



**UNIVERSIDAD DEL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN  
PUBLICITARIA**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA MELAOS FOOD,  
BOGOTÁ 2015**

**USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR**

**AUTOR: Leonardo Nieto Fonseca; DNI: 94772966  
Email: [leonardonietofonseca@gmail.com](mailto:leonardonietofonseca@gmail.com); Skype: leo.nieto  
TUTOR DE TESIS: Camilo Andrés Villamizar Lizcano; C.C: 80030500**

**Buenos Aires, 20 Marzo de 2015**



**UNIVERSIDAD DEL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
MAESTRÍA EN COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN  
PUBLICITARIA**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA MELAOS FOOD**

**Trabajo especial de Grado presentado para optar por el título de Magister en  
Comercialización y Comunicación Publicitaria en la maestría de  
Comercialización y Comunicación Publicitaria.**

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

**AUTOR: Leonardo Nieto Fonseca; DNI: 94772966  
Email: leonardonietofonseca@gmail.com; Skype: leo.nieto  
TUTOR DE TESIS: Camilo Andrés Villamizar Lizcano; C.C: 80030500**

**Buenos Aires, 20 de Marzo 2015**

# ACTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR



Buenos Aires, Septiembre 12 de 2013

Facultad De La Educación Y De La Comunicación Social

Maestría En Comercialización Y Comunicación Publicitaria

## COMITÉ ACADÉMICO DEL PROGRAMA DE POSGRADOS EN COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

Por medio de esta carta quiero informar que he aceptado asesorar al alumno Leonardo Nieto Fonseca, DNI 94772966, inscrito en la Maestría en Comercialización y Comunicación Publicitaria, en su tesis escrita titulada: "Plan de negocios para la empresa Melaos Food" correspondiente a la opción de Magister en Comercialización y Comunicación Publicitaria.

Cordial Saludo.

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Una firma manuscrita en tinta negra que parece decir 'Camilo Andrés Villamizar Lizcano', escrita sobre una línea horizontal.

Firma

Nombre: Camilo Andrés Villamizar Lizcano

C.C. 88030500 de Pamplona

## ACTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR



## ACTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de tutor del trabajo de investigación presentado por el alumno **LEONARDO NIETO FONSECA** titular del DNI Argentino N° 94772966, y que lleva por título “Plan de negocios para la empresa Melaos Food” para optar por el título de **MAGISTER EN COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN PUBLICITARIA**, hago constar que el mencionado trabajo reúne los requisitos exigidos por la Universidad del Salvador para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de la comisión que al respecto sea designada por la Dirección de Postgrado.

En la ciudad de Bogotá a los 03 días de Marzo de 2015.

Atentamente,

Una firma manuscrita en tinta negra que parece leerse 'Camilo Andrés Villamizar Lizcano', escrita sobre una línea horizontal.

Firma

**Nombre: Camilo Andrés Villamizar Lizcano**

**C.C. 88030500 de Pamplona**

## DEDICATORIA

*A mí mismo.*



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## AGRADECIMIENTO

*A todas las personas que colaboraron con la creación de esta idea y creyeron en el proyecto desde su inicio. A la universidad y a los maestros que hicieron parte de mi formación, dándome los conocimientos necesarios en marketing y publicidad, para que hoy día sea posible realizar este proyecto.*



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## ÍNDICE GENERAL

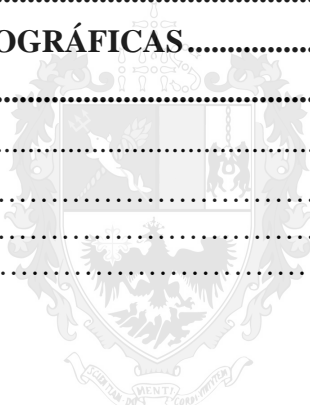
ACTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	iii
ACTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE GENERAL .....	vii
LISTA DE CUADROS .....	xi
LISTA DE TABLAS .....	xii
LISTA DE GRÁFICOS .....	xiv
RESUMEN/ABSTRAC .....	xvi
1. INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1. El Problema de la Investigación .....	3
2. Objetivos .....	4
Objetivo General .....	4
Objetivos Específicos .....	4
3. Justificación .....	5
CAPITULO II .....	6
MARCO REFERENCIAL .....	6
1. Antecedentes .....	6
Desarrollo Del Proyecto .....	7
1. Contexto del Mercado.....	7
a. Contexto social y demográfico .....	7
b. Contexto Político y Legal .....	10
c. Contexto Tecnológico .....	12
2. Análisis del sector de la repostería en Colombia .....	13
3. Análisis de Competencia.....	19
a. Principales “Players”.....	19
• MYRIAM CAMHI .....	20

