



TITULO

Proyecto de inversión para la expansión de la Pastelería Pettit Bakery

Presentado por:

SANTIAGO SOSA CARDONA

ID: 704345

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Profesor:

CARLOS ANDRES PEÑA TORRES

Ibagué-Tolima

2023

1. Contenido

2.	Índice de ilustraciones	4
3.	Índice de tablas	6

4.	Introducción	8
5.	Resumen Ejecutivo	9
6.	Abstrac	10
7.	Planteamiento Del Problema	11
8.	Formulación Del Problema	13
9.	Objetivo General y Especifico	13
	Objetivo General	13
	Objetivos Específicos	13
10.	Justificación e Impacto Central del Proyecto.	14
11.	Estado del Arte	15
12.	Marco Referencial	16
	Marco Teórico	16
	Marco Conceptual	18
	Marco Legal	19
13.	Metodología	19
	Tipo de Investigación	19
	Investigación Descriptiva	19
	Enfoque	20
14.	Estudio del mercado	20
	Análisis del Sector	20

Comportamiento	20
Tendencia	20
Demanda	21
Mercado Potencial	22
Producto	24
Módulos de Operaciones	27
Fichas Técnicas del Producto	27
Definición del Valor Agregado	28
Empaque	28
Cliente	29
Competencia	29
Análisis PESTEL	30
Modelo CANVAS	32
Canales de Distribución	34
Precio	34
Plaza	35
Promoción	35
15. Estudio Técnico	36
Flujograma	36
Localización de la Empresa	37

16.	Estudio Organizacional	39
	Tipo de Empresa	39
	Determinación de Cargos con su Respectivo Sueldo	40
	Organigrama	43
	Estrategias de Aprovisionamiento	43
17.	Estudio Financiero	44
	Proyección de ventas	44
	Presupuesto costos de insumos del bien o servicio	44
	Plan de Compras	46
	Costos y Gastos de Administración	50
	Estado de Resultado	51
	Flujo de Caja	51
18.	Conclusiones y Recomendaciones	53
19.	Dedicatorias	54
20.	Agradecimientos	55
21.	Referencias	56

2. Índice de ilustraciones

Ilustración 1	Restaurante y futuro postcovid tomada de la plataforma del periódico la republica	16
---------------	---	----

Ilustración 2Emprendimiento en cifras imagen tomada de la plataforma del periódico la republica	17
Ilustración 3Ingresos generados por la partes agroindustriales, imagen sacada de la plataforma del DANE	20
Ilustración 4Imagen tomada de la plataforma virtual de la revista pyme	22
Ilustración 5Galletas motivo navidad	24
Ilustración 6Caja motivo san Valentín	24
Ilustración 7Torta temática baby shower	25
Ilustración 8Torta con tematica de dragón ball z.....	25
Ilustración 9Caja de regalo festividad de día de la madre	25
Ilustración 10Galleta con festividad de Halloween	25
Ilustración 11Tartas o Pie's de sabor a fresa	26
Ilustración 12Torta con tematica de primera comunión	26
Ilustración 13Cajas de cucpcakes para Asistencia a proyecto de grado donde se tomó la pastelería para estudio de marketing	26
Ilustración 14Caja de cucpcakes personalizadas con tematica de enfermería	26
Ilustración 15Torta personalizada con tematica de cultura barranquillera	26
Ilustración 16Torta con tematica de matrimonio	26
Ilustración 17Poblacion total en Ibagué foto tomada de la plataforma del dane	29
Ilustración 18 Modelo canvas autoría propia	32
Ilustración 19Diagrama de flujo dentro de la pastelería pettit bakery	36
Ilustración 20Mapa de la ciudad de Ibagué divida por comunas imagen tomada de la secretaria de planeación municipal	37

Ilustración 21Comuna 6 ciudad de Ibagué.....	38
Ilustración 22Mapa del barrio cañaveral.....	38
Ilustración 23Rut Santiago sosa.....	39
Ilustración 24certificado cámara y comercio.....	40
Ilustración 25organigrama.....	43

3. Índice de tablas

Tabla 1Festividades anuales donde se brindara diferentes productos, tabal hecha por autor propio.....	23
Tabla 2Ficha técnica de producto torta.....	27
Tabla 3Ficha técnica de producto cupcakes.....	28
Tabla 4Ficha técnica de producto pie o tartas.....	28
Tabla 5Pastelerias ibaguereñas con las cuales se tiene competencia.....	30
Tabla 6Análisis pestel autoría propia.....	32
Tabla 7Marketing que se hará.....	36
Tabla 8Crago de pastelero.....	40
Tabla 9Cargo de decoradora.....	41
Tabla 10Cargo de asistente de marketing.....	41
Tabla 11Cargo de productora audiovisual.....	42
tabla 12proyeccion de ventas mes a mes primer año.....	44
Tabla 13 proyección de ventas anuales de los siguientes 5 años.....	44
Tabla 14 costo promedio de torta de chocolate para 40 porciones.....	45
Tabla 15 costo promedio de cupcakes de chocolate de 6 unidades.....	46

Tabla 16 costo promedio de tartas o Pie's	46
Tabla 17 plan de compras inicial insumos	47
Tabla 18 plan de compras inicial muebles y equipos otras compras	48
Tabla 19 costos y gastos de administración	50
Tabla 20 estado de resultados	51
Tabla 21 Flujo de caja	52

4. Introducción

Pettit Bakery es una pastelería ibaguereña creada en el año 2019 que surge a partir de la necesidad de buscar un sustento económico gracias a la falta de empleo formal en la ciudad de Ibagué, este emprendimiento empieza debido al amor por la cocina de parte del propietario que tiene la idea de seguir explorando este gusto y decide apostar por esto, que hasta el día de hoy se ha podido posicionar como un lugar de repostería reconocido por muchos ibaguereños gracias a medios digitales.

Por consiguiente, en el presente trabajo de investigación se plantea la expansión de este negocio que tiene como objetivo principal un plan de acción para la inversión monetaria, en el que se tendrá en cuenta las áreas de producción, administración, venta y viabilidad económica. Es decir, que se va a considerar la maquinaria necesaria para suplir la oferta requerida, la ampliación en la difusión de información en redes sociales y otros métodos de expansión para poder llegar un público más amplio.

De este modo, el plan de negocio se llevará a cabo ya que al utilizar la metodología de investigación del modelo Canvas, el estudio financiero y un análisis pestel, se ratificó la viabilidad de este proyecto, lo que se busca en Pettit Bakery es abarcar el conocimiento en el campo contable específicamente en la sección de gastos y costos, haciendo así que se lleve un buen manejo en estos dos rubros, para así mismo lograr segmentar de una manera eficiente el buen manejo a los recursos que se están obteniendo.

5. Resumen Ejecutivo

Pettit Bakery luego de sus años de competitividad en el mercado se ve sujeto a una barrera de crecimiento dada a su limitada capacidad de tomar y atender más pedidos, lo que afecta sus ingresos y la satisfacción de nuevos y viejos clientes. Para esto se ha tomado en cuenta todas las opciones viables para la mejora de la interrogante ¿Cómo puede la pastelería expandir su capacidad operativa de manera efectiva para satisfacer la creciente demanda sin comprometer la calidad y eficiencia de sus servicios?

Determinar el método de investigación CANVAS junto con el análisis PESTEL para la solución a esta incógnita fue vital ya que se encontraron referentes importantes para la toma de decisiones sobre los diferentes sectores de ampliación, ya que se debe tomar en cuenta puntualmente donde se necesita más capital para que el ejercicio de como resultado un avance positivo.

Expandirse en la zona de producción para la correcta optimización de materia prima y tiempo de trabajo de los diferentes empleados hace que tenga un mejor rendimiento monetario y laborar, teniendo así la disponibilidad en el departamento de ventas de hacer la toma correspondiente a todos los pedidos que ingresen, dando así el beneficio de cumplir con todo y cada uno de los clientes que estén interesados en la compra de productos.

6. Abstrac

Pettit Bakery, after to compete all its years in the market, looks limited in its growth for the barrier in the limited capacity to take and serve more orders; this important fact, affect the income and the satisfaction of the old and the new clients. For this, several viable options have been searched to improve the question: ¿How can the bakery shop in a effective way to expand its operational capacity to satisfy the growing demand without involve the quality and efficiency of its services?

Pettit Bakery, along these years of competitiveness in the market, is subject to a growth obstacles given its limited capacity to take and serve more orders, which affects its income and satisfaction of new and old clients. For this, all viable options have been taken into account to improve the question: How can the pastry shop expand its operational capacity effectively to satisfy the growing demand without compromising the quality and efficiency of its services?

To determine both, the CANVAS research method together with the PESTEL analysis for the solution to this question was vital; important references were found for making decisions about the different sectors of expansion, because is so important to know in what area is necessary more capital to have an exercise results in positive progress.

To expand the production area for the correct optimization of raw material and work time of the different employees, these factors help to have a better and monetary performance. This way, the sales deparment will be the availability to take the corresponding orders that the bakery shop has. With this, we can fulfill the wishes of customers, who want and buy our products.

7. Planteamiento Del Problema

El rechazo o la no toma de pedidos por parte de un negocio hace que este tenga en primera instancia una mala imagen por parte de la persona que se interesó en hacer una compra en el negocio, lo cual hace que se pierdan posibles clientes potenciales, debido a una limitación operativa en la parte de producción, lo que hace retardar los pedidos ya tomados y limitarse a una expansión de la cartera de clientes.

Pettit bakery se creó siendo un emprendimiento a partir de una necesidad por obtener un ingreso de recurso económico, en los meses de septiembre y octubre del año 2019 se fue dando inicio a este proyecto haciendo compra de los primeros moldes e implementos con los cuales se iría aprendiendo en almarcha acerca de los diferentes sabores, productos y negocio en general. Aquí se recibió su primer cliente quien era un conocido y tenía empatía con el negocio quiso aventurarse a hacer la primera persona en confiar en el talento que estaba emergiendo.

Los clientes y ventas se fueron dando de manera intermitente hasta el momento donde se dictó por parte del gobierno colombiano una cuarenta debido a emergencia sanitaria debido a la propagación del virus Covid -19 (salud, 2020). Para este momento aquello que iba despegando simplemente decayó cortando la motivación de seguir emprendiendo que para ese momento estaba muy alto. Con lo que no contaban era con el buen flujo de información que se empezó a hacer por medio de las redes sociales, estas que se volvieron vitales para el reconocimiento de la pastelería dentro de la ciudad.

Pettit Bakery se volvió uno de esos tantos emprendimientos ibaguereños que se dio a conocer durante la pandemia del año 2020, una pastelería que daba paso a ofrecer una variedad de productos y experiencias no convencionales para los diferentes eventos que para este momento no eran más que reuniones pequeñas y regalos de ánimo y amor por parte de unos clientes a oros.

