



**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**

Universidad del Rosario

Centro de emprendimiento | UR Emprende

Propuesta de Negocio Tortas D Colores

Modalidad Trabajo de grado en Emprendimiento

Bogotá, D.C.



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Universidad del Rosario

Centro de emprendimiento | UR Emprende

Propuesta de Negocio Tortas D Colores

Modalidad Trabajo de grado en Emprendimiento

Valentina Salazar Meza

Centro de emprendimiento | UR Emprende

Administración de Empresas

Bogotá, D.C, 2021

## Tabla de contenido

Tabla de contenido .....	3
Resumen ejecutivo.....	6
Palabras clave .....	7
Abstract.....	8
Sector y actividad económica del emprendimiento.....	11
Objetivo general y específicos.....	11
Objetivo general:.....	11
Objetivos específicos: .....	11
Alineación de intereses propios o del equipo emprendedor con proyecto de emprendimiento. .....	12
Exploración e identificación de la idea de negocio. ....	13
Descripción de la problemática identificada.....	14
Justificación del entorno explorado.....	15
Mapeo de actores .....	17
Hipótesis general del proyecto.....	18
Validación del problema .....	18
Datos económicos que sustenten la problemática.....	20
Análisis etnográfico.....	21

Construcción de la propuesta de valor.....	22
Validación de usuario y cliente potencial .....	24
Ganancias.....	24
Dolores.....	25
Mapa de Valor .....	26
Diferencial .....	27
Pertinencia de la solución .....	27
Pruebas de validación de propuesta de valor. ....	27
Fundación La Oportunidad Colombia- Propuesta de valor .....	28
CUPCAKES F.O.C-PROYECTO CUPCAKES:.....	28
OBJETIVO:.....	28
GANANCIA: .....	29
Construcción del prototipo .....	39
Conceptualización y definición del prototipo .....	40
Plan para la construcción de la solución Toolkit de herramientas para el emprendimiento	41
Portafolio del producto análogo.....	42
Elaboración pruebas de concepto .....	44
Metodología .....	44
Aprendizaje pruebas de concepto .....	44

Torta de Chocolate un producto nuevo que se sacó en marzo del 2021 .....	44
Modelo financiero 1.0 .....	46
Definición de precio.....	46
Estrategia de precio.....	46
KPI financieros I .....	48
Modelo de Negocio 3D: .....	49
Diseño del modelo económico:.....	50
Diseño del modelo social.....	51
Beneficios para la comunidad.....	51
Desarrollo colectivo .....	51
Referencias .....	52

## **Resumen ejecutivo**

Tortas D Colores busca brindar al consumidor una torta saludable de calidad, con precios asequibles y además que el producto sea altamente nutritivo; se quiere entrar en un negocio donde el público busque ahorrar mientras consume alimentos nutritivos de calidad, teniendo como incentivo que los productos no contendrán ningún tipo de sabor artificial. Dirigido a personas que se enfocan en cuidar de su cuerpo y de su salud al no ingerir productos que contienen sabores artificiales, así mismo hacerle conocer al cliente a través de publicidad y post en la página de Instagram de Tortas D Colores las consecuencias de alimentarse con productos artificiales y posteriormente las ventajas de consumir productos 100% naturales. Teniendo en cuenta el aumento de los hábitos alimenticios que vulneran la salud de quienes lo consumen, y con las propuestas de diferentes grupos que buscan reducir el consumo de azúcares en la dieta de las personas, este producto busca principalmente satisfacer no solo una necesidad de sabores, sino que también busca cuidar la salud de quienes buscan no privarse de este tipo de alimentos, pero promoviendo hábitos saludables en la dieta.

Igualmente se busca incentivar a los clientes potenciales a llevar una alimentación balanceada con productos naturales, nutritivos y saludables, donde puedan comer delicioso sin tener que preocuparse por las calorías, azúcares altos y grasas trans que diversos alimentos de consumo recurrente puedan ingerir, mostrándoles que los productos ofrecidos por Tortas D Colores son deliciosos y lo mejor de todo, saludables y nutritivos.

Tortas D Colores es un emprendimiento con variedad de productos, el cual cuenta con personal experto en cuidado personal y otros aspectos relacionados con el ámbito saludable, así mismo se tiene ofrece una ventaja competitiva a nivel de segmento y de mercado a través de

los productos realizados con ingredientes de excelente calidad y 100% naturales y nutritivos, siempre buscando cuidar la economía de nuestros clientes. En cuanto a la asepsia, dada la coyuntura del Covid-19 el empaque que se le ofrece a los consumidores tiene características de termo sellado el cual garantiza la seguridad, frescura y calidad del producto, también se ofrece servicio de domicilio garantizando que el domiciliario cumpla con todas las normas de bioseguridad.

En términos de ofrecer valor, somos únicos motivando a las personas a vivir una experiencia la cual permita compartir con los amigos mientras se disfruta de una gastronomía saludable, comida balanceada y nutritiva. En general, para muchas personas el acceso a este tipo de productos suele ser visto como algo que responde a diferentes privilegios, sobre todo económicos, de quienes lo consumen, así Tortas D Colores busca como producto ampliar el segmento teniendo en cuenta las distintas clases sociales especialmente en el primer lugar de venta, permitiendo que distintos tipos de familia puedan disfrutar de este producto, y accediendo a productos de gran variedad y alto consumo con el valor agregado de sus ingredientes saludables; asimismo se entiende que la competencia directa son aquellos productores que buscan ofrecer productos ricos y saludables, nuestra propuesta de valor tiene que ver con el precio ya que este impacta directamente en el valor y la posibilidad de la accesibilidad para diferentes tipos de personas, abarcando la mayoría de ellas en la región donde será vendido el producto.

Los elementos clave de marketing se encuentran especialmente ligados con la misión de la empresa en general que es llegar a todo tipo de público, dadas las condiciones de interacción actuales consideramos que el mejor método son las redes sociales siendo estas un medio económico de promoción pero sobre todo una estrategia capaz de llegar a diferentes tipos de

persona y generando impacto importante, combinando elementos informativos pero también llamativos que lleven a Tortas D Colores a la competitividad en el mercado y a su reconocimiento.

**Palabras clave:**

Nutrición, innovación, alimentación balanceada, modelo de negocio

## **Abstract**

The value proposition is primarily to give the consumer a healthy cake of quality, with affordable prices and also that the product is highly nutritious; they want to enter a business where the public seeks to save while consuming nutritious food of quality, as an incentive, the products will not contain any artificial flavor, aimed at people who focus on taking care of their body and health by not eating products containing artificial flavors, also make the customer aware through advertising and post on the Instagram page of cakes D colors the consequences of feeding on artificial products and subsequently the advantages of consuming 100% natural products.

Likewise, it seeks to encourage potential customers to eat a balanced diet with natural, nutritious and healthy products, where they can eat deliciously without having to worry about calories, high sugars and trans fats that various foods of recurrent consumption can ingest, showing them that the Products offered by Tortas D Colores are delicious and best of all, healthy and nutritious.

Tortas D Colores is an enterprise with a variety of products, which has expert personnel in personal care and other aspects related to the healthy environment, as well as offers a competitive advantage at the segment and market level through the products made. With ingredients of excellent quality and 100% natural and nutritious, always seeking to take care of the economy of our customers. Regarding asepsis, given the situation of Covid-19, the packaging that is offered to consumers has characteristics of heat-sealing, which guarantees the safety, freshness and quality of the product; it also offers home service guaranteeing that the domiciliary complies with all biosafety standards.

In terms of offering value, we are unique in motivating people to live an experience, which allows them to share with friends while enjoying a healthy gastronomy, balanced and nutritious food. In general, for many people, access to this type of product is usually seen as something that responds to different privileges, especially economic, of those who consume it, so Tortas D Colores seeks as a product to expand the segment taking into account the different social classes especially in the first place of sale, allowing different types of family to enjoy this product; It is also understood that direct competition are those producers who seek to offer rich and healthy products, our proposal is the price that has to do specifically with the value of accessibility for different types of people, covering the majority in the region where the product will be sold. Product.

The key marketing elements are especially linked to the mission of the company in general, which is to reach all types of public, given the current interaction conditions we consider that the best method is social networks, these being an economic means of promotion but above all. a whole strategy capable of reaching different types of people and generating significant impact, combining informative but also striking elements that lead Tortas D Colores to competitiveness in the market and its recognition.

### **Keywords**

Nutrition, innovation, balanced diet, business model

### **Sector y actividad económica del emprendimiento.**

Tortas D Colores se clasifica con el CÓDIGO CIIU 1081 Elaboración de productos de panadería, con la actividad económica elaboración de pasteles, tortas, pasteles de fruta, tartas y derivados de la pastelería, asimismo el producto final es entregado por la administradora y fundadora de la empresa.

