PLAN DE NEGOCIO

NOMBRE DEL EMPRENDEDOR(A)	DIANA MARIA SALAZAR RESTREPO
NOMBRE DEL PROYECTO	Panadería
SECTOR ECONÓMICO	Sección C Industrias manufactureras
ACTIVIDAD ECONÓMICA	1081

1- ¿QUIEN ES EL EMPRENDEDOR?

viene del SENA Tolima, ha adquirido valiosa experiencia práctica a través de la colaboración con su esposo, quien ha sido una fuente de inspiración y conocimientos en el ámbito de la panadería.

2- ¿CUÁL ES EL PROBLEMA O NECESIDAD?

Declive en las Ventas en una Panadería

3- ¿QUIEN ES EL PROTAGONISTA?

El mercado objetivo son los hogares conformados por más de tres personas

El mercado objetivo son los hogares conformados por más de tres personas ubicados en las comunas No 10 y 11 del casco municipal de la ciudad de Ibagué, ubicados en los estrato socioeconómico de 1,2 y 3 con ingre

Para la priorización de este segmento, se tienen en cuentan que para estos hogares es habitual en consumo de productos de panadería, donde se identifica el potencial de compra hacia los noconvencionales. Estos cliente

4- ¿CUAL ES LA SOLUCIÓN Y LA PROPUESTA DE VALOR?

Crear productos donde se incorporara mayor calidad y variedad frente a nuevos sabores y tecnicas de panaderíaUso de materias primas 100% saludables y a su vez creando productos que no se encuentran en el mercad

5- COMPETENCIA

Aspectos	MORATA	MATEUS	TIENDAS DE BARRIO
Localización (Ubicación geográfica)	Perimetro urbano de la ciudad de Ibagué	Perimetro urbano de la ciudad de Ibagué	Comunas 10 y 11
Productos y servicios (Atributos)	Variedad de productos de panaderia en diferentes lineas: panaderia tradicional, panaderia dulce,	Variedad de productos de panaderia en diferentes lineas: panaderia tradicional,	Panadería tradicional y productos de pastelería (tortas y galletas)
Precios de venta	Productos desde $ 500 en adelante	Productos desde $ 500 en adelante	Precios desde $ 300 hasta $32.000 en productos
Logística de distribución (Medios de envio, despacho, embalaje, otros)	Puntos de venta en la ciudad	Punto de venta en la ciudad Domicilios	Punto de venta en la ciudad
Ventajas y desventajas Defina al menos 3 de cada una.	Ventaja - Posicionamiento y reconocimiento en el	Ventaja - Calidad en los productos.	Ventaja - cercania con los clientes

6- CANALES

Estrategia de promoción	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Descuentos del 10% en compras superiores a $ 50.000 en te	Internet	Promocion de los productos en temporadas bajas a traes de	300000
0	0	0	0
Estrategia de comunicación	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Evento de lanzamiento	Punto de venta	Jornada en la finca con invitados especiales	800000
Piezas de publicidad (aviso y tarjetas de presentación)	Directo	Diseño y produccion de las piezas publicitarias	1000000
Estrategia de distribución	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
Redes sociales como Facebook, Instagram yTik Tok con el fir	Internet	Creación y administraciónde redes sociales	450000
Ferias empresariales	Directo	Asistencia en la feria	1000000
Estrategia de precio	**Canal a utilizar**	**Actividades a realizar**	**Costo**
0	0	0	0
0	0	0	0

8- OPORTUNIDAD COMERCIAL

Tendencias a nivel mundial - Internacional
Pan Artesanal y Tradicional: Existe un aumento en la demanda de panes artesanales y tradicionales, con consumidores buscando productos auténticos, hechos con métodos tradicionales y ingredientes de alta

Tendencias a nivel país o Latinoamérica
Tendencias Nacionales en Colombia:Panes Artesanales Colombianos: Se ha observado un resurgimiento del interés en panes artesanales colombianos, con panaderías que se centran en rescatar recetas tradicio

Tendencias a nivel local (Ciudad, Municipio, Región)
Tendencias Locales en Ibagué:Panaderías Boutique: En Ibagué, ha habido un crecimiento de panaderías boutique que se centran en la calidad, la presentación artística y la experiencia del cliente, ofreciendo p

9- VALIDACIÓN

1. Qué herramientas empleaste para realizar la validación de tu producto o servicio? (Encuesta, Focus Group, Tarjeta Persona) Explica
TARJETA PERSONA - JOBS TO BE DONESe logró percibir los gustos de los productos de panadería identificando que a pesar de que el mayor consumo se evidencia en los productos tradicionales por la oferta l

2. Cuántas veces utilizaste la herramienta? Explica
La herramienta se aplico durante un mes

3. Describe los resultados de validación evidenciados con las herramientas utilizadas (cualitativos y cuantitativos)
Frente a los Jobs to be done se evidencia lo siguiente: ☐ La motivación de compra es para calmar la ansiedad o celebrar un evento. ☐ Compra en pan por cercanía a su casa o porque paso por allí. ☐ Compı