Participar en diferentes eventos y programas de emprendimiento han hecho que se tenga en cuenta la pastelería ya que ha contado con algunos momentos de llamativa en su nombre como lo fue en el evento “Jamming festival 2022” el cual fue cancelado y donde se iba a hacer parte de los vendedores de productos dentro de este.

Luego de la cancelación del evento se obtuvieron diferentes invitaciones y apariciones en canales de radio de la ciudad y el país, así como artículos en periódico (Leguizamón, 2022) y entrevista por parte de Caracol televisión. Al tener este foco de atención hizo que las ventas y reconocimiento aumentaran y al día de hoy se sigue logrando eso debido a el renombre que se dio durante este tipo de acontecimientos.

Según Vitor Peçanha “El marketing online es una de las principales formas disponibles para que las empresas se comuniquen con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado”. (Peçanha, 2021) Para ese momento la pastelería se convertía en un gran aliado para todas las personas que deseaban enviarles un detalle o celebrar un cumpleaños con alguien más a través de la distancia.

Encontrar su propia luz en medio de tantas linternas encendidas fue algo muy complicado para la pastelería ya que todo el conocimiento adquirido se hacía de manera empírica, esto hacía que competir con sitios ya tradicionales o emprendimientos que tenían personas con estudios previos de gastronomía fuera una interferencia comercial a la hora de brindar el servicio. Finalmente se eligió por la personalización de ciertos productos ya que para este momento era algo que no tenía una competencia directa muy amplia.

Al tener una visión directa de los productos y temática que se abordaría en la venta y personalización de la marca de la pastelería se fueron dando a conocer ciertos limitantes, teniendo como base el aumento de ventas semanales, el cual incrementaban de 5 a 20 tortas en promedio, esto hizo que en el departamento de producción empezaran a notarse inconvenientes con los utensilios de trabajo y tiempos estimados de entrega, pues el tiempo de elaboración de los diferentes productos son largos con las herramientas de trabajo que se cuentan.

Limitar la toma de pedidos conlleva a tener que dejar de expandir la cantidad de clientes que llegan a la pastelería e incluso a perder algunos que ya hacían parte de la cartera. Para esto la importancia de tener en cuenta cual es la limitación, para poder trabajar en darle una solución y tomarla como enseñanza e impulso para sobrepasarla teniendo así experiencia que se podría utilizar en un futuro teniendo en cuenta que siempre habrá tropiezos durante todo el camino del negocio.

8. Formulación Del Problema

¿Cómo puede la pastelería expandir su capacidad operativa de manera efectiva para satisfacer la creciente demanda sin comprometer la calidad y eficiencia de sus servicios?, es la pregunta a la cual llegamos al final del ejercicio para ejecutar de manera concreta una solución, teniendo, así como resultado una inversión monetaria en la cual se tomarán la mayoría de recursos para hacer una expansión y modernización de diferentes utensilios y maquinaria de trabajo.

La optimización de trabajo y tiempo de elaboración de los diferentes productos que se ofrecen hacen que haya cambios de manera positiva en este departamento, así como en el de ventas y atención al cliente, ampliando su capacidad de tomas de pedidos, accesibilidad a diferentes eventos y/o ferias empresariales de las cuales son invitados de manera constante por parte de diferentes entidades.

Obtener una cantidad de ingresos mayor gracias a la innovación en maquinaria y equipo hace que la pastelería tenga la capacidad de seguir ampliándose de manera digital y presencial, logrando así un posicionamiento importante dentro de la ciudad de Ibagué.

9. Objetivo General y Especifico

Objetivo General

Implementar una inversión monetaria para la expansión de la pastelería en la sección de maquinaria e insumos.

Objetivos Específicos

- Establecer una metodología de venta con la cual se logren las metas trazadas.
- Identificar costos fijos y variables, así como los gastos fijos y variables que se tienen.
- Proyectar un plan de acción para la durabilidad optima del negocio en los primeros 5 años.

10. Justificación e Impacto Central del Proyecto.

Este proyecto tiene como finalidad la implementación de dinero para seguido a esto la ampliación en maquinaria de equipo de fabricación, medios de comunicación y distribución. Ya que se ve la necesidad de expandir la parte de producción para poder optimizar tiempo. Según el portal Sydle “la optimización de procesos aumenta la eficiencia de una compañía a través de la perfección de sus procesos haciendo un mejor sus de sus recursos”. (SYDLE, 2023) .

La capacidad de toma de pedidos se podrá expandir puesto a que en el año 2019 y 2020 que son los años de creación de la pastelería se tomaban semanalmente un promedio de 5 tortas a la semana, lo cual para este año 2023 ha aumentado en un promedio de 20 tortas semanales, esto sin contar los diferentes productos que se ofrecen dentro del portafolio de ventas, el cual tendría un amento al no rechazar algún pedido debido a su falta de capacidad de producción.

La personalización de productos por parte de Pettit Bakery es de gran relevancia para el acogimiento y llamativa del público, según Morera y Vallejo comunicación “La personalización aporta valor en cada producto, es un extra que consigue que el consumidor entienda que el producto que va a tener va a ser único para él.”. (Anonimo, s.f.). Esto hace que se deba innovar de manera constate en todos los diferentes aspectos, haciendo de esto una pastelería en la cual habrá oportunidad para todo tipo de gustos personales.

Según la EMR “Se espera que el mercado de pastelería se consolide durante el periodo de pronóstico de 2023-2029 a una floreciente tasa de crecimiento anual compuesto (CARG) del 5,8%”. (EMR, s.f.) Esto crea una necesidad interna de aumentar la capacidad de trabajo y la innovación concurrente en todos los procesos de producción que se tengas para lograr cumplir con lo demandado por el mercado.

11. Estado del Arte

Según interempresas medias “Las asociaciones de pastelería artesanales han advertido de la complicada situación que atraviesa el sector sobre todo por el cambio de hábitos de consumo” por lo cual la necesidad de estar en constante innovación y adaptación del mercado hace que se vuelva vital para la sostenibilidad comercial de la pastelería. (Interempresas, 2023)

Según Gaux “La principal ventaja de mecanizar el proceso de elaboración de los productos es su capacidad producir piezas en el menor tiempo posible lo cual reduce costos y aumenta ganancias.” (Gaux, 2023) . Esto hace que se obtengas mayores beneficios para la pastelería logrando así la oportunidad de generar más recursos para mejores adaptaciones y ver otros parámetros a mejorar.

Para Markitienda “la personalización de los productos se ha convertido en el as bajo la manga para las empresas” (Markitienda, 2023) esto sumado a la capacidad de elaboración de diferentes productos por la innovación en maquinaria hacen que la pastelería tenga una ventaja ante las tradicionales, debido a que su parte llamativa es primicialmente la personalización de los productos, ventaja que se ve reflejada a la hora de hacer el marketing dentro de sus redes sociales.

El marketing en redes sociales es de vital importancia para muchos de los negocios que vemos diariamente, más aún cuando no se tiene un local de manera física para que las personas se acerquen. Para digitalgastornomic “Solo el 80% de las personas que hace uso de las redes sociales (Instagram en este caso) para elegir sitios de comida y solo el 45% o hace para buscar negocios nuevos” (Gastronomic, 2021) , lo cual confirma la importancia de intervenir en este departamento para así lograr una mejoría y evitar el estancamiento comercial.

12. Marco Referencial

Marco Teórico

Para Ingrid Cubas” hoy en día es posible decir que el ámbito de la panadería y pastelería ha podido sortear mejor la secuela de la pandemia en comparación a otros grupos de productores.” (Cubas, 2023). Esta afirmación se puede ver comprometida con un artículo del diario La república en donde nos muestra

LOS RESTAURANTES Y SU FUTURO POSCOVID

Estrategias de los restaurantes para mantenerse abiertos

 Opciones especiales de menús

 Combos únicos a domicilios

 Protocolos individuales de bioseguridad

 Aumento en la cobertura de domicilios propios

 Descuentos y promociones

Solicitudes de Acodrés al Gobierno Nacional

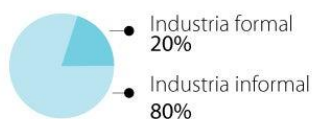
- 1 Aprobación del Take Out a nivel nacional
- 2 Reducción del impuesto al consumo del 8% al 3% o en cero por dos años
- 3 Aprobación de protocolos de bioseguridad para continuar operando

Iniciativas para apoyar a los restaurantes

Ya nos pillamos
Compra un bono que disfrutarás después

Apoya tu bar o restaurante
Comprar bonos que luego se duplicarán en valor

● Representación de la industria



● Empleos reportados por Acodres



● Empresas haciendo domicilios del total de la industria



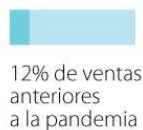
● Empresas que han cerrado sus puertas



● Confianza del consumidor



● Margenes de ventas por domicilios



Fuente: Sondeo LR, Acodres / Gráfico: LR-VT

Ilustración 1 Restaurante y futuro postcovid tomada de la plataforma del periódico la republica

Y podemos evidenciar que a pesar de las distintas ayudas que el gobierno brindaba para el sector gastronómico el cierre de negocios fue inevitable, así como la innumerable decisión de empleados a sus lugares de trabajo.

Tras el paso de la pandemia durante el año 2022 en Colombia se obtuvo un aumento de la tasa empresarial, según La Republica la “Colombia está en posiciones prometedoras para el ecosistema emprendedor. De acuerdo con métricas y estudios internacionales, tal como el emitido en abril de 2022 en el foro económico mundial de la mano del Global Entrepreneurshio Monitor, Colombia es el país con mejores condiciones de emprender de Latam y el numero 25 a nivel mundial”. (Gonzalez, 2022)

EMPRENDIMIENTO EN CIFRAS

- \$1,73 billones** movilizados para el desarrollo y fortalecimiento de las empresas y los emprendimientos
- US\$808,9 millones** de volumen invertidos en emprendimientos colombianos durante 2021
- De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia, publicado en noviembre de 2021, el indicador TEA (Tasa de Actividad Empresarial) pasó de **22,3%** en 2019 a **31,1%** en 2020.

DESTACADOS:

- Logitech es el sector con más inversión **US\$2312 millones** que representan, **67%** del total del ecosistema
- El sector Fintech es el de mayor representación **170 emprendimientos**
- Le siguen:



RECONOCIMIENTOS:

- **El país con mejores condiciones para emprender de Latam, y el 25 a nivel mundial**, según el Foro Económico Mundial
- El tercer país más emprendedor de la Oede (2021), según CircleLoops
- El tercer lugar en Latam en ecosistemas Fintech, según el BID
- El país con mayor espíritu emprendedor entre **28 economías del mundo**, según Índice de Espíritu Emprendedor de 2021 de Ipsos
- Tercera posición de Latinoamérica como contexto propicio para las mujeres emprendedoras, según el BID 2020

CIUDADES MÁS EMPRENDEDORAS

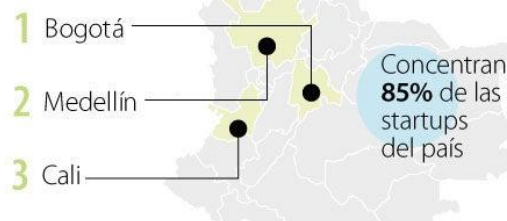


Ilustración 2Emprendimiento en cifras imagen tomada de la plataforma del periódico la republica

Según el sitio web portafolio “La clave para iniciar este camino se da a partir de medir su costo y su retorno, pues es un proceso que lleva tiempo y dedicación, donde uno de los cofundadores debe comprometerse de seis a ocho meses únicamente a eso, levantar capital, mientras que el funcionamiento de la compañía sigue en pie”. (Portafolio, 2023), Esto es de vital

importancia a la hora de hacer una inversión económica en un emprendimiento, teniendo en cuenta todos los riesgos que se toman y el plan de acción que se deba ejecutar para sobrellevar esto sobre el margen de cercanía a lo planeado lo más posible a lo pensado.

