



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE PANADERÍA Y PASTELERÍA
EN EL MUNICIPIO DE SAN SEBASTIÁN EN EL CORREGIMIENTO DE SAN
VALENTÍN EN EL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA**

ESTUDIANTES:

RAUL ROCHA GARCIA

MARIA JOSE VILLANUEVA REALES

DIRECTOR:

JACQUELINE GUARDIOLA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

SANTA MARTA

2022



TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA	7
PALABRAS CLAVES:	7
ABSTRACT	8
KEY WORDS	8
1. INTRODUCCIÓN.....	9
2. JUSTIFICACIÓN	10
3. ANTECEDENTES	11
4. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	13
5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
6. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS.....	15
➤ Objetivo general	15
➤ Objetivos específicos	15
7. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	16
7.1 Información financiera	17
7.2 Nombre del negocio	21
7.3 Tipos de sociedades.....	21



7.4	Constitución del negocio	21
7.5	Aspectos tributarios.....	23
7.6	Logo	24
7.7	Actividad del negocio	25
	Productos.....	26
7.8	Infraestructura	27
7.9	procesos de innovación.....	27
7.10	Organigrama del negocio.....	28
8.	ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA.....	30
8.1	Plan de ventas y marketing.....	30
8.2	Diseño de investigación	31
8.3	Instrumentos de la investigación	32
8.4	Población y muestra	33
8.5	Análisis de la competencia	35
8.6	Análisis FODA del plan de negocio.....	35
8.7	Análisis de los precios.....	37
➤	Precios de la empresa y la competencia	38
8.8	Promoción y venta	40
➤	Venta.....	40



➤ Promoción del producto	40
9. PLAN DE OPERACIÓN.....	41
9.1 Plan de propiedad y gestión.....	41
9.2 Flujograma de operación	42
9.3 Equipos	44
9.4 Líneas comerciales y precio de venta.....	46
10. PLAN FINANCIERO	47
10.1 BALANCE GENERAL	47
10.2 ESTADO DE RESULTADOS	48
10.3 FLUJO DE CAJA.....	49
10.4 MARGEN DE CONTRIBUCION PONDERADO.....	50
10.5 CONSOLIDADOS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	50
10.6 PROYECCIONES.....	52
10.7 INDICADORES.....	53
11. CONCLUSIONES Y LOGROS	55
12. BIBLIOGRAFIA	56
13. ANEXOS	60



INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 capital del plan de negocio.....	17
Tabla N° 2 balance de apertura.....	18
Tabla N° 3 Estado de situación financiera inicial.....	19
Tabla N° 4 contabilización del patrimonio.....	20
Tabla N° 5 líneas y sublíneas comerciales	26
Tabla N° 6 Análisis FODA.....	35
Tabla N° 7 Análisis FODA de la competencia.....	36
Tabla N° 8 Tabla comparativa de los precios del negocio y la competencia	38
Tabla N° 9 Maquinaria y equipo	45
Tabla N° 10 Precio de venta.....	46
Tabla N° 11 balance general panadería y pastelería el Maná del pueblo	47
Tabla N° 12 Estado de resultado panadería y pastelería el Maná del pueblo.....	48
Tabla N° 13 Flujo de caja panadería y pastelería el Maná del pueblo	49
Tabla N° 14 Margen de contribución ponderado del plan de negocio	50
Tabla N° 15 Punto de equilibrio.....	50
Tabla N° 16 Ventas proyectadas	52
Tabla N° 17 Indicadores.....	53
Tabla N° 18 Comparación de la TIR.....	54



TABLA DE FIGURAS

Figura N° 1 Logo panadería y pastelería el Maná del Pueblo	24
Figura N° 2 Organigrama	28
Figura N° 3 Flujograma.....	42
Figura N° 4 Edad de los encuestados	60
Figura N° 5 Sexo de los encuestados	61
Figura N° 6 Preferencias de los encuestados.....	62
Figura N° 7 Consumo diario	63
Figura N° 8 Horario de consumo	64
Figura N° 9 Monto de consumo de productos de panadería	65
Figura N° 10 Aspectos importantes para el cliente	66
Figura N° 11 Productos favoritos.....	67
Figura N° 12 Lugar de consumo habitual	68
Figura N° 13 Consumo de otros productos	69



RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

En el presente estudio de este proyecto se refiere a la realización de un plan de negocio para la creación de panadería y pastelería en el municipio de San Sebastián en el corregimiento de San Valentín en el departamento del magdalena, en una zona rural, esto debido a la falta de una panadería en dicho corregimiento, con el fin de satisfacer necesidades de los habitantes de San Valentín y corregimientos, veredas, fincas y todos los pueblos vecinos, viendo que éstos sectores no cuentan con una panadería que pueda ofrecerles dichos productos, y así lograr más adelante posicionar la empresa en los municipios vecinos y en todo el departamento.

El negocio consiste en la elaboración de productos de panadería y repostería, se estudiará detalladamente los diferentes tipos de pan que tienen más demanda en la población para así poder realizar la producción y comercialización de estos.

La finalidad de este negocio es poder satisfacer la necesidad que se ha visto en este corregimiento de tener un buen producto de alta calidad de forma cercana y acompañado de un buen servicio.

PALABRAS CLAVES:

Plan de negocio, proyecto, panadería, pastelería, municipio, productos.



ABSTRACT

In the present study of this project, it refers to the realization of a business plan for the creation and commercialization of bakery and pastry products, located in the municipality of San Sebastián in the district of San Valentín, in a rural area, this due to the lack of a bakery in said corregimiento, in order to satisfy the needs of the inhabitants of San Valentín and corregimientos, villages, farms and all the neighboring towns, seeing that these sectors do not have a bakery that can offer them said products, and Thus, later on, position the company in neighboring municipalities and throughout the department.

The business consists of the elaboration of bakery and confectionery products, the different types of bread that are most in demand in the population will be studied in detail in order to carry out the production and commercialization of these.

The purpose of this business is to be able to satisfy the need that has been seen in this corregimiento of having a good high-quality product in a close way and accompanied by a good service.

KEY WORDS

Business plan, project, bakery, pastry shop, municipality, products.



1. INTRODUCCIÓN

En el presente estudio de este proyecto se refiere a la realización de un plan de negocio para la creación de panadería y pastelería en el municipio de San Sebastián en el corregimiento de San Valentín en el departamento del Magdalena recae sobre la justificación que radica en los siguientes aspectos:

La falta de una panadería en el corregimiento de San Valentín en el municipio de San Sebastián en el departamento del Magdalena.

La necesidad de satisfacer la demanda de los habitantes del corregimiento y así también la de los finqueros alejados que se les dificulta obtener este tipo de productos con facilidad.

La información que sustentará la investigación planteada partirá de la recopilación de datos, que serán obtenidos a través de estudios realizados por encuestas a posibles consumidores de los productos que ofrecerá de la panadería y pastelería, además de las investigaciones pertinentes realizadas para obtener toda la información pertinente para este plan de negocio.

Se espera que este sea un negocio interesante y con gran acogida para los habitantes de este corregimiento ya que tendrán estos productos de alta calidad de manera rápida y cercana, también teniendo en cuenta que estos productos tienen un alto consumo en la población por lo cual se espera tenga gran acogida y los resultados sean muy favorables.



2. JUSTIFICACIÓN

Este plan de negocio es conveniente debido a que, a la fecha, no se encuentra ninguna panadería en el corregimiento de San Valentín en el municipio de San Sebastián lo que será para sus habitantes algo nuevo y de gran provecho y serviría para que en este municipio puedan acceder a estos productos sin necesidad de transportarse a lugares lejanos y a su vez tener un buen lugar donde puedan encontrar productos de muy buena calidad y frescura.

El principal motivo por el que se realiza este proyecto es la actual necesidad de los habitantes de tener estos productos de panadería y repostería de manera cercana con el fin de que la comunidad y los finqueros alejados puedan beneficiarse con estos productos a un menor costo y esto ayudaría a resolver este problema que se encuentra en el corregimiento y así en el futuro lograr posicionar la panadería en todo el municipio y municipios cercanos.

Además, este Plan de Negocios podrá servir como guía a quienes deseen tanto realizar un Plan de negocios aplicado a la industria panificadora, así como para posibles emprendedores de otras áreas.



3. ANTECEDENTES

Se ha tenido como experiencia a la hora de llevar a cabo dicho negocio que es una idea que con el tiempo puede generar muchos beneficios, se pudo tener la oportunidad de trabajar en tal negocio y se tuvo que cerrar hace aproximadamente dos años y medio, estuvo en funcionamiento la panadería el Maná del pueblo en el corregimiento de San Valentín del municipio de San Sebastián de Buenavista en el departamento del Magdalena que tuvo buen reconocimiento, estaba en crecimiento día a día, con un propósito grande en un futuro, pasar de ser solo una muy buena idea a ser una gran empresa posicionada en el mercado, pero empezó a haber brotes de covid-19 en Colombia afectando poco a poco el negocio.