•	<b>OMA: CAFÉ RESTAURANTE</b> .....	21
•	<b>DELI</b> .....	23
•	<b>CASCABEL</b> .....	24
•	<b>FESTYTORTAS</b> .....	26
•	<b>MAITÉ</b> .....	28
•	<b>NICOLUKAS</b> .....	29
•	<b>SANTA ELENA</b> .....	30
•	<b>JUAN VALDEZ CAFÉ</b> .....	31
b.	<b>Aspectos generales</b> .....	33
4.	<b>Empresa Y Caracterización De La Empresa</b> .....	34
a.	<b>Definición de la marca</b> .....	34
b.	<b>Principales servicios, productos y mercados atendidos</b> .....	34
c.	<b>Caracterización del producto</b> .....	35
d.	<b>Misión, Visión y Valores y Principios de la Empresa</b> .....	35
e.	<b>Logo-símbolo y Logotipo</b> .....	37
•	<b>Colores Utilizados</b> .....	37
f.	<b>Historia de la compañía</b> .....	37
g.	<b>Historia del Producto</b> .....	38
i.	<b>Organigrama de la Empresa</b> .....	40
j.	<b>Estructura Administrativa</b> .....	40
5.	<b>Análisis del Mercado Meta</b> .....	41
•	<b>Público objetivo primario: Todas las microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas o grandes empresas ubicadas en el sector de La Soledad, y de igual forma sus empleados.</b> .....	42
•	<b>Público objetivo secundario: Todos los residentes permanentes del sector, personas que tiene su apartamento o casa en la zona, los transeúntes del sector, personas que van esporádicamente a realizar algún tipo de trámite, y estudiantes universitarios.</b> .....	42
b.	<b>Estacionalidad de las ventas en la pastelería</b> .....	42
6.	<b>Marketing Mix</b> .....	44
a.	<b>Producto:</b> .....	44
b.	<b>Plaza:</b> .....	45
c.	<b>Precio</b> .....	48
d.	<b>Servicio al cliente</b> .....	50
e.	<b>Promoción</b> .....	50
7.	<b>Análisis de las 4CS</b> .....	54
a.	<b>Compañía</b> .....	54



b.	<b>Clima Organizacional</b> .....	55
c.	<b>Clientes</b> .....	55
d.	<b>Competencia</b> .....	55
e.	<b>Productos Sustitutos</b> .....	56
f.	<b>Matriz FODA</b> .....	56
8.	<b>Estrategias de Mercado</b> .....	57
a.	<b>Objetivos de venta</b> .....	57
b.	<b>Objetivos de mercadeo a corto plazo</b> .....	57
c.	<b>Objetivos de mercadeo a mediano plazo</b> .....	58
d.	<b>Objetivos de mercadeo a largo plazo</b> .....	58
9.	<b>Objetivos, estrategias y posicionamiento</b> .....	58
a.	<b>Estrategia de captación y segmentación de clientes</b> .....	58
b.	<b>Estrategia de Crecimiento: Desarrollo de Productos</b> .....	59
c.	<b>Estrategia Competitiva: Diferenciación</b> .....	61
d.	<b>Posicionamiento:</b> .....	62
10.	<b>Indicadores de gestión:</b> .....	62
<b>CAPITULO III</b> .....		<b>63</b>
<b>METODOLOGÍA</b> .....		<b>63</b>
1.	<b>Diseño y tipo de investigación</b> .....	63
a.	<b>Diseño de la investigación</b> .....	63
b.	<b>Tipo de investigación</b> .....	64
c.	<b>Unidad de análisis</b> .....	64
2.	<b>Población y muestra</b> .....	65
3.	<b>Instrumento de recolección de datos: estrategia metodológica</b> .....	66
4.	<b>Factibilidad de la investigación y consideraciones éticas</b> .....	67
b.	<b>Consideraciones Éticas</b> .....	68
5.	<b>Procedimiento</b> .....	68
<b>CAPITULO IV</b> .....		<b>70</b>
<b>PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....		<b>70</b>
1.	<b>Análisis de resultados</b> .....	70
2.	<b>Discusión de los resultados</b> .....	90
<b>CAPITULO V</b> .....		<b>93</b>
<b>PLAN DE OPERACIONES</b> .....		<b>93</b>
1.	<b>Ubicación del punto de venta</b> .....	93
2.	<b>Tamaño ideal del local</b> .....	94
3.	<b>Caracterización de los productos</b> .....	95

