

**MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA ORIENTADA  
A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CUPCAKES MAMA LIA**

**MARTHA IVONNE VALLEJO CAÑAS**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO**

**TECNOLOGIA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL**

**MEDELLIN**

**2014**

**MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA ORIENTADA  
A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CUPCAKES MAMA LIA**

**MARTHA IVONNE VALLEJO CAÑAS**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de  
TECNOLOGO EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL**

**Asesor Metodológico**

**HECTOR AGUDELO BERMUDEZ**

**INSTITUCION UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO**

**TECNOLOGIA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL**

**MEDELLIN**

**2014**

## CONTENIDO

	Pág.
<b>GLOSARIO .....</b>	<b>9</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>11</b>
<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>17</b>
<b>1.RELACIÓN CON LOS CLIENTES.....</b>	<b>20</b>
<b>1.1. Segmentación Del Mercado.....</b>	<b>21</b>
<b>1.2 Mercado Potencial .....</b>	<b>23</b>
<b>1.3Mercado objetivo .....</b>	<b>23</b>
<b>1.4 Estrategia para Conseguir Nuevos Clientes .....</b>	<b>25</b>
<b>2. ANALISIS DE LA COMPETENCIA .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1. Tortas Y Tortas.....</b>	<b>28</b>
<b>2.2. Tortas Envinadas De Las Negras .....</b>	<b>32</b>
<b>3. ALIANZAS.....</b>	<b>37</b>
<b>3.1. Proveedores .....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.1. Almacén Bronce .....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.3Almacenes el Mar.....</b>	<b>40</b>
<b>3.1.4 Harinas Luifer .....</b>	<b>42</b>
<b>3.2Redes de Contacto.....</b>	<b>43</b>
<b>3.2.1 Redes para la creación de la empresa: .....</b>	<b>43</b>
<b>3.2.2 Redes para la promoción.....</b>	<b>45</b>

<b>3.2.3 Alianzas para comercialización .....</b>	<b>45</b>
<b>4. CADENA DE VALOR Y ACTIVIDADES CLAVES .....</b>	<b>48</b>
<b>4.1 Procesos Estratégicos.....</b>	<b>48</b>
<b>4.2 Procesos Misionales .....</b>	<b>48</b>
<b>4.3 Procesos de Apoyo .....</b>	<b>48</b>
<b>4.4 Proceso Estratégico.....</b>	<b>53</b>
<b>4.5. Proceso Misional .....</b>	<b>56</b>
<b>4.6 Proceso De Apoyo .....</b>	<b>58</b>
<b>5. RECURSOS CLAVES .....</b>	<b>61</b>
<b>5.1. Misional.....</b>	<b>61</b>
<b>5.1.1. Equipos / Utensilios.....</b>	<b>61</b>
<b>5.1.2 Materia Prima o Insumos.....</b>	<b>62</b>
<b>5.1.2 Cargos .....</b>	<b>63</b>
<b>5.1.3 Servicios Públicos.....</b>	<b>63</b>
<b>5.2Estratégicos.....</b>	<b>64</b>
<b>5.2.1. Gerente.....</b>	<b>64</b>
<b>5.2.2Apoyo .....</b>	<b>65</b>
<b>6. ESTRUCTURA DE COSTOS .....</b>	<b>66</b>
<b>6.1Proyección de Venta .....</b>	<b>66</b>
<b>7. ESTRUCTURA FINANCIERA .....</b>	<b>67</b>
<b>7.1 Información Inicial .....</b>	<b>67</b>
<b>7.2Ingresos .....</b>	<b>72</b>
<b>7.3Egresos .....</b>	<b>73</b>

<b>7.4Plan de Amortización .....</b>	<b>74</b>
<b>7.5Inversión .....</b>	<b>76</b>
<b>7.6Estado de Resultados .....</b>	<b>78</b>
<b>7.7Efectivo .....</b>	<b>79</b>
<b>7.8Balance General .....</b>	<b>80</b>
<b>7.9Flujo de Caja .....</b>	<b>81</b>
<b>7.10Punto de Equilibrio.....</b>	<b>82</b>
<b>10. CONCLUSIONES .....</b>	<b>85</b>
<b>REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS .....</b>	<b>90</b>

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
<b>Tabla 1. Composición Etnográfica Municipio de Copacabana (Antioquia) .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 2. Religión practicante por porcentaje.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 3. Precios de Productos Tortas y Tortas .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 4. Precios de Productos Tortas y Tortas .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 5. Cotización Almacenes Bronces .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 6. Cotización .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 7. Cotización Pastelería la Vina .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 8. Cotización La Viña .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 9. Precio de Utensilios.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 11. Precios de Insumos.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 12. Esquema del proceso general.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 13. Proceso estratégico.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 14. Propuesta de valor .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 15. Proceso misional.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 16. Proceso de apoyo.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 17. Cadena de valor .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 18. Resultado estratégico.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 19. Equipos / Utensilios.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 20. Insumos para la Masa.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 21. Insumos para la Cobertura y Decoración.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 22. Insumos para el Empaque.....</b>	<b>63</b>

<b>Tabla 23. Útiles y Papelería .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 24. Proyección venta anual por 5 años.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 25. Información general .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 26. Ingresos .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 27. Egresos .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 28. Plan de amortización .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 29. Inversión .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 30. Estado de resultados .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 31. Efectivo .....</b>	<b>79</b>
<b>Tabla 32. Balance General .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 33. Flujo de caja .....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 34. Punto de equilibrio.....</b>	<b>82</b>

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
<b>Figura 1. Variedad de Estilos.....</b>	<b>12</b>
<b>Figura 2. Mapa División Política Copacabana (Antioquia .....</b>	<b>13</b>
<b>Figura 3. Papel Reciclable de Decoración .....</b>	<b>18</b>
<b>Figura 4. Productos que Ofrece Tortas y Tortas .....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 5. Punto de Venta Copacabana (Antioquia) .....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 6. Imagen Corporativo Tortas y Tortas .....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 7. Torta de Banana .....</b>	<b>32</b>
<b>Figura 8. Torta de Manzana .....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 9. Postre de Mandarina.....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 10. Torta Sensación .....</b>	<b>34</b>
<b>Figura 11. Torta refrigerada.....</b>	<b>34</b>
<b>Figura 12. Punto de Venta .....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 13. Imagen Corporativa Tortas Envinadas las Negras .....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 14. Puesto de Trabajo.....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 15. Salario Mensual Personal Inicial .....</b>	<b>64</b>
<b>Figura 16. Cargo de Apoyo con Salario por Evento.....</b>	<b>65</b>

## GLOSARIO

**BUTTERCREAM:** Es una receta de una cobertura para postres que se hace a base de harina y huevo

**CUPCAKES:** Pequeña porción de torta para una persona.

**FASHION FOOD:** En español significa comida de moda.

**FROSTING:** Cobertura para postres hecha a base de mantequilla y azúcar impalpable.

**MUFFINS:** En español significa magdalenas, peniquecitos, ponqué.

**POSTRE:** Plato de sabor dulce o agridulce que se toma al final de la comida.

**REPOSTERÍA:** Es el arte de preparar o decorar pasteles u otros postres.

**TEMÁTICO:** Hace referencia al tema que aparece en una exposición, en una presentación, en una charla o en un sinnúmero de situaciones diferentes.

**TAZAS CUP:** Recipiente en el cual durante el siglo XIX se medían los ingredientes para realizar un postre.

## INTRODUCCIÓN

Antonio Borello, expresa que un modelo y plan de negocios es una manera de evaluar la factibilidad y/o planear una empresa, realizando los estudios y consideraciones necesarias para formular y describir el concepto de negocio, su propuesta de valor, el modelo de negocio, las diferentes áreas estratégicas involucradas, sus ventajas competitivas sobre otros negocios similares, las fuentes de ingresos y las formas de financiación.

En efecto, elaborar el Modelo de Negocios para la propuesta creación empresa Centro Fotográfico es importante por:

**Es una parte estratégica de un Plan de Negocio**, es lo primero que debemos construir para tener un Plan de Negocio más efectivo y realista, nos da la oportunidad de identificar los factores estratégicos que nos darán la diferencia entre el éxito o el fracaso de nuestro negocio.

Es una **reflexión dinámica**, de cómo vamos a ser capaces de **crear, capturar y entrega un valor diferencial** a nuestros clientes.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad existen muchas compañías dedicadas no solo a realizar productos de repostería en general, sino que hay varias que se han dedicado a la realización y distribución de los cupcakes.

Estas compañías cuentan con un reconocimiento y posicionamiento en el mercado; lo cual se hace más exigente e interesante a la hora de querer competir con estas compañías y sus productos.

Por eso CUPCAKES MAMA LIA será una micro empresa productora y comercializadora de cupcakes, con el fin de dar cubrimiento en eventos especiales como cumpleaños, bautizos, matrimonios, primeras comuniones, aniversarios, graduaciones, entre otros.

Además los ingredientes de CUPCAKES MAMA LIA cuenta con gran variedad de componentes para ofrecer diferentes sabores, entre los cuales se encuentran diferentes licores, sabores cítricos, cupcakes sorpresa; este cupcake tendrá en lugar de relleno un mini recordatorio del evento.

También los CUPCAKES MAMA LIA contarán con excelentes presentaciones, con decoraciones y capacillos que serán elaborados manualmente. Estos capacillos serán

elaborados en material reciclable. Compromiso que se debe adquirir al construir una empresa con responsabilidad social y ambiental.

El valor agregado o factor diferencial de la competencia, es que los CUPCAKES MAMA LIA, ofrecerá a los clientes la posibilidad de realizar sus eventos como se lo han imaginado, porque no estarán limitados a los diseños previos, sino que ellos mismos podrán proponer el diseño, estilo, cantidad requerida, tiempo de entrega, e incluso la distribución de los cupcakes durante el evento con la ventaja que CUPCAKES MAMA LIA dará a sus clientes diferentes alternativas que minimizaran los costos y cumplirán con las necesidades del evento para el cliente; ya que se ofrecerá alternativas como se ilustra en la figura 1.

**Figura 1. Variedad de Estilos**



Fuente: <http://www.masideasdenegocio.com/alimentos/ideas-originales-para-cupcakes/>

Por medio de investigaciones rutinarias que se han logrado llevar a cabo se ha identificado que los cupcakes son una gran alternativa para cualquier ocasión.

De igual manera los cupcakes son una manera de deleitar el paladar y pasar momentos agradables e inolvidables con familiares y amigos de una manera divertida y llamativa.

Se considera que los beneficios respecto al precio y componentes del producto son dos factores que influirán mucho en el desarrollo y elaboración de este, el precio pese a que es un producto que en algunas partes no es reconocido se pretende lograr un posicionamiento mediante uno de los canales de distribución que en la actualidad proporciona el reconocimiento de miles y miles de productos diferentes, como lo son las redes sociales, aparte de esto se delimitara en un área geográfica que permita un excelente flujo y fácil acceso para que los clientes lo adquieran.

El producto será dirigido a los estratos socios económicos 2, 3 y 4 del municipio de Copacabana (Antioquia), con expectativas de que se expanda en el momento que el producto se dé a conocer. Ya que de acuerdo a estudios de investigación realizados previamente, el producto tiene un consumo masivo para la población en general. Figura 2.

**Figura 2. Mapa División Política Copacabana (Antioquia)**



Fuente: <http://laberraquerapresbiteriana.jimdo.com/sociales/>

Según Escobar (2014). Especialista en repostería, El éxito de los cupcakes ha sido tal, que se podría calificar de fashion food (comida de moda).

Quizá el gran éxito que ha tenido estos pastelitos se debe a que se trata de disfrutarlos individualmente en momentos especiales o reuniones con familiares y amigos.

También manifiesta que El boom ha sido tan grande, que los cupcakes han traspasado la frontera del ámbito gastronómico y se han convertido en todo un atractivo y elemento tendencia también en el mundo de la moda y la decoración. Tan es así que los escaparates y las tiendas se llenan de coloridos, dulces y encantadores cupcakes que invitan a ‘devorar’ todo lo que hay en ellas.

Dentro de otros antecedentes consultados previamente se puede contemplar que no solo en Colombia, sino en el mundo entero crece diariamente en el mercado la competencia masiva en cuanto a los productos de repostería en general.

Debido a la competencia creciendo diariamente, cabe anotar que en el municipio de Copacabana (Antioquia) es una zona en la cual solo existen dos competidores como son “Tortas el Gordo”, “Tortas y Tortas”, que en realidad son reposterías ya reconocidas y posicionadas en el mercado, pero que no tiene la logística para dar cumplimiento con el sistema expuesto anteriormente. Pues ellos fabrican por lote y ya tiene definido los diseños, tampoco tiene el tiempo y el personal adicional para atender el evento personalmente.

Es por eso que el proyecto empresarial de producción y comercialización de Cupcakes, pretende suplir la falencia logística y la necesidad que hoy tiene el cliente de recibir una atención personalizada.

Es importante decir que de acuerdo a las cifras presentadas por el DANE a Junio 30 de 2011, Copacabana tiene actualmente una población de 66.665 habitantes, siendo ésta, la sexta aglomeración urbana del Área Metropolitana del Valle de Aburrá que suma un total de 3'312.165 de personas. El Municipio cuenta con una densidad poblacional de aproximadamente 877 habitantes por kilómetro cuadrado.

