

**DESARROLLO DE PLAN DE NEGOCIOS Y PUESTA EN MARCHA DE LA PASTELERIA GOURMET ESTILO FRANCÉS
SERENDIPITY EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
INGENIERIA INDUSTRIAL**



DIRECTOR: ING. NESTOR CAMILO MERCHAN

LINA MARIA GUZMÁN MORA & VANESSA RAMIREZ

BOGOTÁ D.C

2013

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
ANTECEDENTES.....	8
JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES	8
HISTORIA DEL PRODUCTO.....	9
SERENDIPITY S.A.S.	10
1. MARCO ESTRATÉGICO	10
1.1. MISION.....	10
1.2. VISIÓN.....	10
1.3. VALORES	10
2. OBJETIVOS.....	11
2.1. OBJETIVO GENERAL	11
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
3. PRESENTACIÓN DE LAS EMPRENDEDORAS.....	11
4. ANALISIS Y ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	12
4.1. ANÁLISIS DEL SECTOR.....	12
4.2. MERCADO OBJETIVO DE SERENDIPITY PASTRY SAS:	12
4.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	12
4.4. ESTRATEGIAS DE MERCADO	15

4.4.1. PRODUCTO	15
4.2. EMPAQUES	16
4.3. SERENDIPITY S.A.S.	17
4.3.1. NOMBRE DE LA EMPRESA	17
4.3.2. PLAZA VIRTUAL	18
5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	22
5.1. TARJETAS PARA EVENTOS	22
5.2. BASE DE DATOS CLIENTES	23
5.3. VOZ A VOZ	23
5.4. SERVICIO	23
6. ANALISIS DOFA.....	24
7. PLAN DE PRODUCCIÓN	25
7.1. ESTÁNDAR DE CALIDAD MACARONS OUTSOURCED	28
7.2. ESTANDAR DE DIMENSIONES DEL PRODUCTO	29
7.3. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	30
7.4. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	30
8. MAPA GENERAL CADENA DE VALOR.....	33
9. DIAGRAMA DE BLOQUES PROCESO FABRICACIÓN DE MACARONS.....	33
10. LOGISTICA INTERNA:.....	35
10.1. CRONOGRAMA DE PEDIDOS.....	36
10.2. TRANSPORTE	37

11. FACTURACIÓN	38
12. CLIENTES.....	39
13. ORGANIZACIÓN.....	39
13.1. ORGANIGRAMA.....	39
13.2. SOCIEDAD.....	40
14. FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	41
14.1. CONSTITUCIÓN EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES.....	41
15. ANÁLISIS FINANCIERO	53
15.1. ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL PRIMER MES	53
15.2. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO PRIMER AÑO SERENDIPITY PASTRY SAS.....	56
15.3 ANALISIS DE SENSIBILIDAD	57
16. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION.....	57
16.1. CRONOGRAMA DE OPERACIONES	57
17. IMPACTO DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA	60
18. PROYECCIONES DE EXPANSIÓN	60
19. GARANTÍAS Y SERVICIO POSTVENTA	61
20. PLAN DE CONTINGENCIAS OUTSOURCING	61
21. ANEXOS.....	63
21.1.CONTRATO DE OUTSOURCING	63
BIBLIOGRAFÍA	69

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Nombre y logotipo de la empresa creado por autoras	18
Ilustración 2 Diseño de Pagina web, creado por autoras	19
Ilustración 3 Descripción de Pagina web, creado por autoras.....	19
Ilustración 4 Diseño de pagina de Facebook, creado por autoras	20
Ilustración 5 Diseño de Pagina de Twitter, creado por autoras	21
Ilustración 6 Diseño de Tarjetas creado por autoras.....	22
Ilustración 7 Mapa cadena de Valor. Realizado por las autoras	33
Ilustración 8 Diagrama de bloques, caras, realizado por autoras.....	34
Ilustración 9 Diagrama de bloques, relleno, realizado por autoras.....	35
Ilustración 10 Mapa Logistico SERENDIPITY PASTRY SAS, Realizado por autoras	35
Ilustración 11 Proceso para registrar un pedido, Realizado por autoras	36
Ilustración 12 Mapa de Transporte, Realizado por autoras.....	37
Ilustración 13 Modelo de Factura de SERENDIPITY PASTRY SAS, Realizado por autoras.....	38
Ilustración 14 Clientes 2013 SERENDIPITY PASTRY SAS, Realizado por autoras	39
Ilustración 15 Organigrama, Creado por autoras	39
Ilustración 16 Funciones de Producto.....	40
Ilustración 17 Funciones Gerente Administrativo.....	41
Ilustración 18 Funciones, Producción Subcontratada	41
Ilustración 19 Impacto de la creación de SERENDIPITY S.A.S, Realizado por autoras.....	60
Ilustración 20 Proyecciones de expansión, creado por autoras	60

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Paralelo Mercado de SERENDIPITY PASTRY SAS, Realizado por autoras	12
Tabla 2 Competencia directa en cuanto a producto , realizado por autoras.....	13
Tabla 3 Competencia externa, realizado por autoras	13
Tabla 4 Competencia indirecta productos sustitutos, relizado por autoras.....	14
Tabla 5 Oferta de Productos de alimentos.....	14
Tabla 6 Características del producto, realizado por autoras	15
Tabla 7 Diseño y características de empaques	16
Tabla 8 Analisis DOFA, creado por autoras.....	24
Tabla 9 Información general outsourcing.....	28
Tabla 10 Formato registro de cumplimiento de requerimientos de pedido, realizado por autoras	29
Tabla 11 Ficha técnica, macaron vainilla	31
Tabla 12 Ficha técnica, Macaron chocolat.....	31
Tabla 13 Ficha técnica, macaron café	32
Tabla 14 Ficha técnica, macaron frutos rojos	32
Tabla 15 Plan de Transporte, creado por autoras.....	37
Tabla 16 Costos de Producto primer mes, Realizado por autoras	53
Tabla 17 Gastos Preoperativos primer mes, Realizado por autoras	53
Tabla 18 Estado de Flujo de efectivo y proyección , Realizado por autoras	56
Tabla 19 Analisis de sensibilidad, Creado por autoras	57
Tabla 20 Cronograma de Actividades, creado por autoras	59
Tabla 21 Plan contingencias Outsourcing, Realizado por autoras	62

INTRODUCCIÓN

En el presente documento se expone la puesta en marcha de una pastelería gourmet con un estilo francés en la ciudad de Bogotá.

Se evidencia la documentación del proyecto desde la ejecución del mismo incluyendo diversos elementos que justifican el desarrollo de la idea teórica planteada en el proyecto.

El inicio de la empresa se fundamenta en un estudio de mercados que contempla las necesidades, gustos, preferencias y expectativas frente a la idea de negocio propuesta y se evalúan los diferentes datos obtenidos en la puesta en marcha para establecer de manera mas precisa las características de la empresa, sus posibilidades y su desarrollo, conllevando a una evaluación del enfoque de la misma y de la estrategia de mercado a utilizar.

Se hace una retroalimentación de el impacto generado en el público y se observa el perfil de consumidor mas acorde y preferido por la empresa, demostrando la predominancia del cliente corporativo y convirtiéndose en el atractivo más frecuente para nuestro modelo de negocio. Siendo los eventos, celebraciones y reuniones masivas la oportunidad mas rentable y viable para la empresa.

Se hace un análisis DOFA que evalua las oportunidades y amenazas que se encuentran en el mercado y que influyen para el éxito de la empresa. De allí y con soporte de las variables analizadas en la ruta de creación de Serendipity se considera el lanzamiento de el portafolio para empresas y eventos y se redirigen los lineamientos de la empresa a dicho modelo.

Se desarrolla un esquema de funcionamiento de la empresa que contempla los procesos operativos como logísticos con sus respectivos costos y las condiciones de cada uno.

Se decidió acudir al outsourcing de la producción, teniendo en cuenta que se cumplan estrictamente las especificaciones del producto a vender así como se establece un manual de procedimientos estándar que ayudó a conservar la uniformidad en el proceso y el producto.

Se presenta en el plan organizacional, la estructura del negocio y el tipo de sociedad establecida, el impacto de cada una de las decisiones asociadas y el curso que ha llevado el negocio.

En el análisis financiero se refleja en cifras el comportamiento con respecto al nuevo funcionamiento de Serendipity SAS; por este motivo se reevalua la rentabilidad del negocio proyectando el flujo de caja basado en un comportamiento esperado, y los datos obtenidos por la operación de la empresa en un corto plazo.