Según Edtor Alpez “Para que un negocio genere ganancias necesita de inversión, donde se debe aportar un capital que se divide entre gastos y costos” (Alpezs, 2022) sabiendo esto se debe prestar mayor importancia a estos dos ítems ya que con esto vemos en realidad cuánto cuesta hacer un producto para luego de esto verificar el cómo y cuánto se podría ofrecer al público para tener un margen de ganancia lo suficientemente bueno para seguir operando y que vaya acorde al plan que se tiene dentro de la metodología del ejercicio.

Marco Conceptual

Inversión. Según el sitio web de BBVA “Es el proceso de comprar activos que aumentan de valor con el tiempo y proporcionan rendimientos” (BBVA, 2022)

Emprendimiento. Según el blog de HubSpot” Es el esfuerzo que hace una persona o grupo de personas para impulsar un proyecto, crear una empresa o una solución innovadora”. (Cardenas, 2023)

Plan de operaciones. Según Holded “es un documento que incluye las cuestiones técnicas y de organización necesarias para la fabricación de los productos o prestación de servicios que la empresa va a comercializar”. (Calvo, 2022)

Plan de ventas. Según Douglas Da Silva “ es un documento que utilizan las empresas con el fin de trazar el camino para el próximo ciclo de ventas” (Silva, 2022)

Plan financiero. Según Roger Dobaño “Es un documento que nos servirá para marcarnos los objetivos financieros de la empresa ya sean a corto medio o largo plazo”. (Dobaño, 2023)

Pastelería. Según Valeria Alfaro “es un oficio en el que se enseñan técnicas modernas para la creación de pasteles masas y postres dulces. (Parodi, 2021)

Personalización de productos. Según el sitio web Mimaki “Es la capacidad de alterar el diseño de los productos existentes para adaptarse las solicitudes de un cliente”. (Mimaki, s.f.)

Marketing digital. Según la plataforma digital Rd Station “es el conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en el internet”.

Marco Legal

Decreto 1879 de 2008 el cual indica el siguiente: Registro ante cámara de comercio.

-Registro ante la Dian, para cumplir con las obligaciones fiscales.

-Nomas de higiene y manipulación de alimentos, que incluye seguir las normas del instituto nacional de vigencia de medicamentos y alimentos (INVIMA)

Ley 9 de 1979 concepto sanitario: Permisos sanitarios los cuales autoriza y son emitidos por la secretaria de salud del Tolima

-Reglamentación laboral, cumplir con las leyes laborales pagos de seguridad social a los empleados.

13. Metodología

Tipo de Investigación

Investigación Descriptiva

Pettit bakery cuenta con una amplia cartera de clientes entre los cuales se encuentran diferentes empresas de gran prestigio en la ciudad como los son Centro comercial Aqua, Fabrica de licores del Tolima, Pollos GAR, Cámara de comercio de Ibagué.

Al día de hoy cuenta con un promedio de 20 tortas semanales sin contar los diferentes productos que se ofrecen, esto hace que tenga un constante flujo de caja, personas que ya trabajan de manera fija e intermitente en las diferentes labores que se necesitan dentro de la pastelería.

Enfoque

Se utilizó la investigación cuantitativa debido a que se busca la inyección de dinero para luego de eso hacer el respectivo ampliación y expansión del negocio, logrando así una mayor cantidad de toma de pedidos, ingresos monetarios.

14. Estudio del mercado

Análisis del Sector

Petit Bakery es una pastelería virtual dedicada a la fabricación, distribución y venta de productos derivados de la pastelería y repostería. Esta denominado en el sector secundario ya que dentro de este se encuentra la fabricación de productos industriales y alimenticios, lo cual se hace principalmente dentro de la pastelería

Comportamiento

En el año 2022 durante el mes de enero se realiza el censo el sector industrial del país tuvo un aumento del 23.5% en comparación con el año anterior el cual es el 2021, como se muestra en los ingresos se la siguiente ilustración.

Sector	Miles de USD FOB		Variación	Part. %
	Enero			
	2021	2022		
Total	2.610.936	3.781.634	44,8%	100,0%
Minero-energéticos	1.408.233	2.292.077	62,8%	60,6%
No minero-energéticos	1.202.704	1.489.556	23,9%	39,4%
Agrícolas	536.447	642.277	19,7%	17,0%
Agroindustriales	119.156	171.702	44,1%	4,5%
Industriales	547.100	675.577	23,5%	17,9%

Fuente: DANE-DIAN. Cálculos OEE Mincit.

Ilustración 3 Ingresos generados por la partes agroindustriales, imagen sacada de la plataforma del DANE

Tendencia

En el año 2023 en la ciudad de Ibagué se vienen implementando distintas formas de fomentar los emprendimientos por parte de distintas organizaciones y/o entidades que lo que buscan es fomentar el conocimiento y visualización de estos pequeños negocios. Esto hace que las personas se interesen más sobre los micro negocios que a pesar de tener cierto tiempo de

trayectoria aún no se consolidan del todo en la ciudad, debido a que la competencia como tal dentro del sector cada vez aumenta más haciendo que sea algo difícil poder establecerse como un lugar insignia para los ibaguereños puesto que de manera muy constante surgen nuevos negocios con relación alguna al mismo ámbito comercial.

Demanda

Basándonos en la información que fue suministrada por parte del registro mercantil en el departamento del Tolima, más específicamente en el municipio de Ibagué por parte de la Cámara de Comercio de Ibagué se registran 760 empresas dedicadas al comercio de producción, fabricación y distribución de alimentos hechos a base de harinas (panadería, pastelería, repostería). (comercio, s.f.)

Teniendo un aumento del 35% en comparación con el año anterior (2021), esta alza se denomina principalmente a la formalización de emprendimientos creados a raíz de la pandemia del año 2020, donde muchos emprendedores decidieron crear un proyecto para ingresos personales.

Según las pláticas realizadas con ciertos emprendedores que se han formalizado en el último año con la micro empresa que se dedica al sector pastelero, las diferentes actualizaciones que se ha tenido por parte de este ámbito y las nuevas tendencias que han venido representando la

“nueva era de la pastelería” como el mismo lo dictamina. Ha ayudado a que la cultura por parte de las personas haya ampliado la manera de ver estos productos como algo de segundo plano.

Esto ha ayudado para que las diferentes opciones de compras sean más amplias para complacer a todo tipo de público que se pueda obtener que se manera general, anteriormente se veía muy cerrado debido a la poca ampliación de opciones que se brindaba por parte de las empresas tradicionalmente conocidas.

Mercado Potencial

La venta de productos de panadería y pastelería en Colombia no tiene unas fechas sectorizadas puntuales, debido a que principalmente los productos de venta por parte de las pastelerías son para ocasiones recurrentes como cumpleaños, grados, matrimonios y demás.

Esto brinda la posibilidad de que durante cualquier temporada del año haya un constante comercio de venta para estas entidades.

Al ser Ibagué la población principal para la venta de productos de pastelería se tiene como público potencial a las 506.505 habitantes que este municipio sostiene. Esto es de gran ayuda para estas empresas debido a que su mercado como anteriormente se nombró, tiene salida durante todos los meses y día del año. Teniendo en cuenta que hay temporadas en la que el consumo de estos productos y detalles tienen una ampliación de ventas tales como.

La comuna 6 de la ciudad de Ibagué está ubicada en una zona que conecta con un privilegio de vegetación, haciendo que todos los barrios que la conformen sean de agrado para la vivienda, cuenta con sectores que van desde los estratos 1 y 2 como lo son los barrios de la parte alta de Ambala tales como las delicias, así mismo cuenta con un sector que cuenta con el mayor estrato de la ciudad el cual es el 6 que consta de toda la parte conocida como el vergel.

El barrio cañaveral donde se ubica la pastelería Pettit Bakery cuenta con alrededor de 3.500 personas, se maneja un único estrato en este sector el cual es el 3. Ti como privilegio tener de sectores aledaños a barrios como el pedregal, entre ríos, la esperanza, que son de su mismo



Ilustración 4 | Imagen tomada de la plataforma virtual de la revista pyme

estrato, así como todo el sector del vergel que anteriormente mencionado tiene el estrato más alto de toda la ciudad (Qhubo, 2023).

Dentro de este barrio donde se encuentra ubicada la pastelería la cual no tiene un punto físico de venta, pero sí de producción el cual es en la manzana 34 casa 6 quinta etapa cañaveral, donde las personas pueden acercarse a hacer, retirar y cotizar sus productos. Pero cuenta con un mercado potencial conformado por personas de todas las edades, estratos 3 en adelante en sus cercanías, diferenciado sexos, comunidades estudiantiles.

Día de celebración	Fecha
San Valentín	14-feb
Día de la mujer	8-mar
Día del hombre	19-mar
Día del niño	20-abr
Día de la madre	14-may
Día amor y amistad	16-sep
Día Halloween	31-oct

Tabla 1Festividades anuales donde se brindara diferentes productos, tabal hecha por autor propio

Producto

La oferta de manera principal de la pastelería es la venta de productos derivados de este ámbito, así como también la experiencia que pueden tener al obtener no solo un producto alimenticio sino un producto con el cual las personas se identifiquen, entre ellos podremos encontrar diferentes motivos como los que veremos a continuación.