El 48.1% de la población son hombres y el 51.9% mujeres. La ciudad cuenta con una tasa de analfabetismo del 7.6% en la población mayor de 5 años de edad. Según las cifras presentadas por el DANE. (CUENCA, 2014)

Para poder tener una idea más clara de los cupcakes u cualquier otro producto de repostería los ingredientes deben ser de buena calidad y que se haya dedicado tiempo y cariño a la preparación. El buen cupcake debe ser jugoso y no resultar reseco, y la cobertura debe dar el toque cremoso justo. "El secreto está en saborearlos prácticamente recién hechos", (Hidalgo, 2010)

Según antecedentes consultados previamente los cupcakes nacen en Estados Unidos en el siglo XIX, cuando las amas de casa de la época en su afán de crear algo diferente y delicioso empezaron a hornear pastelitos en tazas "cup", ya que era esa misma taza donde

horneaban la que les servía para medir cada uno de los ingredientes de los ponqués “cake”, dos palabras y dos conceptos que unidos conforman lo que hoy conocemos como “cupcake” y lo que nos une en una misma pasión. (Trejos, 2013)

Los cupcakes para los norteamericanos son como el dulce de leche para los argentinos o como el flan de caramelo para los colombianos, es un postre que nos remite inmediatamente a lo dulce de la niñez y que ha crecido con nosotros. (López, 2013).

## JUSTIFICACIÓN

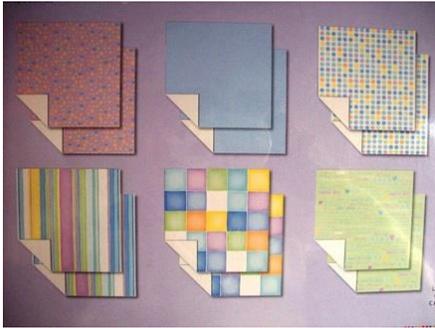
En la actualidad se puede identificar una gran demanda en temas de repostería, debido a la innovación y creación de diferentes productos que son atractivos por sus diseños, decoraciones sugestivas, texturas y olores.

Con investigaciones realizadas previamente se ha demostrado que en Colombia cada día las personas tienen la posibilidad de escoger el pastel, postres, entre otros; con los que quieren realizar un evento o celebración y que de alguna manera sea recordado.

Estos pastelitos llamados cupcakes se hicieron famosos por la serie de televisión norteamericana *Sex and the City*, que por su contenido han inspirado la creación de libro, concursos de televisión y recetas. Ya que por su decoración, variedad y gran colorido se hacen apetecibles y son perfectos para cualquier ocasión. Cabe anotar que en muchos lugares del mundo han tenido una gran acogida por la variedad de combinación de sabores; pero al igual que todos los productos de repostería el arte de crearlos y decorarlos se perfecciona con la práctica. (Contreras, 2010).

A raíz de la exigencia de las personas en cuanto a la alimentación más ligera Cupcakes MAMA LIA tiene el propósito de cubrir y exceder las necesidades y exigencias de los clientes, ofreciendo calidad, una gran variedad de diseños, sabores y presentaciones. Por tal motivo los capacillos tradicionales de los cupcakes serán elaborados manualmente con material reciclable. Figura 3.

### Figura 3. Papel Reciclable de Decoración



Fuente: <http://www.taringa.net/posts/hazlo-tu-mismo/11061070/Decoracion-Artesanal-y-reciclada-Pone-linda-tu-casita.html>

Además, tendrá un cupcake especial llamado cupcake sorpresa, en el cual el relleno será sustituido por una mini sorpresa que ocupara el lugar del recordatorio. Este cupcake en especial será novedoso y llamativo para el cliente; no solo por la presentación, sino por el ahorro que esto generara al cliente.

También se prestara un servicio personalizado realizando actividades como pinta caritas para que el cliente adquiriera confianza y tranquilidad durante el desarrollo del evento y pueda disfrutarlo.

Adicionalmente se utilizará de manera estratégica las redes sociales, las cuales se han convertido en un medio muy visitado por todas las personas en general. Y de esta manera lograr que se vaya adquiriendo un posicionamiento y reconocimiento en el campo de la pastelería.

Estos cupcakes serán elaborados por medio de un sistema llamado metu orden o por pedido. Lo cual permite cumplir con las necesidades del cliente.

Una vez expuestas las estrategias y diferencias con respecto a otras empresas que existen en el mercado se pretende formar una micro empresa. Teniendo en cuenta los lineamientos de un modelo de negocios y los conocimientos adquiridos durante la tecnología en producción industrial, desarrollando el proyecto de grado con los estudios necesarios para formalizar la micro empresa productora y comercializadora de cupcakes MAMA LIA.

## 1.RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Según Meson (2014), en una relación profesional con un cliente es muy importante aclarar algunos aspectos para que, cuando transcurran los meses, las dos partes sepan si se están consiguiendo los objetivos fijados. No obstante, casi siempre van a existir momentos en los que el cliente te va a pedir hacer las cosas de una determinada manera, aunque tú le aconsejes lo contrario.

En una relación profesional con los clientes existen tres tipos, el primero es el colaborador; quien te da toda la información necesaria para desarrollar el producto y la actividad. Estos suelen ser clientes receptivos y dispuestos a escuchar sugerencias y poder tomar la decisión conjuntamente.

Otro tipo de cliente es el que delega toda la responsabilidad y no quiere que le molestes. Este es el que se limita a recibir informes mensuales y el producto terminado que cumpla con sus expectativas.

Finalmente está el cliente que aporta poca información para iniciar el proyecto. Pues es quien te da las indicaciones de cómo desarrollar el producto. Pero las cosas no salen como lo esperaba no asumirá la responsabilidad si la empresa no consigue el objetivo. (SAENZ, 2014)

## 1.1. Segmentación Del Mercado

Con el fin de llevar a cabo el modelo de negocio para cupcakes Mama Lía, ha sido necesario investigar el sector de la reposterías, esto para tener en cuenta las tendencias que actualmente están marcando la diferencia y poder plantear las características de Segmentación de mercado como son:

**Sexo:** Caupcakes Mama Lía es un producto que puede ser consumido por hombres, mujeres, niñas y niños.

**Edad:** Según investigaciones previas se ha podido determinar que las personas entre 3 a 14 años de edad son quienes más consumen este tipo de alimentos; pues tiene diversidad de sabores y se pueden consumir en cualquier ocasión. Lo cual los hace más llamativos y prácticos.

**Estrato:** De acuerdo con información suministrada por la oficina del Dane, ubicada en el municipio de Copacabana, en el 2011. Los estratos socioeconómicos que predominan en el sector son el 2,3 y 4. Ya que su principal actividad económica se centran en: la actividad industrial, las confecciones, la economía informal y la agricultura (principalmente el cultivo de cebolla junca, la naranja, el fique etc.

**Profesión:** La población del municipio de Copacabana en gran mayoría esta compuesta por deportistas, profesionales en general; predominando los comerciantes del sector que a su vez son habitantes del municipio.

**Raza:** Según las cifras presentadas por el DANE del censo 2005, la composición etnográfica del municipio de Copacabana Tabla 1.

**Tabla 1. Composición Etnográfica Municipio de Copacabana (Antioquia)**

COMPOCISION ETNOGRAFICA	PORCENTAJE
BLANCOS	99,70%
MESTIZOS	
AFROCOLOMBIANOS	0,3%

Fuente: elaboración propia

**Religión:** En el municipio de Copacabana las religiones que se practican y predominan son: Tabla 2.

**Tabla 2. Religión practicante por porcentaje**

RELIGION	PORCENTAJE
CATOLICA	85%
CRISTIANA	15%

Fuente: elaboración propia

**Persona:** Cupcakes Mama Lía estará dirigido clientes como persona Natural y jurídica, pues se producirá y comercializara con un sistema por pedido, con el cual se lograra cubrir las necesidades y exigencias del cliente. Excediendo sus expectativas.

**Psicosociales:** En el municipio de Copacabana los habitantes por sus niveles educativos y debido a la innovación que se ha venido implementando por la alcaldía. Han ido aceptando la modernización que exigen las nuevas generaciones; Pues esto hace que se den con mayor frecuencia las celebraciones y eventos que promuevan a los comerciantes a generar ideas de negocios para el beneficio de todos.

## **1.2 Mercado Potencial**

Según las características de segmentación, en el municipio de Copacabana, para el año 2014 existe una población 111.664 habitantes, según estudios del DANE aportados el 25 de septiembre de 2014.

## **1.3 Mercado objetivo**

Inicialmente el proyecto empresarial pretende capturar un 6% del mercado potencial, lo que representa la cifra de 6700 clientes en un año. Quienes se encargaran que informar a las personas cercanas de la calidad, servicio y buen sabor, que ofrecerá en todo tipo de eventos

Para cupcake Mama Lía, después de tener un posicionamiento en el mercado. Es más importante tener a cada uno de los clientes satisfechos con el producto. De esta manera hará que los clientes den buenas referencias del producto, ya que para toda empresa es más rentable y menos costoso mantener a los clientes ya existentes que hacer nuevos clientes.

Hay diferentes maneras de mantenerlos y lograr que compren el producto con frecuencia; una de estas es ofrecer un producto de buena calidad, con insumos de tiempo, que sus diseños sean atractivos y novedosos, que sean duraderos en el tiempo. Pero para esto se debe pensar en la necesidad del cliente.

La buena atención, saludarlo amablemente, responder toda las inquietudes, asesorarlos con sinceridad es una de las principales funciones de cupcakes Mama Lía . Pues estas normas de cortesía hablan de una buena reputación del lugar.

Cupcakes Mama Lia tiene como estrategia darle a los clientes un valor agregado en el producto como pueden ser un producto adicional, un descuento de último minuto y hasta un producto de otra línea para que pueda ir copien popularidad en el mercado. Dentro de otra estrategia de mercado esta hacer seguimiento frecuente a los clientes, para que se sientan importantes para cupcakes Mama Lia, preguntarles como les fue en el evento, que se debe mejorar, que tal le pareció el producto, entre otras.

Finalmente después de unos días de la compra llamar a los clientes nuevamente para hacerle saber de las ofertas en los precios, las promociones existentes y hasta ofrecerles un nuevo producto.

## 1.4 Estrategia para Conseguir Nuevos Clientes

Para la creación de una cupcakes Mama Lía es indispensable tener presente que el cliente es la razón de ser. De este depende el éxito o fracaso del negocio; por tal motivo se debe cumplir y quizás exceder las expectativas de los mismos.

Por este motivo se realizaran diferentes actividades como:

- **Reparte volantes.** Aunque es algo poco innovador y existente en la actualidad. Este medio es fundamental y efectivo para la creación de cupacakes Mama Lia; ya que los clientes tendrán una imagen de producto, sus cualidades y donde pueden adquirirlo.
- **Ofrece muestras degustaciones.** Es importante dar a conocer el producto a los clientes para que se interesen más y puedan tener confianza al momento de adquirirlo. Pues ya tiene una visión más clara de las cualidades del mismo.
- **Entrega descuentos.** Es importante para cupcakes Mama Lia pensar en la economía del cliente, sin dejar de lado las ganancias de la empresa. Por esto se deben realizar descuentos, ofrecer valores agregados al producto que sean atractivos para el cliente.
- **Asiste a encuentros de negocios.** Para darle posicionamiento al producto una estrategia importante es asistir a ferias, expos y eventos, para ofrecer el producto y brindar información de la empresa.

- **Busca referencias.** Esto se da cuando tus clientes se sienten satisfechos tanto con el producto, como con el servicio que presta la empresa. Pues de esta manera recomendaran la empresa y así obtener nuevos clientes, alianzas y hasta posibles inversionistas.
- **Crea un guión de 30 segundos.** Antes de llevar a cabo el desarrollo del producto es importante saber qué y cómo se va a dar a conocer el producto. De igual manera se debe definir cómo va hacer el acercamiento hacia los clientes potenciales, medios de comunicación y posibles socios. Pues son clientes diferentes, pero todos deben tener una buena imagen desde la primera presentación.
- **Sé tu propio publicista. Para llevar a cabo el negocio es fundamental que se de a conocer, esto se logra sabiendo todo sobre el producto y las cualidades; para poder darlo a conocer a amigos, conocidos, familiares, redes sociales y Ponte en contacto con medios de comunicación o compañías de mayor tamaño que respondan al mismo público y área geográfica. Háblales de tu empresa y de cómo podrías ayudarlos. También, puedes usar tus contactos personales como contactos de negocios. Llámales o escríbeles en redes sociales o a través de un mail personalizado a tus amigos, conocidos y familiares. Descríbeles de qué trata tu negocio, invítalos a conocerlo y a compartir tu información.**
- **Usa las redes sociales.** Crea una cuenta (de tu empresa) en las principales redes como Facebook y Twitter e inicia compartiendo tips y asesorías gratuitas a los usuarios

interesados en este tema. Pídele también a los influenciadores que difundan tu información, te den retweet o te recomienden en sus blogs. Con estas plataformas podrás buscar a los usuarios que concuerden con el perfil de tu público meta.

- **Intercambia tarjetas de presentación.** No hay nada menos profesional que llegar con un prospecto de cliente y no tener una tarjeta con tus datos. Fíjate en que la letra sea legible, que la información esté completa y correcta y que sea limpia, pero a la vez atractiva y difícil de perder. Una opción es agregar tu fotografía o alguna imagen.
- **Crea un sitio Web.** Tener un sitio Web -o un blog- profesional y de fácil navegación debe ser una de las primeras acciones que costees en tu empresa. Éste no sólo te permitirá llegar a nuevos públicos sino también le dará mayor confiabilidad y exposición a tu marca.