La forma de convivir de las personas se ha cambiado. El contacto físico debe ser poco. Los espacios de compartir se han cerrado temporalmente. Los eventos y actividades de concurrencia masiva se han suspendido, incluyendo las actividades deportivas. Las jornadas laborales se han reducido y la vida social en sí ha bajado su ritmo. Procurando las medidas de prevención del aislamiento y distanciamiento social (de Lamo Rubio, 2020).

La propagación del virus ocasionó un colapso total de los sistemas sanitarios mundiales, incluyendo a las grandes potencias. Con demandas que sobrepasaron hasta en un 90% aproximadamente la capacidad sanitaria instalada. Lo que obligó a los habitantes del mundo a cambiar sus hábitos. El colapso sanitario, fue una de las principales causas por las que se decretó en varios países restricciones de movilidad (Santos & Sierra, 2014).

los insumos empezaron a subir en gran manera los precios, algunos a duplicarse y triplicarse; por ejemplo un bulto de harina que costaba alrededor de \$72.000 llegó a costar



\$130.000, el bulto de azúcar que costaba \$98.000 llegó a costar \$160.000, una caja de mantequilla pasó de \$45.000 a costar \$105.000, viendo y analizando que los productos principales para elaboración de los productos habían incrementado sus precios se decidió que esperaríamos que la pandemia pasara para poder seguir en el negocio, desde ésta experiencia se busca un planteamiento para dicha idea, más organizada y que sea funcional, no se busca empezar de cero, se busca empezar de nuevo desde la experiencia, con un conocimiento acerca del negocio y del problema, buscando lograr satisfacer las necesidades de productos de panadería y pastelería en esos sectores y por tal motivo se pregunta:

¿Es factible la creación de una panadería y pastelería en el municipio de San Sebastián en el corregimiento de San Valentín en el departamento del Magdalena?



4. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Se busca crear un plan de negocio para la creación de una panadería y pastelería en el municipio de San Sebastián, en el corregimiento de San Valentín en el departamento del Magdalena; con el fin de brindar a los habitantes de este municipio una experiencia nueva y deliciosa donde encontrarán productos de alta calidad en el que podrán compartir en un ambiente ameno, también, se les brinda a los finqueros alejados y cercanos del corregimiento la oportunidad de recibir en casa los productos.

Se ha visto esta necesidad en el corregimiento mencionado, ya que éste no cuenta con una panadería y pastelería para ofrecer estos productos, de este modo, los habitantes podrán obtener de manera más fácil dichos productos, debido a que en estos lugares para poder deleitarse o disfrutar de un producto de muy buena calidad se debe salir a buscarlos en zonas alejadas. Además, se busca poder crecer y cada día satisfacer esas necesidades a muchas más personas, y que se logre mejorar como empresa.



5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es factible la elaboración de un plan de negocio para la creación de panadería y pastelería en el municipio de San Sebastián en el corregimiento de San Valentín en el departamento del Magdalena?



6. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

➤ **Objetivo general**

Diseñar un plan de negocio para la creación de una panadería y pastelería en el municipio de San Sebastián en el corregimiento de San Valentín en el departamento del Magdalena.

➤ **Objetivos específicos**

- Realizar un estudio con el fin de crear un plan de negocio para la creación de una panadería y pastelería en el municipio de San Sebastián en el corregimiento de San Valentín en el departamento del Magdalena.
- Elaborar un plan de negocio para la creación de una panadería y pastelería en el municipio de San Sebastián en el corregimiento de San Valentín en el departamento del Magdalena.
- Realizar un estudio financiero con el propósito de establecer la viabilidad del negocio de una panadería que elabore y comercialice sus productos.



7. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Este plan de negocio es la creación de una panadería y pastelería en el municipio de San Sebastián en el corregimiento de San Valentín Magdalena viendo que no existe una panadería en el corregimiento de San Valentín ni sectores vecinos, se ha logrado analizar la necesidad de una panadería en esta zona, es por ello que se quiere aprovechar dicha necesidad para emprender y así lograr satisfacer las necesidades de las personas con respecto a los productos de panadería y pastelería, el negocio está enfocado en brindar un producto de calidad, tanto de vitrina como de reparto que sea diferenciado por su frescura, sabores distintivos y sin conservantes; buscando satisfacer las necesidades de las personas habitantes del corregimiento de San Valentín y sus aledaños, también ofreciendo a fincas, veredas y municipios vecinos.

Este negocio contará inicialmente con un local ubicado en el corregimiento de San Valentín Magdalena con un punto estratégico ya que está en una vía principal en el centro del pueblo al lado de una institución educativa, dicho local será usado para la elaboración y parte de la comercialización de los productos, se tendrá un personal capacitado para la producción y comercialización, se cuenta con maquinaria no industrializada pero que está en muy buen estado, se tiene los implementos y accesorios para la producción de los productos.



7.1 Información financiera

Teniendo en cuenta que este plan de negocio se llevará a cabo con dos personas se realizará una inversión de la siguiente manera:

Tabla N° 1 *capital del plan de negocio*

CAPITAL PROPIO	
Socio 1	11.887.400
Socio 2	3.112.600
Total	15.000.000

Fuente: elaboración propia

La conformación inicial del patrimonio de la panadería y pastelería el maná del pueblo S.A.S. será de \$15.000.000 distribuidos de la siguiente manera: el socio uno realizará aporte en maquinaria y equipo que en total da un valor de \$11.887.400 y el socio 2 realizará un aporte en efectivo por el valor de \$112.600 y muebles y enseres por un valor de \$3.000.000

Registro inicial en libros y balance de apertura:



Tabla N° 2 *balance de apertura*

BALANCE DE APERTURA DE PANADERIA Y PASTELERIA EL MANÁ DEL PUEBLO S.A.S			
	ACTIVOS		
	ACTIVOS CORRIENTES		
	Efectivo en Caja y Bancos	\$112.600	
	Maquinaria y equipo	\$11.887.400	
	Muebles y enseres	\$3.000.000	
	TOTAL ACTIVOS		15.000.000
	PASIVO Y PATRIMONIO		
	PASIVO	0	
	TOTAL PASIVO		0
	PATRIMONIO		
	Capital Social	15.000.000	
	TOTAL PATRIMONIO		15.000.000
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		15.000.000

Fuente: elaboración propia



Tabla N° 3 Estado de situación financiera inicial

PANADERIA Y PASTELERIA “EL MANÁ DEL PUEBLO” S.A.S		
Estado de Situación Financiera		
Para el año que termina el 31 de diciembre (expresado en \$)		
ACTIVOS	Año 20xx	Año 20xx
Activos corrientes		
Efectivo en caja y Bancos		\$112.600
Maquinaria y equipo		\$11.887.400
Equipo		\$3.000.000
Total Activos Corrientes		
TOTAL ACTIVO		\$15.000.000
PASIVO Y PATRIMONIO		
Pasivos corrientes		
Total Pasivo		0
PATRIMONIO		
Capital Social		15.000.000
TOTAL PATRIMONIO		15.000.000

Fuente: elaboración propia



Tabla N° 4 contabilización del patrimonio

	CUENTA	DEBE	HABER
311505	Aportes sociales		\$ 15.000.000
151205	Maquinaria y equipo	\$11.887.400	
151210	equipo	\$3.000.000	
110505	Caja general	\$112.600	
	TOTAL	15.000.000	15.000.000

Fuente: elaboración propia



7.2 Nombre del negocio

Nombre: Panadería y pastelería “EL MANÁ DEL PUEBLO” S.A.S

Localización: Municipio de San Sebastián en el corregimiento de San Valentín Magdalena.

7.3 Tipos de sociedades

Se formará una empresa en Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S), debido a que no hay ningún límite al número de socios que se requieren, inicialmente se contarán con dos socios, pero si se desea incluir a alguien en la empresa no habría problema alguno, así mismo porque las acciones serán de igual valor y por la Ley 1258 de 2008 no hay obligación de crear una reserva legal en el patrimonio, adicionalmente se cumplirá con la tributación correspondiente.

7.4 Constitución del negocio

- **DIAN**

Inicialmente se deberá realizar el trámite en la DIAN para el Registro Único Tributario (RUT) para realizar el registro del NIT de la empresa, actividad económica y datos generales.



- **Cámara de comercio**

Para crear la empresa se toma información de la Cámara de Comercio de Santa Marta la cual indica los requerimientos necesarios para la constitución.

- Original del documento de identidad
- Formulario de Registro Único Tributario (RUT)
- Formularios disponibles en las sedes de CCB
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) Adicionalmente se debe presentar un documento privado de constitución que debe contener la presentación personal de todos los accionistas ante notaria de acuerdo a la Ley 1014 de 2006

- **Invima**

Se realizará el registro en el Invima para obtener el registro, permiso y notificación sanitaria, para ello se toma la información de Invima de los pasos necesarios para este permiso.

- Inscripción de la fábrica de acuerdo al Artículo 126 del Decreto- Ley 019 de 2012
- Identificar la categoría de riesgo para el producto, según Anexo de la Resolución 719 de 2015
- Diligenciar los formularios
- Verificar la tarifa a cancelar
- Enviar la documentación para la respectiva aprobación.