### **Objetivo general y específicos.**

#### **Objetivo general:**

Evidenciar el modelo de negocio de la empresa Tortas D Colores mediante el estudio de las distintas variables que confluyen en él para considerar su viabilidad.

Del producto: Ser una solución culinaria y gastronómica a la hora de escogencia de productos deliciosos y saludables en la sabana norte de Bogotá y alrededores.

#### **Objetivos específicos:**

1. Garantizar el aumento de ventas a partir de la buena reputación generada a través de tortas deliciosas y nutritivas además de la introducción de una experiencia de valor brindada al cliente y un medio acogedor el cual serán las redes sociales de Tortas D Colores.
2. La diversificación del mercado y productos mediante la interacción en redes sociales, donde estos medios sean fundamentales para evaluar las necesidades del cliente y así mismo satisfacerlas.

3. Evidenciar la propuesta de valor de Tortas D Colores, dándola a conocer en el mercado de pastelería y panadería logrando que potenciales clientes conozcan la variedad y la calidad de los productos ofrecidos.
4. Incrementar las ventas de los próximos 6 meses en un 30%, esto mediante el ofrecimiento de un producto nutritivo de calidad y asequible, garantizando al cliente una experiencia saludable, nutritiva y deliciosa.

### **Alineación de intereses propios o del equipo emprendedor con proyecto de emprendimiento.**

Los intereses de la emprendedora a cargo se encuentran alineados con el proyecto, debido al interés de formar un emprendimiento desde inicios de su carrera, el cual se ha fortalecido y alimentado de conocimientos, compromiso y dedicación, buscando siempre innovar a través de las recetas familiares genuinas, nutritivas, balanceadas y que fortalezcan una dieta balanceada del consumidor, siendo el factor prevaleciente una comida deliciosa con productos naturales.

Actualmente estudiante de Administración de Empresas cursando décimo y último semestre, este pregrado ha fortalecido la motivación por genera empresa a pesar de ser este el primer emprendimiento formal al cual se enfrenta la emprendedora. Posee fortalezas como lo son las habilidades comunicativas, manejo de relaciones, conocimiento en herramientas ofimáticas como Excel y competencias como liderazgo y trabajo en equipo.

### **Exploración e identificación de la idea de negocio.**

Tortas D colores busca ofrecer un producto capaz de suplir necesidades de distintas naturalezas que hoy en día se encuentran satisfechas cada una en un artículo diferente; es por esto que reunir cualidades que satisfagan dichas necesidades en un solo artículo, propone un reto muy interesante, pero a la vez muy humano, pues reconoce que las personas cada vez buscan avanzar en términos de alimentación.

En primera medida, es cierto que cada vez somos más conscientes de lo que consumimos, así, Tortas D Colores pretende apoyar este estilo de vida, desarrollando productos con ingredientes 100 % naturales, con menos calorías y grasas trans, para brindarle al consumidor una opción saludable en postres, sin que se vea afectada la necesidad humana de consumir alimentos dulces (KidsHealth, 2020).

Durante la contingencia del COVID – 19, el mundo se vio en la necesidad de ser más cuidadoso con la salud y la asepsia, así, la demanda de pedidos a domicilios creció, y con esto las empresas y restaurantes debieron innovar y estar a la vanguardia de dichas necesidades. Por esto, también es de vital importancia para nuestra empresa, contar con un servicio de domicilio eficaz y que entienda la carencia y el gusto de las personas por recibir alimentos en la puerta de su casa, evitando así el tránsito de más individuos a establecimientos y contribuir con la no propagación del virus (Díaz, 2020).

Los productos producidos en masa tienden a ofrecer precios más bajos, y los consumidores se ven engeguados por los números más que por los ingredientes; y si, por el contrario, buscan comer más saludable, se chocan con la barrera de los precios altos y hasta

desproporcionados, por lo que se ve truncada la iniciativa de muchos de iniciar un cambio en su rutina alimenticia (Díaz, 2020).

Concibiendo y entendiendo esto como un problema fundamental, Tortas D Colores ha adoptado como bandera principal un equilibrio entre precio y salud, para así ofrecer a los consumidores un producto asequible capaz de responder a sus necesidades y deseos de incluir en su alimentación comida más saludable.

### **Descripción de la problemática identificada**

La problemática identificada se encuentra ubicada en el mercado de Bogotá, Colombia, donde el presupuesto de las personas ha bajado dada la coyuntura del Covid – 19 (Universidad Externado de Colombia, 2020); sin embargo, los deseos por cuidarse en términos de salud y bienestar en las personas han aumentado y el miedo de adquirir productos alimenticios a domicilio ha aumentado debido a un posible contagio.

Asimismo, se ha identificado que, al momento de elegir una torta para el consumo, independientemente de la situación o motivo, los consumidores no encuentran diversidad en opciones que les brindan ingredientes balanceados y un sabor y presentación acordes al evento que quieran asistir. Esto se ve ligado con la necesidad de generar hábitos de consumo más saludables en la sociedad, evitando posibles problemas de salud individual y pública.

A raíz de esto ha surgido la necesidad de crear Tortas D Colores, donde los productos ofrecidos se ajustan a las necesidades del mercado en términos de precio, calidad de los

productos saludables, mientras se garantiza la bioseguridad al momento de enviar o consumir el producto.

### **Justificación del entorno explorado**

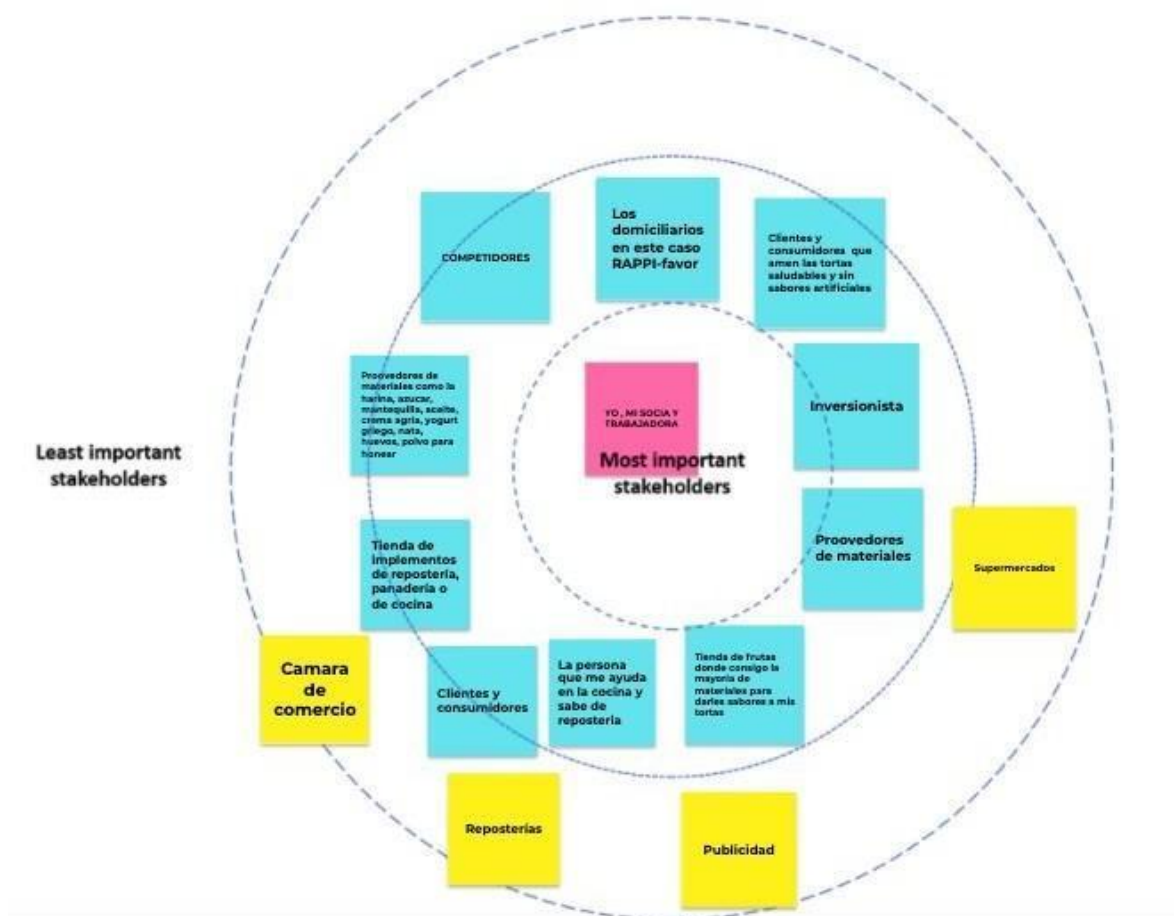
- La creación de ediciones limitadas de productos, o la implementación de nuevos productos en las fechas especiales incentiva al cliente a consumir.
- La estacionalidad definitivamente hace parte de este mercado, sobre todo en fechas como el día de la madre, navidad, día de san Valentín, etc.
- En este mercado, la innovación definitivamente siempre lleva la delantera, algo novedoso siempre atraerá más potenciales clientes.
- El contacto con el cliente de principio a fin durante la entrega del producto o fidelización es un factor muy importante para generar una reputación.
- De acuerdo al diario La República (2020), Colombia cuenta con cerca de 2.000 pasteleros, mientras que en países como Brasil o México la cifra puede ser el doble o el triple.
- El mismo diario afirma que, los consumidores de este sector en Colombia se cansan de consumir siempre lo mismo, aquí recae la importancia de la innovación.
- Además de la calidad del producto ofrecido, un punto importante sería la relación con el cliente.

