
22-feb-17	Vanessa	Rivero Gutiérrez	Torta	1	1/2	Naranja Nueces	\$40.000
	John	Durán	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Paola	Espinosa	Torta	1	1/8	Naranja Nueces	\$12.000
23-feb-17	Neocafé	Café	Torta	1	1/8	Naranja Nueces	\$-
	Teresa	Latorre	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
24-feb-17	Frugalías Delivery	Restaurante	Cupcake	1	1/2	Todos los sabores	\$-
	Neocafé	Café	Cupcake				\$-
25-feb-17	Manuela	Mantilla	Torta	1	1/8	Zanahoria Nueces	\$12.000
	Margara	Peralta	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Claudia	Corredor	Torta	1	1/2	Naranja Amapola	\$40.000
	Vanessa	Rivero	Torta	1	1/2	Naranja Nueces	\$40.000
	Yenn	Romero	Torta	1	1/4	Naranja Amapola	\$20.000
26-feb-17	Urban Trainning	Gimnasio	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Yasmin	Granados	Torta	1	1/4	Naranja Amapola	\$20.000
28-feb-17	Luz	Rojas	Torta	1	1/4	Chocolate	\$20.000

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Anexo 5. Base de datos de clientes, pedidos y productos (marzo)

Fecha	Nombre	Apellido	Descripción Producto	Cantidad	Tamaño	Referencia	Precio
01-mar-17	Patricia	Mosquera	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Neocafé	Café	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Neocafé	Café	Torta	1	1/4	Limón Nueces	\$20.000
03-mar-17	Viviana	Leal	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Doris	Vega	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Urban Trainning	Gimnasio	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Valentina	Gómez	Torta	1	1/8	Zanahoria Nueces	\$12.000
04-mar-17	Manuela	Mantilla	Torta	1	1/8	Zanahoria Nueces	\$12.000
	John	Duran	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
05-mar-17	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/2	Envinada	\$60.000
06-mar-17	Paula	Mantilla	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
	Yasmin	Granados	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Luz	Rojas	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
	Diego	Castellanos	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
	Frugalías Delivery	Restaurante	Cupcake	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
08-mar-17	Hugo	Fino	Torta	1	1/8	Limón Nueces	\$10.000
	Hugo	Fino	Torta	1	1/8	Naranja Nueces	\$10.000
	Hugo	Fino	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Leila	Estévez	Torta	1	1/4	Naranja Amapola	\$20.000
	Andrés	Peralta	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Andrés	Peralta	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Jessica	Rodríguez	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
09-mar-17	Jonny	Rangel	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

10-mar-17	Carlota	ESSA	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Laura	Reyes	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Mateus	ESSA	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	María Eugenia	ESSA	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Luisa	ESSA	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Natalia	ESSA	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Paula	Mantilla	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
13-mar-17	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Doris	Vega	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Paula	Mantilla	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
14-mar-17	Jonny	Rangel	Torta	1	1/2	Naranja Nueces	\$40.000
24-mar-17	Camila	Malaver	Torta	1	1/8	Zanahoria Nueces	\$12.000
	Luz	Rojas	Torta	1	1/8	Zanahoria Nueces	\$12.000
	Luz	Rojas	Cupcake	6	1/8	Naranja Nueces	\$13.000
	Paula	Mantilla	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
25-mar-17	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Adriana	Merchán	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
28-mar-17	Camilo	Guerrero	Torta	1	1/2	Naranja Nueces	\$40.000
29-mar-17	Luz	Rojas	Torta	PORCION		Chocolate	\$6.000
31-mar-17	ESSA		Torta	1	1/2	Naranja Nueces	\$40.000
	Meleny	Luna	Torta	1	1/4	Naranja Amapola	\$20.000

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Anexo 6. Base de datos de clientes, pedidos y productos (abril)