Ilustración 6Caja motivo san Valentín



Ilustración 5Galletas motivo navidad



Ilustración 7 Torta temática baby shower



Ilustración 8 Torta con temática de dragón ball z



Ilustración 10 Galleta con festividad de Halloween



Ilustración 9 Caja de regalo festividad de día de la madre



Ilustración 12 Torta con temática de primera comunión



Ilustración 13 Cajas de cupcakes para Asistencia a proyecto de grado donde se tomó la pastelería para estudio de marketing



Ilustración 16 Torta con temática de matrimonio



Ilustración 14 Caja de cupcakes personalizadas con temática de enfermería



Ilustración 15 Torta personalizada con temática de cultura barranquillera



Ilustración 11 Tartas o Pie's de sabor a fresa

Módulos de Operaciones

Fichas Técnicas del Producto

NOMBRE DEL PRODUCTO	TORTA
GENERALIDADES	Producto personalizado a gusto del cliente, variando las temáticas entre las cuales se identifican en tipos de celebraciones, como cumpleaños, bautismos, matrimonios, eventos de distinta índole, con sus variedades de precios.
REQUISITOS GENERALES	Sabor con una calidad óptima, con decoración acorde a gusto del cliente.
REQUISITOS ESPECIFICOS	Cantidad de porciones según lo pedido por el cliente, con sabor y relleno personalizado.
EMPAQUETADO	Todas las tortas van en unas bases (blonda) ya sea de madera o cartón, dentro de una caja que varía su tamaño según la referencia de la torta.
PRESENTACION	Según la referencia de la torta va empacada en una caja de cartón, con una tarjeta de presentación y stiker con información de la pastelería.

Tabla 2 Ficha técnica de producto torta

NOMBRE DEL PRODUCTO	CUPCAKES
GENERALIDADES	Seis unidades que van en un solo sabor entre los que se ofrecen en la pastelería con tematica a gusto del cliente
REQUISITOS GENERALES	El sabor este óptimo para el consumo, la decoración este acorde a lo pedido por el cliente
REQUISITOS ESPECIFICOS	Decoración acorde con la personalización dicha por el cliente, teniendo en cuenta que cada producto debe satisfacer a la persona a quien va el producto.
EMPAQUETADO	Caja de cartón donde vienen los espacios adaptados para que los cupcakes no se muevan y así mismo se dañen.

PRESENTACION	La caja de cartón donde va empacado tiene una ventana de acetato para que se vea el producto, adicional a eso lleva la tarjeta y stiker con información de la pastelería.
---------------------	---

Tabla 3 Ficha técnica de producto cupcakes

NOMBRE DEL PRODUCTO	PIE'S O TARTAS
GENERALIDADES	Producto pastelería hecho a base de una masa tipo galleta, con fruta horneada a gusto del cliente, tal como manzana, fresa, durazno.
REQUISITOS GENERALES	Frutas en optimas condiciones para utilizarlas en la preparación, sabor bueno del producto en general.
REQUISITOS ESPECIFICOS	Sabor de tarta elegido por el cliente con el tipo de fruta específico.
EMPAQUETADO	Molde de aluminio donde previamente se hornea y tiene facilidad de repartirse de una manera sencilla.
PRESENTACION	Caja de cartón donde va empacada la tarta, adicional a esto lleva una tarjeta y stiker con la información de la pastelería.

Tabla 4 Ficha técnica de producto pie o tartas

Definición del Valor Agregado

El elemento diferenciador de la pastelería Pettit Bakery es la personalización de todos los productos, a diferencia de otros sitios de venta similar, este se encarga de seguir el gusto al 100% de todos sus clientes, llegando así a hacer obras de arte convertidas en pastel, cuestión que en ocasiones les ha sacado factura al verse sometidos a grandes retos por parte de algunos pedidos de sus clientes.

Empaque

Todos los productos se entregan en cajas de cartón, las cuales son fabricadas al 100% en papel reciclable, no llevan ningún tipo de detalle llamativo.

Ciente

Pettit Bakery es una pastelería emergente que al estar ubicada en la ciudad de Ibagué ofrece diferentes productos para distintos estratos desde el estrado 1 en adelante, ofreciendo así productos de bajo costo para que cualquier persona pueda acceder a estas innovadores opciones para detalles y/o celebraciones que se pueden dar.

Basados en el Censo Nacional de Población realizado en la ciudad de Ibagué una información revelada por el DANE, podemos evidenciar que actualmente hay un aproximado de 542.724 personas con una tasa de crecimiento del 0.30% comparado con el año anterior y con una proyección para el siguiente año 2021 con un 0,23% de tasa de crecimiento.

Ilustración 17 Poblacion total en Ibagué foto tomada de la plataforma del

dane



Competencia

Directamente en Ibagué hay bastante competencia tanto de comercios que llevan muchos años como hay otros que al igual que nosotros llevan poco tiempo en el mercado. Estos están ubicados en diferentes partes de la ciudad, algunos tienen punto físico y por el contrario otros como nosotros tienen ventas netamente por medio de internet. Algunos de los nombres de estas pastelerías son estas.

Pastelería	Dirección	Rango	Teléfonos	Productos que ofertan
------------	-----------	-------	-----------	-----------------------

s		de precios (en pesos)		
Don Jacobo	Cra 5 #70-40	35,000-70,000	3203503938	Tortas de diferentes sabores (genovesa, vainilla, chocolate) y tamaños con decoración estándar (no personalización)
Nuevo Milenio	Cra 5 # 782	40,000 en adelante	6082680165	Tortas de sabores tradicionales tales como genovesa, vainilla o chocolate, también ofrecen personalización de productos en cuanto a decoraciones en fondant
Yiyis pastelería	Centro comercial la estación segundo piso isla	34,000-120,000	3233263299	Tortas con decoraciones tradicionales, variabilidad de sabores y rellenos tales como red velvet, amapola, naranja, pistacho. No se ofrece el servicio de personalización
Myos repostería	No tiene local, todo lo maneja de manera virtual-	2,500-112,000	3103355484	Tortas con decoraciones tradicionales, variabilidad de sabores tales como amapola, chocolate, zanahoria, envinada. También ofrecen productos como brownies, galletas.

Tabla 5 Pastelerías ibaguereñas con las cuales se tiene competencia

Indirectamente se encuentran distintas opciones para la compra de productos de pastelería como los que comercializamos en Pettit Bakery como lo son los sitios que venden detalles, desayunos sorpresas y demás, ya que estos en su catálogo manejan productos como pasteles, cupcakes y demás, pero no son sitios que se encargan directamente en la producción y venta netamente de estos productos.

Análisis PESTEL

FACTORES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
POLITICOS	El ministerio de comercio, industria y turismo. Dio a conocer que el 2 de agosto del 2004 mediante la Ley 904 y por medio de la modificación de la ley 519 del 2000 sobre la promoción del desarrollo de la	Tratados de libre comercio con países que son proveedores de artículos de primera mano para la realización de los diferentes productos, estos son cremas,

	micro, pequeña y mediana empresa	batidos, masas, accesorios de decoración etc.
ECONOMICOS	La pastelería Pettit Baker ve con una gran oportunidad el crecimiento de las ventas con la implementación de distintas opciones del marte King digital, ya que esto hace que se obtenga un ahorro en cuanto apago de arredramiento por local y demás debido a que es una pastelería 100% virtual se trabaja en la misma casa donde se	Incremento en materias primas para la elaboración, ya que todas se obtienen de distintas ciudades del país, esto hace a que se vean obligados al alza del precio cuando ocurren cierres viales.
SOCIALES	En el sector retil en el cual está la pastelería se ve una constante evolución e innovación con distintos métodos y productos de pastelería para los clientes, con esto no se mantienen	El número de emprendimientos y/o empresas dedicadas al sector va en aumento de manera exponencial, haciendo que la competencia sea cada vez mayor y de cierta manera bajando la clientela del sitio.
TECNOLOGICOS	El auge de las redes sociales hace que se vea necesario la implementación de estas para la estructura de ventas de la pastelería, llegando así a un gran número de personas de manera muy	La innovación de las diferentes plataformas y artículos de tecnología hace que se vea necesaria la innovación en los distintos aparatos electrónicos para generar un contenido de mayor calidad en lo visualmente
ECOLOGICOS	No se obtienen mucha cantidad de desechos plásticos, orgánicos por parte dela pastelería. La implementación de materiales reciclables como cajas, bases,	N/A
LEGALES	Principalmente y de manera general todo lo que abarca el decreto 410 de 1971	Los permisos sanitarios y de uso de suelo no suelen ser muy

	queso encuentra en el Código De Comercio.	sencillos de obtener debido a que pastelerías como Pettit Bakery nos encuentra dentro de algún establecimiento comercial sino en una vivienda
--	---	---

Tabla 6. Análisis pestel autoría propia

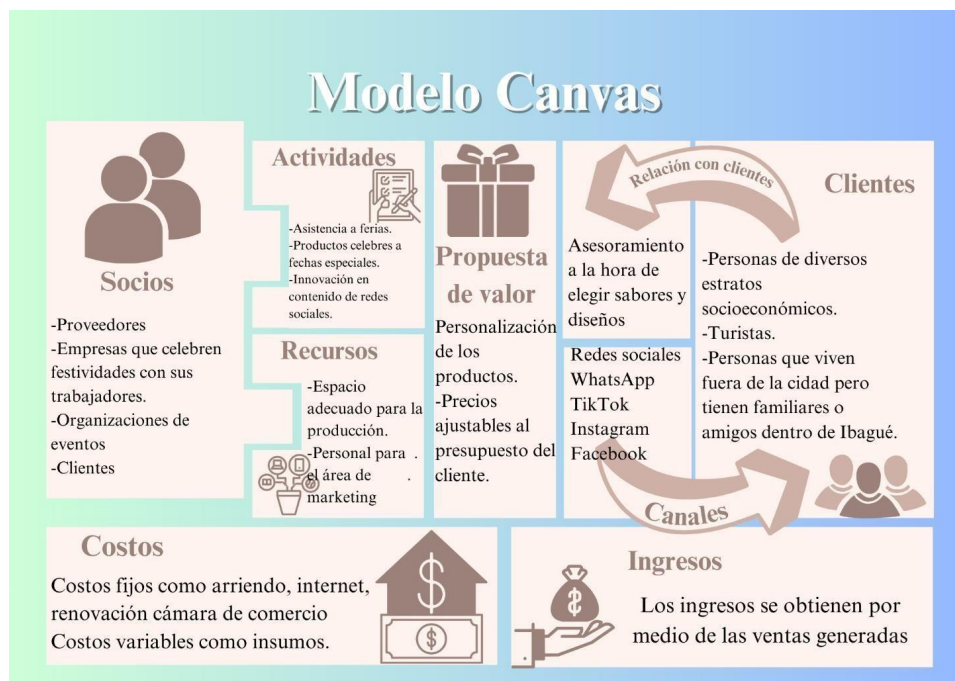


Ilustración 18 Modelo canvas autoría propia

Modelo CANVAS

Esta estructura de negocio de la pastelería Pettit Bakery nos presenta la percepción que se tiene con el trabajo de fortalecimiento del emprendimiento, logrando así los objetivos a cumplirse mediante la capacidad con la que esta cuenta.

- **Clientes:** Abarcar todos los mayores clientes posibles, esto con la ayuda que tenemos al ofrecer productos para personas de cualquier estrato socioeconómico y con la facilidad de obtener un producto de nosotros para cualquier ocasión o celebración.
- **Propuesta de valor:** Pettit Bakery cuenta con la fortaleza de la personalización de todos los productos a gusto del cliente, esto hace que se puedan obtener cientos de diseños y

logremos satisfacer al cliente con lo que verdaderamente quiere sin importar cual descabellada sea la idea que tiene y quiere.