ANTECEDENTES

JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES

Los Macarons son un producto de origen europeo que a través de la historia han sido famosos por su exquisito sabor y su textura agradable. En Colombia se ha visto la acogida de productos de pastelería tales como tortas, galletas, cupcakes y demás de manera muy positiva y se tiende a asociar este tipo de elementos a ocasiones especiales, eventos y fiestas lo que atribuye mucho a crear un motor de compra por parte del consumidor.

Mediante este nuevo producto y su introducción en el mercado Colombiano buscamos ampliar las alternativas de las personas en sus posibilidades de agradar un momento especial utilizando una presentación llamativa y un delicioso sabor que deleite los sentidos, y de esta manera generar una satisfacción tal que nuestra marca sea recordada con un sentimiento generado por el valor agregado.

Aportamos también al desarrollo de empresas nacionales que generen riqueza tanto al país como a nuestros aliados y a nosotros mismos, disminuyendo el desempleo y la pobreza, demostrando la capacidad de los profesionales actuales de construir negocios prósperos.



Nos soportamos con materias primas renovables y así mismo empaques reciclables lo cual no afecta al medio ambiente y al entorno de las futuras generaciones.

La inspiración de crear a Serendipity S.A.S. nos sitúa a un contexto francés de glamour y detalle que encierra un momento de felicidad en la compra y la entrega del producto final, concentrándose en una actividad noble y dedicada que busca fomentar los momentos especiales, los valores y los buenos deseos de las personas.

Nuestros macarons alimentan las buenas intenciones, los halagos y la creatividad para sorprender.

HISTORIA DEL PRODUCTO

El Macaron nació en Italia, presentado por el cocinero de Catalina de Médicis en 1533 en el momento de su matrimonio con el duque de Orleáns que se convirtió en rey de Francia en 1547 como Enrique II. Estos deliciosos pasteles **se convirtieron rápidamente en especialidades regionales que las monjas** elaboraban en algunos monasterios.¹

El término "macaron" tiene el mismo origen que la palabra "macarrones" - significa "masa fina".² Los primeros macarons fueron galletas simples, hechas de almendra blanca en polvo, azúcar y huevo.³

Durante la edad media los macarons llegan a Francia, y a partir de entonces sufren muchas transformaciones hasta convertirse en lo que hoy conocemos por ése nombre.⁴

Muchas ciudades en toda Francia tienen su propia historia en torno a este preciado manjar. En Nancy, la nieta de Catalina de Médicis se salvó de morir de hambre supuestamente por el consumo de Macarons. En Saint-Jean-de-Luz, Luis XIV y María Teresa obsequiaban macarons en la celebración de su boda en 1660.⁵



Fueron famosos también en otras ciudades como Montmorillon que tenían forma de corona ducal. También existen los Macarons de Reims, de Pau, d'Amiens, de Melun y los de Saint Émilion⁶.

El macaron de dos caras con un relleno en el medio fue inventado en una confitería parisina, la casa Ladurée. Ahí también se utilizaban colorantes para dar a los pastelitos un color determinado y poder distinguir los diferentes sabores (verde para el relleno de pistachos, rojo para el relleno de fresas, etc.)⁷

¹<http://www.alwayssochic.com/historia-de-los-macarons/> (Fecha de uso: Agosto de 2012)

²<http://www.madmacnyc.com/history-of-macarons> (Fecha de uso: Agosto de 2012)

³<http://www.madmacnyc.com/history-of-macarons> (Fecha de uso: Agosto de 2012)

⁴ Pérsico, Lucrecia .Macarons, brownies, cupcakes& cookies bocaditos de pasión.2012.Editorial LIBSA. Pág. 8

⁵<http://www.madmacnyc.com/history-of-macarons> (Fecha de uso: Agosto de 2012)

⁶<http://www.alwayssochic.com/historia-de-los-macarons/> (Fecha de uso: Agosto de 2012)

⁷ Pérsico, Lucrecia .Macarons, brownies, cupcakes& cookies bocaditos de pasión.2012.Editorial LIBSA. Pág. 8

SERENDIPITY S.A.S.

1. MARCO ESTRATÉGICO

1.1. MISION

Vender productos de muy buen sabor, presentación y de excelente calidad, brindando toda una experiencia positiva a los sentidos de nuestros clientes

1.2. VISIÓN

Consolidar la marca Serendipity en el mercado Bogotano,obteniendo fidelización del cliente y resultados económicos positivos para el año 2015.

1.3. VALORES

CALIDAD

Tenemos como objetivo asegurarnos de ofrecer un producto y servicio de excelente calidad, enfocándonos en la revisión de de nuestro proveedor, producto y servicio y en la constante retroalimentación brindada por el cliente.

SERVICIO

El cliente es lo primero y lo más importante, nos esforzamos en brindar una excelente atención a nuestros clientes, teniendo en cuenta que un cliente satisfecho es la base para el éxito de cualquier empresa.

CREATIVIDAD

Nos esforzamos por impresionar a nuestros clientes con los productos ofrecidos, impactando los sentidos de los mismos y siendo innovadores en el desarrollo de colores y sabores nuevos con un asesoramiento calificado sin alterar las características propias del producto.

CONFIANZA

Prometemos productos fieles que se caracterizan por su composición fresca y de buena calidad, hechos a base de la receta tradicional con toque de SERENDIPITY PASTRY SAS.

CORTESIA

Promovemos el trato amable y elegante, proporcionando un ambiente comodo y agradable a las personas.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

- 🇨🇴 Creación y puesta en marcha de la pastelería gourmet al estilo francés Serendipity S.A.S. en la ciudad de Bogotá.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 🇨🇴 **MERCADO:** Poner en marcha las estrategias de mercadeo para así impulsar el producto al conocimiento en el mercado.
- 🇨🇴 **OPERATIVO:** Realizar la planeación de la producción adecuada para que nuestro proveedor elabore el producto (siguiendo el manual de procesos de la empresa) y llegue justo a tiempo y en las condiciones esperadas, cumpliendo las expectativas de los clientes.
- 🇨🇴 **ADMINISTRATIVO:** Organizar de manera adecuada y eficiente los recursos de la empresa estableciendo roles y funciones explícitas
- 🇨🇴 **LEGAL:** Aplicar la normatividad técnica y legal exigida para la creación de una empresa de la naturaleza de una pastelería.
- 🇨🇴 **FINANCIERO:** Evaluar el proyecto a nivel de resultados y de análisis del pronóstico del comportamiento de la empresa a partir de las proyecciones de ventas y análisis de sensibilidad.
- 🇨🇴 **RIESGO E INTANGIBLES:** Identificar las variables que afectan directa e indirectamente el desarrollo de la empresa, entre ellas la competencia, aceptación del producto, innovación, nuevos productos.
- 🇨🇴 **EJECUCION:** Cumplir con el cronograma planteado, realizando cada trámite ordenadamente de tal manera que se establezca formalmente la empresa.

3. PRESENTACIÓN DE LAS EMPRENDEDORAS

LINA MARIA GUZMAN MORA Identificada con cédula de ciudadanía **1121865333** de Bogotá, con asociación de **NIDYA VANESSA RAMIREZ PUERTO** con cédula de ciudadanía **1032444847** de Bogotá, crean **SERENDIPITY SAS**, para poner en marcha una idea planteada desde hace un año. Su meta es posicionar su empresa en el mercado, aplicar los conocimientos aprendidos durante su carrera y generar retornos económicos por su actividad.

4. ANALISIS Y ESTRATEGIAS DE MERCADO

4.1. ANÁLISIS DEL SECTOR

En la puesta en marcha de **SERENDIPITY PASTRY SAS** , se obtuvo una gran aceptación del público, resaltando por encima del mercado unipersonal, el mercado corporativo, el cual halló en nuestro portafolio una excelente oferta. Nuestra empresa ha abierto su campo de acción a el tema de “personalización de eventos y pedido empresarial” el cual constituye la alternativa con mayor éxito y retorno a nivel económico de la empresa.