Fecha	Nombre	Apellido	Descripción Producto	Cantidad	Tamaño	Referencia	Precio
01-abr-17	Urban Trainning	Gimnasio	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$30.000
	Urban Trainning	Gimnasio	Torta	1	1/4	Chocolate	\$30.000
	Urban Trainning	Gimnasio	Torta	1	1/4	Chocolate	\$30.000
	Urban Trainning	Gimnasio	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$30.000
02-abr-17	Vanessa	Rivero	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Doris	Vega	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
03-abr-17	Paula	Gómez	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
05-abr-17	Viviana	Leal	Torta	1	1/4	Chocolate	\$20.000
	Andrés	Basto	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
06-abr-17	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$22.000
	Juan	Urban	Torta	1	1/2	Chocolate	\$50.000
07-abr-17	Andrés	Peralta	Torta	1	1/8	Zanahoria Nueces	\$12.000
	Manuela	Mantilla	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Andrés	Clavijo	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
08-abr-17	Adriana	Merchán	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
	Claudia	Sánchez	Torta	1	1/8	Zanahoria Nueces	\$12.000
	William	Jaimes	Torta	PORCION		Chocolate	\$10.000
15-abr-17	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/2	Envinada	\$60.000
19-abr-17	Paula	Mantilla	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
	Marval		Torta	1	1/2	Chocolate	\$50.000
21-abr-17	Jonny	Rangel	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
22-abr-17	Jonny	Rangel	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
	Doris	Vega	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Juliana	Urban	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
23-abr-17	Angelica		Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
24-abr-17	Andres	Clavijo	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

26-abr-17	Profesores Usta		Torta	1	1/2	Naranja Nueces	\$40.000
	Vanesa	Rivero	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Carolina	González	Torta	1	1/8	Naranja Amapola	\$12.000
	Carolina	González	Torta	1	1/8	Naranja Amapola	\$12.000
	Camila	Vargas	Torta	1	1/2	Naranja Amapola	\$40.000
29-abr-17	Jazzira	Ramírez	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Anexo 7. Base de datos de clientes, pedidos y productos (mayo)

Fecha	Nombre	Apellido	Descripción Producto	Cantidad	Tamaño	Referencia	Precio
01-may-17	Daniel	Téllez	Torta	1	1/2	Naranja Amapola	\$60.000
02-may-17	Ricardo	Arenas	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
05-may-17	Laura	Escuderos	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
	Mónica	Serrano	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Mónica	Serrano	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
06-may-17	Luz	Rojas	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
07-may-17	Margarita	Mantilla	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
08-may-17	Jonny	Rangel	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
11-may-17	Mónica	Serrano	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
12-may-17	María Eugenia	ESSA	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Katherine	Bello	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Sofía	Rugeles	Torta	1	1/2	Naranja Nueces	\$40.000
	Meleny	Luna	Torta	1	1/4	Naranja Amapola	\$20.000
	Luz	Rojas	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Paula	Mantilla	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Valentina	Valdivieso	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Andrea	Hernández	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Alejandra	Camargo	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Camila	Malaver	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Doris	Vega	Torta	1	1/2	Zanahoria Nueces	\$40.000
	Carolina	Torres	Torta	1	1	Naranja Amapola	\$80.000
13-may-17	Amparo	Gómez	Torta	1	1/4	Naranja Amapola	\$20.000
	Sharon	Barrera	Torta	1	1/4	Naranja Amapola	\$20.000

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/2	Envinada	\$60.000
	Claudia	Fidelia	Torta	1	1/2	Chocolate	\$50.000
	Leidy	Rugeles	Torta	1	1/4	Naranja Amapola	\$20.000
	Natalia	Monsalve	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Sergio	Urban	Torta	1	1/4	Naranja Amapola	\$20.000
19-may-17	Natalia	Monsalve	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Natalia	Monsalve	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
20-may-17	Camila	Malaver	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
	Camila	Malaver	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
21-may-17	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000
23-may-17	Johan	Mantilla	Torta	1	1/2	Chocolate	\$50.000
24-may-17	Luz	Rojas	Torta	1	1/4	Chocolate	\$25.000
25-may-17	Natalia	Monsalve	Torta	1	1/2	Chocolate	\$50.000
	Natalia	Monsalve	Torta	1	1/2	Naranja Nueces	\$40.000
	Natalia	Monsalve	Torta	1	1/2	Zanahoria Nueces	\$40.000
26-may-17	Laura	Consuegra	Torta	1	1/2	Naranja Nueces	\$40.000
	Jonny	Rangel	Torta	1	1/2	Chocolate	\$50.000
28-may-17	Luz	Rojas	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Yasmin	Granados	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Camila	Malaver	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
	Viviana	Zambrano	Torta	1	1/4	Zanahoria Nueces	\$20.000
29-may-17	Sonia	Consuegra	Torta	1	1/2	Naranja Nueces	\$40.000
30-may-17	Viviana	Rangel	Torta	1	1/4	Naranja Nueces	\$20.000