7.5 Aspectos tributarios

A continuación, se presentarán los impuestos los cuales se deben cancelar para ello el gerente se encargará de buscar un profesional indicado que contará con los conocimientos necesarios para realizar el pago de los siguientes impuestos.

Presentar declaración del impuesto de renta y complementarios o de los anticipos y declaración del régimen simple para el caso de contribuyentes que optaron por este régimen. La declaración de renta o la presentación de los anticipos o declaración del régimen simple, deberá presentarse en el formulario oficial prescrito por la DIAN.

Presentar declaración de IVA así lo establece el artículo 420 del Estatuto Tributario. Presentar la declaración de IVA, con el formulario número 300. Si la declaración es bimestral, anual o cuatrimestral, la clasificación puede variar según requisitos especiales de empresa y/o los ingresos.

Impuesto de Industria y Comercio siempre que se realicen actividades industriales, comerciales o de servicios no excluidas o exentas. El ICA debe presentarse en el formulario oficial prescrito por la Secretaría de Hacienda (SH) y según lo dispuesto por cada municipio.



Implementación de factura electrónica Realizar el registro y la habilitación por la plataforma de habilitación de factura electrónica. Indicar la fecha de inicio de expedición de la factura electrónica en la plataforma de factura electrónica.

7.6 Logo

Figura N° 1 *Logo panadería y pastelería el Maná del Pueblo*



Fuente: elaboración propia



7.7 Actividad del negocio

La panadería y pastelería “EL MANÁ DEL PUEBLO” S.A.S estará dedicada a la elaboración y comercialización de productos de panadería y pastelería.

Actividad principal código CIU: 1081 el cual incluye la elaboración de productos de panadería entre los que se encuentran los panes, pasteles, tortas, elaboración de galletas entre otros.

Actividad secundaria código CIU: 15613 expendio de comidas preparadas en cafeterías.



Tabla N° 5 líneas y sublíneas comerciales

Productos

LÍNEAS COMERCIALES	SUBLÍNEA COMERCIAL	PRECIO
PANES	Pan de queso dulce	\$ 300
	Pan de mantequilla	\$ 300
	Pan de cebolla	\$ 1.000
	Pan de arequipe	\$ 300
	Pan de bocadillo	\$ 300
GALLETAS	Galleta de vainilla	\$ 300
	Galleta de canela	\$ 300
	Galleta combinada	\$ 300
HORNEADOS	Dedito de queso	\$ 1.000
	Pastelito de bocadillo	\$ 500
TORTAS	Media libra	\$ 20.000
	Una libra	\$ 38.000
	Dos libras	\$75.000

Fuente: elaboración propia



7.8 Infraestructura

Se contará con un local en arrendamiento ubicado en el centro del pueblo que tiene de medidas 100 metros cuadrados, que tendrá una bodega en donde se guardará y conservará la mercancía e insumos, un área de elaboración del producto, un área de crecimiento, un área para hornear, un área de empacar y un área de venta en el local en la cual se ofrecerá el producto al consumidor final.

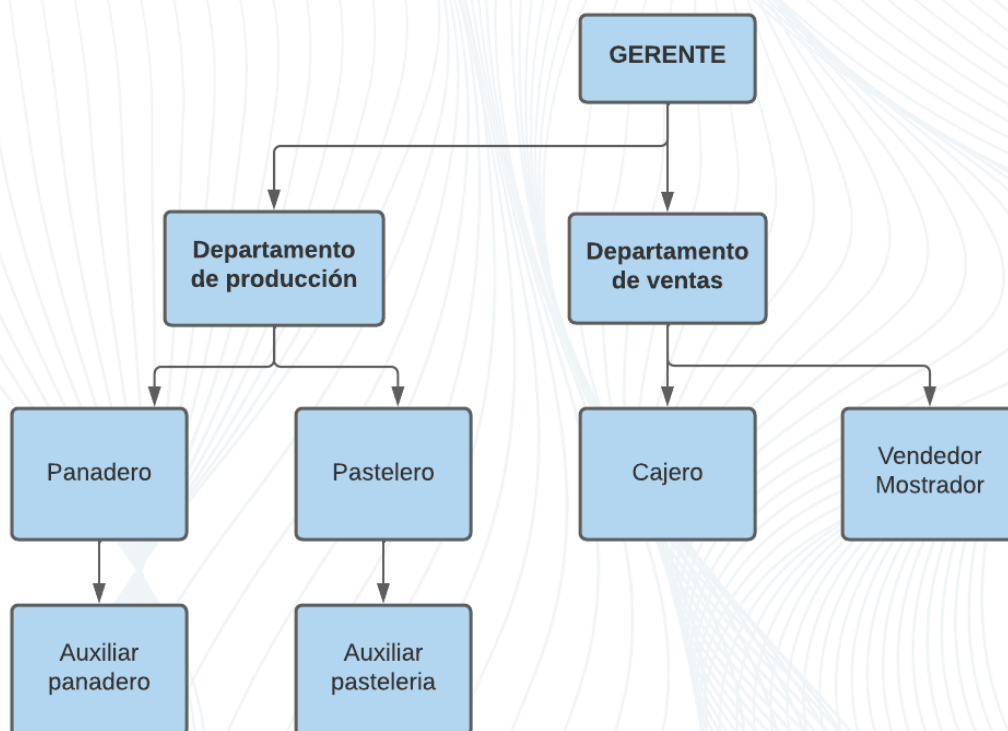
7.9 procesos de innovación

con este negocio se busca innovar en muchos aspectos, comenzando por el hecho de que en el corregimiento de San Valentín no existe actualmente una panadería por lo cual esta sería la primera en atender a las necesidades que se viven en este corregimiento respecto a estos productos, se busca tener un buen local en el cual puedan visitar y estar cómodos mientras se disfrutan de los productos también se contarán con productos que no ofrecen las tiendas que actualmente serían la competencia.

7.10 Organigrama del negocio

Figura N° 2 Organigrama

Organigrama panadería y pastelería el maná del pueblo



Fuente: de elaboración propia con apoyo de distintas fuentes.

Se contará con un gerente que sea una persona idónea y que cuente con la experiencia y estudios requeridos el cual tendrá como funciones manejar todo lo relacionado con el negocio en el área financiera y, asimismo, en el área de producción y en el área de ventas para así tener un control del buen manejo en estos departamentos, administrar de manera adecuada los recursos.



Se tendrá a disposición 4 personas que se encarguen de elaborar y hornear los productos, con 2 cilindradoras, 2 hornos, mesas especiales para tratar la masa, herramientas suficientes para moldear los productos en la elaboración, vitrinas para mostrar los productos que se ofrecerán una persona encargada como vendedor mostrador la cual se encargará de ayudar a los clientes en el momento de la elección del producto y así mismo se encargará de entregar el producto, un cajero que tendrá como función llevar de manera organizada y responsable el manejo de la caja menor y recibirá el dinero de la compra de los productos en la panadería.



8. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA

8.1 Plan de ventas y marketing

Este plan de negocio está enfocado en un plan de negocio para la creación de panadería y pastelería en el municipio de san Sebastián en el corregimiento de San Valentín en el departamento del Magdalena, para la elaboración y comercialización de productos frescos y de alta calidad que busca poder ofrecer una amplia variedad de productos alimenticios de la industria panificadora que satisfagan la necesidad de los consumidores.

En cuanto a los productos se busca ofrecer panes, galletas, postres, tortas entre otros productos alimenticios que tengan una buena elaboración y presentación que su sabor sea distintivo, la fabricación de estos productos se realizará en un establecimiento completamente adaptado para que los productos estén en óptimas condiciones en el momento de su consumo y así poder brindar un excelente servicio al cliente.



8.2 Diseño de investigación

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernandez,2014) p.92.

La investigación no experimental cuantitativa Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos (Hernandez,2014) p.152

En la elaboración de este plan de negocio la investigación que se llevará a cabo será descriptiva no experimental cuantitativa, con el cual se busca identificar como está constituido el mercado en el corregimiento de San Valentín, las situaciones que se relacionan a la factibilidad del plan de negocios para la creación de una panadería y pastelería en la zona rural del Magdalena y así poder identificar los gustos y necesidades de los consumidores respecto a los productos y servicios que se ofrecerán.



8.3 Instrumentos de la investigación

Los instrumentos de investigación son las herramientas que se utilizan para la recolección de datos, en este plan de negocio se utilizaron las encuestas de forma virtual.

Para esta encuesta el instrumento que utilizamos fue el formulario de Google lo cual nos ayudara a recolectar la información de manera rápida y eficiente y en el cual se realizaron 10 preguntas cerradas para así conocer la opinión y preferencias de las personas.

Se realizaron 102 encuestas donde se pudo evaluar distintos aspectos como las preferencias de los productos de la industria panificadora entre otras.

Preguntas utilizadas en la encuesta todas con opción de una respuesta.