- La creación de bases de datos, donde se busca almacenar el contacto de los clientes puede ayudar a la fidelización.
- Motivar al cliente ofreciendo giveaways, genera interés y definitivamente ayuda a la captación de nuevos clientes, teniendo como incentivo un producto como premio.
- Regalos para clientes fieles, ayuda a fidelizar al cliente.
- El precio en muchas ocasiones es determinante para la decisión de compra.
- El presupuesto del cliente es un factor importante para definir el precio.

**Tabla 1.**

**Mapeo de actores**

**STAKEHOLDER MAP**



**Fuente: Elaboración propia**

En los stakeholders se evidencian la cámara de comercio, reposterías, clientes y consumidores, proveedores de insumos como supermercados y reposterías, servicios de domicilios como el Rappi favor, entre otros stakeholders.

### **Hipótesis general del proyecto**

La variedad en los productos donde prevalezca un producto lleno de nutrientes 100% naturales libre de sabores artificiales, grasas saturadas y azúcares altos, garantizando el buen sabor del producto y calidad, además de la integración vertical con una diferenciación en el ofrecimiento de valor experiencial puede garantizar la fidelización y la captación de más clientes.

### **Validación del problema**

El valor en la reputación de Tortas D Colores y su posterior crecimiento como emprendimiento.

#### Hipótesis:

La variedad en los productos donde prevalezca un producto lleno de nutrientes 100% naturales libre de sabores artificiales, grasas saturadas y azúcares altos, garantizando el buen sabor del producto y calidad, además de la integración vertical con una diferenciación en el ofrecimiento de valor experiencial puede garantizar la fidelización y la captación de más clientes haciendo que creen valor en la reputación de Tortas D Colores y su posterior crecimiento como emprendimiento. Muestra: 20 personas entre los 20 y 30 años. La selección de las participantes se hará de manera aleatoria, solo para quienes autorizaron participar en el estudio, seguido a esto se dará inicio a la entrevista la cual será suministrada en una sesión continua de tiempo, en esta se explica cómo está dividida la entrevista y los pasos que tendremos en cuenta al interactuar con ellos. Finalmente, al completar el número total de participantes, se realizará un análisis de las entrevistas y grupo focal.

Canal: Instagram

Criterio:

La variedad y la novedad generan curiosidad aumentando la cantidad de clientes.

Hipótesis probada:

La variedad en los productos donde prevalezca un producto lleno de nutrientes 100% naturales libre de sabores artificiales, grasas saturadas y azúcares altos, garantizando el buen sabor del producto y calidad, además de la integración vertical con una diferenciación en el ofrecimiento de valor experiencial puede garantizar la fidelización y la captación de más clientes haciendo que creen valor en la reputación de Tortas D Colores y su posterior crecimiento como emprendimiento.

Fecha: 11/09/2020

Muestra realizada: 20 personas entre los 20 y 30 años

Resultados obtenidos: 15 de 20 personas apoyaron la hipótesis.

Aprendizaje: El valor agregado al producto tiene que ser algo novedoso y diferente, además la relación con el cliente debería ser buena, teniendo consideración con lo que está sucediendo el manejo del producto debe ser cauteloso.

### **Datos económicos que sustentan la problemática.**

En Colombia existen más de 25.000 panaderías y pastelerías, que registran ventas por más de tres billones de pesos y generan cerca de 400.000 empleos directos según la Revista La Barra (2020). Esto da cuenta de la importancia del sector, y de la potencialidad de un negocio a todas luces rentable, que facilita además el emprendimiento.

El sector de panadería está estable y en crecimiento, así se evidenció en 2018 con el ingreso de nuevas cadenas, que lo impulsan a dinamizarse. Ejemplo de esto es la llegada de obra, un nuevo negocio, un concepto de talleres de pastelería de autor que espera cerrar el 2019 con 30 puntos de venta, y alcanzar los 100 establecimientos en tres años.

"No solo las panaderías y los restaurantes han tenido que reinventarse y evolucionar hacia otro modelo de negocio debido a la llegada del Covid 19 y el aislamiento preventivo obligatorio. También las pastelerías y reposterías han tenido que transformarse y abrirse a nuevas oportunidades para mantener sus negocios a flote y continuar creciendo." (Cahmi, 2020). "Los domicilios y los pedidos por Rappi se han multiplicado. Al igual que la atención a través de redes sociales como Instagram y WhatsApp. Actualmente, estamos atendiendo alrededor de 80 clientes diarios y esperamos seguir creciendo ya que los clientes quieren seguir celebrando y manteniendo relaciones afectivas así sea a la distancia, y nosotros los pasteleros somos parte importante en esta cadena", (Cahmi, 2020). Lo anterior da cuenta de los retos que, además de los ya existentes, ha traído la coyuntura de covid-19 al comercio y en los cuales recae la importancia de la innovación no sólo en productos sino en las formas que rodean las ventas.

Debido a la actual coyuntura económica, los pedidos a través de la aplicación de domicilios han aumentado exponencialmente, según el diario Portafolio (2020) se han incrementado los pedidos en un 40%, donde además según Cahmi las pastelerías han tenido que reinventarse hacia la era digital a través de páginas en Instagram y pedidos a través de Rappi.

### **Análisis etnográfico**

#### Aspectos personales del cliente

Edad: entre los 20 y 30 años

Género: Todos

Hobbies: Que le guste probar diferentes comidas, que le guste cuidarse, le gusta hacer ejercicio, verse con sus amigos, ver Netflix, leer, meditar y postear en Instagram.

Hábitos: le gusta comer balanceado, le encanta el dulce, se levanta en las mañanas a ejercitarse, le encanta ver Netflix, no es adicto al trabajo, le gusta probar cosas nuevas y verse con sus amigos.

Miedos: El covid-19, la soledad, el aburrimiento y el hambre.

Deseos: salir con su familia y amigos, viajar, conocer la gastronomía del mundo, ser feliz.