Anexo 8. Base de datos de clientes

Nombre	Apellidos	Descripción Producto	Referencia	Teléfono
Amanda	Sánchez	Cupcakes	Vainilla	3003113779
Angelica	Delgado	Torta	Limón	3203422709
Azucena	Aguilar	Torta	Naranja Amapola	6562291
Carolina	González	Torta	Naranja Amapola	3008183559
Claudia	Sánchez	Torta	Zanahoria Nueces	3108029234
Dallanara	Puello	Cupcakes	Vainilla	
Daniela	Herrera	Cupcakes	Vainilla	
Danna	Valero	Torta	Limón	3123291551
Deysi	Niño	Torta	Limón	3213218006
Fanny	Perdomo	Torta	Naranja Amapola	3003636846
Gloria	Ortiz	Torta	Naranja Amapola	3005684001
Johana	Rangel	Torta	Naranja Amapola	3183975593
Johana	Vargas	Torta	Naranja Amapola	3012747995
Johana	Serrano	Torta	Limón	3045984355
Josefina	Rugeles	Torta	Naranja Amapola	6562291
Juan David	Silva	Cupcakes	Vainilla	3176442696
Laura	Sandoval	Torta	Naranja Amapola	3102153175
Marcela	Serrano	Torta	Chocolate	
Margarita	Mantilla	Torta	Limón	3212092852
María Eugenia	Yáñez	Torta	Zanahoria Nueces	3172116852
María Fernanda	González	Cupcakes	Vainilla	
María Paula	Gómez	Torta	Zanahoria Nueces	3183760849
Maritza	Rueda	Torta	Naranja Amapola	6563597
Mateo	Pabón	Torta	Limón	3165345658
Mónica	Flantrmesky	Torta	Limón	3008221368
Myriam	Mosquera	Torta	Zanahoria Nueces	3184793501
Paola	Ruiz	Torta	Zanahoria Nueces	3138357524
Paula	Mantilla	Torta	Naranja Amapola	3175744343
Pilar	Téllez	Torta	Limón	3153774254
Sandra	Yáñez	Torta	Zanahoria Nueces	3152345292
Steven	Téllez	Torta	Limón	3175750749
Tatiana	Oviedo	Torta	Limón	3164334340
Vannesa	Rivero	Torta	Naranja Amapola, Zanahoria Nueces	3052240278
Yenny	Flórez	Torta	Naranja Nueces	3152029561

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Anexo 9. Base de datos de clientes nuevos

Nombre	Apellidos	Descripción Producto	Referencia	Teléfono
John	Durán	Torta	Zanahoria Nueces	3152541315
Viviana	Santoyo	Torta	Naranja Nueces	3209454028
Margara	Peralta	Torta	Naranja Nueces	3156644447
Claudia	Corredor	Torta	Naranja Amapola	3164782428
Hugo	Orduz	Torta	Naranja Amapola	3124130172
Leidy	Rugeles	Torta	Zanahoria Nueces	3192986719
Manuela	Mantilla	Torta	Zanahoria Nueces	3176704288
Yenn	Romero	Torta	Naranja Amapola	3043833590
Carlos Andrés	Gerenas	Torta	Naranja Amapola	3168024220
Teresa	Latorre	Torta	Zanahoria Nueces	3043664762
Víctor Manuel	Méndez Márquez	Torta	Naranja Amapola	
Andres	Clavijo	Torta	Zanahoria Nueces	3142999265
Paola	Espinosa	Torta	Naranja Nueces	3158651845
Luz	Rojas	Torta	Todas	3103259783
Esperanza	Ortiz	Torta	Todas	3176687196
Paola	Rodríguez	Torta	Todas	3158965380
Diana	Gómez	Torta	Zanahoria Nueces	3164143067
Liseth	Carballido	Torta	Todas	3012128979
Rochy		Torta	Naranja Amapola	3118198277
Felipe	Ojeda	Torta	Todas	3013394664
Alejandra	Duque	Torta	Todas	3013718571
Vanesa	Rivero	Torta	Todas	3052240278
Pilar	Parada	Torta	Todas	3114993900
Viviana	Leal	Torta	Todas	3187342823
Viviana	Zambrano	Torta	Naranja Nueces, Envinada	3209454028
Doris	Vega	Torta	Zanahoria Nueces	3142550259
Diego	Castellanos	Torta	Chocolate	3124098703
Hugo	Fino	Torta	Todas	3154968059
Leila	Estévez	Torta	Naranja Amapola	3183685085
Andrés	Peralta	Torta	Todas	3173316375
Jessica	Rodríguez	Torta	Zanahoria Nueces	3209365083
Jonny	Rangel	Torta	Todas	3163326086
Carlota	ESSA	Torta	Naranja Nueces	
Laura	Reyes	Torta	Naranja Nueces	
Mateus	ESSA	Torta	Zanahoria Nueces	
María Eugenia	ESSA	Torta	Naranja Nueces	
Luisa	ESSA	Torta	Naranja Nueces	
Natalia	ESSA	Torta	Zanahoria Nueces	
Camila	Malaver	Torta	Zanahoria Nueces	3186528201
Adriana	Merchán	Torta	Todas	3005156442
Camilo	Guerrero	Torta	Todas	3102397791
Meleny	Luna	Torta	Naranja Amapola	