MERCADO UNIPERSONAL	MERCADO COPRORATIVO
<ul style="list-style-type: none">• Facil contacto• Eventos familiares (pedidos grandes)• Pedidos más pequeños• Costo de producción y logística elevado• Mayor desperdicio de material	<ul style="list-style-type: none">• Utiliza estrategias de contacto, referidos,• Conocimiento por eventos• Pedido de acuerdo a celebraciones (recurrencia estacional)• Pedidos en gran volumen• Entrega en un solo lugar• Menos costo de producción y logística• Conocimiento del producto en masa

Tabla 1 Paralelo Mercado de SERENDIPITY PASTRY SAS, Realizado por autoras

4.2. MERCADO OBJETIVO DE SERENDIPITY PASTRY SAS:

SERENDIPITY PASTRY SAS evalúa las ventajas y desventajas de las dos clases de mercado al cual puede dirigirse y decide intervenir en una oferta principalmente a MERCADOS CORPORATIVOS que se ubican en la ciudad de Bogotá, sin desatender los posibles eventos de un mercado unipersonal es decir, cumpleaños, bodas, grados, y demás actividades en la ciudad que demanden una cantidad significativa del producto.

4.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Actualmente en el país los siguientes son los competidores locales que hacen un producto fiel al original francés; cuatro de la ciudad de Bogotá y uno de Barranquilla. Actualmente el producto pertenece a un sector al cual pertenecen más de 34.000 referencias de productos considerados competencia pero por efectos del concepto de producto se va a referir únicamente a los siguientes:

COMPETENCIA DIRECTA LOCAL				
NOMBRE	PRODUCTO	UBICACIÓN	MODO DE COMERCIALIZACION	PRECIO
Bakedby Ana	Macarons	Usaquén	Venta directa	\$ 2500 c/u
Alice'scherries	Macarons	Bogotá cll 95 No 37-77	Venta directa	\$3000 c/u
Antoinnete Paris	Macarons	Zona T, cc El Retiro	Venta directa	\$3000 c/u
Pastelería La Ganache	Macarons	Barranquilla, Atlántico, Colombia	Venta directa	\$ 3400 c/u
Petits Bisous Pâtisserie	Macarons	Niza, Bogotá	Pedidos	Desde \$25.000 (pedido)

Tabla 2 Competencia directa en cuanto a producto , realizado por autoras

Cabe aclarar que las empresas competidoras mencionadas anteriormente no han incursionado en el portafolio empresarial como **SERENDIPITY PASTRY SAS** sino únicamente ofrecen al público un producto bastante similar al propio, con el concepto de lujo incluido. Estas empresas se destacan de las demás oferedoras de macarons por que posicionan el producto en un objeto de detalle y estética característico francés y no solo un dulce bocadillo.

COMPETENCIA EXTERNA				
NOMBRE	PRODUCTO	UBICACIÓN	MODO DE COMERCIALIZACION	PRECIO
Ladurée Paris	Macarons	Arabia Saudita, Brasil, Estados Unidos, Irlanda, Italia, Japón, Kuwait, Emiratos Árabes, Libia, Luxemburgo, Mónaco, Suiza, Suecia, Turquía, Francia.	Venta directa	U\$ 2,7 c/u es decir \$ 4942 pesos colombianos
Les Macarons de Paris	Macarons	Argentina	Venta por pedido pagina web http://www.lesmacaronsdeparis.com.ar/macarons.html	6 pesos argentinos es decir \$ 2300 pesos colombianos

Tabla 3 Competencia externa, realizado por autoras

Dentro de la competencia que se puede encontrar de manera indirecta con otros productos que atienden igualmente el mercado empresarial y de eventos como lo hace **SERENDIPITY PASTRY SAS** se ubican principalmente los siguientes en el sector de la pastelería bogotana:

PRODUCTO	MODO DE COMERCIALIZACION	IMPACTO
Cupcakes	Venta directa y por pedido	Alto
Tortas	Venta directa y por pedido	Bajo
Chocolates	Venta directa y por pedido	Medio

Tabla 4 Competencia indirecta productos sustitutos, realizado por autoras

SERENDIPITY PASTRY SAS, compite indirectamente con estos productos sustitutos en toda la ciudad pero cuenta con la ventaja de encontrarse como una opción lujosa de última tendencia.

Dentro de la oferta de productos considerados en la rama de las comidas se encuentra que la pastelería es uno de los sectores que tiene 54% de ésta y considera un margen de ganancia del 20% al 40%, siendo evidente la atracción del público.

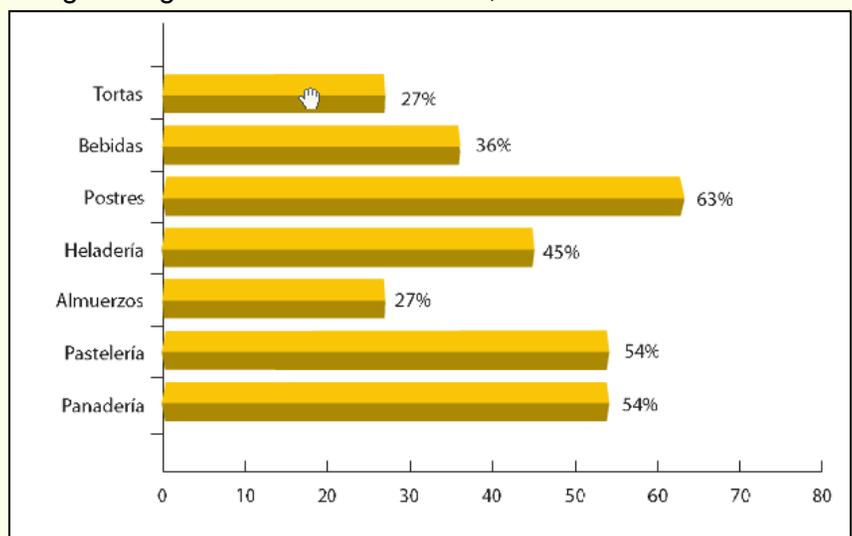


Tabla 5 Oferta de Productos de alimentos

⁸ Informe Panadería, Pastelería y Heladería. Fuente : http://www.catering.com.co/BancoMedios/archivos/ediciones_catering/EDICION26/42-46InformePanaderiacomoamasarsunegocio26.swf

4.4. ESTRATEGIAS DE MERCADO

4.4.1. PRODUCTO

MACARONS

Un macaron es un pastelito tradicional francés, redondo, crujiente por fuera y suave por dentro, conformado por dos capas hechas a base de harina de almendra, claras de huevo y azúcar glas, encerrando una capa de crema en el centro.

Los macarons nacieron en Italia y se hicieron muy famosos en Francia en la edad media, pero fue hasta que la pâtisserie francesa Ladurée^{9*} les dio su forma actual (crema entre dos pastelitos/galletas) que Los Macarons se volvieron famosos en Europa, Asia, y Estados Unidos como el dulce parisino por excelencia.



CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO			
TAMAÑO	Circular, aproximadamente con un diámetro de 3 centímetros		
PESO	Aproximadamente 40 gramos		
TIPO DE CONSUMO	Se consume directamente sin necesidad de preparaciones adicionales ni aderezos.		
MATERIALES	<table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> Corteza: <ul style="list-style-type: none"> • Harina de almendras • Azúcar glas • Azúcar granulada • Huevos • Colorante • Agua </td> <td style="vertical-align: top; padding-left: 20px;"> Relleno <ul style="list-style-type: none"> • sabor del macaron (depende) • mantequilla • azúcar glas • huevos • crema </td> </tr> </table>	Corteza: <ul style="list-style-type: none"> • Harina de almendras • Azúcar glas • Azúcar granulada • Huevos • Colorante • Agua 	Relleno <ul style="list-style-type: none"> • sabor del macaron (depende) • mantequilla • azúcar glas • huevos • crema
Corteza: <ul style="list-style-type: none"> • Harina de almendras • Azúcar glas • Azúcar granulada • Huevos • Colorante • Agua 	Relleno <ul style="list-style-type: none"> • sabor del macaron (depende) • mantequilla • azúcar glas • huevos • crema 		
INSUMOS	Papelería, cinta decorativa, stickers		
EMPAQUE Y PRESENTACION	Cajas de cartón decoradas con la etiqueta de la marca, o bolsas transparentes decoradas		