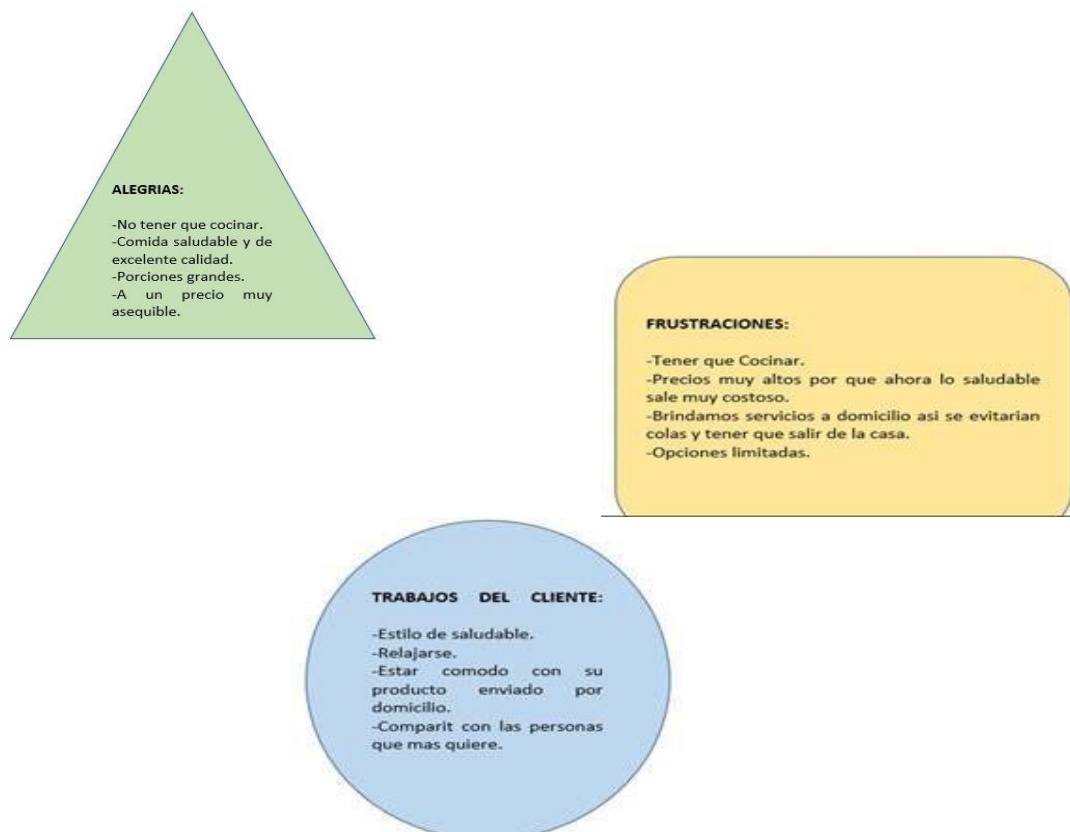
#### Perfil

El cliente es una persona extrovertida, le encanta meditar y conocerse, pasar tiempo con sus amigos, la cuarentena no ha sido fácil para él, le encanta meditar y viajar, conocer diferentes

sabores, no se reprime en nada, pero le gusta cuidarse le gusta tener opciones variadas y le encanta lo novedoso.

**Tabla2.**

**Construcción de la propuesta de valor**



**Fuente: Elaboración propia**

Dentro de la construcción de la propuesta de valor, se encuentran las alegrías del cliente, sus trabajos y sus frustraciones, donde se evidencia que se alegra con recibir un producto

saludable y delicioso, tiene el trabajo de relajarse al saber que no está ingiriendo nada artificial y tiene como frustración al no adquirir una torta el tener que cocinar.

Así, y de acuerdo con lo que afirma el diario La República (2020) en Colombia, a diferencia de otros países latinoamericanos la pastelería no ha alcanzado su mejor punto de auge, por lo que para que este servicio evolucione de la mejor manera es necesario que aquellos que quieran emprender en este negocio. Tortas D Colores cuenta con los recursos e insumos que le van a permitir competir a nivel regional, brindando no solo variedad al mercado sino aportando a la economía del sector.

También, el mismo portal indica cómo la falta de capacitación en el área ha sido uno de los obstáculos que ha dificultado el crecimiento de la oferta, para nosotros la formación es un tema principal, y no sólo contamos con el apoyo de las recetas familiares sino también con la posibilidad de movilización a la ciudad de Medellín, una de las capitales gastronómicas del país y que a mediano plazo podría ser sede de las capacitaciones de reposteros que impacten en la competitividad del negocio.

De mismo modo, es sabido que para que el sector pueda impactar de mayor forma a la población se requiere innovación, Tortas D Colores en este sentido busca presentar propuestas novedosas que fusionen sabores nuevos con las tradicionalidades de lo nutritivo y saludable. De la mano de lo anterior, esta propuesta de negocio pretende vender no sólo productos sino diversidad en ellos, apostando a ingredientes que contengan la menor cantidad de azúcar, grasas trans entre otros y buscando que incluso personas que sufran de enfermedades crónicas puedan consumir.

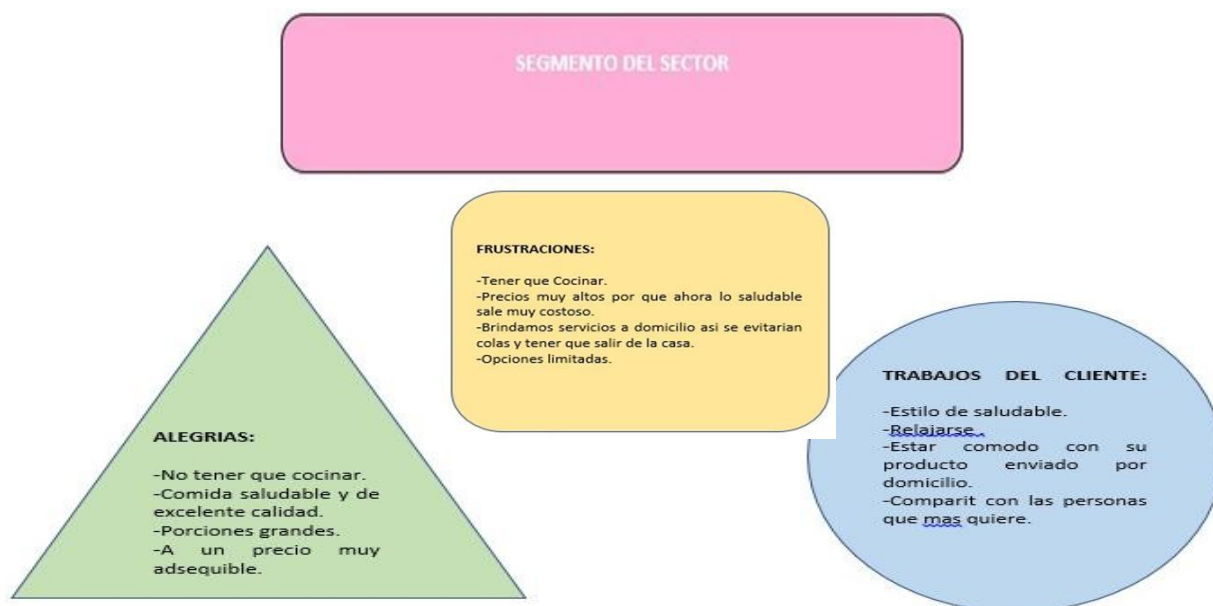
## Validación de usuario y cliente potencial

La validación se realizó mediante un Análisis etnográfico (entrevistas, no encuestas) y el cuál buscaba identificar el problema principal que presentaron 5 emprendimientos creados en determinado rango de fechas, dentro de las características de las personas con quienes se validó el problema se encontraron: estrato, ocupación edad, mujer hombre.

La muestra fueron 5 clientes potenciales y quienes fueron los entrevistados, las preguntas tenían que como con la rentabilidad de las ganancias, las Pruebas de validación, y la Propuesta de valor.