1. Edad
2. Sexo
3. ¿Qué tan amante se considera del pan?
4. ¿Cuántos panes consume diariamente?
5. ¿A qué hora consume habitualmente productos de panadería?
6. Aproximadamente ¿Cuál es el monto que invierte cuando va a una panadería?
7. ¿Qué considera importante cuando vas a una panadería?
8. ¿Qué tipo de pan es su favorito?
9. ¿Dónde compra habitualmente pan?
10. ¿A parte de pan que otros productos consumes en una panadería?



8.4 Población y muestra

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Lepkowski, J. 2008).

Un estudio no será mejor por tener una población más grande; la calidad de un trabajo investigativo estriba en delimitar claramente la población con base en el planteamiento del problema.

Las poblaciones deben situarse claramente por sus características de contenido, lugar y tiempo. (Hernandez,2014) p.174

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población (Hernandez,2014) p.175

Se realizó la siguiente fórmula para la toma de la muestra de los encuestados para el plan de negocio.

n =tamaño de la muestra

n' =tamaño de la muestra sin ajustar. $n' = s^2/v^2$

s^2 =varianza de la muestra expresada como la probabilidad de ocurrencia. $s^2 = p(1-p)$

v^2 =varianza de la población al cuadrado. Su definición: cuadrado de error estándar

definida como p . $v^2 = (0,015)^2$

N =tamaño de la población

$N=21.000$

Margen de error= 15%



$$15/1000=0.015$$

Probabilidad de ocurrencia= 95%

$$s^2=0,95(1-0,95) = 0,0475$$

$$v^2= (0,015)^2= 0,000225$$

$$n'=0,0475/0,000225= 211,1111111$$

$$n=211,11/ (1+(211,11/21.000)) = 209,01$$



8.5 Análisis de la competencia

Para el análisis de la competencia hemos recolectado información de las panaderías y pastelerías que se encuentran en el municipio y los carros que entran a llevar productos de panadería y las tiendas ya que en el corregimiento no se encuentra ninguna competencia directa debido a que actualmente no hay panaderías.

Los competidores más cercanos se encuentran ubicados a aproximadamente 20 kilómetros de vía destapada.

8.6 Análisis FODA del plan de negocio

Tabla N° 6 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de los productos. • Personal capacitado y con experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado no abarcado. • Poca oferta de la competencia. • Productos de muy baja calidad en el mercado.
AMENAZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de energía con inconsistencias. • Competencia directa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pocos Proveedores. • Maquinaria no industrializada. • No se cuenta con gas natural.

Fuente: elaboración propia



8.6 Análisis de la competencia

Tabla N° 7 Análisis FODA de la competencia

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Tiene el mercado. • Empresas grandes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria industrializada. • Reconocimiento de marca.
AMENAZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Invierno. • Productos nuevos de la competencia que sean diferenciadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de baja calidad. • No estar ubicados en el municipio.

Fuente: elaboración propia

Analizando la matriz FODA del negocio y de la competencia, se puede concluir que como empresa que nuevamente empieza toca enamorar al cliente, porque en un tiempo fuimos su panadería y no se pudo seguir, esto indica que probablemente tenga otra empresa surtiéndole de productos de panadería, debemos ganarnos los clientes; además, como empresa se buscará la manera de aprovechar que somos locales y que podrá surtir a los clientes con frecuencia.



8.7 Análisis de los precios

El análisis de la fijación de precios es muy importante debido a que con esto se genera rentabilidad lo que asegurará un éxito en el plan de negocios, por lo cual para este análisis se tomaron en cuenta varios aspectos teniendo en cuenta la competencia que son los carros de las grandes empresas que surten a las tiendas, de las cuales, buscamos ser competitivos en cuanto a la calidad teniendo productos que se diferencien en cuanto a sabor y presentación.

Por lo que se deberá estudiar y tener en cuenta el precio de la competencia buscando no elevar el precio de los productos y así asegurar no perder clientes por precios altos.

También se tendrá en cuenta el costo de elaboración del producto teniendo en cuenta que el precio de venta no sea inferior al costo de elaboración en los cuales se tendrán presente la mano de obra, los costos indirectos de fabricación y la materia prima.

Otro de los aspectos importantes para la fijación del precio será poder obtener buenos proveedores de los cuales podamos obtener productos de calidad entrega rápida y facilidad de pago.

Con la elección del precio se busca que los clientes puedan evidenciar una relación entre el precio y calidad quedando satisfechos con el producto y así poder llegar a más clientes.



➤ **Precios de la empresa y la competencia**

Tabla N° 8 *Tabla comparativa de los precios del negocio y la competencia*

PRODUCTOS	PRECIOS	PRECIOS DE LA COMPETENCIA
Pan de queso dulce	\$ 300	\$ 300
Pan de mantequilla	\$ 300	\$ 300
Pan de cebolla	\$ 1.000	\$ 1.100
Pan de arequipe	\$ 300	no lo ofrecen
Pan de bocadillo	\$ 300	\$ 300
Galleta de vainilla	\$ 300	\$ 300
Galleta de canela	\$ 300	no lo ofrecen
Galleta combinada	\$ 300	no lo ofrecen
Dedito de queso	\$ 1.000	no lo ofrecen
Pastelito de bocadillo	\$ 500	no lo ofrecen
Media libra	\$ 20.000	\$ 25.000
Una libra	\$ 38.000	\$ 45.000
Dos libras	\$ 75.000	\$ 85.000

Fuente: elaboración propia



Los precios de nuestra empresa con respecto a la competencia se relacionan en la tabla anteriormente presentada, la cual muestra que, así como hay precios iguales, también hay con diferencia a favor de nuestra empresa, también teniendo en cuenta que hay varios productos que la competencia no ofrece lo que favorece ya que a parte de la calidad y distinción de sabores de los productos se podrán ofrecer nuevos productos.



8.8 Promoción y venta

➤ **Venta**

El punto de venta estará ubicado en una zona central del corregimiento en la que se busca ofrecer un buen ambiente en el cual puedan llegar las personas a compartir y encuentren comodidad y buenos productos también se implementará el servicio a domicilio para quienes quieran recibir los productos en la comodidad de su casa y también teniendo en cuenta de poder llevar nuestros productos a personas que se encuentren un poco alejados del punto de venta físico y así abarcar todos los clientes.

A largo plazo se espera poder tener un buen renombre y poder crecer como negocio y así poder extendernos teniendo algunas sedes en los demás corregimientos del municipio de San Sebastián.

➤ **Promoción del producto**

Al tratarse de un negocio de panadería y pastelería en un corregimiento, se trata de inducir a la publicidad “de voz a voz”, imprimiendo volantes de buena calidad y entregando uno en puntos estratégicos del corregimiento, también entregando en el momento de la venta y comentando a cada uno de nuestros clientes toda la variedad que ofrecemos, disponiendo productos de degustaciones para así dar a conocer los productos que se ofrecerán.



9. PLAN DE OPERACIÓN

9.1 Plan de propiedad y gestión

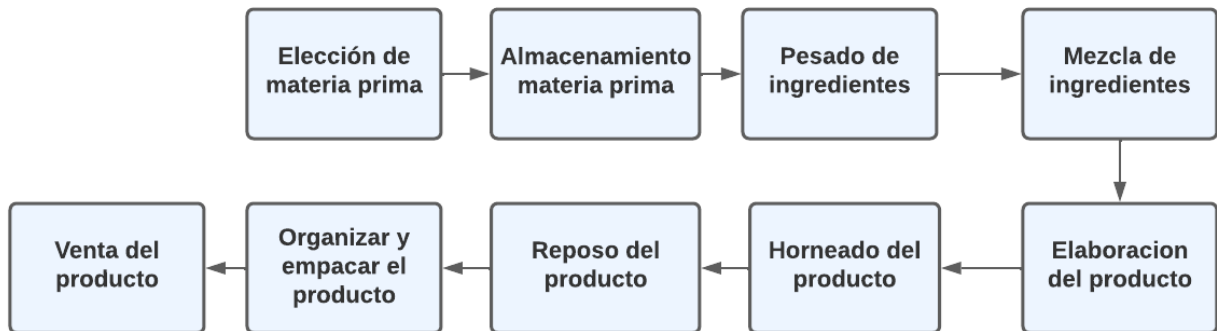
La panadería y pastelería el Maná del pueblo es un negocio de la industria panificadora la cual contará con un tamaño de aproximadamente 6.000 unidades producidas diariamente incluyendo todas las variedades de productos, que puede variar con respecto a la demanda, éste proyecto estará ubicado en una zona rural en el corregimiento de San Valentín en el municipio de San Sebastián de Buenavista Magdalena, el cual contará con un local de aproximadamente de 100 metros cuadrados con opción de expandir, en el que serán elaborados todos los productos, allí se transformará la harina y se hornearán los productos para que estén listos para empacar y comercializar.

Se contratará personal con capacidades y habilidades para las ventas, que se encarguen de distribuir los productos terminados a cada cliente en los diferentes lugares, también estará habilitado un espacio en el local donde se producen para ofrecerlos y vender en dicho lugar, aprovechando que el aroma que imparten al momento de hornear es de gran impacto al olfato de todas las personas y ayudarán a atraer a los clientes.