- Canales: Actualmente contamos con canales netamente virtuales para el asesoramiento a nuestros clientes, los cuales son las redes sociales tales como WhatsApp, Facebook, Instagram, Tiktok.

- Relación con clientes: Con ellos se creó un vínculo estrecho para el acompañamiento y sugerencias de distintos diseños, formas y demás estructura para lograr los pedidos como en realidad lo quieran, dando así la opción de hacer buenas combinaciones de sabores y rellenos.

- Ingresos: Principalmente se obtienen por medio de las ventas generadas con los productos que hacemos, los precios son variables dependiendo lo que el cliente desee y a rasgos generales se acomoda al presupuesto de la persona haciendo así que no se obtengan quejas por este rubro.

- Recursos claves: Disponer de una parte netamente para la elaboración de los productos, en nuestro caso es la mitad de la cocina y dos habitaciones las cuales tienen solamente utensilios de la pastelería, esto para lograr el buen manejo de higiene y comodidad para el trabajador.

- Actividades: La asistencia a distintas ferias empresariales que se obtienen por medio de convocatorias y/o invitaciones por parte de universidades y personas promotoras de estas. Actualizaciones en tendencias de redes sociales para abarcar de manera general a todo tipo de público buscando así que el repertorio de clientes se amplié.

- Socios: El fortalecimiento con los proveedores para así mismo lograr mejores precios. Asociaciones con empresas ya sean grandes o pequeñas para celebraciones específicas durante todo el año, haciendo que estos sean un cliente potencial y fijo.

- Costos: La pastelería tiene diferentes costos ya sean fijos como el arriendo, internet, pago de renovación en cámara y comercio. Pero cuenta también con costos variables como son los insumos que de manera frecuente presentan un alza de precio, envíos a la hora de compras de materiales que se encuentran en otra ciudad, servicios como agua, luz y gas varían dependiendo la medida de trabajo que se vaya teniendo.

Canales de Distribución

La principal estrategia de venta es por medio de las redes sociales, creando contenido llamativo por medio de los diferentes métodos que se encuentran dentro de este, tales como videos, relés en tendencia, actividades para conectar con el público de manera virtual.

Asistencia a diferentes ferias y opciones con las cuales las ventas pueden aumentar y principalmente se puede dar a conocer ms el negocio llegando a un público que en ocasiones no utilizan las redes sociales que es el principal método de venta para la pastelería.

Compartiendo espacios no netamente de ventas con personas que den mayor voz al nombre del negocio, sitios tales como radio, podcasts, videos en redes sociales con personas que se dedican a este medio.

Contactar a los proveedores directamente de los distintos productos que se manejan, esto para mitigar costos de sobre valoración por parte de los locales que revenden los productos, con esto se bajarían los costos de producción y por ende se obtendría una mayor ganancia por parte de los productos a vender.

La pastelería no cuenta con punto físico de venta, pero si sitio de producción y distribución el cual se encuentra en la manzana 34 casa 6 quinta etapa del barrio cañaveral. Desde esta locación se distribuyen todos los productos, también los clientes pueden acercarse directamente a esta para hacer o reclamar su pedido.

Precio

El precio que manejan en Pettit Bakery de acceso para la gran mayoría de personas que desean consumir los productos, ya que son de distintos tamaños y opciones que brindan la facilidad de ser obtenido con precios que van desde los 15 mil pesos, lo cual brinda la facilidad para los distintos estratos ser clientes de la pastelería.

Necesariamente se debe tener en cuenta que los precios de los productos que se ofrecen para algunos es un precio fijo, pero en cuestión de tortas no hay ningún precio fijo dado a que la principal característica es la personalización de las tortas, haciendo que los precios varíen con el mínimo detalle ya sea para agregar o quitar.

Galletas	Precio
Unidad	\$ 2.500
Caja unidad	\$ 6.000
Unidad al por mayor	\$ 4.500
40 porciones	\$ 190.000

Cupcakes	Precio
Caja 6 unidades	\$ 35.000
Unidad al por mayor	\$ 5.000

Pie's o tartas	Precio
Tamaño de 8 porciones	\$ 40.000

Tortas	Precio
8 porciones	\$ 50.000 en adelante
16 porciones	\$ 95.000 en adelante
24 porciones	\$ 145.000 en adelante
40 porciones	\$ 190.000 en adelante

Plaza

Principalmente personas que viven en la ciudad de Ibagué, también se cuenta con la opción de compra por parte de personas que vivan en cualquier ciudad o país, que desean enviar algún detalle a personas que residan dentro del municipio debido a que se cuenta con la opción de compra por medio de internet y la facilidad de pago por medio de distintos canales financieros.

Al no contar con una tienda física, todos los productos se pueden tanto pedir como recoger en la manzana 34 casa 6 quinta etapa de cañaveral, casa donde está ubicado el punto de fabricación.

Promoción

El contenido en redes sociales se presta para crear diferentes métodos de promoción por la cual se puedan brindar opciones de promociones para que no solo las personas que ya han sido clientas de la pastelería vuelvan a tener una experiencia, sino que también brinda la facilidad de obtener un público nuevo. Las ferias y los distintos sitios presenciales a los cuales se hacen presencia con un Stan brindan la facilidad de ofrecer promociones y bonos de compra

Las estrategias de publicidad que se llevaran a cabo, van e diferentes opciones entre las cuales las más recurrentes serán: Según los pedidos tomados se elegirán los dueños más llamativos para hacerles distintos proyectos audiovisuales en conjunto con la camarógrafa y asesora en marketing, para luego de tener ese elemento de multimedia sea subido a las diferentes

redes sociales, en las cuales se tendrá en cuenta las estadísticas que estas arrojen luego de algunos días de publicados los proyectos.

Las publicaciones que tengan un mayor rendimiento orgánico en las estadísticas de las redes sociales, serán sometidas a una pauta publicitaria la cual su precio y estancia en redes varía dependiendo el desempeño, podemos encontrar diferentes cifras como:

Duración en días	Cantidad de público al que desea llegar (número de cuentas)	Precio (por día)	Precio total
7	2,700-7,100	\$ 20.106	\$ 140.742
10	3,800-10,000	\$ 20.106	\$ 201.060
15	5,700-15,000	\$ 20.106	\$ 301.590
30	11,000-30,000	\$ 20.106	\$ 603.180

Tabla 7 Marketing que se hará

Es de suma importancia resaltar que la tabla anteriormente presentada tiene datos tomados directamente de la empresa Meta, que influye en las dos principales redes sociales que maneja la pastelería Pettit Bakery las cuales son Instagram y Facebook.

15. Estudio Técnico

Flujograma

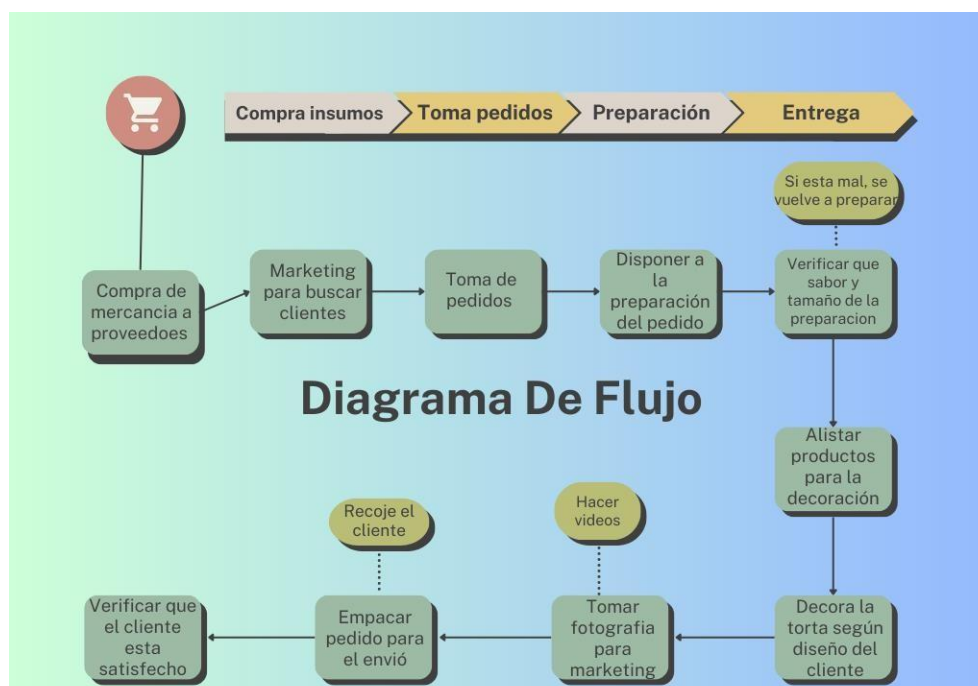


Ilustración 19 Diagrama de flujo dentro de la pastelería Pettit Bakery

Localización de la Empresa

Imagen 1. Mapa de la división por comunas del área urbana de Ibagué



Fuente: Secretaría de Planeación Municipal

Ilustración 20 Mapa de la ciudad de Ibagué dividida por comunas imagen tomada de la secretaria de planeación municipal

Es un municipio ubicado en el centro-occidente de Colombia, sobre la Cordillera Central de los Andes entre el Cañón del Combeima y el Valle del Magdalena, en cercanías del Nevado del Tolima. Es la capital del departamento de Tolima. Se encuentra a una altitud de 1285 msnm

Pettit Bakery actualmente se encuentra ubicado en la comuna 6 del municipio de Ibagué, específicamente en el Barrio Cañaveral, donde se encuentran estrados 2-3-4 en los sectores aledaños.