### Tabla3.

#### Ganancias

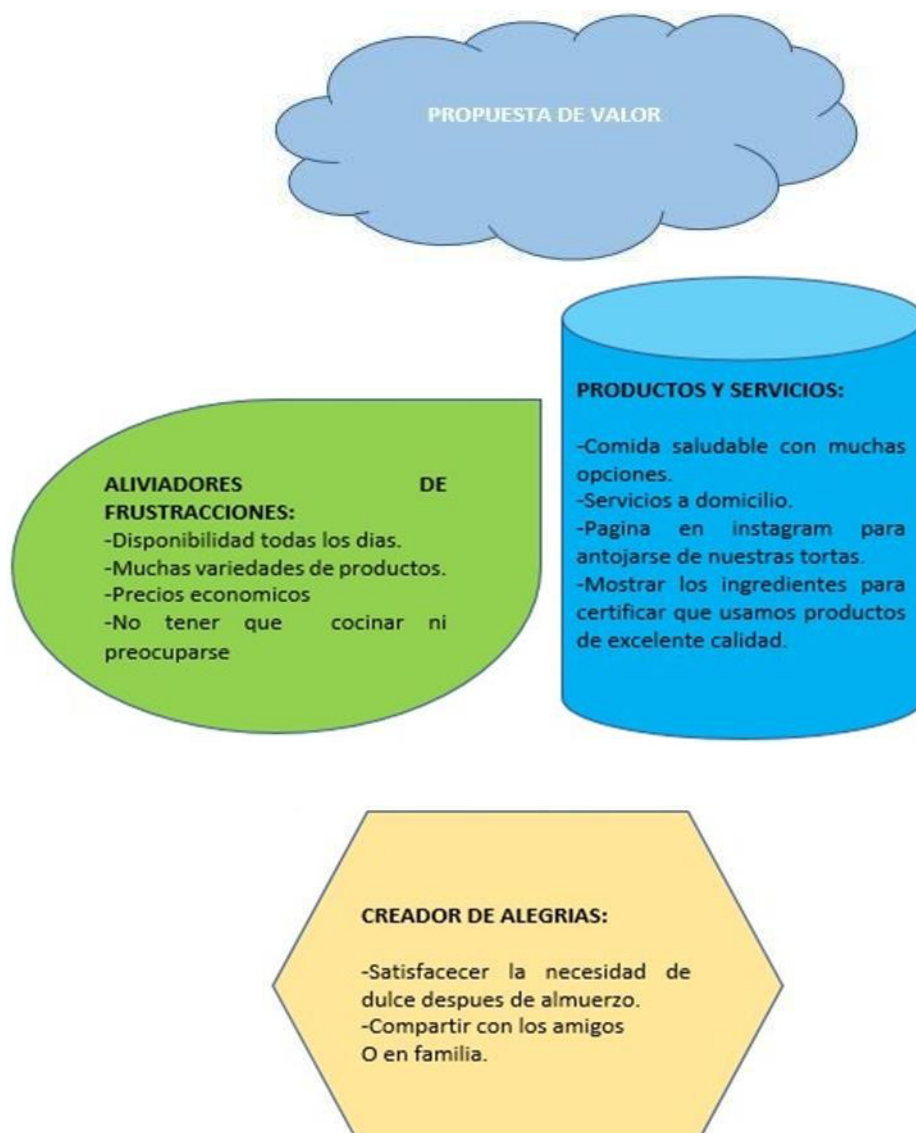


**Fuente: elaboración propia**

Se segmenta el sector donde se planea trabajar, donde se reúnen las frustraciones del cliente el cual no adquiera los productos de Tortas D Colores, así mismo se ubican las alegrías de un cliente y su debido trabajo al obtener uno de los productos de Tortas D Colores.

**Tabla 4.**

**Dolores**



**Fuente: Elaboración propia**

Para la generación de la propuesta de valor se reúnen los aliviadores de las frustraciones donde uno de estos es ofrecer al cliente potencial una disponibilidad de adquirir los productos todos los días, así como contar con variedad de productos; también se evidencian los creadores de alegrías dentro de los cuales se encuentra satisfacer una necesidad de comer un alimento dulce después de almorzar y finalmente en los productos y servicios se encuentran ofrecer tortas saludables a domicilio.

**Tabla 5.**

**Mapa de Valor**



**Fuente: Elaboración propia**

## **Diferencial**

Nuestro diferencial actualmente es que prestamos un muy buen servicio al cliente en términos de lapsos de tiempo pedidos, atención al usuario y, la calidad del producto. En cuanto a la calidad del producto nos enfocamos en las peticiones y necesidades de nuestros clientes en cuanto a los ingredientes con productos naturales, sin sabores artificiales. Hoy en día el mercado busca productos que se adapten a sus estilos de vida saludables, y por ende las tortas deben ser cada vez más personalizadas. Así mismo con todo el tema del Covid – 19 nos hemos enfocado en el tema de asepsia y bioseguridad, que nos permitan brindarles la seguridad total a nuestros clientes.

## **Pertinencia de la solución**

La solución es bastante pertinente para la situación de confinamiento que estamos viviendo actualmente por lo tanto los protocolos de bioseguridad son fundamentales para las personas hoy en día. Además, se determinó que los domicilios y las entregas puerta a puerta hacen del servicio más efectivo y seguro.

Una torta es símbolo de compartir, de estar en familia, de diversión sin remordimientos ya que la gente durante la pandemia es más consciente de su figura y de la importancia de comer saludable. Finalmente, hay muchas personas que deben celebrar sus cumpleaños, aniversarios, y grados durante el confinamiento, también personas que se han visto afectadas económicamente por la pandemia lo cual facilita que nuestros precios sean asequibles para todos.

## **Pruebas de validación de propuesta de valor.**

Se encuestaron 25 posibles futuros clientes quienes se mostraron muy interesados por la propuesta de valor y la personalización de las tortas.

También se evidenció que son clientes los cuales cuentan con un estilo de vida saludables, además de ser personas las cuales tienen afición hacia los domicilios, y el consumo generalmente solo productos naturales y no procesados, los precios les parecen económicos por las masas nutritivas y balanceadas.

## **Fundación La Oportunidad Colombia- Propuesta de valor**

### **Cupcakes F.O.C:**

Tortas D Colores es un emprendimiento con variedad de productos, el cual cuenta con personal experto en cuidado personal y otros aspectos relacionados con el ámbito saludable, así mismo se tiene ofrece una ventaja competitiva a nivel de segmento y de mercado a través de los productos realizados con ingredientes de excelente calidad y 100% naturales y nutritivos, siempre buscando cuidar la economía de nuestros clientes.

Tortas D Colores tiene que tener un enfoque social, es por ello que se quiere compartir el proyecto de emprendimiento con la Fundación la oportunidad Colombia. La idea es enseñarles recetas especiales de la manera más sencilla y promover en ellos ideas de emprendimiento y nuevas formas de recaudar dinero para reinvertir en la fundación. Disfrutando lo que hacen y compartir también conocimiento de crear una pequeña empresa.

### **Objetivo:**

El objetivo de este proyecto es darle un propósito a esta fundación con el objetivo de darle un nuevo método de recaudar fondos vendiendo postres que misma enseñare hacer.

La idea es que los niños sean la campaña de esta venta para que sea una campaña de empatía. Por otro lado, se harán postres pues consideramos que es la forma de maximizar ganancias con poco presupuesto.

**Ganancia:**

En el mes de abril y mayo se dieron 4 talleres cada uno de 2 horas que beneficien a 50 niños de la fundación. Para aprender hacer tortas con algunos tips de administración.

Vemos 3 tipos de ganancia para la fundación:

1. La primera está enfocada en clases de pastelería para los niños.
2. La segunda está enfocada en los conocimientos de administración que queremos otorgar para sacar adelante el programa.
3. Las ganancias económicas que pueda tener la fundación por la venta de los Cupcakes.

**Figura 1.**

The image shows a menu for 'CUPCAKES F.O.C.' with a pink header and a decorative border. Below the header is a photo of several cupcakes. The menu lists four items with their prices:

CUPCAKES	
Vainilla	\$1,500
Limon	\$1,500
Zanahoria	\$2,000
Manzana	\$2,000

**Fuente:** Salazar V,2021, Menu-Cupcakes fundación la oportunidad Colombia, imagen informativa.

Figura 2.

## Receta cupcakes zanahoria



**Fuente:** Salazar V,2021, Receta-Cupcakes fundación la oportunidad Colombia, imagen informativa.

**Figura 3.**

**Receta Manzana Verde**



**MANZANA**

**Receta cupcake manzana verde**

**INGREDIENTES:**

- 300 gramos de harina
- 400 gramos de azúcar moreno
- 4 huevos
- 1 tasa de aceite 200 gramos
- 1 cucharada de canela
- 600 gramos de manzana verde rayada
- 3 gramos de polvo para hornear
- 1 rayadura de naranja o limón
- Crema

**COSTO DE INGREDIENTES:**

Para unos 24 cupcakes grandes o más sale por 17,000 pesos y se cobra 2,000 por cada cupcake la ganancia sería de 48,000

**Fuente:** Salazar V, 2021, Receta-Cupcakes fundación la oportunidad Colombia, imagen informativa.

Figura 4.

Receta cupcakes Limón

**LIMÓN**

*Receta cupcake limon*

**INGREDIENTES:**

- 200 gramos harina
- 205 gramos de azucar blanca
- 90 gramos de mantequilla
- 80 gramos de crema agria o nata
- 3 huevos
- 2 ralladuras de limon,
- 2 zumos de limon
- 3 gramos polvo pra hornear
- pizca de sal
- Crema

**COSTO DE INGREDIENTES:**

Para unos 24 cupcakes grandes o mas sale por 8,600 pesos y se cobra 1,500 por cada cupcake la ganancia seria de 36,000.

**Fuente:** Salazar V,2021, Receta-Cupcakes fundación la oportunidad Colombia, imagen informativa.

Figura 5.

Receta cupcakes Vainilla



The infographic features a light beige background with a subtle pattern of small dark specks. On the left side, the word "VAINILLA" is written vertically in a large, bold, black serif font. To the right, a black horizontal bar contains the title "Receta cupcakes vainilla" in a white, italicized serif font. Below this, the word "INGREDIENTES:" is written in a bold, black, sans-serif font. A list of ingredients follows, each preceded by a hyphen. Below the ingredients, the word "COSTO DE INGREDIENTES:" is written in a bold, black, sans-serif font. A short paragraph of text provides pricing information for the recipe.

**VAINILLA**

**Receta cupcakes vainilla**

**INGREDIENTES:**

- 4 huevos
- 150 gramos de mantequilla
- 50 gramos de aceite
- 1/2 taza de agua
- 1 cucharada de leche en polvo
- 1 rayadura de naranja
- 3 gramos de polvo para hornear
- 200 gramos de harina
- 200 gramos de azúcar blanca
- Mora o arequipe

**COSTO DE INGREDIENTES:**

-Para unos 24 cupcakes grandes o mas sale por 12,000 pesos y se cobra 1,500 por cada cupcake la ganancia seria de 36,000

**Fuente:** Salazar V,2021, Receta-Cupcakes fundación la oportunidad Colombia, imagen informativa.

Figura 6.