Tabla 6 Características del producto, realizado por autoras

⁹<http://www.laduree.fr/>

4.2. EMPAQUES

EMPAQUES			
CAPACIDAD	DISEÑO	DIMENSIONES	PRECIO UNITARIO POR COMPRA DE 50 A 100 UNIDS
6 UNIDADES		2 piezas joyeria rectangular : + ventana : 10 X 3 X 20 CENTIMETROS	\$736
4 UNIDADES		2 piezas joyeria mediana : 9.5 X 7 X 4	\$344
2 UNIDADES		caja truffa x 2 : 4 X 3 X 7 CENTIMETROS	\$208
PROVEEDOR: PRODUCTOS HAPPY LTDA , CONTACTO: ventas@productoshappy.com , www.productoshappy.com			

Tabla 7 Diseño y características de empaques

¹⁰Catalogo de cajas y empaques .xls , cajas decorativas, Productor Happy LTDA

¹¹Catalogo de cajas y empaques .xls , cajas decorativas, Productor Happy LTDA

¹²Catalogo de cajas y empaques .xls , cajas decorativas, Productor Happy LTDA

4.3. SERENDIPITY S.A.S.

“Una joyería de pasteles”, diseñada a la medida de un momento especial

Ahora en Bogotá, no hay un evento en el que SERENDIPITY puede dejar de asistir

Una necesidad del ser humano es conocerse a sí mismo, construirse como persona, como un individuo único y diferente a los demás, tanto interior como exteriormente. Esta construcción constante de nosotros mismos y la sociedad en la que vivimos nos conduce al mercado de lujo, a buscar productos personalizados, de excelente calidad y sobre todo exclusivos.

Cuando preparamos una celebración por una ocasión especial, esperamos que todo salga perfecto, que nuestros invitados se sientan a gusto, y que mejor momento para dar una dulce y exquisita sorpresa con nuestros productos, por eso apostamos a hacer de nuestro portafolio una variedad de ideas para eventos especiales, recordatorios y momentos.

Nuestra empresa busca vender un dulce francés con tintes de lujo, vender una experiencia adictiva y diferente a nuestros clientes, un producto que deleite los sentidos y que pueda representar un detalle excepcional en cualquier evento.

Adictiva tanto por los diferentes sabores y colores de los macarons, por la variedad y presentación de sus empaques, como por la excelente atención a nuestros clientes, la personalización y la imagen de un producto de calidad, producto que vale la pena invitar a asistir a una celebración. Vemos la oportunidad de penetrar el mercado Bogotano con un producto nuevo, con un concepto diferente de pastelería que ha funcionado en Europa, Asia y Estados Unidos del que aseguramos tiene potencial de acogida y desarrollo en la capital Colombiana para acompañar cualquier evento u ocasión de nuestros clientes.

4.3.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

SERENDIPITY

“**Serendipity**” es la suerte que ciertas personas tienen para encontrar o crear cosas valiosas o interesantes por casualidad, por accidente, sin buscarlas¹³, un accidente feliz, afortunado.

¹³ Consultado en: <http://diccionario.reverso.net/ingles-cobuild/serendipity>



Ilustración 1 Nombre y logotipo de la empresa creado por autoras

14

4.3.2. PLAZA VIRTUAL

Actualmente **SERENDIPITY PASTRY SAS** cuenta con una plataforma virtual con el fin de que el cliente tenga contacto con la empresa y viceversa, en donde se exhiben los diferentes productos, experiencias de compra, promociones e información de contacto respectiva.

Mediante las redes sociales, se actualiza el recuerdo de los clientes, creando una retentiva en la marca y escogiendo el producto pretendiendo acomodarse a cada día y época del año según se necesite para hacer atractiva la empresa y su oferta

La actividad de las redes sociales y acogimiento de las personas participando de sus publicaciones es un indicador valioso para la empresa y demuestra su reconocimiento y crecimiento.

¹⁴ Creado por autoras en <http://www.freelogoservices.com>

4.3.2.1. PAGINA WEB



PAGINA WEB:

http://vane50503.wix.com/serendipitypastry



1

2

3

4

5

4.3.2.2. REDES SOCIALES

FACEBOOK : <https://www.facebook.com/serendipitysas>



Ilustración 4 Diseño de pagina de Facebook, creado por autoras

TWITTER: <https://twitter.com/SerendipityPast>



Ilustración 5 Diseño de Pagina de Twitter, creado por autoras

5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

5.1. TARJETAS PARA EVENTOS

Serendipity pastry sas promueve el contacto con sus clientes, mediante las tarjetas que entrega en los eventos que asiste, así puede atraer más clientes, y si hay interesados , poder facilitar la comunicación. En una cara de la tarjeta se exponen los números y direcciones de contacto y en la otra cara está el código QR , el cual direcciona a la página oficial directamente, en caso de que la persona use su Smartphone para conocer acerca de ella. Esto ultimo permite a **SERENDIPITY** estar a la vanguardia y aprovechar las nuevas tendencias.



Ilustración 6 Diseño de Tarjetas creado por autoras

5.2. BASE DE DATOS CLIENTES

SERENDIPITY PASTRY SAS cuenta con una Macro en Excel, en la cual se registran todos los pedidos realizados (se detallará mas adelante), identificando el cliente al que se atiende y el contacto de este. Se hace el requerimiento de los datos del comprador con el fin de actualizar los eventos generados por la empresa así como las oportunidades que se presenten según el cronograma del cliente.

La base de datos permite no perder la conexión con el cliente y de esta manera realizar la oferta adecuada a la medida de cada cliente, convenciendo al cliente de su imagen prioritaria frente a **SERENDIPITY**.

5.3. VOZ A VOZ

Serendipity hace énfasis en el voz a voz como principal instrumento de difusión de publicidad, basándose en la actividad registrada en el primer mes de operación se evidencia la atracción de clientes mediante el contacto coincidiendo que sus clientes pioneros se hayan obtenido de esta manera en su mayoría.

Iniciando el negocio es una estrategia efectiva para la empresa, por eso **SERENDIPITY** mediante el trabajo y esfuerzo por mantener un producto fiel y de calidad así como un servicio excelente, pretende mantener una tendencia creciente con respecto a la satisfacción, expectativas y comentarios del público atendido.

5.4. SERVICIO

Es nuestro centro de atención y diferenciador del negocio por esto se hace énfasis en un calido trato amable y exquisito.

La fidelización del cliente se hace mediante la satisfacción en la recepción del producto y en su inigualable sabor y textura que constituye el indicador mas importante para la empresa y en el cual se sustenta el éxito de ésta.

6. ANALISIS DOFA

A continuación se mostrará en análisis DOFA respectivo al negocio, haciendo énfasis en las características adoptadas desde la ejecución del negocio y su puesta en marcha. Se expone el panorama correspondiente al reflejado por la empresa en la actualidad.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">  Producto nuevo con mucho éxito en otros países.  Excelente presentación del producto.  Servicio de calidad.  Condiciones claras con el proveedor  Outsourcing de costos de Producción  Producto atractivo, realizado por experto  Documentación de proceso propio de la empresa  Emprendimiento y apoyo de entre las socias  Clientes referidos por el círculo social de las asociadas. 	<ul style="list-style-type: none">  Capital limitado  Falta de experiencia  Experticia de las asociadas en el tema de producción
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">  Poca competencia en el mercado Colombiano.  Redes sociales e internet sin costo para hacer publicidad al producto.  Posibilidad de aumentar la variedad en el menú de productos de la empresa.  Incursionar en pedidos de gran volumen a empresas importantes  Personalización del producto según el cliente y época del año 	<ul style="list-style-type: none">  Costo bajo de productos sustitutos  Falta de reconocimiento del producto por ser un producto relativamente nuevo en el país

Tabla 8 Analisis DOFA, creado por autoras

7. PLAN DE PRODUCCIÓN

La empresa **SERENDIPITY S.A.S.** opta por la opción de outsourcing de producción o externalización de ésta con el fin de lograr un estándar mas acertado del producto a ofrecer, y una reducción de costos.

Se aclara que serendipity inicio haciendo selección de las materias primas, pero por los resultados obtenidos en cuanto a la forma del producto, el proveedor hace solicitud de pruebas con otros materiales indicados por él mismo y a conocimiento total de **SERENDIPITY** como dueña del producto, concluyendo finalmente en delegar el plan de compras directamente al proveedor. Todo esto sin afectar de alguna forma la calidad del producto, sino mejorando su sabor, forma, color, textura y por ultimo el proceso.