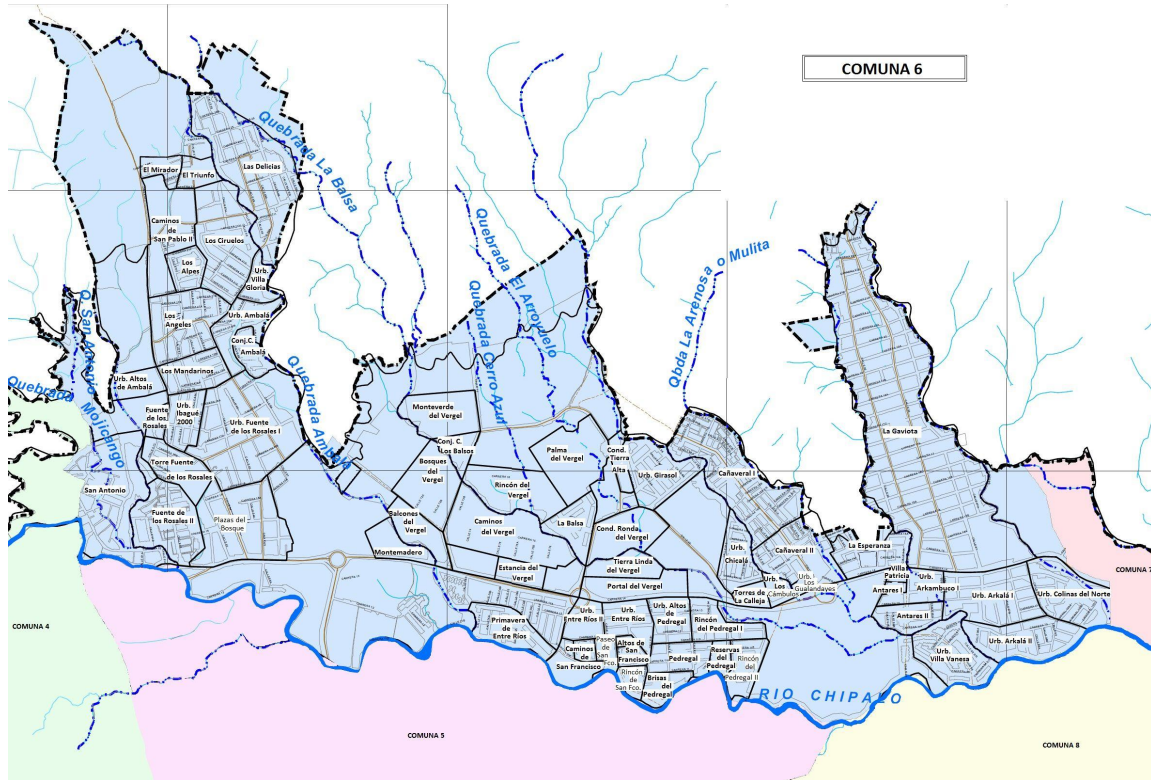


Ilustración 21 Comuna 6 ciudad de Ibagué

A la comuna 6 del barrio de Ibagué lo conforman 64 barrios y urbanizaciones, estos se localizan al norte del río chipalo, tiene una mayor concentración sobre el barrio Ambala, toda esta comuna se diferencia en su mayoría por niveles de estratos socioeconómicos, llegando desde el estrato 1 hasta el estrato más alto de la ciudad de Ibagué el cual es el nivel 6 (ibague, 2023)

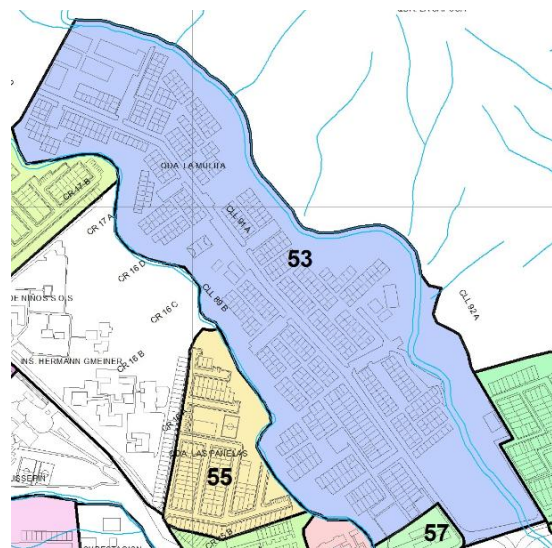



Ilustración 22 Mapa del barrio cañaveral

16. Estudio Organizacional

Tipo de Empresa

Petit Bakery es una empresa legalmente constituida en Cámara y comercio de la ciudad de Ibagué, catalogada como microempresa.

DIAN		Formulario del Registro Único Tributario		001	
2. Concepto <input type="checkbox"/> 1 <input checked="" type="checkbox"/> 3 Actualización de oficio		4. Número de formulario 14547742203			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 1 2 3 4 6 4 3 7 0 5 1		6. DV 3		12. Dirección seccional Impuestos y Aduanas de Ibagué	
14. Buzón electrónico 9		IDENTIFICACIÓN			
24. Tipo de contribuyente Persona natural o sucesión ilíquida 2		25. Tipo de documento Cédula de Ciudadanía 1 3		26. Número de identificación 1 2 3 4 6 4 3 7 0 5	
27. Fecha expedición 2 0 1 7 0 4 0 3		28. País COLOMBIA 1 6 9		29. Departamento Tolima 7 3	
30. Ciudad/Municipio Ibagué 0 0 1		31. Primer apellido SOSA		32. Segundo apellido CARDONA	
33. Primer nombre SANTIAGO		34. Otros nombres			
35. Razón social		36. Nombre comercial			
37. Sigla		UBICACIÓN			
38. País COLOMBIA 1 6 9		39. Departamento Tolima 7 3		40. Ciudad/Municipio Ibagué 0 0 1	
41. Dirección principal MZ B CA 15 URB GUALANDAYES					
42. Correo electrónico sansoca99@gmail.com					
43. Código postal		44. Teléfono 1 2 7 4 7 9 6 5		45. Teléfono 2 3 2 2 3 0 1 5 6 6 4	
CLASIFICACIÓN					
Actividad económica			Ocupación		
46. Código 8 2 9 9		47. Fecha inicio actividad 2 0 1 9 0 2 0 1		48. Código	
49. Fecha inicio actividad		50. Código 1 2		51. Código 5 1 2 3	
Responsabilidades, Calidades y Atributos					
53. Código 4 9					
49 - No responsable de IVA					
Obligados aduaneros			Exportadores		
54. Código 1 1 1 2 1 3 1 4 1 5 1 6 1 7 1 8 1 9 2 0			55. Forma 56. Tipo Servicio 1 2 3		
			57. Modo 58. CPC		
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación					
Para uso exclusivo de la DIAN					
59. Anexos SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		60. No. de Folios: 0		61. Fecha 2019 - 05 - 29	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016. Firma del solicitante:			Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada:		
			984. Nombre ACTUACIÓN DE OFICIO AUTOMÁTICA		
			985. Cargo		

Fecha generación documento PDF: 15-03-2021 02:28:46PM

LA CAMARA DE COMERCIO DE IBAGUE se permite informar que en los Registros Públicos que administra se inscribió el documento / acto que a continuación se describe :

Registro : REGISTRO PUBLICO MERCANTIL
 Libro : LIBRO XV: DE LOS MATRICULADOS
 Número del registro : 494931
 Fecha del registro : 20210407
 Hora del registro : 115413
 Tipo de documento : FORMULARIO
 Número de documento : N/A
 Fecha del documento : 20210401
 Origen del documento : EL COMERCIANTE
 Expediente : 328898
 Nombre : PETTIT BAKERY
 Identificación : 1234643705

Acto registrado : 9993 - MATRICULA DE ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
 Noticia : MATRICULA DE ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO DENOMINADO PETTIT BAKERY
 Páginas registradas : 1

Para información adicional comunicarse al número 2772000 Ext1015 en la ciudad de IBAGUE, o enviar correo electrónico a la dirección ccibague@ccibague.org

Ilustración 24 certificado cámara y comercio

Determinación de Cargos con su Respectivo Sueldo

	IDENTIFICACION DEL CARGO
Nombre del cargo	Pastelero
Número de ocupantes	1
Salario	\$ 2.000.000
Requisitos en formación	contar con la experiencia realizando y decorando tortas y productos de pastelería, principalmente los que se manejan dentro del catálogo de ventas de petit bakery
Funciones	Elaborar los diferentes productos de pastelería según los pedidos tomado, hornearlos, decorarlos según lo acordado, dar entrega y óptima calidad a todos los productos.

Tabla 8Crago de pastelero

	IDENTIFICACION DEL CARGO
Nombre del cargo	Decoradora
Número de ocupantes	1
Salario	1.800.000
Requisitos en formación	Contar con experiencia en el manejo de porcelanicron, fondant, plastilina, para las diferentes decoraciones de dichas tortas específicas
Funciones	Hacer los diferentes artículos decorativos para algunas tortas y productos de pastelería, realizar la personalización de los productos hechos con fondant

Tabla 9 Cargo de decoradora

	IDENTIFICACION DEL CARGO
Nombre del cargo	Asesora marketing
Número de ocupantes	1
Salario	\$500.000
Requisitos en formación	Persona que se dedique a la creación de contenido y manejo de las diferentes redes sociales en el área de venta y marketing digital.
Funciones	Asesorías semanales acerca de los diferentes proyectos audiovisuales que se realizan dentro de la pastelería para hacer contenido en redes sociales.

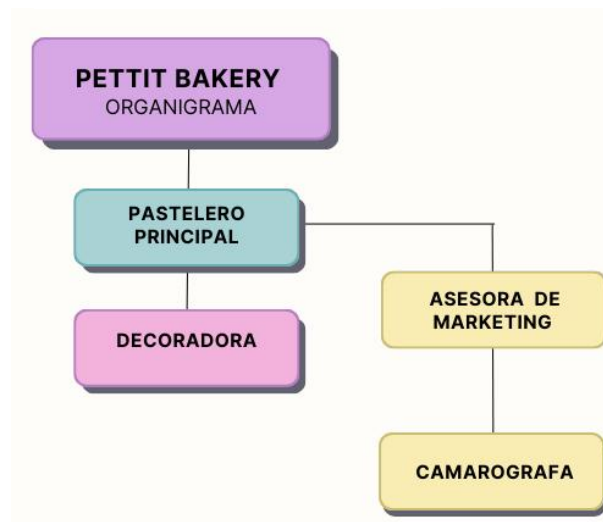
Tabla 10 Cargo de asistente de marketing

	IDENTIFICACION DEL CARGO
Nombre del cargo	Productora audiovisual
Número de ocupantes	1
Salario	\$500.000
Requisitos en formación	Fotógrafa con experiencia en la toma de videos y fotografías así como la edición de estos archivos audiovisuales para subir contenido en formato de redes sociales.
Funciones	Toma de videos y fotografías de manera semanal, donde se muestran los distintos productos y creación de contenido que se hace dentro de la pastelería, así como la edición de estos para luego subirlo a las diferentes redes sociales.

Tabla 11 Cargo de productora audiovisual

Organigrama

Ilustración 25organigrama



Estrategias de Aprovisionamiento

Para el aprovisionamiento se maneja un inventario de los productos que se utilizan constantemente, antes de que se agoten se va surtiendo nuevamente este producto. Específicamente para las fechas celebres tales como día de la madre, amor y amistad y otro tipo de eventos empresariales, se hace la incorporación de productos que no suelen ser manejados de manera constante como lo son cajas alusivas, cartas y demás detalles, así como personal que se requiere para la óptima preparación y despacho de los productos en dichos días.

Durante estas fechas se suele suministrar la pastelería con la mayor cantidad de insumos primarios posibles, dado a la alta demanda que estas fechas se maneja, también se suele tener un

stock de productos con los cuales se puede brindar una atención a usuarios con el menor tiempo posible, teniendo en cuenta que al ser una pastelería de un tamaño pequeño todos los productos se manejan sobre pedido, haciendo que el aprovisionamiento de productos sea vital para el buen manejo de los distintos pedidos y así optimizar costos y gastos que pueden requerir la empresa.