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Andrés	Basto	Torta	Zanahoria Nueces	3165777041
Juan	Urban	Torta	Chocolate	
Claudia	Sánchez	Torta	Zanahoria Nueces	3208716946
William	Jaimes	Torta	Todas	3173652028
Juliana	Urban	Torta	Naranja Nueces	3115305494
Angelica		Torta	Chocolate	3183514297
Carolina	González	Torta	Naranja Amapola	3008183559
Camila	Vargas	Torta	Naranja Amapola	3006512611
Jazzira	Ramírez	Torta	Chocolate	3134218847
Ricardo	Arenas	Torta	Chocolate	3015903958
Laura	Escuderos	Torta	Chocolate	3142034855
Mónica	Serrano	Torta	Todas	3204740472
Margarita	Mantilla	Torta	Chocolate	3125159238
Katherine	Bello	Torta	Naranja Nueces	3165343288
Sofía	Rugeles	Torta	Naranja Nueces	3158098815
Luz	Rojas	Torta	Todas	3103259783
Valentina	Valdivieso	Torta	Zanahoria Nueces	
Andrea	Hernández	Torta	Naranja Nueces	3164989372
Alejandra	Camargo	Torta	Zanahoria Nueces	3152541340
Carolina	Torres	Torta	Naranja Amapola	3017721338
Amparo	Gómez	Torta	Naranja Amapola	3012415657
Sharon	Barrera	Torta	Naranja Amapola	3182285690
Claudia	Fidelia	Torta	Chocolate	3144119527
Leidy	Rugeles	Torta	Naranja Amapola	3192986719
Natalia	Monsalve	Torta	Zanahoria Nueces	3174012137
Sergio	Urban	Torta	Naranja Amapola	3167417307
Johan	Mantilla	Torta	Chocolate	3203754219
Laura	Consuegra	Torta	Naranja Nueces	3114465132
Sonia	Consuegra	Torta	Naranja Nueces	3213422406
Viviana	Rangel	Torta	Naranja Nueces	3008287187
Laura	Sandoval	Torta	Naranja Amapola	3102153175
Javier	Duarte	Torta	Chocolate	3204858963
Jose		Torta	Naranja Nueces	3004415792
Alejandro	Urban	Torta	Chocolate	3125473375
Danny	Urban	Torta	Todas	3012710007
Darwin	Urban	Torta	Todas	3156468500
Gabriel	Urban	Torta	Todas	3002475332
Jorge	Urban	Torta	Todas	3125461554
Juan Fernando	Ramírez	Torta	Todas	3057133364
Julio	Urban	Torta	Todas	3166902965
Liseth	Urban	Torta	Todas	3154780893
Luisa	Urban	Torta	Todas	3008708012
Sergio	Urban	Torta	Todas	3005780447
Victoria	Urban	Torta	Todas	3115169403
Viviana	Serrano	Torta	Todas	3138448205
Alicia	Giraldo	Torta	Zanahoria Nueces	3108071260

VALENTÍA, PASTELERÍA SALUDABLE

Anexo 10. Base de datos empresas (clientes)

Nombre	Apellidos	Descripción Producto	Referencia	Teléfono	Dirección
Urban Trainning	Gym	Torta	Zanahoria Nueces	3004415792	Cra. 26 #302 30-102, Floridablanca
Neocafé Macanudo	Cafetería	Torta, Cupcakes	Todas	3112783843	Neomundo
Frugalías Delivery	Restaurante	Torta	Todas	3103259783	Condominio Parque Cañaveral, Torre B apto 11-03
Cardamomo	Cafetería Saludable	Torta	Todas	3166163903	Calle 50 #28-25 Centro Empresarial Sotomayor Piso 7, Bucaramanga
Be Natural	Restaurante Saludable	Torta	Zanahoria Nueces, Naranja Nueces	3012481149	Delivery
Merkafit	Tienda Saludable	Torta	Todas	3158785729	Calle 52#37-12 Cabecera