OUTSORCING PRODUCCIÓN			
<p>La empresa SERENDIPITY PASTRY SAS se caracteriza por sus productos de alta calidad por eso garantiza absolutamente la excelencia en sus técnicas y materias primas por eso ha escogido su proveedor de manera confiable, garantizando la calidad y autenticidad de sus productos .</p> <p>SERENDIPITY hace un acuerdo con el proveedor de confiabilidad en el cual se hace evidente la posición de proveedor y empresa y se certifica que no se hará replica ni copia del producto a otro tipo de negocio similar. (Mas adelante se detallará el modelo de contrato establecido)</p>			
EMPRESA	TARALETA LTDA Boutique Pastelería		
DIRECCIÓN	Calle 3 # 3 -73 Mosquera Cundinamarca		
CONTACTO	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Teléfono: (57) 8276556</td> <td style="width: 50%;">Pagina web:www.luisguillermolozano.com</td> </tr> </table>	Teléfono: (57) 8276556	Pagina web:www.luisguillermolozano.com
Teléfono: (57) 8276556	Pagina web:www.luisguillermolozano.com		
CHEF	Luis Guillermo Lozano		
MANO DE OBRA CAPACIDATA	<p>“Recibió clases de pastelería Mexicana, panadería artesanal Europea, Repostería Italiana y pastelería Francesa inclinándose por esta última; recibió formación por pasteleros de talla mundial en manejo de azucares en altas y bajas temperaturas, chocolates en todas sus técnicas, pastelería molecular por profesores entre los cuales están; Gabriel Paillason (Reconocimiento como mejor obrero en Francia)y Pascal Molines (Campeón mundial de pastelería 1999)Estudioso autónomo en varias ramas de la pastelería trabaja continuamente en el desarrollo y creación de técnicas y sabores propios. Estudio en la universidad de la Sabana desarrollo de pequeñas y medianas Empresas.”</p> <p>Es propietario de su propia firma LUISGUILLERMOLOZANO® donde sueña y anhela trabajar con</p>		

pastelerías y restaurantes con varios conceptos.
Fuente: www.luisguillermolozano.com

**PRODUCTOS
DESTACADOS**



**PROCESO
REALIZADO**

**(macarons
franceses)**



CONDICIONES DEL PROVEEDOR	<ul style="list-style-type: none"> • Pago oportuno a la entrega del pedido • Detalle de requerimientos de sabor,color y cantidad • Honestidad y ética • Transporte contratado por Serendipity • <i>Pago de \$1500 por unidad en el año 2013 ya que es contrato por pedido</i> • Realización del pedido tres días antes a la entrega
CONDICIONES DE SERENDIPITY	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas prácticas de manufactura • Higiene y aseo en procesos • Utilización de Instructivos de calidad • Entrega a tiempo del producto con las especificaciones requeridas • Cantidad de producto acordada • Cumplir con especificaciones del producto en dimensión, sabor, color y textura • Garantía de sabor, frescura y conservación del producto • Reserva de derechos sobre los modelos de sabores desarrollados y recetas

Tabla 9 Información general outsourcing

7.1. ESTÁNDAR DE CALIDAD MACARONS OUTSOURCED

Los macarons recibidos por parte del proveedor son inspeccionados de manera inmediata a la entrega, éstos sonserán evaluados en diferentes aspectos para asegurar que se cumple con ciertas especificaciones de calidad de producto así como los requerimientos especiales determinados por el cliente como color, sabor, tamaño.

Para llevar un control y evidenciar cualquier anomalía , **SERENDIPITY PASTRY SAS** cuenta con un formato que se deberá llenar para confirmar la aprobación del producto recibido. El formato es como el siguiente:

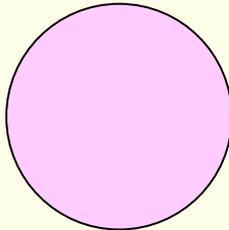
Serendipity S.A.S				
<i>Aspecto</i>	<i>Especificación</i>	<i>si</i>	<i>no</i>	<i>Observaciones</i>
<i>Cantidad</i>				
<i>Tamaño</i>				
<i>Color</i>				
<i>Sabor</i>				
<i>Caras superiores</i>				
<i>Relleno</i>				
<i>Fecha de fabricación</i>				
<i>Fecha vencimiento</i>				
<i>Nombre de quien recibe</i>		<i>Firma</i>		

Tabla 10 Formato registro de cumplimiento de requerimientos de pedido, realizado por autoras

De esta manera se controlará la calidad del producto desde el inicio y se evitara en una gran medida el reclamo y la insatisfacción del cliente, dándole fuerza a la imagen y a la confiabilidad hacia la empresa.

7.2. ESTANDAR DE DIMENSIONES DEL PRODUCTO

Cara del macaron:



DIAMETRO	3 centímetros
GROSOR	0.5 centímetros (aprox)

* El macaron junto con el relleno llega a un grosor en el rango de 2 cm a 2.5 cm

7.3. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Inicialmente, en **SERENDIPITY PASTRY SAS** se ofrecerán cuatro sabores básicos fijos, considerados propios y de los cuales existe un proceso determinado.

Sabores Básicos

-  Chocolate
-  Café
-  Vainilla
-  Frutos Rojos

* En caso de solicitar un sabor especial, se incrementara el precio respecto a la materia prima agregada.

** **SERENDIPITY PASTRY SAS** se encuentra en constantes pruebas de nuevos sabores y propuestas innovadoras ya que es importante para la posición de la empresa

7.4. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Fichas técnicas de los 4 sabores base de macarons que se va a ofrecer. Se aclara que **SERENDIPITY PASTRY SAS** le apuesta a la innovación y quiere sorprender a sus clientes con nuevos sabores como : naranja, limón, pistacho y caramelo, los cuales se contemplan en los siguientes lanzamientos al mercado.

FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO									
NOMBRE	Macaron Vainilla								
CÓDIGO	MF01								
DESCRIPCIÓN	Tipo de pastelillo que consta de 3 partes; 2caras y 1 relleno Las caras del macaron son crujientes en la superficie y su interior es suave, a base de almendra azúcar y huevos. El relleno es suave y cremoso con sabor a vainilla.								
COMPOSICIÓN	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Caras:</td> <td style="width: 50%;">Relleno:</td> </tr> <tr> <td>Harina de almendras</td> <td>Vainilla</td> </tr> <tr> <td>Claros de huevo</td> <td>Mantequilla</td> </tr> <tr> <td>Azúcar normal Azúcar glas</td> <td>Azúcar glas</td> </tr> </table>	Caras:	Relleno:	Harina de almendras	Vainilla	Claros de huevo	Mantequilla	Azúcar normal Azúcar glas	Azúcar glas
Caras:	Relleno:								
Harina de almendras	Vainilla								
Claros de huevo	Mantequilla								
Azúcar normal Azúcar glas	Azúcar glas								
EMPAQUE	Cajas decoradas de cartón o bolsa transparente con decoración								

VIDA ÚTIL	15 días aproximadamente, teniendo en cuenta el vencimiento de las materias primas
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	No Necesita refrigeración, pero si debe mantenerse en lugares secos libres de humedad

Tabla 11 Ficha técnica, macaron vainilla

<u>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</u>											
NOMBRE	Macaron Chocolat										
CÓDIGO	MC02										
DESCRIPCIÓN	Tipo de pastelillo que consta de 3 partes; 2 caras y 1 relleno Las caras del macaron son crujientes en la superficie y su interior es suave, a base de almendra azúcar y huevos. El relleno es suave y cremoso con sabor a chocolate										
COMPOSICIÓN	<table border="0"> <tr> <td>Caras:</td> <td>Relleno:</td> </tr> <tr> <td>Harina de almendras</td> <td>Cacao en polvo</td> </tr> <tr> <td>Claras de huevo</td> <td>Mantequilla</td> </tr> <tr> <td>Azúcar normal Azúcar glas</td> <td>Azúcar glas</td> </tr> <tr> <td>Cacao en polvo</td> <td></td> </tr> </table>	Caras:	Relleno:	Harina de almendras	Cacao en polvo	Claras de huevo	Mantequilla	Azúcar normal Azúcar glas	Azúcar glas	Cacao en polvo	
Caras:	Relleno:										
Harina de almendras	Cacao en polvo										
Claras de huevo	Mantequilla										
Azúcar normal Azúcar glas	Azúcar glas										
Cacao en polvo											
EMPAQUE	Cajas decoradas de cartón o bolsa transparente con decoración										
VIDA ÚTIL	15 días aproximadamente, teniendo en cuenta el vencimiento de las materias primas										
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	No Necesita refrigeración, pero si debe mantenerse en lugares secos libres de humedad										