17. Estudio Financiero

Proyección de ventas

MESES DIAS	1 30	2 28	3 30	4 30	5 30	6 30	7 30	8 30	9 30	10 30	11 30	12 30
VENTAS	\$ 4.0 00.000	\$ 4.2 00.000	\$ 4.4 10.000	\$ 4.6 30.500	\$ 4.8 62.025	\$ 5.1 05.126	\$ 5.3 60.383	\$ 5.6 28.402	\$ 5.9 09.822	\$ 6.2 05.313	\$ 6.5 15.579	\$ 6.8 41.357
COSTO DE PRODU CCION	\$ 1.4 00.000	\$ 1.4 70.000	\$ 1.5 43.500	\$ 1.6 20.675	\$ 1.7 01.709	\$ 1.7 86.794	\$ 1.8 76.134	\$ 1.9 69.941	\$ 2.0 68.438	\$ 2.1 71.860	\$ 2.2 80.452	\$ 2.3 94.475
UTILIDA D BRUTA EN VENTAS	\$ 2.6 00.000	\$ 2.7 30.000	\$ 2.8 66.500	\$ 3.0 09.825	\$ 3.1 60.316	\$ 3.3 18.332	\$ 3.4 84.249	\$ 3.6 58.461	\$ 3.8 41.384	\$ 4.0 33.453	\$ 4.2 35.126	\$ 4.4 46.882

tabla 12 proyeccion de ventas mes a mes primer año

TOTAL DEL AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 63.668.506	\$ 82.769.058	\$ 99.322.869	109.255.156	120.180.672
\$ 22.283.977	\$ 28.969.170	\$ 34.763.004	38.239.305	42.063.235
\$ 41.384.529	\$ 53.799.888	\$ 64.559.865	71.015.852	78.117.437

Tabla 13 proyección de ventas anuales de los siguientes 5 años

Presupuesto costos de insumos del bien o servicio

TORTA CHOCOLATE 40 PORCIONES		
PRODUCTO	MEDIDA	PRECIO
Harina	4	\$1.845
Azúcar	2	\$1.709
Mantequilla	1	\$2.757

Huevo	4	\$1.600
Cocea	1	\$3.640
Sal	2	\$12
Bicarbonato	2	\$50
Aceite	1/2	\$997
Leche	2	\$1.756
Vainilla	2	\$280
Café	2/3	\$800
Relleno	Variable	\$7.598
Cubierta	Variable	\$16.952
Empaque	Caja y blonda	\$10.500
TOTAL		\$50.495

Tabla 14 costo promedio de torta de chocolate para 40 porciones

Se debe

tener en cuenta

que el para fines prácticos del ejercicio el anterior costo es un promedio de a torta, ya que la principal particularidad de la pastelería es personalizar los productos, cuestión que hace imposible costear de manera exacta todos los productos que se mostraron anterior mente mediante imágenes, ya que la mínima variación en los diseños hace que estos valores cambien constantemente.

CUPCAKES CHOCOLATE X6		
PRODUCTO	MEDIDA	PRECIO
Harina	1	\$461
Azúcar	1/2	\$427
Mantequilla	1/4	\$219
Huevo	1	\$400
Cocoa	1/4	\$910
Sal	1	\$3
Bicarbonato	1/2	\$13
Aceite	1/8	\$249
Leche	1/2	\$439

Vainilla	1/2	\$70
Café	1/6	\$200
Cubierta	Variable	\$3.000
Empaque	Caja	\$2.090
TOTAL		\$8.482

Tabla 15 costo promedio de cupcakes de chocolate de 6 unidades

PIE'S		
PRODUCTO	MEDIDA	PRECIO
HARINA	2 1/4	\$1.038
MANTEQUILLA	1/2	\$1.379
SAL	3/4 CDITA	\$9
FRUTA	VARIABLE	\$6.600
AZUCAR MORENA	1/2	\$427
CANELA	1/2 CDITA	\$500
LICOR	2 CDITA	\$1.000
LIMON	2 CDAS	\$200
MOLDE	1	\$7.000
TOTAL		\$18.153

Tabla 16 costo promedio de tartas o Pie's

Plan de Compras

PLAN DE COMPRAS				
DETALLE	CANTIDAD	V/UNIT.	SUBTOTAL	TOTAL
INVENTARIOS INSUMOS				\$5.339.711
MATERIA PRIMA				
HARINA BULTO	2	\$ 174.000	\$ 348.000	
MANTEQUILLA alpina libra	4	\$ 17.175	\$ 68.700	
FONDANT	27		\$ 531.500	
CHOCOLATE NEGRO	2.5 kilos		\$ 44.900	
CHOCOLATE BLANCO	2.5 kilos		\$ 52.111	
COLORANTES	1		\$ 110.971	
AZUCAR	2	\$ 203.000	\$ 406.000	
MARGARINA CAJA	2	\$ 206.000	\$ 412.000	
CREMA CHANTILLY KILOS	5	\$ 30.000	\$ 150.000	

CREMA DE LECHE alpina 1.100 ml	3	\$ 14.120	\$ 42.360
HUEVOS CUBETA	10	\$ 14.000	\$ 140.000
POLVO DE HORNEAR	1 kilo		\$ 13.165
ESENCIA DE VAINILLA	500ml		\$ 7.800
ESENCIA DE NARANJA	500ml		\$ 7.800
NARANJAS	1		
BICARBONATO	1 libra		\$ 6.300
ACEITE	3000ml		\$ 37.700
FECULA DE MAIZ	2 libras		\$ 8.000
LECHE 900 ml	3	\$ 17.000	\$ 51.000
GRAJEAS	1 libra		\$ 47.724
COCOA kilos	24		\$ 484.380
CAFE	1 kilo		\$ 12.000
NUEZ MOSCADA	5		\$ 5.000
CANELA	1		\$ 5.000
AREQUIPE	4.7 kilos		\$ 30.000
OTROS INSUMOS			
PINCHOS	1		\$ 5.000
PAPEL DE ARROZ + tintas	1		\$ 189.000
Cajas	0	\$ 1.128.300	\$ 1.128.300
BLONDAS		\$ 995.000	\$ 995.000

Tabla 17 plan de compras inicial insumos

MUEBLES Y EQUIPOS			\$ 9.609.900
HORNO	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
BATIDORA	1	\$ 1.889.900	\$ 1.889.900
MESA DE TRABAJO	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
REFRIGERADORA	1	\$ 2.200.000	\$ 2.200.000
CELULAR	1	\$ 700.000	\$ 700.000
MOLDES GENERAL	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
IMPRESORA	1	\$ 620.000	\$ 620.000
			\$ 690.000
ARRIENDO		\$ 500.000	\$ -
LUZ		\$ 100.000	
GAS		\$ 50.000	
AGUA		\$ 40.000	
ADECUACIONES	1000000		

PINTURA	1	\$ 1.000.000	
ILUMINACION	1		
AVISO			
GASTOS LEGALES Y OTROS			\$ -
CONSTITUCION	1		
ASESORIA Y PUESTA EN MARCHA			
			\$ 1.000.000
CAPITAL DE TRABAJO			-
Caja - efectivo		\$ 1.000.000	
TOTAL, INVERSION			\$ 16.949.611

Tabla 18 plan de compras inicial muebles y equipos otras compras



Costos y Gastos de Administración

COSTO DE PRODUCCION	\$ 22.283.977
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 41.384.529
GASTOS GENERALES	
CEO-CEF	\$ 24.000.000
ARRIENDO	\$ 6.000.000
ENERGIA	\$ 1.080.000
INTERNET, TELEFONO Y OTROS	\$ -
ACUEDUCTO Y ALCANT.	\$ 360.000
INDUSTRIA Y COMERCIO	\$ 14.496
GASTOS FINANCIEROS GENERALES	\$ 204.000
PAPELERIA	\$ 50.000
ASEO Y CAFETERIA	\$ 320.000
MARKETING	\$ 955.028
SEGUROS	\$ 300.000
TRANSPORTES	\$ 1.200.000
DEPRECIACION	\$ 2.402.475
PRESTAMO (20 MILLONES)	
INTERESES CREDITO	\$ 1.925.000
TOTAL, GASTOS GENERALES	\$ 38.810.999

Tabla 19 costos y gastos de administración

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS MENSULES		-	-	-	-
DIAS					
VENTAS	\$ 63.668.506	\$ 82.769.058	\$ 99.322.869	\$ 109.255.156	\$ 120.180.672
COSTO DE PRODUCCION	\$ 22.283.977	\$ 28.969.170	\$ 34.763.004	\$ 38.239.305	\$ 42.063.235
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 41.384.529	\$ 53.799.888	\$ 64.559.865	\$ 71.015.852	\$ 78.117.437
GASTOS GENERALES					
CEO-CEF	\$ 24.000.000	\$ 25.680.000	\$ 27.477.600	\$ 29.401.032	\$ 31.459.104
ARRIENDO	\$ 6.000.000	\$ 6.420.000	\$ 6.869.400	\$ 7.350.258	\$ 7.864.776
ENERGIA	\$ 1.080.000	\$ 1.155.600	\$ 1.236.492	\$ 1.323.046	\$ 1.415.660
ACUEDUCTO Y ALCANT.	\$ 360.000	\$ 385.200	\$ 412.164	\$ 441.015	\$ 471.887
INDUSTRIA Y COMERCIO	\$ 14.496	\$ 372.461	\$ 446.953	\$ 491.648	\$ 540.813
GASTOS FINANCIEROS GENERALES	\$ 204.000	\$ 218.280	\$ 233.560	\$ 249.909	\$ 267.402
PAPELERIA	\$ 50.000	\$ 53.500	\$ 57.245	\$ 61.252	\$ 65.540
ASEO Y CAFETERIA	\$ 320.000	\$ 342.400	\$ 366.368	\$ 392.014	\$ 419.455
MARKETING	\$ 955.028	\$ 1.021.880	\$ 1.093.411	\$ 1.169.950	\$ 1.251.846
SEGUROS	\$ 300.000	\$ 21.034	\$ 22.506	\$ 24.082	\$ 25.768
TRANSPORTES	\$ 1.200.000	\$ 3.600.000	\$ 12.000.000	\$ 12.840.000	\$ 13.738.800
DEPRECIACION	\$ 2.402.475	\$ 1.284.000	\$ 1.373.880	\$ 1.470.052	\$ 1.572.955
PRESTAMO (20 MILLONES)		\$ 2.179.430	\$ 2.151.625	\$ 2.590.747	\$ 3.089.458
INTERESES CREDITO	\$ 1.925.000	\$ 2.402.475	\$ 2.402.475	\$ 2.402.475	\$ 2.402.475
TOTAL GASTOS GENERALES	\$ 38.810.999	\$ 39.270.354	\$ 50.215.699	\$ 53.744.206	\$ 57.521.050
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 2.573.530	\$ 14.529.533	\$ 14.344.166	\$ 17.271.645	\$ 20.596.386
UTILIDAD MES PROYECTADA	\$ 2.573.530	\$ 14.529.533	\$ 14.344.166	\$ 17.271.645	\$ 20.596.386

Estado de Resultado

Tabla 20 estado de resultados

En el estado de resultados se evidencia que en la utilidad neta del proyecto en el primer año sería de \$2.573.530 luego de el cumplimiento de las ventas propuestas y pagos realizados durante todos los meses trazados.