## Clases Cupcakes



**CLASES CUPCAKES**  
2 CLASES ABRIL Y 2 MAYO 2021

<b>17 DE ABRIL</b> -Clase cupcakes vainilla -Tips administracion y de venta		<b>24 DE ABRIL</b> -Clase cupcakes limon -Tips de administracion y de venta
<b>8 DE MAYO</b> -Cupcakes de zanahoria -Tips administracion y de venta		<b>15 DE MAYO</b> -Cupcakes de manzana verde -Tips administracion y de venta

**Fuente:** Salazar V,2021, Clases y fechas-Cupcakes fundación la oportunidad Colombia, imagen informativa.

**Figura 7.**

### **Recipientes para Cupcakes**



**Fuente:** Salazar V,2021,Implementos-Cupcakes fundación la oportunidad Colombia, imagen informativa.

Figura 8. Tips



**ESTRATEGIA DE VENTA**

# TIPS

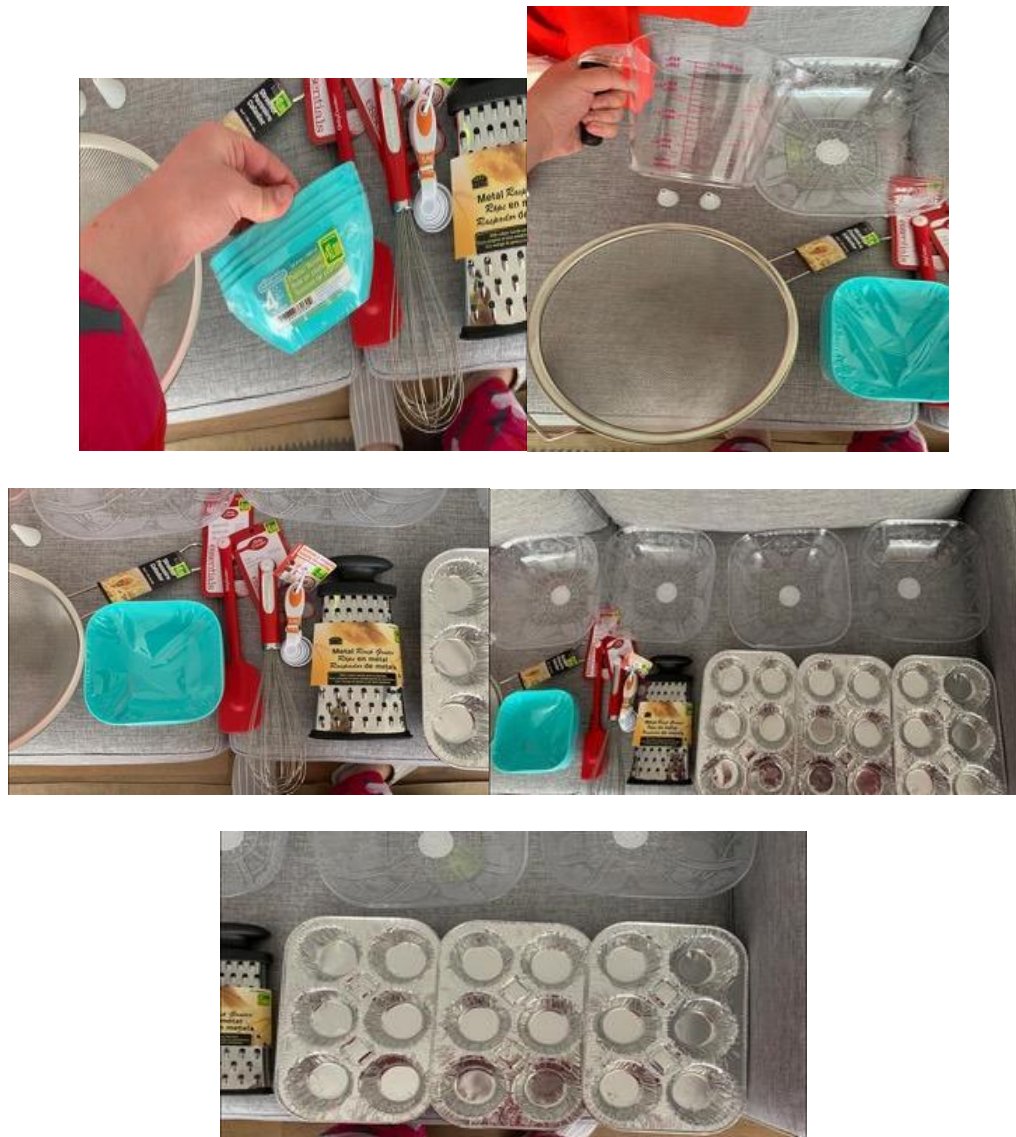
- EN REDES SOCIALES, ANTES DE RESPONDER LA PREGUNTA DE PRECIOS ENVÍOS Y DEMÁS, VAMOS A CREAR UN MENSAJE CORTO, PERO QUE MUESTRE LA ESENCIA DE LA FUNDACIÓN. PODEMOS CREAR DIFERENTES PARA NO SER REPETITIVOS.
- HABLEMOS SIEMPRE CON NOMBRE PROPIO, PARA PODER GENERAR EMPATÍA EN LOS INTERESADOS.
- PODEMOS PONER METAS MENSUALES, ES DECIR, QUE LAS GANANCIAS QUE SE OBTENGAN POR MES ESTÉN LIGADAS A METAS ESPECÍFICAS, YA SEAN INDIVIDUALES O GRUPALES, COMO ELEMENTOS DEPORTIVOS, PAGO A VOLUNTARIOS, Y DEMÁS METAS QUE SE VAYAN ESTABLECIENDO, ASÍ NOS DEDICAMOS AL 100% POR META Y NO DEJAMOS LAS COSAS A MEDIO HACER.
- CADA VEZ QUE OFREZCAMOS EL CUPCAKE ACOMPAÑEMOS LAS FRASES CON INFORMACIÓN DE LA FUNDACIÓN, COMO ACTIVIDADES, METAS, SUEÑOS INDIVIDUALES Y CONJUNTOS.
- SIEMPRE MENCIONAR LAS PROPIEDADES DE LOS CUPCAKES E INFORMAR QUIENES CON LOS FABRICANTES.
- UTILIZAR EL ESLOGAN DE LA FUNDACIÓN.

**Fuente:** Salazar V,2021, Tips ventas-Cupcakes fundación la oportunidad Colombia, imagen informativa.

Y lo más importante dos compañeros y yo más hicimos una donación de implementos para que los niños puedan hacer los cupcakes. Pues no todos los niños pueden comprar los recipientes como la gramera y moldes, por ello quisimos regalarles los implementos para que los niños de La Fundación La Oportunidad Colombia pudieran hacer sus clases.

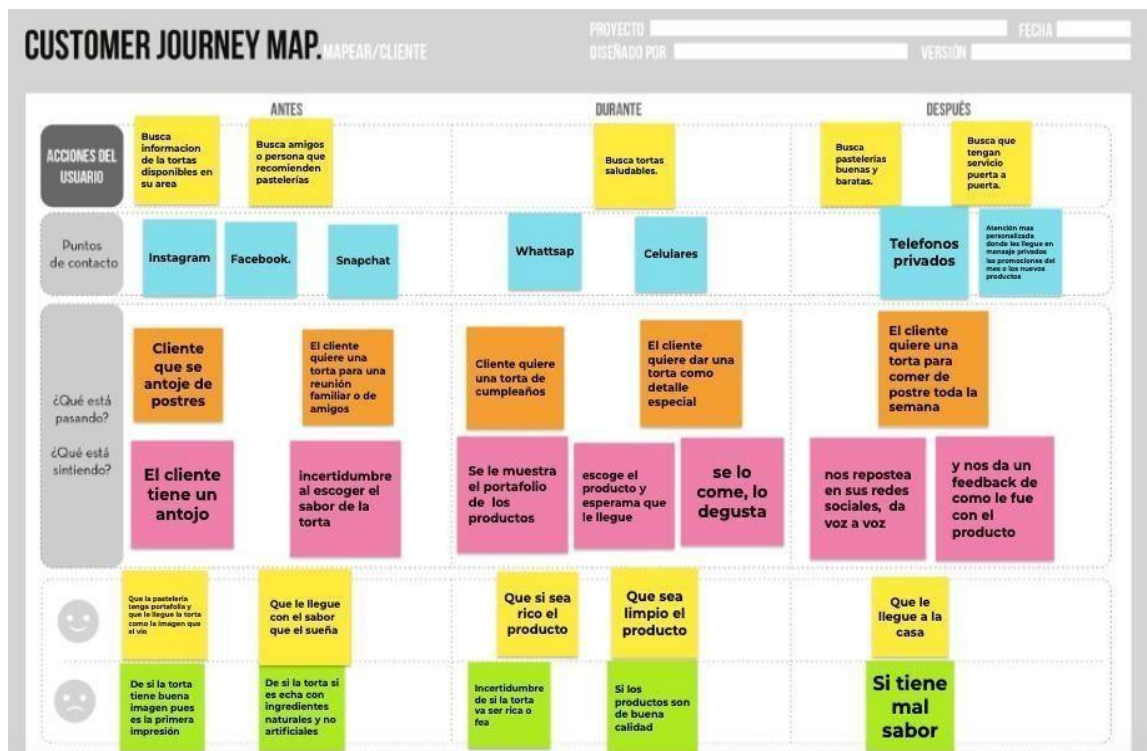
Debido a la coyuntura nacional y la situación de pandemia en el país las clases propuestas no pudieron llevarse a cabo, sin embargo, se acordó una fecha tentativa en Julio para realizarlas, teniendo en cuenta que ellos ya cuentan con los documentos solicitados.