9.2 Flujograma de operación

Figura N° 3 Flujograma

Flujograma de operaciones del plan de negocio



Fuente: de elaboración propia con apoyo de distintas fuentes.

Elección de materia prima: para la elección de la materia prima se tendrán en cuenta varios proveedores de los cuales se tendrá en cuenta la calidad, precio y el cumplimiento para que a la hora de realizar los pedidos se puedan tener los insumos en el tiempo indicado y sobre todo el buen manejo de productos de calidad para así brindar un excelente producto a los comensales.

Habrán proveedores que llegarán hasta el local para llevar los insumos y toda la mercancía necesaria para el negocio, y a medida que se vaya creciendo como negocio, se podrá conseguir los insumos y mercancía a mejor precio.



- **Almacenamiento de materia prima:** en este proceso se realizará el conteo y seguido el almacenamiento de los productos que se compren comparando que todo lo de la orden de compra y lo que llegue sea lo correcto y estén en buen estado, para así proceder a almacenar todos los productos en el lugar que corresponda teniendo un orden y así evitar que los productos presenten daños y esto nos ocasione perdidas.

- **Pesado de ingredientes:** este proceso consiste en sacar las cantidades o porciones necesarias de los insumos y así poder aprovechar toda la materia prima, esto también ayudará a que en el momento de la producción sea constante lo que nos ayudará en la calidad de los productos.

- **Mezcla de ingredientes:** en esta parte de la producción es donde se unen los materiales utilizados para la elaboración de los productos.

- **Elaboración del producto:** es donde se le da forma al producto, donde se crea para luego ser horneado.

- **Horneado del producto:** fase en la cual los productos son ingresados al horno para que esté preparado para la venta.



- **Reposo del producto:** en este proceso es cuando el producto luego de ser horneado es dejado en un lugar para que se enfríe.

- **Organizar y empacar el producto:** este proceso es cuando los productos son organizados en su lugar y se empacan los productos que se venden empacados.

- **Venta del producto:** el producto está listo para comercializarlo, se encuentra en condiciones para ofrecerlo y venderlo al consumidor.

9.3 Equipos

La panadería y pastelería contará con los implementos necesarios para su buen funcionamiento y así lograr tener una buena producción, por lo cual, se contarán con las siguientes maquinarias, muebles y enseres.



Tabla N° 9 Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Horno	2	\$2.000.000	\$4.000.000
Mesa de trabajo	3	1.000.000	3.000.000
Cilindradoras	2	800.000	1.600.000
Rodillo	1	80.000	80.000
Cuchillos	3	15.000	45.000
Batidora	1	2.100.000	2.100.000
Gramera digital	2	42.900	85.800
Moldes para tortas	4	25.000	100.000
Latas	50	15.000	750.000
Manga Pastelera	5	5.000	25.000
Bandejas	8	12.700	101.600
TOTAL	79	6.095.600	11.887.400
MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Neveras	1	1.400.000	1.400.000
Vitrina pan	2	150.000	300.000
Vitrina Pastelería	1	400.000	400.000
Mesas	6	70.000	420.000
Sillas	24	20.000	480.000
TOTAL	34	2.040.000	3.000.000

Fuente: de elaboración propia con apoyo de distintas fuentes

9.4 Líneas comerciales y precio de venta



Tabla N° 10 Precio de venta

LÍNEAS COMERCIALES	SUB LÍNEA COMERCIAL	COSTO UNITARIO	MARGEN DE GANANCIA	PRECIO DE VENTA	MC. REAL
PANES	pan de queso dulce	\$ 199,25	34%	\$ 300	\$ 100,82
	pan de mantequilla	\$ 102,62	66%	\$ 300	\$ 197,38
	pan de cebolla	\$ 655,19	34%	\$ 1.000	\$ 344,81
	pan de arequipe	\$ 168,14	44%	\$ 300	\$ 131,86
	pan de bocadillo	\$ 156,14	48%	\$ 300	\$ 143,86
GALLETAS	galleta de vainilla	\$ 131,13	56%	\$ 300	\$ 168,87
	galleta de canela	\$ 141,13	53%	\$ 300	\$ 158,87
	galleta combinada	\$ 136,13	55%	\$ 300	\$ 163,87
HORNEADOS	dedito de queso	\$ 474,62	53%	\$ 1.000	\$ 525,38
	pastelito de bocadillo	\$ 212,34	58%	\$ 500	\$ 287,66
TORTAS	media libra	\$ 5.804,50	71%	\$ 20.000	\$ 14.195,50
	una libra	\$ 11.609,00	69%	\$ 38.000	\$ 26.391,00
	dos libras	\$ 23.218,00	69%	\$ 75.000	\$ 51.782,00

Fuente: elaboración propia



10. PLAN FINANCIERO

10.1 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla N° 11 *balance general proyectado de la panadería y pastelería el Maná del pueblo del 01 de enero a 31 de diciembre*

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
BALANCE GENERAL PROYECTADO Del 01 de enero a 31 de diciembre (expresado en \$)						
Activo Corriente						
Efectivo	10.473.578	2.716.028	13.903.942	42.227.716	91.760.693	167.351.775
Cuentas X Cobrar	10.000.000	19.815.930	23.113.301	26.959.355	31.445.391	36.677.904
Total Activo Corriente:	20.473.578	22.531.958	37.017.243	69.187.071	123.206.084	204.029.679
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	11.887.400	11.361.977	10.705.507	9.929.358	9.021.531	7.969.019
Muebles y Enseres Neto	3.000.000	2.548.800	2.026.296	1.431.916	758.915	0
Total Activos Fijos:	14.887.400	13.910.777	12.731.803	11.361.274	9.780.446	7.969.019
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO	35.360.978	36.442.735	49.749.046	80.548.344	132.986.531	211.998.698
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	2.058.380	2.400.895	2.800.404	3.266.391	3.809.919
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	20.360.978	20.360.978	20.360.978	20.360.978	20.360.978	20.360.978
TOTAL PASIVO	20.360.978	22.419.358	22.761.873	23.161.382	23.627.369	24.170.897
Patrimonio						
Capital Social	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	1.206.380	4.167.798	7.500.000
Utilidades Retenidas	0	0	-1.906.623	8.950.794	35.603.561	82.734.128
Utilidades del Ejercicio	0	-1.906.623	12.063.796	29.614.187	50.462.769	75.182.358
Revalorización patrimonio	0	930.000	1.830.000	2.615.603	4.125.033	7.411.315
TOTAL PATRIMONIO	15.000.000	14.023.377	26.987.173	57.386.962	109.359.161	187.827.802
TOTAL PAS + PAT	35.360.978	36.442.735	49.749.046	80.548.344	132.986.531	211.998.698

Fuente: elaboración propia



10.2 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla N° 12 Estado de resultado proyectado panadería y pastelería el Maná del pueblo

	2023	2024	2025	2026	2027
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO Del 01 de enero al 31 de diciembre (expresado en \$)					
Ventas	237.791.164	277.359.614	323.512.254	377.344.693	440.134.850
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	74.101.696	86.432.219	100.814.540	117.590.079	137.157.069
Depreciación	1.899.642	2.013.620	2.134.438	2.262.504	2.398.254
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	161.789.826	188.913.775	220.563.276	257.492.110	300.579.527
Gasto de Ventas	4.800.000	5.184.000	5.598.720	6.046.618	6.530.347
Gastos de Administración	158.889.468	171.600.625	185.328.675	200.154.970	216.167.367
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	-1.899.642	12.129.150	29.635.881	51.290.523	77.881.813
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	-930.000	-900.000	-785.603	-1.509.430	-3.286.282
Ajuste Activos no Monetarios	923.019	948.625	1.005.543	1.065.875	1.129.828
Ajuste Depreciación Acumulada	0	-113.979	-241.634	-384.199	-543.001
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	-6.981	-65.353	-21.694	-827.754	-2.699.455
Utilidad antes de impuestos	-1.906.623	12.063.796	29.614.187	50.462.769	75.182.358
Impuestos (35%)	0	0	0	0	0
Utilidad Neta Final	-1.906.623	12.063.796	29.614.187	50.462.769	75.182.358

Fuente: elaboración propia



Se puede evidenciar que el primer año la utilidad neta es negativa debido a que se está iniciando con el negocio, pero en los años siguientes se puede notar que la utilidad neta es positiva y va en aumento.