Tabla 12 Ficha técnica, Macaron chocolat

<u>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO</u>	
NOMBRE	Macaron Café
CÓDIGO	MCA03
DESCRIPCIÓN	Tipo de pastelillo que consta de 3 partes; 2 caras y 1 relleno Las caras del macaron son crujientes en la superficie y su interior es suave, a base de almendra azúcar y huevos. El relleno es suave y cremoso con sabor a café

COMPOSICIÓN	Caras: Harina de almendras Claras de huevo Azúcar normal Azúcar glas Café en polvo soluble	Relleno: Azúcar Normal Mantequilla Agua Café en polvo soluble
EMPAQUE	Cajas decoradas de cartón o bolsa transparente con decoración	
VIDA ÚTIL	15 días aproximadamente, teniendo en cuenta el vencimiento de las materias primas	
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	No Necesita refrigeración, pero si debe mantenerse en lugares secos libres de humedad	

Tabla 13 Ficha técnica, macaron café

FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO		
NOMBRE	Macaron Frutos Rojos	
CÓDIGO	MP04	
DESCRIPCIÓN	Tipo de pastelillo que consta de 3 partes; 2 caras y 1 relleno Las caras del macaron son crujientes en la superficie y su interior es suave, a base de almendra azúcar y huevos. El relleno es suave y cremoso con sabor a frutos rojos como frambuesa, cereza y fresa	
COMPOSICIÓN	Caras: Harina de almendras Claras de huevo Azúcar normal Azúcar glas Pistachos	Relleno: Azúcar Normal Mantequilla Agua Esencia de frutos rojos
EMPAQUE	Cajas decoradas de cartón o bolsa transparente con decoración	
VIDA ÚTIL	15 días aproximadamente, teniendo en cuenta el vencimiento de las materias primas	
CONDICIONES DE CONSERVACIÓN	No Necesita refrigeración, pero si debe mantenerse en lugares secos libres de humedad	

Tabla 14 Ficha técnica, macaron frutos rojos

8. MAPA GENERAL CADENA DE VALOR

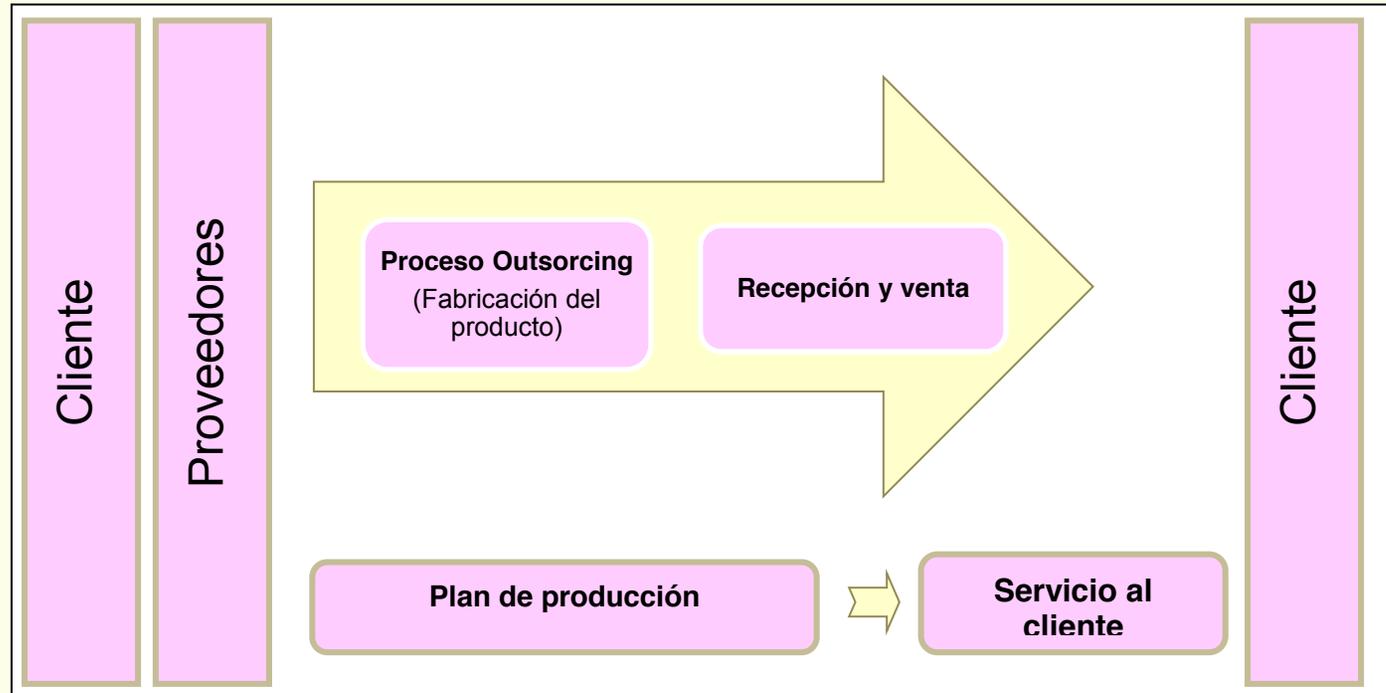


Ilustración7 Mapa cadena de Valor. Realizado por las autoras

9. DIAGRAMA DE BLOQUES PROCESO FABRICACIÓN DE MACARONS

SERENDIPITY PASTRY SAS a pesar de contar con una producción subcontratada, cuenta con la documentación del proceso realizado por este, con el fin de conocer su producto mas a fondo .