## 2. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Debido a la competencia creciendo diariamente, cabe anotar que el municipio de Copacabana (Antioquia) es una zona en la cual solo existen dos competidores directos como son “Tortas Envinadas las Negras” y “Tortas y Tortas”, que en realidad son reposterías ya reconocidas y posicionadas en el mercado, pero que no tiene la logística para dar cumplimiento con el sistema que ofrecerá cupcakes Mama Lía, que consisten en atender eventos ofreciendo valores agregados como que el cliente diseñe su propio cupcake, la distribución por cupcakes Mama Lía durante el evento y además la posibilidad de sustituir el relleno del cupcakes por una mini sorpresa, que sustituirá el recordatorio del evento. Este cupcakes se llamara cupcake sorpresa. También los capacillos de los cupcakes serán realizados con papel decorativo reciclable teniendo en cuenta el tema del evento o diseño del cliente.

Estos competidores son reposterías que tiene diseños de tortas convencionales ya establecidas, también son puntos de venta que cuentan con muy poca producción y personal para atender a los clientes. Esto no les permite atender personalmente eventos determinados.

### 2.1. Tortas Y Tortas

Tortas y Tortas es competencia indirecta, debido que no realiza cupcakes. Esta es una repostería con gran posicionamiento en el sector, que fue fundada en el año 1986. Esta repostería se dedica a realizar tortas tradicionales, pastelería dulce y salada, galletería, entre otras. Figura 4.

**Figura 4. Productos que Ofrece Tortas y Tortas**



Fuente: [http://bellocomercial.com/tortas\\_y\\_tortas\\_niquia](http://bellocomercial.com/tortas_y_tortas_niquia)

Se puede decir que los canales de comercialización y distribución de Tortas y Tortas, se realiza por medio de puntos de venta en diferentes ciudades del país, también realizan domicilios. Pero por tener una producción definida y unos diseños estandarizados tiene la facilidad y el compromiso con el cliente para realizar una entrega oportuna e inmediata. Su página Web apenas se encuentra en construcción.

Uno de los puntos de venta de Tortas y Tortas está ubicado en la dirección Kra 49 # 50-12, en el municipio de Copacabana (Antioquia), zona que pertenece al valle de aburra. Este punto de venta tiene la posibilidad de atender dentro de esta delimitación geográfica a personas de todas las edades, sexo, raza, niveles de escolaridad, entre otras variables; que están ubicadas en estratos 1, 2 y 3. Pues son los estratos socioeconómicos que más predominan en este municipio. Figura 5.

**Figura 5. Punto de Venta Copacabana (Antioquia)**



Fuente: [http://bellocomercial.com/tortas\\_y\\_tortas\\_niquia](http://bellocomercial.com/tortas_y_tortas_niquia)

Tortas y Tortas maneja los siguientes precios en cuanto a dos líneas como tortas refrigeradas y caseras. Tabla 3 y 4

**Tabla 3. Precios de Productos Tortas y Tortas**

TORTAS REFRIGERADAS		
PRODUCTO	MINI	MEDIANA
CARAMELO	14000	32000
MORA	14000	32000
PIÑA	14000	32000
SENSACION	14000	32000
MELOCOTON	14000	32000
FRESA	14000	32000
SELVA NEGRA	14000	32000
TROPICAL	14000	32000
CHIFFON		30000
LONJA (SABORES SURTIDOS)		19000
CHOCOFRESA	14000	32000
PROMAVERA	14000	32000
CHOCO OREO	14000	32000
CHOCO CREMA	14000	32000
PASTEL AMERICANO		23000
ESPONJADOS (REDONDO)		28000

Fuente: elaboración propia

**Tabla 4. Precios de Productos Tortas y Tortas**

TORTAS CASERA				
PRODUCTO	MINI	MEDIANA	CUADRADA	TRES CUARTOS
CASERA ARCO IRIS		26000		
CASERA FESTIVAL		26000		
CASERA ECONOMICA	11000	16000	18000	35000
CASERA ECONOMICA CUBIERTA		26000	26000	36000
NEGRA ENVINADA SIN CUBIERTA	14000	21000	23000	38000
NEGRA ENVINADA CON CUBIERTA	20000	26000	28000	40000
FIESTA		25000		

Fuente: elaboración propia

Como se mencionaba anteriormente, esta empresa tiene la facilidad de suplir necesidades inmediatas a los clientes, ya que puede suministrar los productos como tortas, para celebrar eventos inesperados.

La imagen corporativa como refleja el posicionamiento de esta empresa ya que dentro de su logo informa a los clientes cuánto tiempo lleva en el mercado. Figura 6

**Figura 6. Imagen Corporativo Tortas y Tortas**

Fuente: [http://bellocomercial.com/tortas\\_y\\_tortas\\_niquia](http://bellocomercial.com/tortas_y_tortas_niquia)

## 2.2. Tortas Envinadas De Las Negras

Tortas Envinadas de las Negras, Es competencia indirecta ya que dentro de sus líneas no producen cupcakes. Inicio hace pocos años con este nombre ya que eran las reconocidas tortas doña Teresa ubicada en Buenos Aires. Esta empresa gano el premio Famiempresas por ser un ejemplo de emprendimiento. Tortas Envinadas las Legras, ahora tiene 17 puntos de venta y una sede principal que está ubicada en la zona del poblado.

Tortas Envinadas las Negras maneja diferentes líneas de productos como:

Línea Natural: Se refiere básicamente a tartas de frutas como lo muestra la Figura7 y Figura 8.

### Figura 7. Tarta de Banana



Fuente: [http://bellocomercial.com/tortas\\_y\\_tortas\\_niquia](http://bellocomercial.com/tortas_y_tortas_niquia)

**Figura 8. Torta de Manzana**



Fuente: [http://bellocomercial.com/tortas\\_y\\_tortas\\_niquia](http://bellocomercial.com/tortas_y_tortas_niquia)

Línea Tentación: Son postres realizados con fruta natural. Figura 9.

**Figura 9. Postre de Mandarina**



Fuente: [http://bellocomercial.com/tortas\\_y\\_tortas\\_niquia](http://bellocomercial.com/tortas_y_tortas_niquia)

Línea Sensación: Son tortas tradicionales y refrigeradas con mezcla de diferentes licores recubiertas con una delicada crema. Figura 10.

**Figura 10. Torta Sensación**



Fuente: [http://bellocomercial.com/tortas\\_y\\_tortas\\_niquia](http://bellocomercial.com/tortas_y_tortas_niquia)

Línea Refrigerada: Son tortas que se componen de delicadas cremas con frutas naturales que les dan una textura más suave. Figura 11.

**Figura 11. Torta refrigerada**



Fuente: [http://bellocomercial.com/tortas\\_y\\_tortas\\_niquia](http://bellocomercial.com/tortas_y_tortas_niquia)

Uno de los puntos de venta de Tortas Envinadas las Negras está ubicado en la dirección Kra 49#50-16, en el municipio de Copacabana (Antioquia), zona que pertenece al

valle de aburra. Al igual de Tortas y Tortas este punto de venta tiene la facilidad de suplir necesidades a los clientes inmediatamente, pero ofreciéndoles diseños estandarizados ya existentes en el punto de venta. No tiene la logística diseñada para atender personalmente eventos Figura 12.

**Figura 12. Punto de Venta**



Fuente: [http://bellocomercial.com/tortas\\_y\\_tortas\\_niquia](http://bellocomercial.com/tortas_y_tortas_niquia)

Este punto de venta por estar ubicado al lado de Tortas y Tortas y en esta delimitación geográfica atiende todo tipo de personas, de todas las edades, raza y color, que se encuentran entre los estratos socioeconómicos 1,2 y 3.

Los precios de este punto de venta oscilan entre \$7000 y \$42.000. Teniendo en cuenta que manejan porción de tortas, que sería la más económica con un valor de \$7.000 en el mercado.

El diseño corporativo es muy diciente ya que hace alusión a su nombre y fácilmente se identifica que es una repostería. Figura 13.

**Figura 13. Imagen Corporativa Tortas Envinadas las Negras**



Fuente: <http://tortasnegras.wordpress.com/>

### 3. ALIANZAS

Para realizar el modelo de negocios de Cupcakes Mama Lía, se hace necesario saber quiénes serán los proveedores, cotizar los insumos y los equipos para la implementación de la empresa.

#### 3.1. Proveedores

Para poder llevar a cabo el modelo de negocios de cupcakes Mama Lía, es necesario conocer los precios de los insumos, que ofrecen diferentes tiendas de repostería.

##### 3.1.1. Almacén Bronce

Es una tienda dedicada a proveer insumos y utensilios para repostería y pastelería, está ubicada en la dirección Calle 49 N° 47-23 en Medellín, el número telefónico es 2313485.

Dentro de los insumos que maneja este almacén se encuentran bizcochería, pastillajes y decoración para toda clase de eventos. Los precios que maneja este proveedor pueden competir perfectamente con otros que se mencionaran más adelante.

Dentro de la alianza que se puede lograr con el almacén, es un descuento del 15% por compras de insumos o utensilios mayores a \$80.000.

De acuerdo a consultas previas realizadas el almacén realiza cotizaciones de los insumos y utensilios en general. Tabla 5 Y 6.

**Tabla 5. Cotización Almacenes Bronces**

ALMACEN BRONCES		
Calle 49 N° 47-23 Ayacucho		
Telefono: 2313485		
RODUCTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO
MOLDE ESTANDAR X 12 CUPCAKES	1	24000
MOLDE ESTANDAR X 6 CUPCAKES	1	13100
CAPACILLOS PAQUETE X 20 UNIDADES	1	1900
ESPATULA GRANDE	1	10000
MANGA PASTELERA EN TELA	1	8800
BOQUILLA PEQUEÑA	1	3950
CUCHARAS MEDIDORAS POR JUEGO	1	10550
CORTADOR METALICO X 5	1	10000
RODILLO ANTIHADERENTE	1	42600

Fuente: elaboración propia

**Tabla 6. Cotización**

ALMACEN BRONCES		
Calle 49 N° 47-23 Ayacucho		
Telefono: 2313485		
RODUCTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO
AZUCAR GLAS X LIBRA	1	2100
COLORANTE COMESTIBLE PEQUEÑO	1	2450

Fuente: Fuente: elaboración propia

### **3.1.2 Repostería La Viña**

Es una dedicada a la producción y comercialización de productos de repostería, galletería, pasteles especiales, productos de quesos, sandwiches, y productos en pasta hojaldrada. También venden insumos y utensilios para repostería y pastelería en general, está

ubicada en la Carrera 49 N° 46-91, el número telefónico es: 5116361 y cuenta con una página de Web [www.pastelerialavina.com](http://www.pastelerialavina.com).

Con La Viña se logró negociar descuento del 5% durante 6 meses, por propaganda que se realice durante 2 meses en los volantes que se distribuyan de cupcakes Mama Lía.

Dentro de los productos que ofrece y precio para la realización de los cupcakes están la siguiente cotización. Tabla 7 y 8.

**Tabla 7. Cotización Pastelería la Vina**



Carrera 49 N° 46-91

Teléfono: 5116361

[www.pastelerialavina.com](http://www.pastelerialavina.com).

PRODUCTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO
MOLDE ESTANDAR X 12	1	22.200
CAPACILLOS X 20	1	1.900
ESPATULA GRANDE	1	15.900
ESPATULA MEDIANA	1	9.900
MANGA PASTELERA DESECHABLE	1	800
MANGA PASTELERA DESECHABLE	1	1.300
BOQUILLA GRANDE	1	1.300
BOQUILLA PEQUEÑA	1	1.800
CUCHARA DE HELADO	1	5.100
TASA MEDIDORAS	1	6.700
CORTADORES	1	2.400
RODILLO ANTIHADERENTE	1	7.500
RODILLO NOTIVOS	1	4.900

Fuente:

<http://www.karte.asopacal.com/gastronomia/la-vina>

**Tabla 8. Cotización La Viña**

Carrera 49 N° 46-91  
Teléfono: 5116361  
[www.pastelerialavina.com](http://www.pastelerialavina.com).

PRODUCTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO
ESENCIA GRANDE	1	2.000
ESENCIA PEQUENA	1	6.300
COLORANTE COMESTIBLE	1	2.500
FONDANT X KILO	1	16.800

Fuente: <http://www.karte.asopacal.com/gastronomia/la-vina>

### ***3.1.3 Almacenes el Mar***

Al igual que los dos proveedores anteriores este almacén se dedica a la venta de utensilios, insumos y productos de decoración para todo tipo de eventos. Está ubicada en la Calle 51 N° 52-25, el número telefónico es 5130648. Dentro de los utensilios e insumos que ofrece, sus precios son económicos y hay gran variedad de insumos. Tabla 9 Y 10.