10.3 FLUJO DE CAJA

Tabla N° 13 Flujo de caja proyectado de la panadería y pastelería el Maná del pueblo

	2023	2024	2025	2026	2027
FLUJO DE CAJA PROYECTADO Del 01 de enero al 31 de diciembre (expresado en \$)					
Flujo de Caja Operativo					
Utilidad Operacional	-1.899.642	12.129.150	29.635.881	51.290.523	77.881.813
Depreciaciones	1.899.642	2.013.620	2.134.438	2.262.504	2.398.254
Neto Flujo de Caja Operativo	0	14.142.770	31.770.319	53.553.027	80.280.067
Flujo de Caja Inversión					
Variación Cuentas por Cobrar	-9.815.930	-3.297.371	-3.846.053	-4.486.037	-5.232.513
Variación Cuentas por Pagar	2.058.380	342.515	399.509	465.987	543.527
Variación del Capital de Trabajo	-7.757.550	-2.954.856	-3.446.544	-4.020.049	-4.688.986
Neto Flujo de Caja Inversión	-7.757.550	-2.954.856	-3.446.544	-4.020.049	-4.688.986
Flujo de Caja Financiamiento					
Neto Periodo	-7.757.550	11.187.914	28.323.774	49.532.977	75.591.082
Saldo anterior	10.473.578	2.716.028	13.903.942	42.227.716	91.760.693
Saldo siguiente	2.716.028	13.903.942	42.227.716	91.760.693	167.351.775

Fuente: elaboración propia



10.4 MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO

Tabla N° 14 Margen de contribución ponderado del plan de negocio

LÍNEAS COMERCIALES	MC.POND	POND. DEM	PV. POND	CV. POND
PANES	\$ 184	25,0%	\$ 440	\$ 256
GALLETAS	\$ 164	25,0%	\$ 300	\$ 136
HORNEADOS	\$ 407	25,0%	\$ 750	\$ 343
TORTAS	\$ 30.790	25,0%	\$ 44.333	\$ 13.544
TOTAL		100,0%		

MCPT (Margen de contribución ponderado total)	\$ 7.885,9
PEPT (Punto de equilibrio ponderado total)	1729,8

Fuente: elaboración propia

10.5 CONSOLIDADOS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla N° 15 Punto de equilibrio

LÍNEAS COMERCIALES	PEM. UDS	PEM. \$	SUBLINEAS	PEM. SUB. UDS	PEM. SUB \$	PE. DIAR. UDS	PE. DIAR. \$
PANES	432,4	\$ 79.460,34	5	86,5	\$ 15.892,07	14,41	\$ 2.649
GALLETAS	432,4	\$ 70.866,29	3	144,1	\$ 23.622,10	14,41	\$ 2.362
HORNEADOS	432,4	\$ 175.795,90	2	216,2	\$ 87.897,95	14,41	\$ 5.860
TORTAS	432,4	\$ 13.314.666,47	3	144,1	\$4.438.222,16	14,41	\$ 443.822
TOTAL	1729,8	\$ 13.640.789			TOTAL DÍA	57,66	\$ 454.693
					TOTAL MES	1729,8	\$13.640.789



LÍNEAS COMERCIALES	PEM. UDS	VENTA ANUAL
PANES	432,4	5189,301424
GALLETAS	432,4	5189,301424
HORNEADOS	432,4	5189,301424
TORTAS	432,4	5189,301424

Fuente: elaboración propia

La información plasmada en las tablas anteriormente presentadas nos presenta que se deben vender 1729.8 unidades para no tener como resultado pérdidas ni ganancias, esto hace referencia al punto de equilibrio.

El punto de equilibrio no es una gran meta de negocio, pero es una referencia importante para los emprendedores. El punto de equilibrio proporciona puntos de referencia importantes para la planificación a largo plazo de un negocio. Conocer éste, para áreas tales como las ventas, la producción, las operaciones y la recuperación de la inversión puede contribuir a establecer precios, manejar deuda y otras funciones del negocio. En este sentido, el punto de equilibrio es donde el ingreso total de la empresa es igual a sus gastos totales. Esto significa que en el punto de equilibrio no hay utilidad ni pérdida, ésta es simplemente cero (Kampf, Majerčák, & Švagr, 2016).



10.6 PROYECCIONES

Tabla N° 16 Ventas proyectadas

	Un.	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Precio Por Producto							
Precio Producto 1	\$/ unid.	440	475	513	554	599	
Precio Producto 2	\$/ unid.	300	324	350	378	408	
Precio Producto 3	\$/ unid.	750	810	875	945	1.020	
Precio Producto 4	\$/ unid.	44.333	47.880	51.710	55.847	60.315	
Unidades Vendidas por Producto							
Ventas Producto 1	unid.	5.189	5.604	6.053	6.537	7.060	
Ventas Producto 2	unid.	5.189	5.604	6.053	6.537	7.060	
Ventas Producto 3	unid.	5.189	5.604	6.053	6.537	7.060	
Ventas Producto 4	unid.	5.189	5.604	6.053	6.537	7.060	
Total, Ventas							
Precio Promedio	\$	11.455,8	12.372,3	13.362,1	14.431,1	15.585,5	
Ventas	unid.	20.757	22.418	24.211	26.148	28.240	
Ventas	\$	237.791.162,6	277.359.612,0	323.512.251,4	377.344.690,1	440.134.846,5	
Costos Unitarios Materia Prima							
Costo Materia Prima Producto 1	\$/ unid.	256	277	299	323	349	
Costo Materia Prima Producto 2	\$/ unid.	136	147	159	171	185	
Costo Materia Prima Producto 3	\$/ unid.	343	371	401	433	467	
Costo Materia Prima Producto 4	\$/ unid.	13.544	14.627	15.798	17.061	18.426	
Costos Variables Unitarios							
Materia Prima (Costo Promedio)	\$/ unid.	3.569,9	3.855,5	4.164,0	4.497,1	4.856,8	
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$/ unid.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Materia Prima y M.O.	\$/ unid.	3.569,9	3.855,5	4.164,0	4.497,1	4.856,8	
Costos Producción Inventariables							
Materia Prima y M.O.	\$	74.101.696	86.432.218	100.814.539	117.590.078	137.157.068	
Depreciación	\$	433.912	459.947	487.543	516.796	547.804	
Total	\$	74.535.608	86.892.165	101.302.083	118.106.875	137.704.871	
Gastos Operacionales							
Gastos de Ventas	\$	4.800.000	5.184.000	5.598.720	6.046.618	6.530.347	
Gastos Administración	\$	158.889.467	171.600.624	185.328.674	200.154.968	216.167.365	
Total Gastos	\$	163.689.467	176.784.624	190.927.394	206.201.585	222.697.712	

Fuente: elaboración propia



10.7 INDICADORES

Tabla N° 17 Indicadores

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	13%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	37,02%
VAN (Valor actual neto)	26.545.010
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,25
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación). en meses	2 meses
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	57,58%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	36 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes

Fuente: elaboración propia



Tabla N° 18 Comparación de la TIR

	flujo de caja	valor actual por flujo
inversión inicial	-25.360.978	-\$ 25.360.978
flujo de caja 1	-7.757.550	-\$ 6.865.088
flujo de caja 2	11.187.914	\$ 8.761.778
flujo de caja 3	28.323.774	\$ 19.629.796
flujo de caja 4	49.532.977	\$ 30.379.503
	VAN	\$ 26.545.010

TIR	37,02%
Tasa mínima de rendimiento	13%
Tasa ofrecida por el banco	1,2%

Fuente: elaboración propia



11. CONCLUSIONES Y LOGROS

Se logró alcanzar el objetivo general de diseñar un plan de negocio para la creación de una panadería y pastelería en el corregimiento de San Valentín a lo largo del desarrollo del mismo se pudo evidenciar como se podrá llevar a cabo este negocio de forma organizada para que así a futuro logre crecer como negocio y pueda extenderse en otros lugares.

También se pudo evidenciar desde la parte financiera que en el primer año los resultados no son favorables, pero se recuperan en gran manera y son positivos en los años siguientes y esto nos muestra como poder llevar la panadería y pastelería a ser un gran negocio rentable y que las personas prefieran por su calidad y sabores distintivos.

Así mismo por medio el método de la T.I.R se pudo analizar y evidenciar la viabilidad del negocio debió a que esta fue positiva con un porcentaje del 30,6% y en el valor actual neto V.A.N se puede evidenciar un saldo positivo de \$21.545.010

Por lo cual podemos concluir que este plan de negocio es viable se puede ejecutar y puede generar una buena rentabilidad a largo plazo.