**Figuras 9. Donación**



**Fuente: elaboración propia**

Tabla 6. Construcción de prototipo



Fuente: Elaboración propia

**Tabla 7.****Conceptualización y definición del prototipo**

Nombre del producto	Torta de Ahuyama
Ingredientes:	Azúcar, Huevos, Leche, Polvo para Hornear, Sal, Harina, Margarina, Ahuyama, Uvas Pasas
Gramaje:	15gramos,4 huevos, 25 oz, 3 gramos, 3 gramos, 290 gramos, 160 gramos, 10 gramos, 5 gramos (respectivamente)
Descripción:	Torta de ahuyama natural, con ahuyama natural
Empaque:	Cajas de cartón bio-seguras, bolsa termo sellada y tarjeta del emprendimiento.

**Fuente: Elaboración propia**

Customer Journey Map, en este se evidencian las acciones del usuario, los puntos de contacto que este tiene, que ocurre y que sucede a la hora de querer ordenar una torta, así mismo muestra las posibles reacciones del cliente en caso que le guste o no la torta.

### **Plan para la construcción de la solución Toolkit de herramientas para el emprendimiento**

**Tabla 8.**

#### ***Materiales e insumos***

Materiales e insumos
Harina, huevos, azúcar, polvo para hornear, lecherita, aceite, nueces, mantequilla, crema de leche, gelatina sin azúcar, queso crema.
Ahuyama, zanahoria, limones, naranjas, mora.
Azúcar glass, esencia de vainilla, arequipe.

**Fuente: Elaboración propia**

**Tabla 9.****Materiales e insumos**

Batidora, bandejas y moldes, rejilla para enfriar, rodillo, tazones para mezclar., tazas y cucharas medidoras, temporizador, manga pastelera y juego de ducyas.
Decoración según preferencia del cliente cuando es una torta realizada a base de orden del cliente, o decoración según temática de la torta en específico.
Empaque donde se sostiene la torta y caja de cartón acompañado con el logo del emprendimiento y una tarjeta.

**Fuente: Elaboración propia**

**Figura 10****Portafolio del producto análogo.**

**Fuente: Elaboración propia**

- Torta de zanahoria con nueces
  
- Torta de limón con semillas de amapola o Torta de Red Velvet
  
- María Luisa de Arequipe
  
- María Luisa de Mora
  
- Torta de Ahuyama
  
- Torta de Manzana Verde

## **Elaboración pruebas de concepto**

### **Metodología**

Muestras gratis de porciones de tortas saludables, específicamente de ahuyama, donde a los clientes se les pide una retroalimentación de su experiencia, y donde se les explica a los futuros potenciales clientes acerca de los nutrientes de la torta la cual están degustando.

### **Aprendizaje pruebas de concepto**

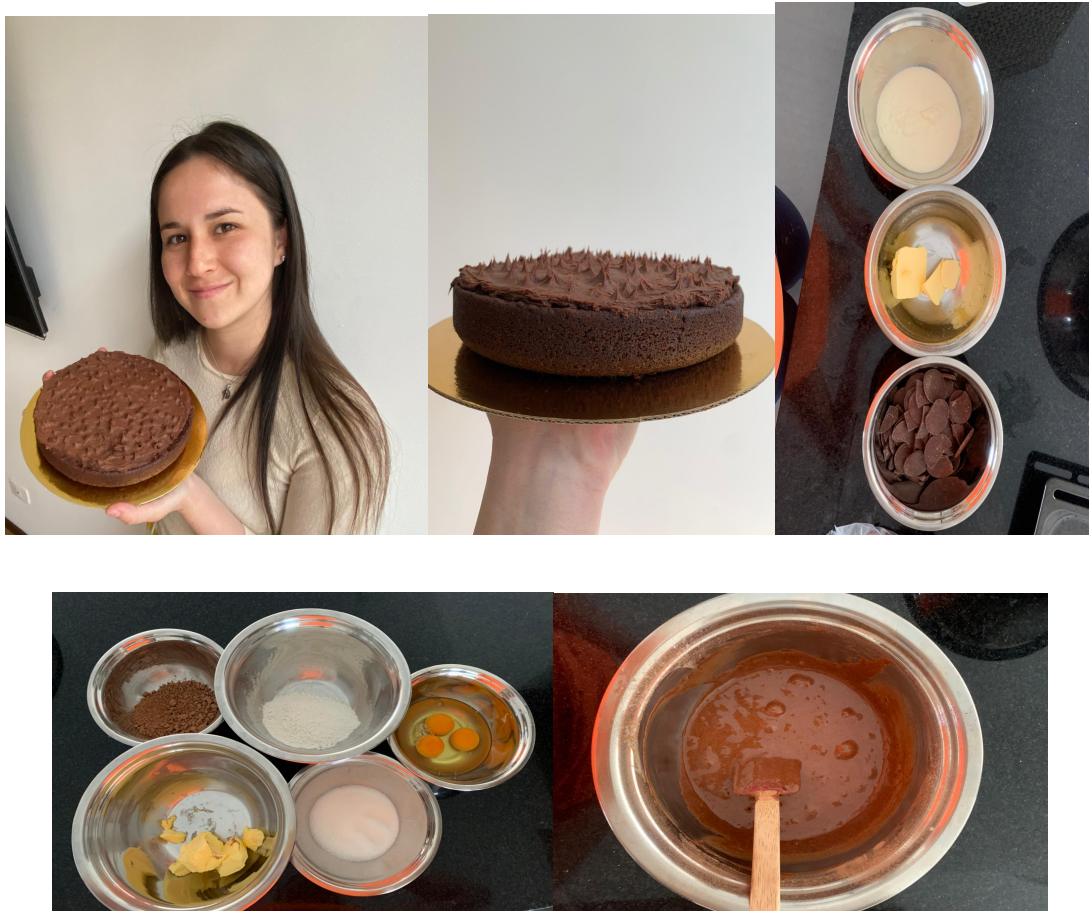
Los clientes han argumentado que las muestras gratis mostraban un sabor agradable y delicioso, les gustaría que tuviesen más decoraciones con productos saludables, así mismo les gustaría una opción respetuosa con el medioambiente para la hora del empaclado.

También argumentaron que les gustaría en un futuro bebidas saludables para acompañar sus tortas en fiestas familiares y en cualquier ocasión.

### **Torta de Chocolate un producto nuevo que se sacó en marzo del 2021**

Tortas D Colores se planteó una meta este año con su tutor Julián Gutiérrez de sacar un nuevo producto que causará sensación. Donde se hizo una validación comercial la cual se vio que era necesaria. Se vio la necesidad de poner en las manos de los clientes un producto de chocolate un producto que técnicamente tiene funcionalidades que pueden solucionar necesidades de nuestros clientes. El objetivo es que Tortas D Colores haga que el cliente tenga una experiencia de producto y de servicio único por medio de nosotros. Y así suplir la necesidad del cliente. Les presentamos el nuevo producto, aquí están las fotos del producto estrella de este año torta de chocolate con gana che de chocolate. Esta meta se cumplió en su totalidad y es un éxito. Esta torta está compuesta por base de torta de chocolate hershey de chocolate negro 100% con base de gana che de chocolate semiamargo algo dulce pero saludable.