**Tabla 9. Precio de Utensilios****UTENSILIOS**

PRODUCTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO
MOLDE ESTANDAR X 12	1	19.100
MOLDE ESTANDAR X 6	1	11.000
MOLDE INDIVIDUAL	1	1.000
ESPATULA JUEGO X 3	1	5.600
CAPACILLOS #4 X 100	1	1.1000
CAPACILLOS #5 X 100	1	1.450
GRAMERA	1	13.000
MANGA DESECHABLE	1	700
BOQUILLA GRANDE JUEGO X 16	1	19.400
BOQUILLA PEQUEÑA JUEGO X 16	1	18.100
ADAPTADOR DE BOQUILLA GRANDE	1	2.100
ADAPTADOR DE BOQUILLA PEQUEÑA	1	750
CUCHARAS MEDIDORAS	1	5.200
TASAS MEDIDORAS	1	14.000
CORTADORES METALICOS JUEGO X 3	1	5.000

**INSUMOS**

PRODUCTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO
COLORANTES COMESTIBLES	1	2.400
GRAGEAS DECORATIVAS MARCA ITALO	1	1.200
PERLAS DECORATIVAS	1	12.500
ESENCIAS GRANDE X 120ML	1	6.300

Fuente: elaboración propia

Con Almacenes el Mar se puede generar una alianza en la cual cupcakes Mama Lía atiende personalmente la fiesta de los niños suministrando el productos para cada uno de los empleados y sus familiares, aclarando que el producto será pagado en su totalidad por el almacén. Para que estos puedan disfrutar del evento en su totalidad, a cambio de descuento permanente durante 1 año en la compra de insumos y utensilios.

También por compras mayores a \$200.000. cupcakes Mama Lía, podrá hacer el pago del 50% de contado y el 50% restante en 15 días.

### ***3.1.4 Harinas Luifer***

A diferencia de los tres almacenes anteriores esta tienda solo se dedica a la venta de insumos para repostería, pastelería y comidas rápidas, está ubicada en el municipio de Bello Antioquia, en la dirección Calle 51 N° 46-103, los números telefónicos son 2721066 y 4513897. Este proveedor despacha pedidos al detal y al por mayor. No es un lugar muy reconocido, ni con posicionamiento en el medio, pero cuenta con pocos competidores dentro del sector. Por este motivo se sugiere una alianza estratégica que consiste en que cupcakes Mama Lía, haga propaganda de la tienda durante el desarrollo del producto. En los volantes que se repartirán se dejara un espacio donde se colocaran los datos personales, el nombre, logotipo y eslogan de la tienda, a cambio de un 10% de descuento en los insumos que cupcakes Mama Lía compre a Harina Luifer, adicionalmente realizaran el domicilio sin ningún costo; también se plantea una alianza gana gana donde se colocaran estos mismos datos en los empaques para el transporte de los cupcakes a los eventos, teniendo en cuenta que Harinas Luifer también incluirá los datos de Cupcakes Mama Lía en sus bolsas en las cuales empaca sus productos cuando son vendidos.

Cabe notar que los precios son económicos y manejan gran variedad de marcas. Tabla

11.

**Tabla 11. Precios de Insumos**

## INSUMOS

PRODUCTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO
AZUCAR COMUN X 5 LIBRAS	1	4.350
POLVO DE HORNEAR ROYAL	1	900
MARGARINA DAGUSTO X LIBRA	1	3.800
ESENCIA X 60 ML	1	1.500
HARINA HAZ DE ORO X LIBRA	1	1.300
AZUCAR GLAS X LIBRA	1	1.350
COCTEL DE FRUTAS X 500GM	1	3.400
CEREZAS X 250 ML	1	3.500
CHIPS DE CHOCOLATE X LIBRA	1	6.400
LECHERA X 395 ML	1	2.700
LLUVIA DE CHOCOLATE X 5 LIBRAS	1	12.000

Fuente: elaboración propia

### 3.2 Redes de Contacto

La red de contactos se refiere a el establecimiento de relaciones entre una o más personas y compañías del mismo sector para formar alianzas que beneficie ambas partes y logre dar posicionamiento dentro del sector a una empresa, ya sea de productos o servicios.

Para realizar alianzas es fundamental tener presente que la sinergia, la colaboración y una buena comunicación consolidan relaciones duraderas y de confianza para ambas partes. (PORRAS, 2011).

Por eso cupcakes Mama Lía pretende realizar las siguientes alianzas estratégicas:

#### 3.2.1 Redes para la creación de la empresa:

Para el caso del presente proyecto que pretende incursionar al mercado con “Cupcakes Mama Lia”, la Guía de inicio para micro y pequeñas empresas de Medellín ciudad Cluster,

determina que en la ciudad de Medellín se cuenta con diferentes entidades, programas y concursos para apoyar a los emprendedores, por lo cual es necesario y conveniente conocerlos con antelación para saber a cuál acudir como posible **aliado** en la propuesta empresarial:

- Concurso Capital Semilla: Esta iniciativa, liderada por el programa Cultura E, posibilita que el emprendedor pueda participar con sus proyectos siempre que se encuentre ubicado en los estratos 1,2 y 3 de Medellín.
- CEDEZOS: Son los Centros de Desarrollo Zonal de Medellín, existen once en la ciudad, ubicados en sitios estratégicos. El personal de estas entidades ayuda al empresario a definir adecuadamente su plan de negocios. Desarrolla sus actividades en asocio con el Banco de las Oportunidades, posibilitando préstamos para iniciar empresa a los habitantes de Medellín, con un interés de 0,91% mensual.
- Emprendimiento de universitarios: En Medellín hay otras oportunidades para que el emprendedor técnico, **tecnólogo** o universitario presente sus ideas y proyectos. Cerca de cuarenta instituciones de educación superior, mediante sus unidades de emprendimiento, conectadas con los diferentes fondos de financiación a nivel nacional, brindan sus puertas para apoyar con créditos los proyectos de negocios generadores de empleo

Hay otras entidades que también desarrollan acciones para apoyar y asesorar a los emprendedores en su proceso de creación de negocios. Algunas de ellas son:

- Cámara de Comercio de Medellín
- Microempresas de Colombia
- Interactuar
- Fondo Emprender SENA: que otorga créditos favorables para estudiantes de educación superior que estén cursando los dos últimos semestres o egresados en los últimos sesenta (60) meses de un programa reconocido por el estado.
- Comfama

### ***3.2.2 Redes para la promoción***

Para promover la empresa en Facebook, permite tener una vitrina en la web y construir un canal de comunicación privilegiado por los consumidores

### ***3.2.3 Alianzas para comercialización***

**Restaurante H&M:** Este restaurante tiene un buen posicionamiento en el municipio de Copacabana, por sus comidas gourmet, comida rápida y postres. Se considera una buena alternativa ya que dentro de los productos que ofrece no maneja pastelería. Para que la alianza sea tentadora para este restaurante cupcakes Mama Lía ofrecerá los productos a precios económicos donde ellos puedan obtener una ganancia por la venta de los mismos. Además para la temporada decembrina, en la cual se celebra la fiesta de los empleados se diseñara un cupcakes llamativo personalizado con la imagen corporativa de la empresa, que haga que los empleados reconozcan las bondades de la misma.

**Cooperativa Financiera John F Kennedy sede Copacabana:** Esta estratégica consiste en suministrar los cupcakes Mama Lía en la celebración del aniversario de la cooperativa. En este se diseñara un cupcake sorpresa. El cual consiste en sustituir el relleno del mismo por un mini recordatorio para que los empleados tengan siempre presente la celebración.

**El Impacto del Peluquero:** Es una tienda ubicada en el municipio de Copacabana que se dedica a la venta de insumos y utensilios para todo lo relacionado con peluquería. Este caso es particular porque todas las empleadas son mujeres y cabeza de familia, lo cual para los dueños es de suma importancia y consideran que deben resaltarlas y hacerlas sentir importantes. No solo en la celebración del día de la madre, sino también en la del día del padre ellas reciben un reconocimiento por parte de los dueños de esta tienda. De igual manera y pensando en obtener reconocimiento de la marca “cupcakes Mama Lía” se une a esta causa suministrando los cupcakes del día de la madre a un precio económico y sosteniendo los mismos precios para la celebración del día del padre.

**Colegio Normal de Copacabana:** se planteará una propuesta para la celebración del día del niño el cual es celebrado por la institución. En estas celebración se venderán cupcakes para la totalidad de los alumnos, pero adicionalmente cupcakes Mama Lía les encimara los cupcakes para los docentes y personal administrativo.

**Alcaldía Municipio de Copacabana:** En la celebración de las fiestas de la naranja que se llevan a cabo del 2 al 5 de noviembre. La alcaldía realiza actividades como “comparte

una tarde con tu familia”. Y que mejor momento para probar hacerlo compartiendo un cupcake. En este evento se suministrara a la alcaldía los cupcakes que solicite.

**Casa de Banquetes El Lago:** Esta ubicada en el municipio, ya que tiene un club en el cual se realizan todo tipo de reuniones especiales y eventos en general. Se pretende contratar con ellos el suministro de los cupcakes para que sustituyan la torta tradicional en los eventos, de una manera novedosa y práctica. Teniendo en cuenta que los cupcakes son diseñados por el cliente, que existe el cupcake sorpresa. Pues este consiste en sustituir el relleno por el recordatorio del evento para minimizar costos. Y adicionalmente se presta una entrega personalizada.

## 4. CADENA DE VALOR Y ACTIVIDADES CLAVES

**Figura 14. Puesto de Trabajo**



Fuente: elaboración propia

### 4.1 Procesos Estratégicos

En donde se habla del conjunto de actividades claves que ayudan a tomar decisiones empresariales basadas en el desarrollo del objeto social de la empresa.

### 4.2 Procesos Misionales

Significa desarrollar actividades claves que ayuden a posicionar el objetivo social de la empresa en un mercado. Son los fundamentales para el cliente.

### 4.3 Procesos de Apoyo

Como su palabra lo indica son procesos cuyas actividades claves apoyan el desarrollo de las actividades misionales de la empresa y ofrecen recursos a los demás procesos

**Tabla 12. Esquema del proceso general**

<b>ESQUEMA DEL PROCESO GENERAL</b>			
<b>IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE</b>	<b>ENTRADA</b>	<b>PROCESO</b>	<b>SALIDA</b>
<p>Escuchar la voz del cliente; como hombres, mujeres, niños y niñas, de todas las edades, en especial entre 3 y 14 años de edad quienes consumen con más frecuencia el producto, debido a la gran variedad y frecuencia de las invitaciones a diferentes eventos y festividades. Ubicados</p>	<p>Entrevistar al cliente</p> <p>Observar los gestos del cliente</p> <p>Escuchar comentarios y sugerencias.</p>	<p>Diseño decorativo,</p> <p>Preparación de insumos y equipos</p> <p>Medir los ingredientes</p> <p>Mezcla de ingredientes</p> <p>Preparar los moldes</p> <p>Con los capacillos</p>	<p>Fabricación de cupcakes según la necesidad del cliente y diseño exigido</p>

<p>en el municipio de Copacabana (Antioquia), en los estratos socioeconómicos 2,3 y 4 quienes son los más predominantes dentro de la delimitación geográfica.</p>		<p>Colocar <math>\frac{3}{4}</math> de la mezcla en cada molde</p> <p>Calentar el horno previamente a <math>180^{\circ}\text{C}</math> por 5 minutos</p> <p>Colocar el molde con la mezcla en el horno por 20 minutos</p> <p>Observar con frecuencia la mezcla para verificar correctamente la cocción.</p> <p>Una vez estén</p>	
---	--	--	--

		<p>completamente cocinados, sacar del horno y dejar enfriar para posteriormente realizar su decoración.</p> <p>Medir los ingredientes para el betún de la decoración</p> <p>Mezcla de ingredientes</p> <p>Preparar la manga pastelera con la boquilla deseada para el decorado</p> <p>Llenar la manga pastelera con el</p>	
--	--	--	--

		<p>betún</p> <p>Proceder a decorar el cupcake con el betún.</p> <p>Agregar gomas, lluvia de chocolate, grageas comestibles o figuras en fondant, entre otras decoraciones de preferencia.</p>	
--	--	---	--

Fuente: elaboración propia

#### 4.4 Proceso Estratégico

**Tabla 13. Proceso estratégico**

<b>PLAN ESTRATEGICO</b>				
<b>MISION</b>	<b>VISION</b>	<b>VALORES</b>	<b>POLITICAS</b>	
			<b>AMBIENTAL</b>	<b>CALIDAD</b>
Somos una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de cupcakes, satisfaciendo las necesidades y exigencias del cliente, brindándoles productos con variedad de diseños innovadores y llamativos con	Para el 2017 ser una empresa con gran posicionamiento en el mercado de la repostería a nivel nacional para todo tipo de eventos manteniendo relaciones directas con el cliente y satisfaciendo las necesidades	Liderazgo Trabajo en equipo Creatividad Innovación Responsabilidad Honestidad	Cumplir con la legislación ambiental Evaluar los impactos ambientales resultantes de la actividad empresarial Prevenir o minimizar cualquier impacto ambiental	Mantener contacto permanente con el cliente, buscando satisfacer sus necesidades en forma oportuna. Prevenir cualquier inconformidad por el trabajo realizado mediante un

<p>excelente calidad y atención personalizada al cliente.</p>	<p>de demanda del mercado, con diseños y productos innovadores, trabajando en un mejoramiento continuo, logrando el mayor progreso y bienestar para sus inversionistas y colaboradores.</p>		<p>Descartando los residuos de las preparaciones de una manera adecuada e inactivarlos debidamente.</p>	<p>seguimiento de los requerimientos del cliente Reducir las fallas o averías de los equipos, mediante una inspección y mantenimiento preventivo</p>
---	---	--	---	--

Fuente: elaboración propia

**Tabla 14. Propuesta de valor****PROPUESTA DE VALOR**

En la empresa “cupcakes Mama Lia” se trabaja permanentemente por materializar las ideas y necesidades del cliente, apoyados en un equipo idóneo que le garantiza su satisfacción, focalizadas en la calidad y el bajo costo.