12. BIBLIOGRAFIA

- *Pulido Alvarado, C. M. Plan de negocios para la creación de la empresa panificadora Start Break. Recuperado de:*
<https://repository.usta.edu.co/jspui/bitstream/11634/28723/1/2020cesarpulido.pdf>
- <https://mundonoticias.com.co/la-realidad-del-sector-panadero-en-medio-del-covid-19/>
- *Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba- Ecuador (2017,10 junio)*
https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial/vol3num8/Revista_de_Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial_V3_N8_2.pdf
- Editor La Barra. (2021, 17 junio). *Recuperado de:*
<https://www.revistalabarra.com/panaderias-y-reposterias-en-crecimiento/>
- Metodología de la investigación. (2014)
<https://academia.utp.edu.co/grupobasicoclinicayaplicadas/files/2013/06/Metodologia%20de%20la%20Investigacion.pdf>
- ascensión Hernández, d. e., González Gutiérrez, l. l., rauda Ortiz, s. i., Sánchez Castañeda, a. n. g. e. l. i. c. a., & Sánchez maces, n. a. t. a. l. y. (2015). *panificadora la Reyna. recuperado de:*
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9242/2/Proyecto%20de%20Factibilidad>



d%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20Panader%C3%ADa%20y%20Pasteler%C3%ADa%20en%20la%20Avenida%20Delta%20de%20la.pdf

- *Urueña Acero, M. A., & Vargas Gachancipá, K. T. Elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa pastelería Mailo. Recuperado de:*
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/43389/2022mariauruena2022karenavargas1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- *de Lamo Rubio, J., & en Derecho, M. D. (2020). La jurisdicción social y las consecuencias de Covid-19. Diario La Ley, 9626(6). Recuperado de:*
<https://www.icaoviedo.es/res/comun/biblioteca/1572/La%20jurisdicci%C3%B3n%20social%20y%20las%20consecuencias%20de%20Covid.pdf>
- *Carvajal Vargas, C. M. (2020). Estrategia de financiamiento a largo plazo por la crisis de la pandemia del Covid-19 en la panadería Moderna (Bachelor's thesis). Recuperado de:* <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31754>
- *Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., & Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. Editorial McGraw Hill. Recuperado de:*
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>



- Kampf, R., Majerčák, P., & Švagr, P. (2016). *Application of break-even point analysis. NAŠE MORE: znanstveni časopis za more i pomorstvo, 63(3 Special Issue), 126-128. Recuperado de: //C:/Users/user/Downloads/9_Kampf_Majercak_Svagr.pdf*
- *Cámara de comercio (2022) https://www.ccsm.org.co/registros-publicos/registros-delegados/registro-mercantil-regmer.html*
- O'Donnell, K. (2016). *Manual de produccion de panaderia. Xlibris Corporation. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ZloaDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=articulos+de+panaderias&ots=c6fsauX-Up&sig=jfV-DhA3ryfydVyi6GLgByw5MN0#v=onepage&q=articulos%20de%20panaderias&f=false*
- González, F. D., & Sánchez-Lafuente, A. C. (2012). *Elaboración de productos de panadería. INAF0108. IC Editorial. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nU0pEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=productos+de+panader%C3%ADa+&ots=QhiJM32HFb&sig=Vpx26B1SII3Y_hAbxT1on21hyRY#v=onepage&q=productos%20de%20panader%C3%ADa&f=false*
- Mesas, J. M., & Alegre, M. T. (2002). *El pan y su proceso de elaboración the bread and its processing o pan eo seu proceso de elaboración. CYTA-Journal of Food, 3(5), 307-313. Recuperado de: https://doi.org/10.1080/11358120209487744*

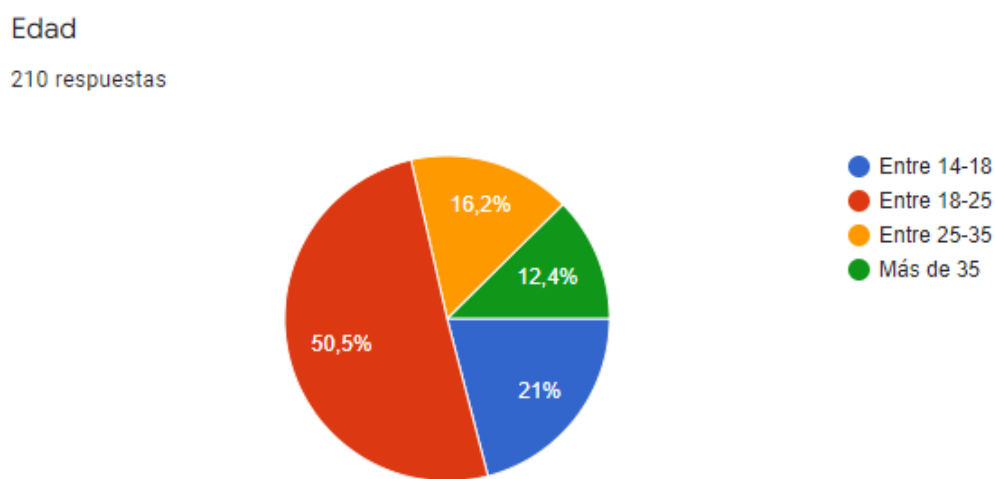


- Delgado Vélez, L. D. (2016). *Análisis econométrico de la rentabilidad de los inversionistas en la industria panificadora y de pastas colombiana, 2000-2013. Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 32(55), 19-32.
Recuperado de:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-46452016000100003
- Guillot, G. S. (2020). *Industria panificadora en Colombia. Documentos de trabajo Areandina*, (2). *Recuperado de:* <https://doi.org/10.33132/26654644.1654>
- Montiel Vergara, R. X. (2018). *Optimización de los costos administrativos, operativos en la compañía industria panificadora Europa SA* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas). *Recuperado de:*
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/33092>
- RAMIREZ, M., ALCANTARA, I., & VALLADARES, O. L. (2019). Uso de los sistemas de información de marketing en la distribución y ventas de productos de la industria panificadora. Caso Weber's México-Un estudio exploratorio. *Revista Espacios*, 40(32). *Recuperado de:*
<http://www.revistaespacios.com/a19v40n32/19403226.html>
- Velandia Avella, J. A. (2009). *Diseño de un plan de gestión orientado al establecimiento de un sistema de gestión de calidad para la panadería pan rico ubicada en el municipio de Aguazul Casanare*. *Recuperado de:*
https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1070&context=administracion_agronegocios

13. ANEXOS

Para recolectar la información que nos ayudara a saber cuáles productos se debían elaborar se utilizó el método de encuesta para la población del corregimiento de San Valentín tomando una muestra de 209 personas como se indicó en la fórmula utilizada de las cuales obtenemos los siguientes resultados:

Figura N° 4 *Edad de los encuestados*



Fuente: elaboración propia por medio de formulario de Google

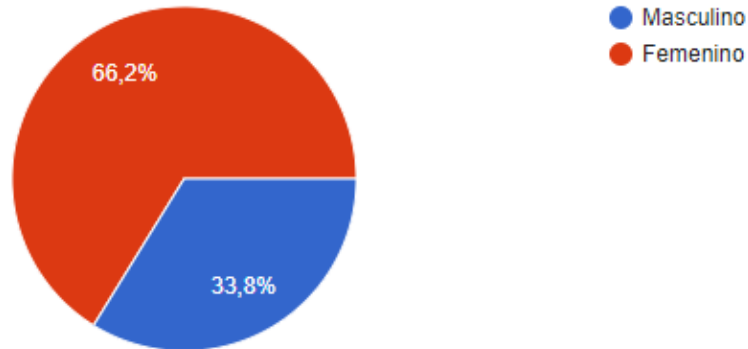
Nota. Para el plan de negocio se realizó la siguiente encuesta en la que se pudo reflejar que la edad de los encuestados un 50.5% son personas de entre 18 y 25 años reflejando que en su mayoría son personas jóvenes, un 21% entre 14 y 18 años, un 16.2% son personas mayores de 35 años y un 12.4% son personas de entre 25 y 35 años.



Figura N° 5 *Sexo de los encuestados*

Sexo

210 respuestas



Fuente: elaboración propia por medio de formulario de Google

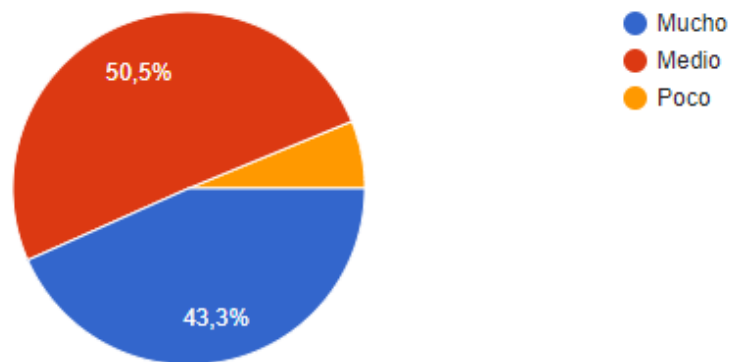
Nota. Del total de los encuestados el 66.2% equivale a mujeres y el 33.8% equivale a hombres.



Figura N° 6 *Preferencias de los encuestados*

¿Qué tan amante se considera del pan?

210 respuestas



Fuente: elaboración propia por medio de formulario de Google

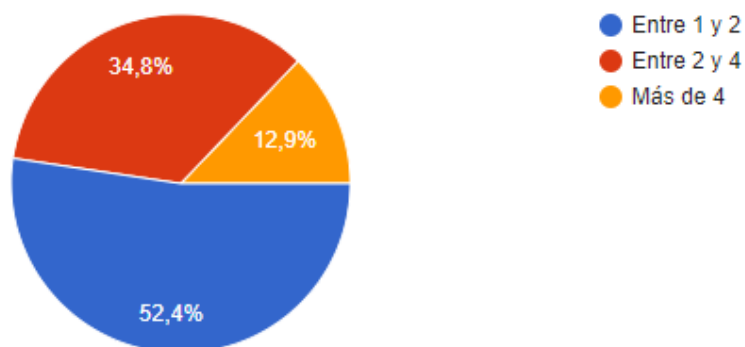
Nota. Se preguntó en la encuesta qué tan amante del pan se consideraba cada encuestado y se logró un resultado en donde la mayoría se encuentra en un punto medio con el 50.5%, un 43.3% se considera que es de muy amate del pan y el 6.2% se considera que no es muy amante del pan.