**Figura 11**



**Fuente: Elaboración propia**

## Modelo financiero 1.0

### Definición de precio

El precio establecido es de \$55.000 por torta, esto acordado de acuerdo con que en promedio cada mes se venden 337 tortas, obteniendo una ganancia de promedio \$18.000.000 millones mensuales, superando los costos totales que se tienen cada mes.

Se lograron vender 8 tortas debido a la situación de coyuntura social y de pandemia que ha afectado las ventas en general y también cambió la fecha de día de la madre a pesar de que la fecha ya se encontraba definida.

### Estrategia de precio

Para definir el precio se buscó un precio asequible para los clientes, además de acuerdo con los lineamientos de la empresa, se busca que sea 100% natural, saludable y nutritivo, sin contener sabores artificiales, por lo que de acuerdo con el presupuesto y al monto de costos fijos y costos variables se decide optar por un precio de \$55.000 por cada torta a ofrecer.

Con este precio se cubren todos los costos fijos y variables por mes, lo cual con las ventas promedio por mes son 337 tortas, lo que da una ganancia promedio de \$18.000.000 millones, con este precio de \$55.000 queda una ganancia neta de promedio \$7.000.000 millones de pesos mensuales.

<b>FLUJO DE CAJA NETO OPERATIVO</b>	<b>\$ 7.446.748</b>
-------------------------------------	---------------------

*Ver Anexo 1 Flujo de Caja*

*Ver Anexo 2 Flujo financiero*

*Ver Anexo 3 Flujo financiero-3 Flujo de Caja*

Para la serie mínima se necesitan \$2.622.500 de gastos Administrativos y Operacionales donde se gastaron 500.000 de publicidad para la marca, con esta realización de publicidad se buscó llegar al alcance de futuros clientes potenciales al corto y mediano plazo.

El presupuesto para producir una unidad es de \$7551 de acuerdo con los ingredientes que se necesitan para realizar la torta, de acuerdo con esto se cuenta con el presupuesto para realizar la torta, de acuerdo con el precio de la torta se puede garantizar un futuro presupuesto para las tortas.

Tabla 10

*KPI financieros I*

## ○ Participación empresas

<b>Empresas productoras y distribuidoras de tortas o pasteles</b>	<b>Fábricas</b>	<b>Ventas (Millones de Pesos)</b>	<b>Participación</b>
	Productos Doña Dicha S.A.S (Col	3.477	4,5%
	Philippe Pasteleria S A S (Colombia)	5.379	6,9%
	Criya Sas (Colombia)	18.491	23,9%
	Dyval S A (Colombia)	36.463	47,1%
	Pastelería Lucerna S.A.S (Colombia)	13.664	17,6%
	<b>Total, Sector</b>	<b>77.475</b>	

Fuente: elaboración propia

Tabla 11.

Modelo de Negocio 3D

Proyecto de Emprendimiento	Tortas D Colores		
Equipo Emprendedor	Valentina Salazar Meza	Emprendedor 2	Emprendedor 3
	Creadora de Tortas D Colores	Rol 2	Rol 3

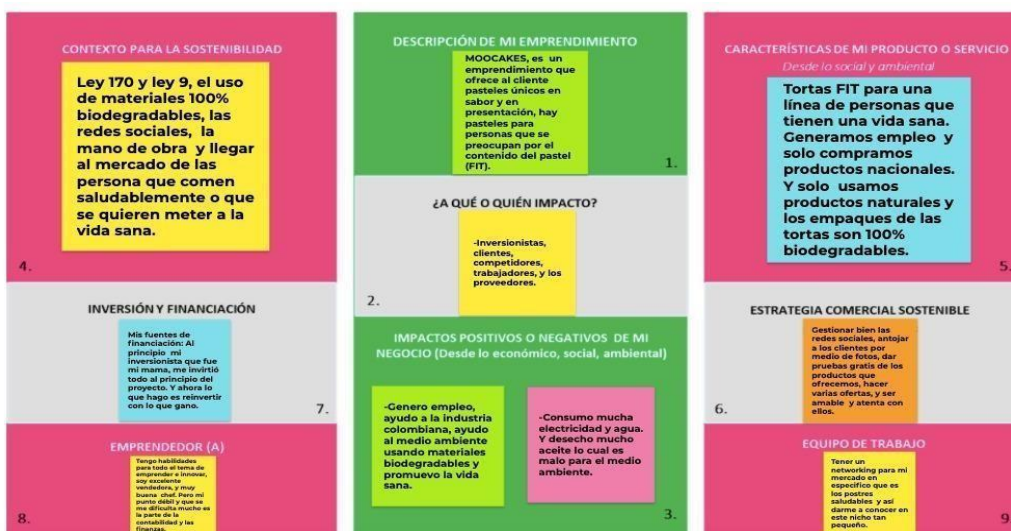
LISTE LOS REQUERIMIENTOS EN PROCESOS, MATERIALES Y PROVEEDORES QUE NECESITA PARA EL DESARROLLO DE SU PROTOTIPO

Prototipo de la propuesta de valor		
<p>Nuestra propuesta de valor es vender tortas saludables buenas ricas y baratas. Queremos entrar en un negocio de ahorro para las personas. Somos especializados en masas, nada de sabores artificiales. Somos un emprendimiento con variedad de productos que cuenta con una inclusión de una línea de personas con cuidado personal relacionadas con todo lo que es Fit y saludable. Podemos ser grande competencia y tener una ventaja a nivel de segmento y de mercado. Pues hay muy poquitas empresas que vendan postres saludables pues es difícil innovar en este sector. Ofrecemos ingredientes de excelente calidad cuidando la economía de nuestros clientes. En cuento a la asepsia con todo el del Covid-19 el empaque es termo sellado y ofrecemos un servicio puerta a puerta. y somos en la hora de ofrecimiento de valor únicos motivando a las personas de compartir con los amigos disfrutar de la gastronomía saludable y comida balanceada sin comer con arrepentimiento.</p>		
Procesos y actividades	Materiales e insumos	Proveedores
Obtencion de materia prima	lecherita,aceite,nueces,mantequilla,crem	Lugar de trabajo mi casa
batido, amasado,troquelado,horneado,	huyama,zanahoria,limones,naranjas,mo	Electricidad luz
Decoracion y empaque	zucar glass, esencia de vainilla,arequipe	es smart dodne pueda comprar ingredien
Distribucion	a y caja de carton acompañado con el l	Maquinaria la tengo completa
Entrega al cliente fin		dificultades para el desarrollo de mi emp

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12.

## Diseño del modelo económico



Fuente: Elaboración propia

El emprendimiento ofrecerá a sus clientes pasteles únicos en sabor y presentación por medio de las redes sociales como Instagram y WhatsApp o llamadas telefónicas. Es un modelo de venta directa, ya que la marca es la encargada de entregar los productos a los clientes directamente.

### **Diseño del modelo social**

Si en un futuro se llegara a tener que contratar personal, buscamos personas con discapacidad, en especial mujeres cabeza de familia, ya que en Colombia no se les presentan las mismas oportunidades cuando se trata de equidad de género. Así mismo, toda la materia prima de los ingredientes que traen las tortas provienen de marcas 100% colombianas, con el fin de promover la industria del país, luego de la pandemia que tanto se ha visto afectada.

### **Beneficios para la comunidad**

#### **Desarrollo colectivo**

Actualmente en época de coyuntura nacional nació la necesidad de consumir productos saludables y nutritivos, los cuales sean hechos natural y caseramente con recetas genuinas, es por esto que Tortas D Colores nace para generar un bienestar social creando y fortaleciendo una cultura más saludable, la cual por comer saludable consume alimentos muy deliciosos y sobre todo muy nutritivos y naturales, amigables con el medio ambiente y seguros en términos de bioseguridad, adaptándose al nicho de mercado en el cual se encuentra en este momento, donde puede recurrir a plataformas de domicilios reconocidas en Bogotá para comercializar y dar con más clientes potenciales los cuales quieran implementar y mantener un estilo de vida saludable.

## Referencias

Barra, (2019). Panaderías y reposterías en crecimiento. Recuperado de:

[<https://www.revistalabarra.com/panaderias-y-reposterias-en-crecimiento/>]

Diario La República. (2020). La pastelería debe convertirse en tendencia en Colombia.

*Ocio*. Recuperado de: [<https://www.larepublica.co/ocio/la-pasteleria-debe-convertirse-en-unatendencia-en-colombia-deiby-sanchez-2715831>]

Levapan Digital Comunicación. (2020). “Cómo están afrontando pastelerías y reposterías el

COVID19”. Recuperado de: [<http://www.revistapancaliente.co/amasa-colombia/comoestanafrentando-las-pastelerias-y-reposterias-el-covid19/>]