Proporciona productos hechos a la medida y gusto del cliente, con diseños personalizados y una amplia oferta de sabores y presentaciones.

Fuente: elaboración propia

#### 4.5. Proceso Misional

Tabla 15. Proceso misional

PROCESO DE PRODUCCIÓN				
RESPONSABLE	OBJETIVO	ALCANCE	PROVEEDOR	SALIDA
✓ Diseñador de repostería y repostero  ✓ Decorador y empacador	Transformar la idea inicial en bocetos que serán el apoyo del modelado, esto para convertir la idea en producto.  De igual forma estudiar la cultura del consumidor para diseñar un sitio web que permita	✓ Plasmar la idea o necesidad del cliente en un esquema.  ✓ Solicitar insumos necesarios.  ✓ Preparar la mezcla para la cocción del cupcake.  ✓ Cocinar el cupcake.  ✓ Dejar enfriar el cupcake para la decoración.  ✓ Realizar el betún para la decoración del	Solicitud de pedido con especificaciones.  <b>INSUMOS</b> <b>MASA CUPCAKES</b> ✓ Harina ✓ Mantequilla ✓ Azúcar ✓ Huevo ✓ Polvo royal ✓ Leche ✓ Esencias  <b>CREMA DE MANTEQUILLA (Betun)</b> ✓ Mantequilla ✓ Extracto de vainilla	Cupcakes finales según las necesidades y especificaciones del cliente

	<p>que los clientes tengan conocimiento de los productos y precios</p>	<p>cupcake.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prepara la manga pastelera con la boquilla deseada para la decoración.</li> <li>✓ Llenar la manga pastelera de betun comestible.</li> <li>✓ Decorar el cupcake.</li> <li>✓ Añadir motivos decorativos.</li> <li>✓ Posteriormente hacer la revisión de especificaciones e iniciar la distribución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Leche</li> <li>✓ Azúcar glass o XXX</li> <li>✓ Colorantes comestibles en gel o líquidos</li> <li>✓ Lluvia de chocolate, grageas, gomas, figuras en fondant, perlas, salsas, entre otros</li> </ul>	
--	--	---	---	--

Fuente: elaboración propia

#### 4.6 Proceso De Apoyo

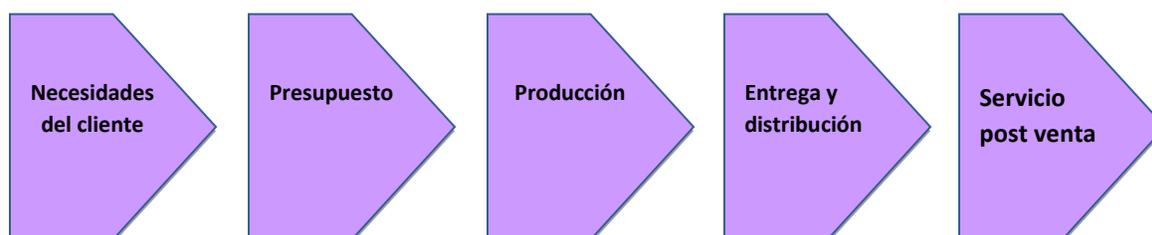
**Tabla 16. Proceso de apoyo**

<b>GESTIÓN HUMANA</b>				
<b>RESPONSABLE</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>ALCANCE</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>SALIDA</b>
Dueños de la empresa o coordinador de gestión humana	Asegurar el éxito de nuestro negocio con empleados competentes que garanticen un desempeño excelente	Reclutamiento, selección, contratación, inducción, desvinculación de personal, nomina, capacitación y entrenamiento y evaluación de desempeño	Determinación de necesidad de vincular talento humano y de sus competencias  Hojas de vida de aspirantes a ingresar a la empresa	Vinculación de un talento humano con alto desempeño en virtud de una buena selección.

Fuente: elaboración propia

**Tabla 17. Cadena de valor**

**CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA ORIENTADA A LA PRODUCCIÓN DE CUPCAKES**



<ul style="list-style-type: none"> <li>-Establecer las necesidades del cliente.</li> <li>- Fijar una idea de lo que se va hacer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presupuesto de inversión del cliente.</li> <li>- Aprobar presupuesto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Catalogo de diseños.</li> <li>- Degustación del producto.</li> <li>- Aprobación del cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega de producto final.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigar nuevas necesidades del cliente.</li> <li>- Desarrollar encuestas de medición de la satisfacción.</li> </ul>
---	---	--	--	---

Fuente: elaboración propia

La Cadena de Valor de la propuesta empresarial, está compuesta por:

Necesidades del cliente, Presupuesto, Producción, Entrega y distribución, Servicio Post venta.

**Tabla 18. Resultado estratégico**

Fuente: elaboración propia

## 5. RECURSOS CLAVES

### 5.1. Misional.

Para poder realizar los cupcakes es indispensable tener claro cuáles son los equipos, insumos o materia prima, personal encargado de la realización de los mismos y otros factores que complementaran el proceso; para poder llegar al objetivo final.

#### 5.1.1. Equipos / Utensilios

**Tabla 19. Equipos / Utensilios**

<b>EQUIPO / UTENSILIO</b>	<b>VALOR</b>
MOLDE ESTANDAR X 12	\$ 19.100
MOLDE ESTANDAR X 6	\$ 11.000
MOLDE INDIVIDUAL	\$ 1.000
ESPATULA JUEGO X 3	\$ 5.600
MANGA PASTELERA DESECHABLE	\$ 700
MANGA PASTELERA EN TELA	\$ 8.800
BOQUILLA GRANDE JUEGO X 16	\$ 19.400
BOQUILLA PEQUEÑA JUEGO X 16	\$ 18.100
ADAPTADOR PARA BOQUILLA GRANDE	\$ 2.100
ADAPTADOR PARA BOQUILLA PEQUEÑA	\$ 750
CUCHARAS + TASAS MEDIDORAS	\$ 7.500
CORTADORES METALICOS JUEGO X 3	\$ 5.000
JARRA MEDIDORA	\$ 1.500
BOLD	\$ 2.500
RODILLO ANTIHADERENTE	\$ 42.600
RODILLO MARCADOR	\$ 4.900
GRAMERA	\$ 13.000
BATIDORA	\$ 75.000
HORNO	\$ 164.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 402.550</b>

Fuente: elaboración propia

### 5.1.2 Materia Prima o Insumos

La materia prima o insumos son necesarios, fundamentales y la razón de ser para la elaboración de los cupcakes, dentro de estos insumos se tiene:

**Tabla 20. Insumos para la Masa**

<b>MATERIA PRIMA / INSUMOS</b>	<b>VALOR</b>
HARINA X 500g	\$ 1.300
MARGARINA X 250 g	\$ 1.700
AZUCAR X 250 g	\$ 1.000
HUEVO	\$ 300
POLVO ROYAL 30g	\$ 1.200
LECHE X 1000 ml	\$ 2.000
ESENCIA X 60 ml	\$ 1.500
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.000</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 21. Insumos para la Cobertura y Decoración.**

<b>MATERIA PRIMA / INSUMOS</b>	<b>VALOR</b>
MARGARINA X 250 g	\$ 1.700
ESENCIA X 60 ml	\$ 1.500
LECHE X 1000 ml	\$ 2.000
AZUCAR GLASS O XXX 500g	\$ 1.350
COLORANTE COMESTIBLE	\$ 2.400
COCTEL DE FRUTAS X 500g	\$ 3.400
CEREZAS X 250ml	\$ 3.500
CHIPS DE CHOCOLATE 500g	\$ 6.400
LECHERA X 395ml	\$ 2.700
LLUVIA DE CHOCOLATE x 2500g	\$ 12.000
GRAGEAS DECORATIVOS X 250 g	\$ 1.200
PERLAS DECORATIVOS X 120g	\$ 12.500
FONDANT X 1000 g	\$ 16.800
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 67.450</b>

Fuente: elaboración propia

**Tabla 22. Insumos para el Empaque.**

<b>MATERIA PRIMA / INSUMOS</b>	<b>VALOR</b>
CAPACILLOS #4 X 100	\$ 1.100
CAPACILLOS #5 X 100	\$ 1.450
CAPACILLOS DE MOTIVOS X 20	\$ 1.900
CAJAS EN ACETATO X 6	\$ 700
CAJAS EN ACETATO X 3	\$ 350
CAJAS EN ACETATO INDIVIDUAL	\$ 100
MOÑO DECORATIVO X UNIDAD	\$ 200
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.800</b>

Fuente: elaboración propia

### 5.1.2 Cargos

Los salarios de los cargos estarán asignados según evento realizado, ya que cupcakes Mama Lia tiene como propuesta iniciar con un sistema metu-orden, mientras logra un posicionamiento dentro del mercado en la delimitación geográfica mencionada anteriormente.

Figura 15.

### 5.1.3 Servicios Públicos

Para la preparación de los cupcakes es importante tener en cuenta que se requiere de la utilización de servicios públicos los cuales tendrán un valor aproximado de \$180.000 mensuales o \$6.000 por evento o día.

También un servicio de datos móviles por 1Gb, que tiene un costo de \$30.000.

## 5.2Estratégicos

**Figura 15. Salario Mensual Personal Inicial**



Fuente: elaboración propia

### 5.2.1. Gerente

El gerente requiere de diferentes útiles y papelería que le ayudaran a llevar a cabo las negociaciones y de esa manera cumplir con el objetivo y cumplir con las exigencias y gustos de los clientes. Tabla 23.

**Tabla 23. Útiles y Papelería**

PAPELERIA Y UTILES	
ARTICULO	VALOR
INTERNET	\$50.000
PAPELERIA	\$7.000
ESCRITORIO BASICO	\$75.000
SILLA EJECUTIVA	\$80.000
TELEFONO	\$25.000
IMPRESORA	\$400.000
PORTATIL	\$1.200.000
Procesador: intel core i5 2.4 mhz	
Disco duro: 1 tera	
Memoria Ram: 6 gb	
Marca: lenovo 14 pulgadas	
PUBLICIDAD	\$180.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.017.000</b>

Fuente: elaboración propia

### 5.2.2 Apoyo

**Mensajero.** Es un cargo que tendrá una remuneración por servicio prestado, la persona encargada contar con moto propia para realizar las entregas de los pedidos al cliente final.

Figura 16.

**Figura 16. Cargo de Apoyo con Salario por Evento**



Fuente: elaboración propia

## 6. ESTRUCTURA DE COSTOS

### 6.1 Proyección de Venta

Teniendo en cuenta las alianzas para comercialización mencionadas anteriormente se identifica una proyección de venta anual, para 5 años. Tabla 24.

**Tabla 24. Proyección venta anual por 5 años**

LINEA	1 AÑO			2 AÑO			3 AÑO			4 AÑO			5 AÑO		
	CANTIDAD	Y/UNI	Y/TOTAL	CANTIDAD	Y/UNI	Y/TOTAL									
<b>CUPCAKE SORPRE</b> 	2384	1450	<b>3456800</b>	2491	1493	<b>3719063</b>	2603	1535	<b>3995605</b>	2734	1576	<b>4308784</b>	2870	1619	<b>4646530</b>
<b>CUPCAKE FIESTA</b> 	5337	1400	<b>7471800</b>	5577	1441	<b>8036457</b>	5828	1482	<b>8637096</b>	6120	1522	<b>9314640</b>	6426	1563	<b>10043838</b>
<b>CUPCAKE TEMATIC</b> 	5453	1550	<b>8452150</b>	5698	1596	<b>9094008</b>	5955	1641	<b>9772155</b>	6253	1685	<b>10536305</b>	6565	1731	<b>11364015</b>
<b>CUPCAKE VEGANO</b> 	1292	1950	<b>2519400</b>	1350	2008	<b>2710800</b>	1411	2064	<b>2912304</b>	1481	2120	<b>3139720</b>	1556	2177	<b>3387412</b>
<b>CUPCAKE LIGHT</b> 	2376	1800	<b>4276800</b>	2483	1856	<b>4608448</b>	2595	1905	<b>4943475</b>	2724	1957	<b>5330868</b>	2861	2010	<b>5750610</b>

Fuente: <http://www.yourcupofcake.com/2013/08/strawberry-red-velvet-cupakes.html>