4. Menciona las oportunidades de mejora del producto o servicio evidenciadas con las herramientas de validación utilizadas.
Sabores variados y exoticosNuevas tecnicas de panaderíaServicios personalizados

5. Menciona el precio de venta estimado de cada uno de tus productos o servicios
Precio de venta desde $ 5.000

6. Cuál es el avance técnico, comercial y legal a la fecha, de tu modelo de negocio
A nivel tecnico cuenta con herramientas y equipos basicos, que decidió darle vida a este proyecto, orientándose en ofrecer productos de forma innovadora y natural, permitiéndole al consumidor experimentar

10- LAS CIFRAS

INVERSIONES FIJAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Maquinaria y Equipo	Equipos varios	$ 10.000.000	1	$ 10.000.000	Aporte Emprendedor
Muebles y Enseres	Equipos varios	$ 1.500.000	1	$ 1.500.000	Aporte Emprendedor
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 11.500.000	

INVERSIONES DIFERIDAS

Categoría (Elige de la lista desplegable)	Elemento (Especificar el elemento)	Valor unitario	Cantidad	Valor Total	Aportado por (Colocar Fondo Emprender cuando sea el caso)
Matricula Mercantil	0	$ 60.000	1	$ 60.000	Aporte Emprendedor
Nómina Empleados	0	$ 1.300.000	2	$ 2.600.000	Aporte Emprendedor
Servicios Públicos	0	$ 250.000	12	$ 3.000.000	Aporte Emprendedor
Dotaciones	0	$ 350.000	2	$ 700.000	Aporte Emprendedor
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
0	0	$ 0	0	$ 0	0
				$ 6.360.000	

VALOR TOTAL PROYECTO	**$ 17.860.000**

TIR
10%

11- EQUIPO DE TRABAJO

Cargo 1:	Administrador
Cargo 2:	Auxiliar de panaderia
Cargo 3:	Panadero
Cargo 4:	Vendedor mesero

12- NORMATIVIDAD

Norma. Permiso, Licencia o Resolución a cumplir	Descripción del trámite a realizar	Costo	Tiempo requerido
Uso del suelo	**Realizar el trámite de solicitud de uso de suelo ante Planeación Municipal de Ibague**	**$ -**	1 mes
Concepto Sanitario	**Adecuar conforme a la norma sanitaria**	**$ 500.000**	1 mes
manipulación de alimentos	**Pruebas en laborario**	**$ 1.000.000**	1 mes

seguridad humana y protección contra	**Realizar el trámite de solicitud ante Bomberos de Ibague**	**$ -**	1 mes
0	**0**	**$ -**	0

13- PROCESO DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas a cargo	Equipos y Máquinas que se utilizan
Alistamiento	**2**	**Panadero y auxiliar de panaderia**	**1**	**Herramientas de panadería**
Inspeccion , desinfección y lavado	**2**	**Panadero y auxiliar de panaderia**	**1**	**Herramientas de panadería**
Dosificación de las Materias primas e Insumos	**2**	**Panadero y auxiliar de panaderia**	**1**	**Herramientas de panadería**
Mezcla de los ingredientes	**15**	**Panadero y auxiliar de panaderia**	**1**	**Herramientas de panadería**
Horneado	**45**	**Panadero y auxiliar de panaderia**	**1**	**Herramientas de panadería**

14- CAPACIDAD INSTALADA

Producto 1	Pan queso	**Duración del proceso de producción y/o prestación del servicio**	8	**Unidades producidas o servicios prestados en esa duración**	Unidad	**Unidad de medida**	Unidad

15- RIESGOS

VARIABLE	RIESGO	PLAN DE MITIGACIÓN
Técnico	Apertura de nuevas líneas de productos o modelo de negocio similar por parte de la competencia	s productos y modelo de negocio de la empresa. 3. Brindar atención personalizada con el fin de que el cliente se sienta a gusto y c
Comercial	Competencia informal con precios bajos frente a los precios que ofrece la empresa	sabor diferencial. 2. El modelo de negocio propuesto es totalmente innovador y llamativo por lo cual el tipo de cliente al que se piensa llegar les impor
Talento humano	Demandas laborales en la oficina de trabajo	de la empresa contara con el respectivo contrato, afiliación al sistema de seguridad social, ARL y se cancela las respectivas prestaciones y liquidaciones
Normativo	Proceso de selección inadecuado del personal	licar diferentes herramientas como entrevistas, test psicotécnicos, llamadas a las referencias, visitas domiciliarias, entre otras.
Medio Ambiente	Desastres naturales	Suscribir una póliza contra todo riesgo
Financiero	Bajos ingresos operacionales de la empresa	rá a conocer el producto y sus beneficios a los consumidores en el punto de venta4. Se tienen establecidas diferentes actividades de penetración al merc
Otro, cual?	0	0