<b>4. Proceso de producción:</b> .....	95
<b>5. Descripción de los procesos de producción:</b> .....	96
<b>6. Costos de Producción de los productos</b> .....	108
<b>7. Distribuidores de insumos y materias primas</b> .....	109
8. Estudio Económico y Financiero .....	110
<b>9. Inversión Inicial</b> .....	111
<b>10. Fuentes de financiación</b> .....	119
Modelo de distribución de ganancias .....	120
<b>11. Barreras de entrada y barreras de salida</b> .....	121
<b>12. Proyección de ventas, egresos y resultados</b> .....	122
<b>CAPITULO VI</b> .....	<b>129</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>129</b>
<b>CAPITULO VII</b> .....	<b>131</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>131</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>135</b>
ANEXO A.....	136
ANEXO B .....	136
ANEXO C .....	137
ANEXO D .....	138



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## LISTA DE CUADROS

<b>Cuadro N°1: Clasificación de empresas.....</b>	<b>10</b>
<b>Cuadro N°2: Leyes Vigentes.....</b>	<b>11</b>
<b>Cuadro N° 3: Competencia Myriam Camhi.....</b>	<b>20</b>
<b>Cuadro N° 4: Competencia Café Oma.....</b>	<b>21</b>
<b>Cuadro N°5: Competencia Deli.....</b>	<b>23</b>
<b>Cuadro N°6: Competencia Cascabel.....</b>	<b>24</b>
<b>Cuadro N° 7: Competencia FestytortaS.....</b>	<b>26</b>
<b>Cuadro N° 8: Competencia Maité.....</b>	<b>28</b>
<b>Cuadro N°9: Competencia Nicolukas.....</b>	<b>29</b>
<b>Cuadro N° 10: Competencia Santa Elena.....</b>	<b>30</b>
<b>Cuadro N° 11: Competencia Juan Valdez.....</b>	<b>31</b>
<b>Cuadro N° 12: Matriz FODA.....</b>	<b>55</b>

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla N° 1 Precios comparativos entre competencia directa y Melaos Food.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla N° 2: Estrategia de Promoción 1.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla N° 3: Estrategia de Promoción 2.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla N° 4: Estrategia de Promoción 3.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla N° 5: Galletas Polvorosas.....</b>	<b>96</b>
<b>Tabla N° 6: Galletas Chips de chocolate.....</b>	<b>96</b>
<b>Tabla N° 7: Galleta de Vainilla.....</b>	<b>97</b>
<b>Tabla N°8: Alfajores.....</b>	<b>97</b>
<b>Tabla N° 9: Mouse de Maracuyá.....</b>	<b>98</b>
<b>Tabla N° 10: Pie.....</b>	<b>98</b>
<b>Tabla N° 11: Torta decorada con fondant.....</b>	<b>99</b>
<b>Tabla N° 12: Cupcake Vainilla relleno de arequipe o chocolate.....</b>	<b>99</b>
<b>Tabla N° 13: Cupcake Chocolate con chips de chocolate.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla N° 14: Cupcake Red Velvet.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla N° 15: Cupcake Lemon Pie.....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla N° 16: Cupcake Maracuyá con mermelada de durazno.....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla N° 17: Cupcake Zanahoria.....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla N° 18: Cupcake Snickers.....</b>	<b>103</b>
<b>Tabla N° 19: Cake Soufle de Chocolate Blanco y almendra.....</b>	<b>103</b>
<b>Tabla N° 20: Cake Mochaccino en taza.....</b>	<b>104</b>
<b>Tabla N° 21: Cake Oreo.....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla N° 22: Cake Chocolate con relleno de ganache de</b>	