## 7. ESTRUCTURA FINANCIERA

### 7.1 Información Inicial

Tabla 25. Información general

PLAN DE EMPRESA						
PLAN DE EMPRESA:	Cupcakes Mama Lia				AÑO 1	2014
ELABORADO POR:	Martha Ivonne Vallejo Cañas				AÑO 2	2015
				AÑO 3	2016	
				AÑO 4	2017	
				AÑO 5	2018	
<b>1. INFORMACIÓN DE VARIABLES ECONÓMICAS</b>						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	2014	2015	2016	2017	2018	
IPC PROYECTADO	3.09%	2.95%	2.82%	2.70%	2.70%	
TASA CAMBIO PROYECTADA	1,890	2,050	2,050	2,100	2,130	
TASA DE INTERÉS PROYECTADA	14.00%	14.00%	14.00%	14.00%	14.00%	
PIB PROYECTADO	4.00%	4.50%	4.50%	5.00%	5.00%	
OTROS INDICADORES						
<b>1. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO</b>						
NÚMERO DE PRODUCTOS O SERVICIOS	5					
	1	2	3	4	5	
	CUPCAKE SORPRESA	CUPCAKE FIESTA	CUPCAKE TEMATICO	CUPCAKE VEGANO	CUPCAKE LIGHT	
<b>2. INFORMACIÓN PLAN DE MERCADEO</b>						
INGRESOS OPERATIVOS (Producto o servicio)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
	2014	2015	2016	2017	2018	
FACTOR CRECIMIENTO UNIDADES	4.00%	4.50%	4.50%	5.00%	5.00%	
FACTOR INCREMENTO PRECIOS	3.09%	2.95%	2.82%	2.70%	2.70%	
<b>CUPCAKE SORPRESA</b>	Cantidades	2,384	2,491	2,603	2,734	2,870
	Precio unitario	1,450	1,493	1,535	1,576	1,619
		<b>3,456,800</b>	<b>3,718,921</b>	<b>3,995,865</b>	<b>4,308,941</b>	<b>4,646,546</b>
<b>CUPCAKE FIESTA</b>	Cantidades	5,337	5,577	5,828	6,120	6,426
	Precio unitario	1,400	1,441	1,482	1,522	1,563
		<b>7,471,800</b>	<b>8,038,368</b>	<b>8,636,977</b>	<b>9,313,684</b>	<b>10,043,411</b>
<b>CUPCAKE TEMATICO</b>	Cantidades	5,453	5,698	5,955	6,253	6,565
	Precio unitario	1,550	1,596	1,641	1,685	1,731
		<b>8,452,150</b>	<b>9,093,055</b>	<b>9,770,206</b>	<b>10,535,702</b>	<b>11,361,174</b>
<b>CUPCAKE VEGANO</b>	Cantidades	1,292	1,350	1,411	1,481	1,556
	Precio unitario	1,950	2,008	2,064	2,120	2,177
		<b>2,519,400</b>	<b>2,710,440</b>	<b>2,912,284</b>	<b>3,140,461</b>	<b>3,386,516</b>
<b>CUPCAKE LIGHT</b>	Cantidades	2,376	2,483	2,595	2,724	2,861
	Precio unitario	1,800	1,853	1,905	1,957	2,010
		<b>4,276,800</b>	<b>4,601,099</b>	<b>4,943,738</b>	<b>5,331,080</b>	<b>5,748,770</b>
<b>TOTAL INGRESOS PROYECTADOS</b>		<b>26,176,950</b>	<b>28,161,883</b>	<b>30,259,070</b>	<b>32,629,868</b>	<b>35,186,418</b>

ESTRATEGIAS DE MERCADEO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2014	2015	2016	2017	2018
catalogos y volantes	180,000	185,310	190,536	195,680	200,964
pagina web	0	0	0	0	0
vendedor	0	0	0	0	0
Degustación	0	0	0	0	0
<b>TOTAL COSTOS ESTRATEGIAS</b>	<b>180,000</b>	<b>185,310</b>	<b>190,536</b>	<b>195,680</b>	<b>200,964</b>

### 3. INFORMACIÓN PLAN OPERATIVO

COSTOS VARIABLES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2014	2015	2016	2017	2018
FACTOR INCREMENTO COSTO VBLE		3.09%	2.95%	2.82%	2.70%	2.70%
CUPCAKE SORPRESA	Cantidades	2,384	2,491	2,603	2,734	2,870
	Costo unitar	790	813	836	859	882
		<b>1,883,360</b>	<b>2,026,170</b>	<b>2,177,057</b>	<b>2,347,630</b>	<b>2,531,567</b>
CUPCAKE FIESTA	Cantidades	5,337	5,577	5,829	6,120	6,426
	Costo unitar	580	597	614	631	648
		<b>3,095,460</b>	<b>3,330,181</b>	<b>3,578,176</b>	<b>3,858,526</b>	<b>4,160,842</b>
CUPCAKE TEMATICO	Cantidades	5,453	5,698	5,955	6,253	6,565
	Costo unitar	613	631	649	666	684
		<b>3,342,689</b>	<b>3,596,157</b>	<b>3,863,959</b>	<b>4,166,700</b>	<b>4,493,161</b>
CUPCAKE VEGANO	Cantidades	1,292	1,350	1,411	1,481	1,556
	Costo unitar	900	927	953	978	1,005
		<b>1,162,800</b>	<b>1,250,972</b>	<b>1,344,131</b>	<b>1,449,444</b>	<b>1,563,007</b>
CUPCAKE LIGHT	Cantidades	2,376	2,483	2,595	2,724	2,861
	Costo unitar	863	888	914	938	964
		<b>2,050,488</b>	<b>2,205,971</b>	<b>2,370,248</b>	<b>2,555,957</b>	<b>2,756,216</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>		<b>11,534,797</b>	<b>12,409,452</b>	<b>13,333,571</b>	<b>14,378,257</b>	<b>15,504,793</b>
COSTOS FIJOS		2014	2015	2016	2017	2018
FACTOR INCREMENTO COSTOS Fijos Valor mes		3.09%	2.95%	2.82%	2.70%	2.70%
arriendo	0	0	0	0	0	0
servicios publicos	160,000	1,920,000	1,976,640	2,032,381	2,087,256	2,143,611
Internet	50,000	600,000	617,700	635,119	652,267	669,879
Costo 4	0	0	0	0	0	0
Costo 5	0	0	0	0	0	0
Costo 6	0	0	0	0	0	0
Costo 7	0	0	0	0	0	0
Costo 8	0	0	0	0	0	0
Costo 9	0	0	0	0	0	0
Costo 10	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>		<b>2,520,000</b>	<b>2,594,340</b>	<b>2,667,500</b>	<b>2,739,523</b>	<b>2,813,490</b>

<b>GASTOS OPERATIVOS</b>		<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>FACTOR INCREMENTO GASTOS OP</b>	<b>Valor mes</b>	3.09%	2.95%	2.82%	2.70%	2.70%
papeleria	7,000	84,000	86,478	88,917	91,317	93,783
articulos de aseo	20,000	240,000	247,080	254,048	260,907	267,951
cafeteria	6,000	72,000	74,124	76,214	78,272	80,385
transporte	20,000	240,000	247,080	254,048	260,907	267,951
Gasto operativo 5	0	0	0	0	0	0
Gasto operativo 6	0	0	0	0	0	0
Gasto operativo 7	0	0	0	0	0	0
Gasto operativo 8	0	0	0	0	0	0
Gasto operativo 9	0	0	0	0	0	0
Gasto operativo 10	0	0	0	0	0	0
<b>SUBTOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>		<b>636,000</b>	<b>654,762</b>	<b>673,226</b>	<b>691,403</b>	<b>710,071</b>
Gasto por depreciación		516,000	516,000	516,000	116,000	116,000
Gasto por amortización		233,333	233,333	233,333	0	0
Gasto por impuestos		58,763	324,404	348,316	373,827	402,412
Gasto por publicidad		180,000	185,310	190,536	195,680	200,964
Gasto por salarios		9,600,000	9,883,200	10,161,906	10,436,278	10,718,057
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>		<b>11,224,097</b>	<b>11,797,009</b>	<b>12,123,318</b>	<b>11,813,189</b>	<b>12,147,504</b>

**ACTIVOS FIJOS****MUEBLES, ENSERES Y EQ. OFICINA**

1 Escritorio Basico	75,000
1 Silla Ejecutiva	80,000
1 Telefono	25,000
Activo 4	0
Activo 5	0
Activo 6	0
Activo 7	0
Activo 8	0

**180,000****Vida útil año:** 5**Vr. Salvamen** 0**Dep. Anual** 36,000**MAQUINARIA Y EQUIPO**

Impresora	400,000
Activo 2	0
Activo 3	0
Activo 4	0
Activo 5	0

**400,000****Vida útil año:** 5**Vr. Salvamen** 0**Dep. Anual** 80,000

**VEHICULOS**

vehículo 2014	0
Activo 2	0
Activo 3	0
Activo 4	0
Activo 5	0

Vida útil año: 5

Yr. Salvamen: 0

Dep. Anual: 0

0

**TERRENOS**

Activo 1	0
Activo 2	0

0

**EDIFICACIONES**

Activo 1	0
Activo 2	0
Activo 3	0

Vida útil año: 5

Yr. Salvamen: 0

Dep. Anual: 0

0

**EQUIPO DE COMPUTO**

computador	0
portatil	1,200,000
tablet	0
Celular	0
Activo 5	0

Vida útil año: 3

Yr. Salvamen: 0

Dep. Anual: 400,000

1,200,000

**INVERSIONES DIFERIDAS**

gastos legales	700,000
adecuaciones	0
software	0

Vida útil año: 3

Amortizaci: 233,333

700,000

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Total activos fijos invertidos	2,480,000					
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>2,480,000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
TOTAL DEPRECIACIÓN		516,000	516,000	516,000	116,000	116,000
TOTAL AMORTIZACIÓN		233,333	233,333	233,333	0	0
<b>OTROS EGRESOS</b>		<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO 1.00%			261,770	281,619	302,591	326,299
IMPUESTO TRANSACCION FINANCIERA 0.40%		58,763	62,634	66,697	71,237	76,113

4. PLAN ADMINISTRATIVO						
SALARIOS		2014	2015	2016	2017	2018
<b>FACTOR INCREMENTO SALARIOS</b>	<b>Valor mes</b>	3.09%	2.95%	2.82%	2.70%	2.70%
gerente	800,000	9,600,000	9,883,200	10,161,906	10,436,278	10,718,057
Diseñador Repostero	0	0	0	0	0	0
Decorador Empacador	0	0	0	0	0	0
Empleado 4	0	0	0	0	0	0
Empleado 5	0	0	0	0	0	0
Empleado 6	0	0	0	0	0	0
Empleado 7	0	0	0	0	0	0
Empleado 8	0	0	0	0	0	0
Empleado 9	0	0	0	0	0	0
Empleado 10	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL NOMINA</b>		<b>9,600,000</b>	<b>9,883,200</b>	<b>10,161,906</b>	<b>10,436,278</b>	<b>10,718,057</b>

5. OTRA INFORMACIÓN FINANCIERA						
CAPITAL DE TRABAJO		2014	2015	2016	2017	2018
Meses de capital de trabajo al inicio	5	5,414,485				
Días de existencia de inventarios	1	72,714				
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>5,487,198</b>				
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>7,967,198</b>				

FINANCIACIÓN						
Recursos propios	7,956,556	TMRR	18.00%	CPP Proveedor	0.00%	
Crédito con terceros	10,642	Vr. Cuota me	0	CPP Otro pasiv	0.00%	
Plazo del crédito en meses	60					
Tasa de interés proyectada crédito	12.00%	0.949%				
Tasa de interés esperada inversión	10.00%					
Tasa de impuestos	10.00%					
Días de cartera	15					
Días de inventarios	30					
Días de proveedores	30					
Saldo mínimo en caja	500,000					
Cuentas por cobrar		1,090,706	1,173,412	1,260,795	1,359,578	1,466,101
Inventario mercancías		961,233	1,034,121	1,111,131	1,198,188	1,292,066
Proveedores		961,233	1,034,121	1,111,131	1,198,188	1,292,066
Ventas de contado		25,086,244	26,988,471	28,998,275	31,270,290	33,720,317
Compras de contado		10,573,564	11,375,331	12,222,440	13,180,069	14,212,727

Fuente: elaboración propia

## 7.2 Ingresos

Tabla 26. Ingresos

<b>Cupcakes Mama Lia</b>					
<b>INGRESOS</b>					
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
CUPCAKE SORPRESA	3,456,800	3,718,921	3,995,865	4,308,941	4,646,546
CUPCAKE FIESTA	7,471,800	8,038,368	8,636,977	9,313,684	10,043,411
CUPCAKE TEMATICO	8,452,150	9,093,055	9,770,206	10,535,702	11,361,174
CUPCAKE VEGANO	2,519,400	2,710,440	2,912,284	3,140,461	3,386,516
CUPCAKE LIGHT	4,276,800	4,601,099	4,943,738	5,331,080	5,748,770
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVO</b>	<b>26,176,950</b>	<b>28,161,883</b>	<b>30,259,070</b>	<b>32,629,868</b>	<b>35,186,418</b>
Ingresos financieros	0	554,388	803,630	1,144,516	1,601,212
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>26,176,950</b>	<b>28,716,271</b>	<b>31,062,700</b>	<b>33,774,384</b>	<b>36,787,630</b>

<b>Análisis vertical año 1</b>		
CUPCAKE SORPRESA	13%	Distribución porcentual de los ingresos respecto al total
CUPCAKE FIESTA	29%	
CUPCAKE TEMATICO	32%	
CUPCAKE VEGANO	10%	
CUPCAKE LIGHT	16%	

<b>Análisis horizontal ingresos</b>		
2014		Crecimiento anual
2015	8%	
2016	7%	
2017	8%	
2018	8%	