PROCESO DE FABRICACIÓN DE MACARONS

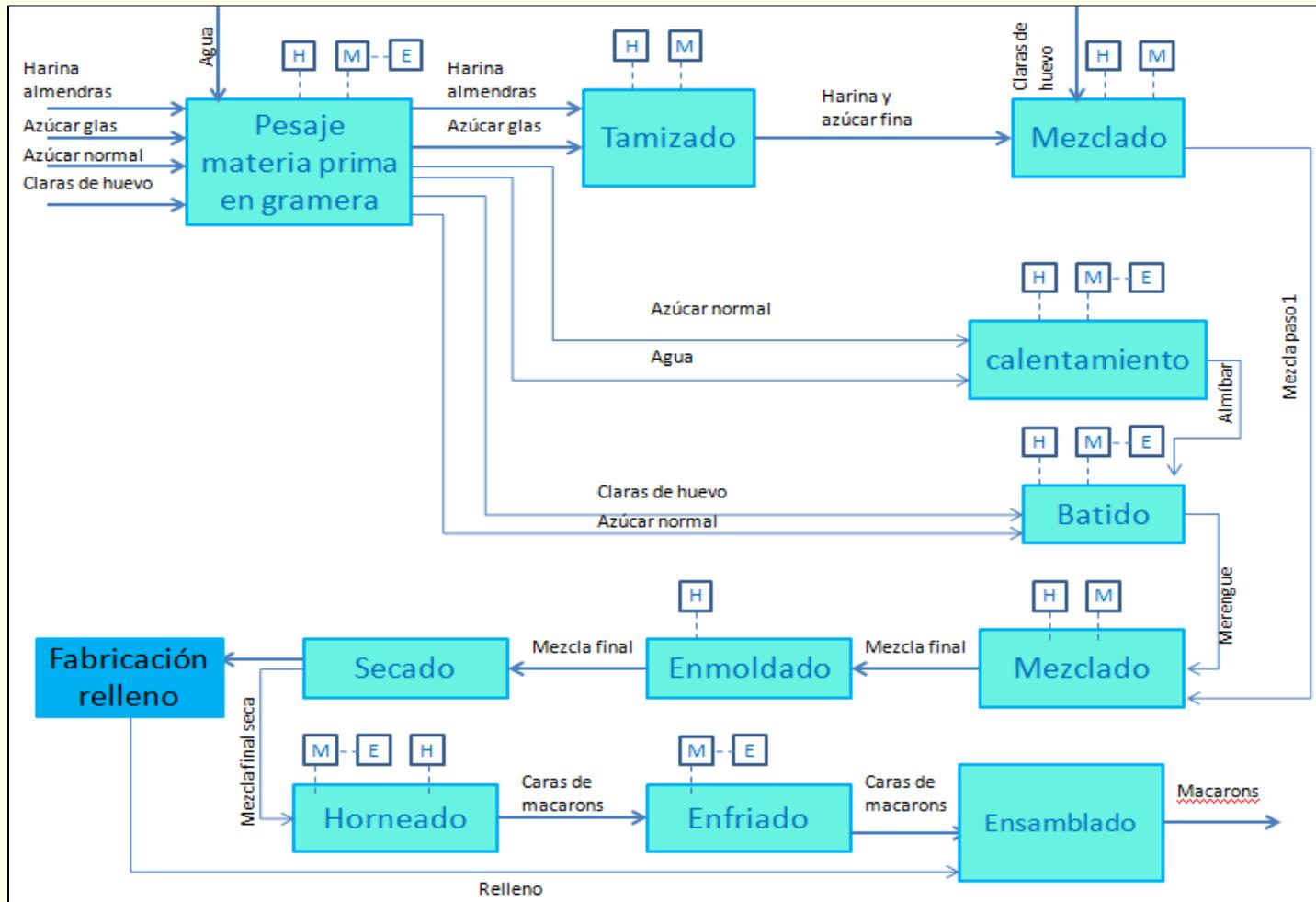


Ilustración 8 Diagrama de bloques, caras, realizado por autoras

FABRICACIÓN DE RELLENO

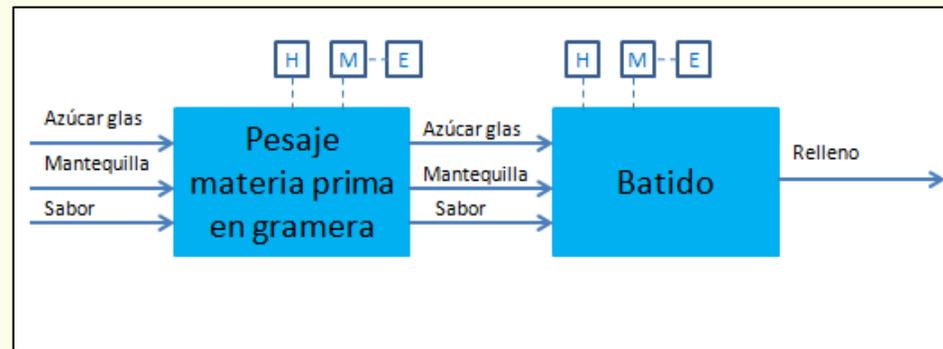


Ilustración 9 Diagrama de bloques, relleno, realizado por autoras

10. LOGISTICA INTERNA:

A Continuación se expone el flujo de información que se maneja interna y externamente en **SERENDIPITY PASTRY SAS**:

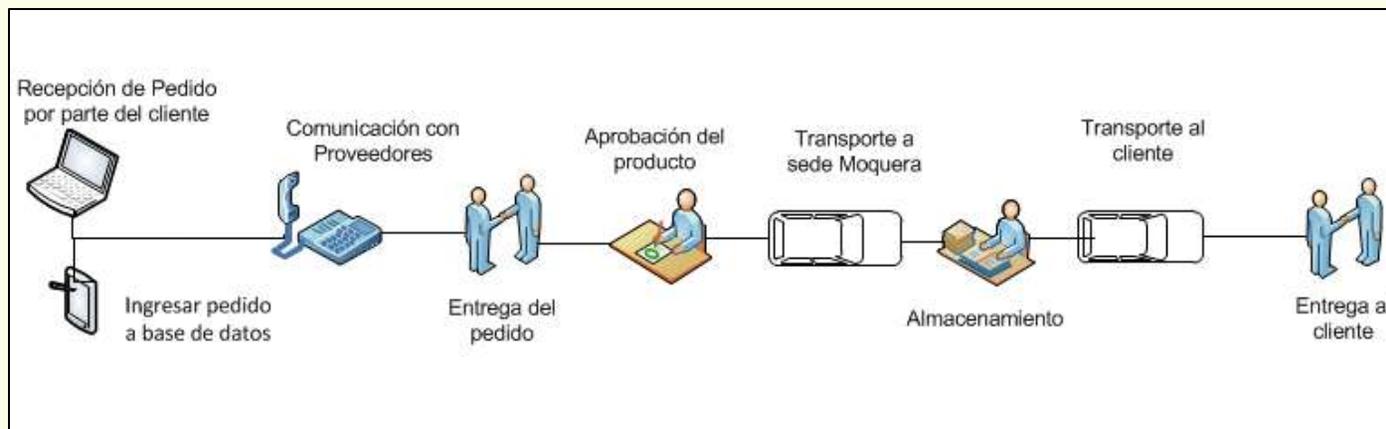


Ilustración 10 Mapa Logístico SERENDIPITY PASTRY SAS, Realizado por autoras

10.1. CRONOGRAMA DE PEDIDOS

SERENDIPITY PASTRY SAS cuenta con una base de datos alimentada por las representantes en el momento de recibir un pedido actualmente, de esta manera se puede programar de manera organizada la orden de producción, obteniendo condiciones favorables de la modalidad “Just in time” beneficiando al cliente con un producto fresco y postergando la caducidad de este desde el momento en que el cliente lo recibe.

¿Cómo se registra un nuevo pedido?

1. Hacer clic en “Nuevo Pedido”

NUEVO PEDIDO																			
FECHA DE ENCARGO	FECHA DE ENTREGA	CLIENTE	EVENTO	PEDIDO #	VAINILLA	CHOCOLATE	CAFÉ	FRUTOS ROJOS	C1	C2	C3	C4	CAJA	BOLSA	TOTAL PEDIDO UNIDADES	COSTO PEDIDO	VALOR A PAGAR	ESTADO	OBSERVACIONES
01-oct	05-oct	Marcela R	Cumpleaños	001	10	20	10	10	rojo	morado	café	beige	no	si	50	\$ 75,000	\$ 125,000	ENTREGADO	
03-oct	07-oct	Haroldo Ram	Cumpleaños	002	5	20	5	20	rojo	café	beige		no	si	50	\$ 75,000	\$ 125,000	ENTREGADO	
08-oct	01-nov	Ros restaurant	Halloween	003	20	20	10		naranja	negro			no	si	50	\$ 75,000	\$ 125,000		
15-oct	25-oct	Marcela Ram	Halloween	004	10	10	10		naranja	negro			no	si	50	\$ 45,000	\$ 75,000		
															0	\$ -	\$ -		
															0	\$ -	\$ -		
															0	\$ -	\$ -		
															0	\$ -	\$ -		
															0	\$ -	\$ -		
															0	\$ -	\$ -		

2. Llenar el formulario

Ilustración 11 Proceso para registrar un pedido, Realizado por autoras

Las gerentes tienen conocimiento actualizado en tiempo real de esta información a través de la plataforma dropbox, la cual tiene uso exclusivo para documentación de la empresa. De esta base se parte para planear la fecha del pedido y calcular la fecha de entrega conveniente para cumplirle al cliente

10.2. TRANSPORTE

En cuanto al transporte del producto **SERENDIPITY PASTRY SAS** se encuentra en dos tramos que considera para sus pedidos: cuando se recibe el producto, éste se lleva a la Carrera 4 # 4-58 en Mosquera (Domicilio de la asociada Vanessa Ramirez), en donde se es empacado el producto según se necesite y según los requerimientos de adornos y publicidad. De allí se dispone a transportarse por medio de un automóvil hacia el lugar de destino (Cliente) o si es necesario al segundo punto de almacenamiento o Domicilio de la asociada Lina María Guzman, Ubicado en la ciudad, hasta finalizar igualmente en la entrega final a la persona o empresa solicitante del producto.

**En caso de no disponer del automóvil se recurre a un bus (fuera de la ciudad: Mosquera) y taxi (en la ciudad)



Ilustración 12 Mapa de Transporte, Realizado por autoras

PLAN DE TRANSPORTE 2013	
MEDIO DE TRANSPORTE:	automóvil , taxi (ciudad) o bus (fuera de la ciudad)
VIAJES	Por cronograma semanal
Presupuesto para transporte mensual	\$ 100 000

Tabla 15 Plan de Transporte, creado por autoras

12. CLIENTES

Dentro de los clientes actuales de **SERENDIPITY PASTRY SAS** se encuentra las personas naturales que organizan eventos y especialmente los clientes corporativos que igualmente hacen festejo de varias fechas en el año.