Flujo de Caja



	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
INGRESOS POR VENTAS	\$63.668.506	\$82.769.058	\$99.322.869	\$109.255.1
POR VENTAS	\$ 63.668.506	\$ 82.769.058	\$ 99.322.869	\$ 109.255.1
OTROS INGRESOS				
TOTAL INGRESOS	\$63.668.506	\$82.769.058	\$99.322.869	\$109.255.1
EGRESOS				
COSTO DE VENTAS - COMPRAS	\$ 22.283.977	\$ 28.969.170	\$ 34.763.004	\$ 38.239.3
GASTOS GENERALES	\$ 56.810.999	\$ 58.530.354	\$ 70.823.899	\$ 75.794.9
INTERESES FINANCIEROS PRESTAMO 25M	\$ 1.925.000	\$ 1.525.000	\$ 925.000	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$79.094.976	\$87.499.525	\$105.586.903	\$ 14.034.2
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15.426.470	\$ 4.730.467	\$ 6.264.034	\$ 4.020.897
IMPUESTO DE RENTA 30% tasa efectiva	\$ -	\$ 709.570	\$ 939.605	\$ -
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 15.426.470	\$ 4.020.897	\$ 5.324.429	\$ 4.020.897
INVERSION				
CAJA - EFECTIVO				
INVENTARIOS	\$ 3.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ -
MUEBLES Y EQUIPOS				
SOFTWARE				
ADECUACIONES				
GASTOS LEGALES Y PUESTA EN MARCHA				
CAPITAL DE TRABAJO - CAJA				
REINVERSIONES	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 4.000.000	\$ 5.000.000
DEPRECIACION	\$ 2.402.475	\$ 2.402.475	\$ 2.402.475	\$ -
AMORTIZACIÓN CREDITO	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ -
VALOR DE SALVAMENTO - COMERCIAL				
FLUJO DE CAJA	-\$ 23.023.995	-\$ 10.618.422	-\$ 13.921.954	-\$ 13.659.7

Tabla 21 Flujo de caja

18. Conclusiones y Recomendaciones

El ejercicio de hacer este tipo de investigaciones para ver la viabilidad en cuanto a manera financieramente posible sobre el negocio del cual he ido trabajado durante unos años, deja claro la gran oportunidad que hay al invertir en este dado a las buenas cifras que se pueden obtener si se hace todo lo más sensato pegado a la realidad.

El invertir no solo consta de inyectar dinero a una empresa o negocio emergente, se trata de ver la viabilidad real en los años siguientes, teniendo en cuenta todos los parámetros que se necesitan para lograr los objetivos planteados y que no se derrumbe durante el camino.

Todos los negocios están bajo la mínima probabilidad de decaer en el intento ya que no se cuenta con una certeza de lo que en un futuro pueda pasar, para la muestra de un ejemplo lo vivimos en el año 2020 con la pandemia debido al coronavirus. Esto nos ayuda a razonar sobre todos los aspectos posibles del ambiente y terceros por los cuales puede pasar una empresa a la hora de tomar decisiones a futuro.

Pensar de manera objetiva es de gran ayuda para la realización de cualquier plan que se tenga con los diferentes emprendimientos si empresas, ya que en muchas ocasiones se suele dejar llevar por la pasión y ganas que se les tienen a estos, dejando de un lado lo objetivo y en muchas ocasiones haciendo que todo lo que se planeó se desborde solamente por querer someterse a la pasión de mantener algo.

Las páginas web, medios de comunicaciones como redes sociales son de gran importancia para darse a conocer en la época en la cual nosotros vivimos, debido a su gran alcance para brindar nuestro producto o servicio.

19. Dedicatorias

Dedicar este proyecto de grado me hace involucrar a muchas personas, situaciones y momentos a lo largo de mi carrera universitaria, entre los cuales se encuentran primeramente mis seres queridos, ya que el dedicarles esto es una manera de expresar mi profundo agradecimiento por el apoyo inquebrantable a lo largo de esta travesía. A mi familia, la cual siempre ha sido mi fuente de inspiración y fortaleza. A mis amigos y compañeros cuyas palabras alentadoras y ánimos constantes han sido un faro de esperanza en este mar llamado universidad.

Este proyecto de grado es también dedicado para las personas que conforman la pastelería, quienes han compartido mi visión y han trabajado incansablemente para hacerla realidad, pasando por momentos difíciles y angustiantes donde nos hemos enfrentado a la presión laboral y sin embargo hemos salido a flote.

Por último y no menos importante dedico este trabajo a mi propia perseverancia y pasión, ya que atravesé de los desafíos y obstáculos que enfrente en este camino hacia la expansión de mi pastelería, la cual empezó siendo un emprendimiento y cada día voy viendo cómo se va convirtiendo en todo lo que he soñado.

He aprendido la importancia de la dedicación, esfuerzo y sacrificio en este trabajo, que es un testimonio de mi compromiso de seguir creciendo y mejorando en mi oficio. Con gratitud en

el corazón y entusiasmo por el futuro, debido este trabajo de grado a todos los que han sido parte de esta emocionante travesía.

20. Agradecimientos

Expreso mi más sincero agradecimiento primeramente a mis padres que son el motor de la máquina que llamo vida, por la inspiración, motivación, paciencia y acompañamiento durante mi proyecto y vida. También a todas las personas que contribuyeron de manera significativa en la realización de este trabajo. A mis orientadores académicos profesor Carlos Peña, Magnolia Rodríguez y Martha Velandia. Que con su conocimientos y guías fueron fundamentales para el éxito de este proyecto.

La familia que tengo no merece más sino muchos agradecimientos por el apoyo inquebrantable y comprensión durante todo mi ciclo universitario, el aliento y respaldo emocional que obtuve de su parte fue fundamental para no darme por rendido, sin ellos esta tarea habría sido mucho más desafiante.

Todos los clientes que han hecho parte del proceso de crecimiento y expansión que hasta el momento lleva la pastelería son de vital importancia para conseguir una mejora constante en todos los productos, procesos y experiencias que he obtenido gracias a este amor que tengo por la pastelería.

A todos los colegas pasteleros que me han dado diferentes oportunidades de aprendizaje, amigos que me han apoyado en cada una de mis decisiones y a las demás personas que directa o indirectamente han hecho parte de este pequeño tramo de mi vida, que me ha forjado como profesional y principalmente como persona,

21. Referencias

- Alpezs. (17 de 01 de 2022). *Alpezs*. Obtenido de <https://www.alpezs.com/blog/finanzas-basicas-para-emprendedores-costos-y-gastos>
- Anonimo. (s.f.). *De andalucia el correo*. Obtenido de <https://elcorreoweb.es/informaciones/los-productos-personalizados-una-estrategia-de-exito-para-empresas-XI7578077>
- BBVA. (21 de 07 de 2022). *Banco BBVA*. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-son-las-inversiones-financieras-y-que-tipos-existen/#:~:text=Invertir%20es%2C%20de%20manera%20resumida,ingresos%20o%20ganancias%20de%20capital.>
- Calvo, J. A. (04 de 11 de 2022). *Holded*. Obtenido de <https://www.holded.com/es/blog/plan-de-operaciones/#:~:text=en%20una%20empresa%3F-%2C%BFQu%3A9%20es%20un%20plan%20de%20operaciones%3F,la%20empresa%20va%20a%20comercializar.>
- Cardenas, F. (22 de 03 de 2023). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/guia-emprendimiento/#:~:text=Un%20emprendimiento%20es%20el%20esfuerzo,proyecto%20permanezca%2C%20crezca%20y%20escale.>
- comercio, D. c. (s.f.). *Camara de comercio*. Obtenido de <https://ccibague.org/>
- Cubas, I. (18 de 01 de 2023). *The Food Tech* . Obtenido de <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/los-retos-que-enfrenta-la-industria-de-la-panaderia-y-pasteleria-en-2023/>
- Dobaño, R. (02 de 10 de 2023). *Quipu*. Obtenido de <https://getquipu.com/blog/que-es-plan-financiero-empresa/>

EMR. (s.f.). *Informes de expertos*. Obtenido de

<https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-pasteleria>

Gastronomic, D. (02 de 11 de 2021). *DigitalGastronomic*. Obtenido de

<https://www.digitalgastronomic.com/blog/la-importancia-de-las-rrss-para-tu-panadera-o-cafetera>

Gaux. (23 de 06 de 2023). *Gaux*. Obtenido de <https://gaux.eu/es/blog/como-y-por-que-optimizar-la-linea-de-produccion-de-tu-panaderia/>

Gonzalez, N. G. (17 de 05 de 2022). *La republica*. Obtenido de

<https://www.larepublica.co/economia/el-volumen-invertido-en-emprendimientos-colombianos-fue-de-us-808-9-millones-3364847#:~:text=A%20su%20vez%2C%20el%20Global,aceleradoras%20m%C3%A1s%20importantes%20del%20mundo.>

Interempresas. (21 de 03 de 2023). *Interempresas*. Obtenido de

<https://www.interempresas.net/Panaderia-y-Pasteleria/Articulos/470347-El-cambio-de-habitos-de-consumo-complica-la-supervivencia-de-las-pastelerias-tradicionales.html>

Leguizamon, J. E. (20 de 03 de 2022). *El Olfato*. Obtenido de

https://www.elolfato.com/historias/historia-de-una-hazana-familia-preparo-700-brownies-para-el-jamming-y-una-oleada-de#google_vignette

Markitienda. (12 de 06 de 2023). *Markitienda*. Obtenido de

<https://markitienda.com/blog/personalizar-tus-productos/>

Mimaki. (s.f.). *Mimakiusa*. Obtenido de <https://www.mimakiusa.com/es/blog/how-product-customization-can-grow-your-small->

business/#:~:text=La%20personalizaci%C3%B3n%20del%20producto%20es,de%20mate
riales%2C%20colores%20o%20extras.

Parodi, V. A. (22 de 07 de 2021). *Crehana*. Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-pasteleria/>

Peçanha, V. (10 de 01 de 2021). *Rockconect*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>

Portafolio. (02 de 08 de 2023). *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/claves-para-encontrar-inversores-para-acelerar-emprendimientos-586781>

salud, M. d. (23 de 03 de 2020). *Min Salud* . Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Seran-19-dias-muy-importantes-para-frenar-la-incidencia-de-la-COVID-19.aspx>

Silva, D. D. (05 de 04 de 2022). *Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-plan-de-ventas/>

SYDLE. (14 de 09 de 2023). *Sydle*. Obtenido de <https://www.sydle.com/es/blog/que-es-optimizacion-de-procesos-6126ac39b060f57604039a57>