Fuente: elaboración propia

## 7.3 Egresos

Tabla 27. Egresos

Cupcakes Mama Lia					
EGRESOS					
	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Costos variables</b>	<b>11,534,797</b>	<b>12,409,452</b>	<b>13,333,571</b>	<b>14,378,257</b>	<b>15,504,793</b>
<b>Costos fijos</b>	<b>2,520,000</b>	<b>2,594,340</b>	<b>2,667,500</b>	<b>2,739,523</b>	<b>2,813,490</b>
arriendo	0	0	0	0	0
servicios publicos	1,920,000	1,976,640	2,032,381	2,087,256	2,143,611
Internet	600,000	617,700	635,119	652,267	669,879
Costo 4	0	0	0	0	0
Costo 5	0	0	0	0	0
Costo 6	0	0	0	0	0
Costo 7	0	0	0	0	0
Costo 8	0	0	0	0	0
Costo 9	0	0	0	0	0
Costo 10	0	0	0	0	0
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>14,054,797</b>	<b>15,003,792</b>	<b>16,001,072</b>	<b>17,117,779</b>	<b>18,318,283</b>
<b>Gastos operativos</b>	<b>11,224,097</b>	<b>11,797,009</b>	<b>12,123,318</b>	<b>11,813,189</b>	<b>12,147,504</b>
papeleria	84,000	86,478	88,917	91,317	93,783
articulos de aseo	240,000	247,080	254,048	260,907	267,951
cafeteria	72,000	74,124	76,214	78,272	80,385
transporte	240,000	247,080	254,048	260,907	267,951
Gasto operativo 5	0	0	0	0	0
Gasto operativo 6	0	0	0	0	0
Gasto operativo 7	0	0	0	0	0
Gasto operativo 8	0	0	0	0	0
Gasto operativo 9	0	0	0	0	0
Gasto operativo 10	0	0	0	0	0
Gasto por depreciación	516,000	516,000	516,000	116,000	116,000
Gasto por amortización	233,333	233,333	233,333	0	0
Gasto por impuestos	58,763	324,404	348,316	373,827	402,412
Gasto por publicidad	180,000	185,310	190,536	195,680	200,964
Gasto por salarios	3,600,000	3,883,200	10,161,906	10,436,278	10,718,057
<b>Gastos financieros</b>	<b>1,277</b>	<b>1,430</b>	<b>1,602</b>	<b>1,794</b>	<b>2,010</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>11,225,374</b>	<b>11,798,439</b>	<b>12,124,920</b>	<b>11,814,983</b>	<b>12,149,514</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>25,280,171</b>	<b>26,802,231</b>	<b>28,125,991</b>	<b>28,932,762</b>	<b>30,467,797</b>
<b>Análisis vertical año 1</b>					
Costos variables	46%	Distribución del total egresos en cada concepto			
Costos fijos	10%				
Gastos administrativos	44%				
Gastos financieros	0%				
<b>Análisis horizontal egresos</b>					
2014		Crecimiento anual			
2015	6%				
2016	5%				
2017	3%				
2018	5%				

Fuente: elaboración propia

## 7.4 Plan de Amortización

Tabla 28. Plan de amortización

<b>Cupcakes Mama Lia</b>	
<b>PLAN DE AMORTIZACIÓN</b>	

<b>VALOR PRESTAMO</b>	<b>10,642</b>
<b>PLAZO</b>	<b>60</b>
<b>TASA</b>	<b>0.949%</b>
<b>CUOTA MES</b>	<b>0</b>

<b>CUOTA</b>	<b>INICIAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
1	10,642	101		10,743
2	10,743	102		10,845
3	10,845	103		10,948
4	10,948	104		11,052
5	11,052	105		11,157
6	11,157	106		11,263
7	11,263	107		11,370
8	11,370	108		11,478
9	11,478	109		11,587
10	11,587	110		11,696
11	11,696	111		11,807
12	11,807	112		11,920
<b>año 1</b>		<b>1,277</b>		

13	11,920	113		12,033
14	12,033	114		12,147
15	12,147	115		12,262
16	12,262	116		12,378
17	12,378	117		12,496
18	12,496	119		12,614
19	12,614	120		12,734
20	12,734	121		12,855
21	12,855	122		12,977
22	12,977	123		13,100
23	13,100	124		13,224
24	13,224	125		13,350
<b>Año 2</b>		<b>1,430</b>		

<b>Año 3</b>		<b>1,602</b>	
37	14,952	142	15,094
38	15,094	143	15,237
39	15,237	145	15,381
40	15,381	146	15,527
41	15,527	147	15,675
42	15,675	149	15,824
43	15,824	150	15,974
44	15,974	152	16,125
45	16,125	153	16,278
46	16,278	154	16,433
47	16,433	156	16,589
48	16,589	157	16,746
<b>Año 4</b>		<b>1,794</b>	

<b>Año 4</b>		<b>1,794</b>	
49	16,746	159	16,905
50	16,905	160	17,065
51	17,065	162	17,227
52	17,227	163	17,391
53	17,391	165	17,556
54	17,556	167	17,722
55	17,722	168	17,891
56	17,891	170	18,060
57	18,060	171	18,232
58	18,232	173	18,405
59	18,405	175	18,579
60	18,579	176	18,756
<b>Año 5</b>		<b>2,010</b>	

Análisis del crédito  
Destinación de los recursos  
relación plazo crédito y proyecto  
Capacidad de pago

Fuente: elaboración propia

## 7.5 Inversión

Tabla 29. Inversión

Cupcakes Mama Lia			
INVERSIÓN ACTIVOS			
	Valor total del activo	Años de vida útil	Depreciación y amortización
<b>MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA</b>			
1 Escritorio Basico	75.000	5	36.000
1 Silla Ejecutiva	80.000		
1 Telefono	25.000		
Activo 4	0		
Activo 5	0		
Activo 6	0		
Activo 7	0		
Activo 8	0		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>180.000</b>		<b>36.000</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
Impresora	400.000	5	80.000
Activo 2	0		
Activo 3	0		
Activo 4	0		
Activo 5	0		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>400.000</b>		<b>80.000</b>
<b>VEHICULOS</b>			
vehiculo 2014	0	5	0
Activo 2	0		
Activo 3	0		
Activo 4	0		
Activo 5	0		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0</b>		<b>0</b>

TERRENOS			
Activo 1	0		
Activo 2	0		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0</b>		
EDIFICACIONES			
Activo 1	0	5	0
Activo 2	0		
Activo 3	0		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0</b>		<b>0</b>

EQUIPO DE COMPUTO			
computador	0	3	400.000
portatil	1.200.000		
tablet	0		
Celular	0		
Activo 5	0		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.200.000</b>		<b>400.000</b>
SOFTWARE			
gastos legales	700.000	3	233.333
adecuaciones	0		
software	0		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>700.000</b>		<b>233.333</b>
<b>TOTALES</b>	<b>2.480.000</b>		<b>749.333</b>

INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	
Capital de trabajo	5.414.485
Inventarios	72.714
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>7.967.198</b>

Análisis de las inversiones Plazo de amortización o depreciación Capital de trabajo y plazo
---

## 7.6 Estado de Resultados

**Tabla 30. Estado de resultados**

Cupcakes Mama Lia					
ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	26.176.950	28.161.883	30.259.070	32.629.868	35.186.418
Costos	14.054.797	15.003.792	16.001.072	17.117.779	18.318.283
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>12.122.153</b>	<b>13.158.091</b>	<b>14.257.998</b>	<b>15.512.089</b>	<b>16.868.135</b>
Gastos operativos	11.224.097	11.797.009	12.123.318	11.813.189	12.147.504
<b>Utilidad antes impuestos e intereses</b>	<b>898.056</b>	<b>1.361.082</b>	<b>2.134.681</b>	<b>3.698.900</b>	<b>4.720.631</b>
Gastos financieros	1.277	1.430	1.602	1.794	2.010
Ingresos financieros	0	554.388	803.630	1.144.516	1.601.212
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>896.779</b>	<b>1.914.040</b>	<b>2.936.709</b>	<b>4.841.622</b>	<b>6.319.834</b>
Impuestos	89.678	191.404	293.671	484.162	631.983
<b>Utilidad neta</b>	<b>807.101</b>	<b>1.722.636</b>	<b>2.643.038</b>	<b>4.357.459</b>	<b>5.687.850</b>

Fuente: elaboración propia

## 7.7 Efectivo

Tabla 31. Efectivo

Cupcakes Mama Lia						
FLUJO DE EFECTIVO						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>SALDO INICIAL</b>	0	5.414.485	6.043.882	8.536.302	11.945.159	16.512.121
<b>FUENTES DE EFECTIVO:</b>						
Ventas de contado		25.086.244	26.988.471	28.998.275	31.270.290	33.720.317
Recuperación de cartera			1.090.706	1.173.412	1.260.795	1.359.578
Adquisición de préstamos	10.642					
Aportes de capital	7.956.556					
Rendimientos financieros			554.388	803.630	1.144.516	1.601.212
Venta de activos fijos						
<b>TOTAL FUENTES</b>	<b>7.967.198</b>	<b>25.086.244</b>	<b>28.633.565</b>	<b>30.975.317</b>	<b>33.675.601</b>	<b>36.681.107</b>
<b>TOTAL FUENTES</b>	<b>7.967.198</b>	<b>25.086.244</b>	<b>28.633.565</b>	<b>30.975.317</b>	<b>33.675.601</b>	<b>36.681.107</b>
<b>USOS DE EFECTIVO</b>						
Costos operativos		13.982.083	14.042.559	14.966.951	16.006.649	17.120.095
Gastos operativos		11.224.097	11.797.009	12.123.318	11.813.189	12.147.504
Pago de proveedores			961.233	1.034.121	1.111.131	1.198.188
Inversión en activos fijos e inventarios	2.552.714					
Servicio de la deuda		-1.277	-1.430	-1.602	-1.794	-2.010
Intereses		1.277	1.430	1.602	1.794	2.010
Impuestos			89.678	191.404	293.671	484.162
Dividendos						
Depreciación y amortización (-)		-749.333	-749.333	-749.333	-116.000	-116.000
<b>TOTAL USOS</b>	<b>2.552.714</b>	<b>24.456.846</b>	<b>26.141.145</b>	<b>27.566.460</b>	<b>29.108.639</b>	<b>30.833.949</b>
<b>EXCEDENTE O DÉFICIT EFECTIVO</b>	<b>5.414.485</b>	<b>629.397</b>	<b>2.492.420</b>	<b>3.408.857</b>	<b>4.566.962</b>	<b>5.847.158</b>
<b>SALDO FINAL DE EFECTIVO</b>	<b>5.414.485</b>	<b>6.043.882</b>	<b>8.536.302</b>	<b>11.945.159</b>	<b>16.512.121</b>	<b>22.359.279</b>

Fuente: elaboración propia

## 7.8 Balance General

Tabla 32. Balance General

Cupcakes Mama Lia						
BALANCE GENERAL						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Activos corrientes</b>						
Disponible	5.414.485	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Inversiones temporales		5.543.882	8.036.302	11.445.159	16.012.121	21.859.279
Deudores (cuentas por cobrar)		1.090.706	1.173.412	1.260.795	1.359.578	1.466.101
Inventarios	72.714	961.233	1.034.121	1.111.131	1.198.188	1.292.066
Otros activos						
<b>Total activo corriente</b>	<b>5.487.198</b>	<b>8.095.821</b>	<b>10.743.835</b>	<b>14.317.085</b>	<b>19.069.887</b>	<b>25.117.446</b>
<b>Activos de largo plazo</b>						
Muebles y enseres	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Maquinaria y equipo	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	0	0	0	0	0	0
Equipo de computación	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Depreciación acumulada	0	(516.000)	(1.032.000)	(1.548.000)	(1.664.000)	(1.780.000)
Software	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000
Amortización acumulada	0	(233.333)	(466.667)	(700.000)	(700.000)	(700.000)
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>2.480.000</b>	<b>1.730.667</b>	<b>981.333</b>	<b>232.000</b>	<b>116.000</b>	<b>0</b>
<b>Total activos</b>	<b>7.967.198</b>	<b>9.826.488</b>	<b>11.725.168</b>	<b>14.549.085</b>	<b>19.185.887</b>	<b>25.117.446</b>
<b>Pasivos corrientes</b>						
Proveedores	0	961.233	1.034.121	1.111.131	1.198.188	1.292.066
Impuesto por pagar		89.678	191.404	293.671	484.162	631.983
Obligaciones financieras corrientes	(1.277)	(1.430)	(1.602)	(1.794)	(2.010)	0
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>(1.277)</b>	<b>1.049.481</b>	<b>1.223.923</b>	<b>1.403.008</b>	<b>1.680.341</b>	<b>1.924.049</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>						
Obligaciones financieras no corrientes	11.920	13.350	14.952	16.746	18.756	18.756
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>11.920</b>	<b>13.350</b>	<b>14.952</b>	<b>16.746</b>	<b>18.756</b>	<b>18.756</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>10.642</b>	<b>1.062.831</b>	<b>1.238.875</b>	<b>1.419.754</b>	<b>1.699.096</b>	<b>1.942.805</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital	7.956.556	7.956.556	7.956.556	7.956.556	7.956.556	7.956.556
Reserva Legal	0	0	80.710	252.974	517.278	953.023
Utilidades retenidas	0	0	726.391	2.276.763	4.655.498	8.577.211
Utilidad del periodo	0	807.101	1.722.636	2.643.038	4.357.459	5.687.850
<b>Total patrimonio</b>	<b>7.956.556</b>	<b>8.763.657</b>	<b>10.486.293</b>	<b>13.129.331</b>	<b>17.486.790</b>	<b>23.174.641</b>
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>7.967.198</b>	<b>9.826.488</b>	<b>11.725.168</b>	<b>14.549.085</b>	<b>19.185.887</b>	<b>25.117.446</b>