Figura N° 7 Consumo diario

¿Cuántos panes consume diariamente?

210 respuestas



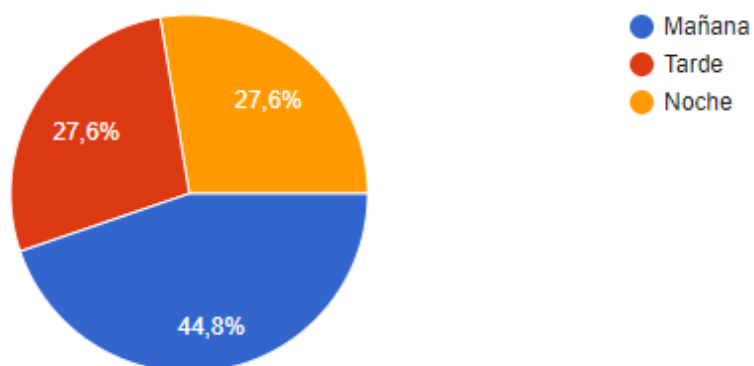
Fuente: elaboración propia por medio de formulario de Google

Nota. El 52.4% de los encuestados consume diariamente entre 1 y 2 panes, el 34.8% entre 2 y 4 panes diariamente y el 12.9% consumen más de 4 panes diariamente.

Figura N° 8 *Horario de consumo*

¿A que hora consume habitualmente productos de panadería?

210 respuestas



Fuente: elaboración propia por medio de formulario de Google

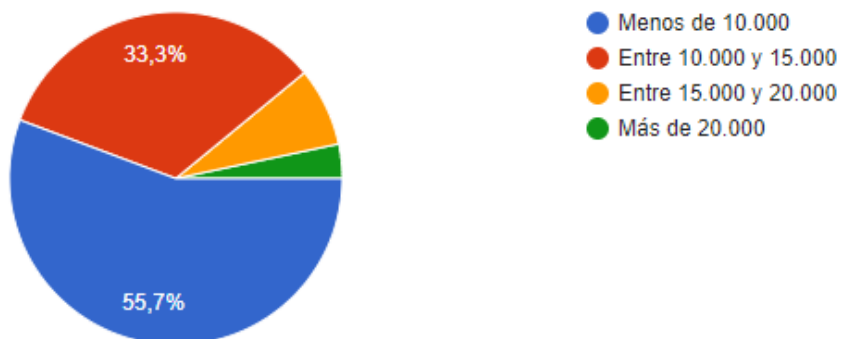
Nota. Habitualmente el 44.8% consume productos de panadería en la mañana, el 27.6% en la noche y también el mismo porcentaje consume productos de panadería en la tarde.



Figura N° 9 Monto de consumo de productos de panadería

Aproximadamente ¿Cuál es el monto que invierte cuando va a una panadería?

210 respuestas



Fuente: elaboración propia por medio de formulario de Google

Nota. Con respecto al monto que cada encuestado invierte cuando va a una panadería el 55.7% invierte menos de \$10.000, el 33.3% invierte entre \$10.000 y \$15.000, el 7.6% invierte entre \$15.000 y \$20.000 y un 3.3% invierte más de \$20.000 cuando va a una panadería.

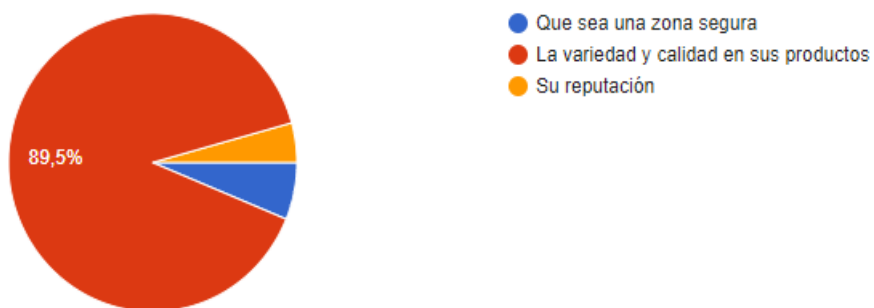


Figura N° 10 Aspectos importantes para el cliente

¿Qué considera importante cuando vas a una panadería?

 Copiar

210 respuestas



Fuente: elaboración propia por medio de formulario de Google

Nota. El 89.5% de los encuestados considera que es más importante en una panadería la variedad y calidad de los productos, el 6.2% considera que es más importante que sea una zona segura, y el 4.3% considera su reputación.

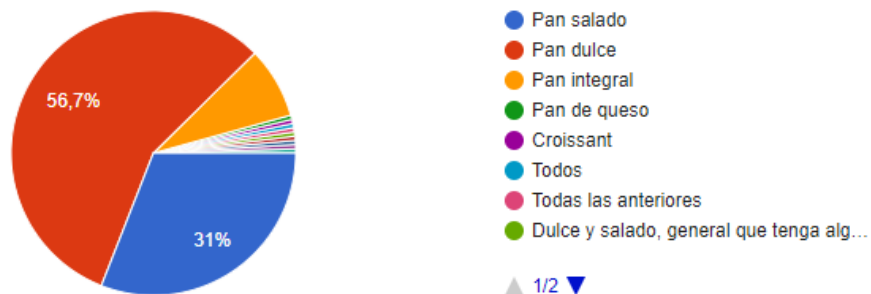


Figura N° 11 *Productos favoritos*

¿Qué tipo de pan es su favorito?

Copiar

210 respuestas



Fuente: elaboración propia por medio de formulario de Google

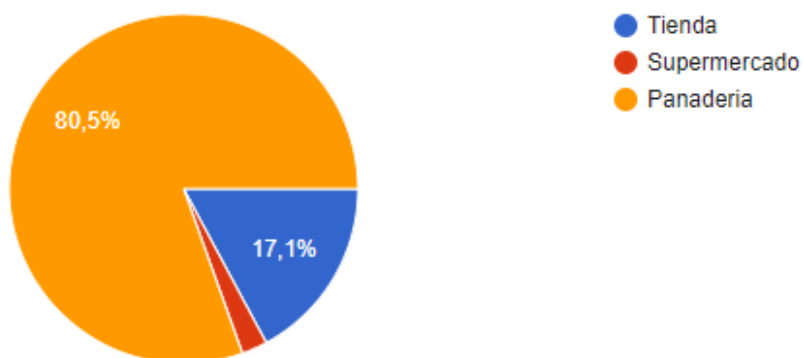
Nota. Preguntando qué tipo de pan es el favorito de cada encuestado se logró determinar que el 56.7% les gusta más el pan dulce, al 31% les gusta más el pan salado, al 8.1% el pan integral, al 1% el pan de queso, al 1% croissant, al 1% todos los panes y al 1% todas las mencionadas anteriormente.



Figura N° 12 Lugar de consumo habitual

¿Dónde compra habitualmente pan?

210 respuestas



Fuente: elaboración propia por medio de formulario de Google

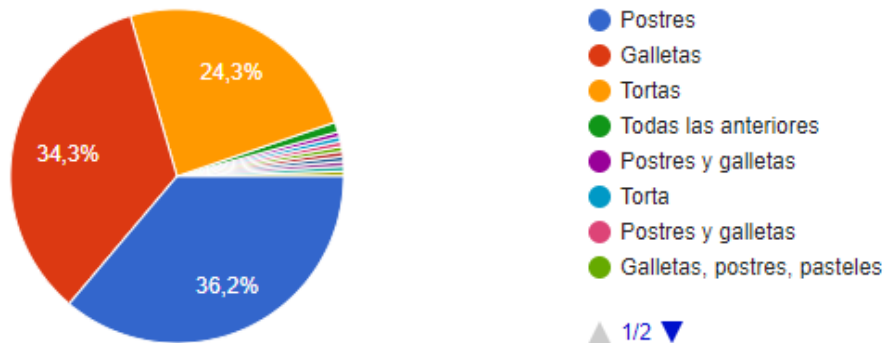
Nota. Con respecto a los lugares en donde compran los panes cada encuestado el 80.5% los compra en la panadería, el 17.1% en tienda y el 2.4% los compra en supermercado



Figura N° 13 *Consumo de otros productos*

¿A parte de pan que otros productos consumes en una panadería?

210 respuestas



Fuente: elaboración propia por medio de formulario de Google

Nota. De los encuestados el 36.2% consume postres en una panadería aparte de panes, el 34.3% consume aparte de panes galletas, el 24.3% tortas, el 5.2% consume en una panadería aparte de pan todas las anteriores.