chocolate y Baileys.....	105
Tabla N° 23: Café.....	106
Tabla N° 24: Cappuccino.....	106
Tabla N° 25: Licuado de fruta.....	106
Tabla N° 26: Agua saborizadas.....	107
Tabla N° 27: Productos.....	107
Tabla N° 28: Proveedores.....	109
Tabla N° 29: Herramientas necesarias para realizar los productos que serán vendidos.....	110
Tabla N° 30: Utensilios para punto de venta.....	114
Tabla N° 31: Decoración punto de venta.....	115
Tabla N° 32: Materias primas iniciales para preparación de Productos.....	116
Tabla N° 33: Publicidad.....	117
Tabla N° 34: Gastos legales de marca.....	118
Tabla N° 35: Gastos operativos primer mes.....	118
Tabla N° 36: Resumen de gastos de inversión inicial.....	118
Tabla N° 37: Barreras de entrada y salida.....	120
Tabla N° 38: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 1.....	121
Tabla N° 39: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 2.....	122
Tabla N° 40: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 3.....	123
Tabla N° 41: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 4.....	124
Tabla N° 42: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 5.....	125
Tabla N° 43: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 6.....	126
Tabla N° 44: Proyección de ventas, egresos y resultados periodo 7.....	127

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura N° 1: Mapa de la ciudad de Bogotá.....</b>	<b>41</b>
<b>Figura N° 2: Mesa de exhibición de los productos.....</b>	<b>45</b>
<b>Figura N° 3: Soportes de pared para utensilios como platos, cubiertos, tazas.....</b>	<b>45</b>
<b>Figura N° 4: Exhibidor de productos y de utensilios de cocina como moldes de repostería .....</b>	<b>46</b>
<b>Figura N° 5: Soporte para utensilios de cocina y materiales de decoración de productos.....</b>	<b>46</b>
<b>Figura N° 6: Tablero que servirá como menú de productos.....</b>	<b>47</b>
<b>Figura N° 7: Matriz de Ansoff.....</b>	<b>58</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N°1: Lugar de Residencia .....</b>	<b>70</b>
<b>Gráfico N°2: Consumo de productos de Panadería/ Pastelería.....</b>	<b>70</b>
<b>Gráfico N° 3: Edad de los encuestados .....</b>	<b>71</b>
<b>Gráfico N° 4: Género de los encuestados .....</b>	<b>72</b>
<b>Gráfico N° 5: Nivel de estudios .....</b>	<b>72</b>
<b>Gráfico N° 6: Estrato Social .....</b>	<b>73</b>
<b>Gráfico N° 7: Nivel de importancia a la hora de comprar un producto</b>	<b>74</b>
<b>Gráfico N° 8: Impacto de la competencia en el mercado .....</b>	<b>75</b>
<b>Gráfico N° 9: Frecuencia de visita a la marca .....</b>	<b>76</b>
<b>Gráfico N° 10: Razones de visita a locales comerciales .....</b>	<b>77</b>
<b>Gráfico N° 11: Tipo de productos preferidos .....</b>	<b>78</b>
<b>Gráfico N° 12: Opciones bajas en azúcar .....</b>	<b>79</b>
<b>Gráfico N° 13: Opciones con ingredientes saludables .....</b>	<b>80</b>
<b>Gráfico N° 14: Le gustaría consumir opciones saludables .....</b>	<b>81</b>
<b>Gráfico N° 15: Preparación de los productos .....</b>	<b>82</b>
<b>Gráfico N° 16: Conocer la preparación de los productos .....</b>	<b>83</b>
<b>Gráfico N° 17: Proximidad al lugar de trabajo .....</b>	<b>84</b>
<b>Gráfico N° 18: Conocer la existencia de la marca .....</b>	<b>85</b>
<b>Gráfico N° 19: Promoción de la competencia .....</b>	<b>86</b>
<b>Gráfico N° 20: Seguidores en redes sociales de las marcas .....</b>	<b>87</b>
<b>Gráfico N° 21: Motivaciones a seguir la marca en Redes Sociales .....</b>	<b>88</b>
<b>Gráfico N° 22: Dinero gastado en cada visita .....</b>	<b>89</b>