Fuente: elaboración propia

## 7.9 Flujo de Caja

**Tabla 33. Flujo de caja**

Cupcakes Mama Lia					
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO					
Concepto	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	26.176.950	28.161.883	30.259.070	32.629.868	35.186.418
Costos	14.054.797	15.003.792	16.001.072	17.117.779	18.318.283
Gastos operativos	11.224.097	11.797.009	12.123.318	11.813.189	12.147.504
<b>Utilidad operativa</b>	<b>898.056</b>	<b>1.361.082</b>	<b>2.134.681</b>	<b>3.698.900</b>	<b>4.720.631</b>
Impuesto de renta operativo	89.806	136.108	213.468	369.890	472.063
Beneficio fiscal financiero	-128	55.296	80.203	114.272	159.920
<b>Utilidad operativa despues de impuestos</b>	<b>808.379</b>	<b>1.169.678</b>	<b>1.841.010</b>	<b>3.214.738</b>	<b>4.088.648</b>
Depreciación y amortización	749.333	749.333	749.333	116.000	116.000
<b>Flujo de caja bruto operativo</b>	<b>1.557.712</b>	<b>1.919.011</b>	<b>2.590.343</b>	<b>3.330.738</b>	<b>4.204.648</b>
<b>TIR DEL PROYECTO</b>	<b>17%</b>				
<b>VPN DEL PROYECTO</b>	<b>#¡VALOR!</b>				
Servicio de la deuda	-1.277	-1.430	-1.602	-1.794	-2.010
Gastos financieros	1.277	1.430	1.602	1.794	2.010
<b>Flujo de caja libre del inversionista</b>	<b>1.557.712</b>	<b>1.919.011</b>	<b>2.590.343</b>	<b>3.330.738</b>	<b>4.204.648</b>
<b>TIR DEL INVERSIONISTA</b>	<b>17%</b>				
<b>VPN</b>	<b>#¡VALOR!</b>				

Fuente: elaboración propia

## 7.10 Punto de Equilibrio

**Tabla 34. Punto de equilibrio**

PUNTO DE EQUILIBRIO - PRIMER AÑO			
<b>COSTOS FIJOS:</b>	<b>2014</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>2014</b>
Costos fijos	2.520.000	Precio de venta promedio	1.554
Gastos operativos	11.224.097	<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b>	<b>1.554</b>
Gastos financieros	1.277	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>2014</b>
Impuestos	89.678	<b>EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - ANUAL</b>	<b>15.914</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>13.835.052</b>	<b>EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENSUAL</b>	<b>1.326</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>2014</b>	<b>EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL</b>	<b>24.734.030</b>
Costo variable promedio	685	<b>EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL</b>	<b>2.061.169</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>685</b>		

Fuente: elaboración propia

**8. IMAGEN CORPORATIVA (Ver archivo adjunto)**



## **9. EMPRENDEDOR**

**MARTHA IVONNE VALLEJO CAÑAS**

**TECNOLOGA EN PRODUCCION INDUSTRIAL**

### **DATOS PERSONALES**

IDENTIFICACIÓN:	C.C. 43.277.934
LUGAR DE RESIDENCIA:	Copacabana (Antioquia), Cra 50 # 44 – 35
CORREO ELECTRONICO:	martitaivonne@hotmail.com
TELÉFONO:	206 71 15
CELULAR:	320 7687651

### **PERFIL OCUPACIONAL**

El tecnólogo en Producción Industrial es un profesional responsable técnica y socialmente, comprometido con el desarrollo industrial de la región y del país, que se encuentra en capacidad de diseñar y gestionar sistemas de planeación, programación y control de la producción en las organizaciones, sistemas de inventario, logísticos y de distribución y de intervenir en los programas y procesos de calidad y mantenimiento de la industria, por medio de técnicas matemáticas, científicas y estadísticas, y de gestionar los recursos humanos de acuerdo a metas e indicadores, por medio de estudios y herramientas que potencian la relación de recursos físicos y humanos para aumentar la productividad de la industria en que se desempeña

## 10. CONCLUSIONES

En la actualidad existen muchas empresas de reposterías que se dedican a la elaboración y comercialización de cupcakes, por eso cupcakes Mama Lía ofrecerá a diferencia de estas; un valor agregado que consiste en realizar los cupcakes con los diseños que el cliente prefiera, teniendo en cuenta que los cupcakes se elaboraran con capcillos en material decorativo reciclable, lo cual los hará más novedosos e innovadores. Adicionalmente se contara con el cupcake sorpresa, el cual en lugar de relleno tendrá un mini recordatorio del evento.

Debido a la delimitación geográfica realizada por medio de investigaciones se define que el municipio de Copacabana es un buen lugar para poder tener un buen posicionamiento en el mercado y a su vez expandir el negocio de manera rápida. El municipio cuenta con una gran variedad de eventos y sus principales ingresos son debido al comercio.

Cabe resaltar que los productos de repostería en general tiene una gran cabida dentro del mercado, pues esto facilita de una manera divertida e innovadora la celebración de cualquier evento.

Por tal motivo una de las principales estrategias para que cupcakes Mama Lía se de a conocer serán las redes sociales, las cuales son un medio masivo de comunicación con mucha acogida por el común de la población.

Dentro de las relaciones con los clientes se destaca que existen tres tipos entre los cuales esta los dispuesto a escuchar sugerencias acerca de los diseños de los productos y se acoge a una de las posibilidades ofrecidas, también están los que simplemente delega toda las responsabilidades y deja que la empresa tome las decisiones, pero espera que todo salga como lo imaginaba y finalmente está el que exige el diseño propio y espera que no hallan cambios. En realidad hay que ser concientes que para la creación de una empresa se debe estar preparado para cumplir con las necesidades y expectativas del cliente.

Por eso cupcakes Mama Lía piensa en una segmentación del mercado donde pueda verse beneficiada la población en general. Debido a esto cupcakes Mama Lía está dirigido a personas de todos los sexos y edades, pero principalmente estará enfocado a personas entre los 3 y 14 años de edad quienes por su edad consumen con más frecuencia estos productos. Dentro del mercado objetivo que quiere lograr obtener cupcakes Mama Lía, está considerado el 6% de la población de Copacabana (Antioquia) que para el 2014 según cifras del dane es de 111.664 habitantes.

Una vez cupcake Mama Lía tenga un posicionamiento en el mercado por la calidad del producto y servicio, satisfaciendo las necesidades de los clientes, es más importante tener una empresa que genere rentabilidad y menos costos manteniendo a los clientes ya existentes que hacer nuevos clientes.

Para poder lograr esto cupcakes Mama Lía ha considerado diferentes estrategias para poder atraer nuevos clientes, entre los cuales esta repartir volantes con una imagen llamativa,

ofrecer degustaciones para que el cliente pueda tener la confianza y puedan dimensionar la calidad del producto. También por ser un producto nuevo en el mercado ofrecerá descuentos, participar en los eventos que realiza el municipio para poder darse a conocer de manera diferente. Cabe añadir que como se mencionaba anteriormente utilizar las redes sociales es un apoyo muy grande para cualquier empresa; por eso se creara una imagen diferente que llame la atención e impacte al cliente en Facebook, youtube y la creación de una página Web donde el cliente pueda observar los diferentes diseños y líneas con las que contara la cupcakes Mama Lía.

Con respecto a las investigaciones realizadas en el municipio de las posibles competencias se pudo notar que principalmente existen dos que son: Tortas & Tortas y Tortas Envinadas Las Negras, quienes cuentan con una gran variedad de productos que se dividen en líneas, cuentan con puntos de venta donde hacen la comercialización de los productos, pero cabe resaltar que para cupcakes Mama Lía son competencias indirectas ya que los cupcakes no están dentro de los productos que ofrecen.

Para las alianzas que se realizaran con proveedores se tuvieron en cuenta cotizaciones de diferentes almacenes de repostería reconocidos, porque se tiene una confianza de la calidad de los productos que comercializan. Dentro de ellos tenemos a tienda de repostería La Viña, almacenes Bronce, Harinas Luifer. Pues estos nos ofrecen precios favorables y variedad de propuestas de pago. Teniendo en cuenta un beneficio mutuo en la negociación.

Para poder crear la empresa cupcakes Mama Lía se ha pensado en realizar alianzas estratégicas con empresas que brindan capacitaciones y asesorías en el desarrollo del proyecto para lograr un gran posicionamiento en el mercado.

Adicionalmente dentro de la delimitación geográfica se cuenta con gran variedad de instituciones y empresas que hacen reconocimientos a sus empleados por diferentes motivos y a los cuales se les plantearán propuestas tentadoras que cubrirán sus necesidades, dentro de ellas tenemos a la Cooperativa Financiera Jhon F Kennedy, El Impacto del Peluquero, Restaurante H&M, Casa de Banquetes el Lago, Colegio Normal de Copacabana e incluso la alcaldía del mismo municipio.

Dentro del esquema del proceso en general se identificaron las necesidades del cliente dando importancias a las opiniones de los mismos, realizando entrevistas y encuestas que permitan desarrollar un proceso de fabricación y comercialización que cumpla con lo pactado por el cliente y de un reconocimiento por calidad en el producto y servicio. Teniendo en cuenta este estudio previo se incorpora en la creación de la empresa una misión, visión, valores corporativos y políticas, para proyectar mayor credibilidad y confianza a los clientes. Adicionalmente en el desarrollo del proyecto se incluyen los procesos detallados de la elaboración de los cupcakes teniendo en cuenta la propuesta de valor que indiscutiblemente es cumplir con las necesidades de gusto de los clientes. Es necesario que para tener un buen éxito se definan que tipo de implementos y recursos son necesarios y generaran una completa inocuidad del producto.

También se diseñaron cinco líneas con las cuales el cliente tiene la posibilidad de dimensionar el producto y los diferentes diseños que se ofrecen, sin dejar de lado la posibilidad de que el cliente tenga su propio diseño.

Para cupcakes Mama Lía, financieramente se muestra con una proyección para el 2014 se tendrán unos ingresos de \$26.176.950 que se incrementan durante los cinco años siguientes hasta llegar a la suma \$35.186.418; de igual manera se proyectan unos ingresos de \$25.280.171 para el primer año de proyección hasta alcanzar la suma de \$30.467.797 en el quinto año.

Con relación al estado de resultados se arroja una utilidad de \$807.101 para el primer año, que se incrementa en \$5.687.850 para el quinto año proyectado. Los saldos finales de efectivo son positivos durante los cinco primeros años de proyección.

En el balance general el total de activos inicia con \$7.967.198 hasta alcanzar los \$225.117.446 hasta el quinto año de proyección. El total de los pasivos más el patrimonio se comporta de igual manera que los activos ya relacionados. Finalmente el flujo de caja también es positivo durante los años de proyección.

De acuerdo al estudio realizado se puede decir que cupcakes Mama Lía tiene una buena proyección para los cinco primeros años y que con un buen manejo de los recursos y con buenas estrategias de mercado sumado al reconocimiento que va adquiriendo, su proyección día a día será positiva.

## REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Bakery (2013). Revista Bakemania, fascículo 3, 2013
- Brillant Savarin (2005). Happy day, 2005
- Contreras (2010). Revista Cup & Cake, edición 4, 2010
- Cuenca (2014). Gobierno en línea municipio de Copacabana
- Escobar (2014). Especialista en repostería
- Fonnegra (2013). Para vegetarianos, 2013
- Fush (2014). Revista Directo al paladar, edición 7, 2014
- Gómez (2007). Repostería básica, 2007
- Gómez (2013). Repostería básica, 2013
- Hidalgo (2010). Vainilla de food & Cook, 2010
- Laissle (2013). Dale gusto a tu vida de manera Light, 2013
- López (2013). Chef experto
- Morato (2012). Decoraciones y decoraciones, 2012
- Pamo (2011). Cocina Fácil, 2011
- Petryk (2013). Muffins y algo más, 2013
- Torreblanca (2006). Decoraciones y decoraciones, 2012
- Trejos (2013). Revista Postres y Cupcakes, edición 1, 2013

## CIBERGRAFIA

Cartilla de formación ciudadana. Recuperado de:

<http://laberraquerapresbiteriana.jimdo.com/sociales/>

Cupcakes temáticos. Recuperado de: <http://www.zoua.com.br/cupcakes-tematicos/>

Decoración artesanal y reciclada. Recuperado de: <http://www.taringa.net/posts/hazlo-tu-mismo/11061070/Decoracion-Artesanal-y-reciclada-Pone-linda-tu-casita.html>

Dulce Fantasía. Recuperado de: <http://dulcefantasia.blogspot.com/2012/01/torta-helada.html>

Ideas originales para cupcakes. Recuperado de:

<http://www.masideasdenegocio.com/alimentos/ideas-originales-para-cupcakes/>

La Viña. Recuperado de: <http://www.karte.asopacal.com/gastronomia/la-vina>

La seguridad alimentaria es más compleja que una magdalena. Recuperado de:

<http://barfblog.com/tags/cupcake/>

Mega cupcake sorpresa de M & M. recuperado

de:<http://sugarmur.blogspot.com/2014/06/mega-cupcake-sorpresa-de-m.html>

Repostería dulce. Recuperado de: <https://cookandwork.wordpress.com/category/reposteria-dulce>

Strawberry Red Velvet Cupcakes. Recuperado de:

<http://www.yourcupofcake.com/2013/08/strawberry-red-velvet-cupakes.html>

Tortas y Toras. Recuperado de: [http://bellocomercial.com/tortas\\_y\\_tortas\\_niquia](http://bellocomercial.com/tortas_y_tortas_niquia)

Tortas las negras. Recuperado de: <http://tortasnegras.wordpress.com/>