Ilustración 14 Clientes 2013 SERENDIPITY PASTRY SAS, Realizado por autoras

13. ORGANIZACIÓN

13.1. ORGANIGRAMA

La estructura organizacional es la siguiente:

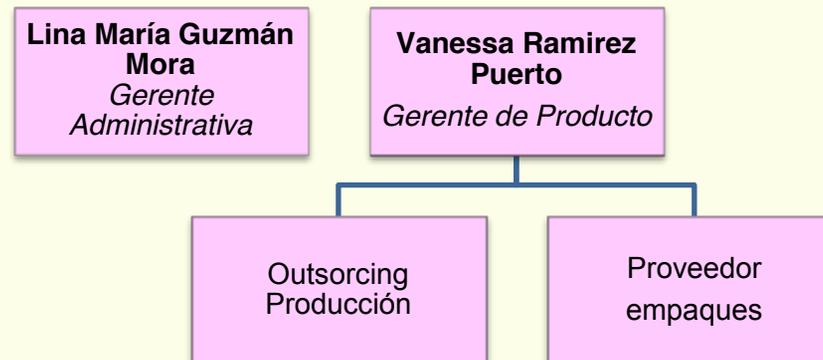


Ilustración 15 Organigrama, Creado por autoras

13.2. SOCIEDAD

La junta directiva está conformada por la representante legal y representante legal suplente; Lina María Guzmán Mora y Vanessa Ramírez Puerto respectivamente quienes asumirán la gerencia de la compañía alternamente, las cuales tendrán la misma participación económica y de gestión del 50% cada una para un total de 100%.

Integrantes sociedad

- Lina María Guzmán
Estudiante último año ingeniería Industrial Pontificia Universidad Javeriana.
Idiomas: Español e inglés
- Nidya Vanessa Ramírez
Estudiante último año ingeniería Industrial Pontificia Universidad Javeriana.
Idiomas: Español e inglés
Curso de repostería en el Serrezuela Country Club

Funciones por Cargos

Gerente de Producto	
	Realizar el contacto con el proveedor de outsourcing
	Realizar el contacto con proveedor de empaques
	Revisar la macro compartida diariamente para verificar los pedidos nuevos y pendientes.
	Planear el orden y cantidad del pedido con tres días de anterioridad a la fecha establecida de entrega
	Realizar control de calidad del producto entregado
	Manejar el formato de entrega, verificando aspectos y calidad del producto recibido
	Verificar el estado y la administración de la pagina web las redes sociales.
	Realizar aportes para la innovación y desarrollo de nuevos sabores.
	Realizar compras de insumos , empaques y demás adornos

Ilustración 16 Funciones de Producto

Gerente Administrativo
<ul style="list-style-type: none">  Administrar los recursos financieros, cuentas en bancos y demás obligaciones  Estar al tanto de los requerimientos legales, facturas e impuestos generados  Realizar contacto con los clientes, acuerdos de pedido y alimentar la macro con la información.  Revisar la macro compartida diariamente con el fin de conocer la operación pendiente , entregada y programada  Atender al cliente en cuestión de garantías, servicio post ventas y retroalimentación  Recolectar contacto de clientes y gestionar posibles pedidos de acuerdo al cronograma de los compradores  Colaborar en la administración de las redes sociales.

Ilustración 17 Funciones Gerente Administrativo

Producción Subcontratada
<ul style="list-style-type: none">  Fabricar el producto  Garantizar buen sabor del producto y calidad.  Utilizar materia prima de alta calidad  Administrar inventario de materia prima  Verificar condiciones óptimas de requerimientos de infraestructura  Cumplir con las condiciones del contrato de subcontratación  Realizar un proceso con altas normas de orden e higiene

Ilustración 18 Funciones, Producción Subcontratada

14. FORMALIZACIÓN DE LA EMPRESA

14.1. CONSTITUCIÓN EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

-  **Actividad económica(CODIGO CIU):** Elaboración de productos de pastelería y bizcochería
-  **Tipo de sociedad:** Sociedad anónima simplificada S.A.S

CONSTITUCIÓN EMPRESA PERSONA JURÍDICA*

REQUERIMIENTO	FECHA	RECURSO	CHECK
Revisar que no exista el nombre "SERENDIPITY PASTRY"	24 Septiembre 2013	www.rues.org.co www.crearempresa.com.co	x
Documento Privado de Constitución	24 Septiembre 2013	Modelo de la página www.bogotaemprende.com.co	x
Fotocopia de las cédulas de los socios			x
Formulario: Aviso de Privacidad y Autorización expresa para el tratamiento de datos personales		Formulario dado en la CCB	x
Formulario: Localización de usuarios		Formulario dado en la CCB	x
Formulario: naturaleza de la sociedad: civil o comercial		Formulario dado en la CCB	x
Formulario: Cumplimiento de ley 1429 de 2010 y decreto 545 de 2011		Formulario dado en la CCB	x
Formulario RUE		Formulario dado en la CCB	x
Formulario adicional de Registro con otras Entidades		Formulario dado en la CCB	x
Pre Rut		www.dian.gov.co	x
Original y fotocopia de un servicio público			x
Valor a pagar según capital		\$83.000 COP	x

MODELO DE ESTATUTOS

SERENDIPITYPASTRYSAS

ACTO CONSTITUTIVO

Lina María Guzmán Mora de nacionalidad **Colombiana**, identificado con cedula de ciudadanía **1121865333**, domiciliado en la ciudad de Bogotá y **Nidya Vanessa Ramírez Puerto** de nacionalidad **Colombiana**, identificado con cedula de ciudadanía **1032444847**, domiciliado en la ciudad de Bogotá, declaran previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada **SerendipityPastry**, para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de **\$2'000.000**, dividido en **2** acciones ordinarias de valor nominal de **\$1'000.000** cada una, que han sido liberadas en su **totalidad**, previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

ESTATUTOS

Capítulo I

Disposiciones generales

Artículo 1º. Forma.- La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará SerendipityPastry SAS, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “SAS”.

Artículo 2º. Objeto social.- La sociedad tendrá como objeto principal *la comercialización de productos de pastelería*. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Artículo 3°. Domicilio.- El domicilio principal de la sociedad será la **Carrera 4 numero 4-58 Mosquera Cundinamarca** y su dirección para notificaciones judiciales será **la misma**. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4°. Término de duración.- El término de duración será indefinido

Capítulo II

Reglas sobre capital y acciones

Artículo 5°. Capital Autorizado.- El capital autorizado de la sociedad es de **\$2´000.000** dividido en **2** acciones ordinarias de valor nominal de **\$1´000.000** cada una.

Artículo 6°. Capital Suscrito.- El capital suscrito inicial de la sociedad es de **\$2´000.000**, dividido en **2** acciones ordinarias de valor nominal de **\$1´000.000** cada una.

Artículo 7°. Capital Pagado.- El capital pagado de la sociedad es de **\$2´000.000**, dividido en **2** acciones ordinarias de valor nominal de **\$1´000.000** cada una.

Artículo 8°. Derechos que confieren las acciones.- En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9°. Naturaleza de las acciones.- Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10°. Aumento del capital suscrito.- El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11°. Derecho de preferencia.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de

preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12º. Clases y Series de Acciones.- Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo.- Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13º. Voto múltiple.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre *quórum* y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14º. Acciones de pago.- En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15º. Transferencia de acciones a una fiducia mercantil.- Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16°. Restricciones a la negociación de acciones.- Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17°. Cambio de control.- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III Órganos sociales

Artículo 18°. Órganos de la sociedad.- La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas, un representante legal y un representante legal suplente. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

Artículo 19°. Sociedad devenida unipersonal.- La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidos las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20°. Asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21°. Convocatoria a la asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22°. Renuncia a la convocatoria.- Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

Artículo 23°. Derecho de inspección.- El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24°. Reuniones no presenciales.- Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25°. Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

- (i) La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.
- (ii) La realización de procesos de transformación, fusión o escisión.
- (iii) La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;
- (iv) La modificación de la cláusula compromisoria;
- (v) La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y
- (vi) La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo.- Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

Artículo 26°. Fraccionamiento del voto: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27°. Actas.- Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas

como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28°. Representación Legal.- La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien tendrá suplentes, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo. En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Artículo 29°. Facultades del representante legal.- La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier

otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Las facultades del representante legal suplente serán exactamente las mismas que el representante legal.

Capítulo IV Disposiciones Varias

Artículo 30°. Enajenación global de activos.- Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

Artículo 31°. Ejercicio social.- Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1° de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 32°. Cuentas anuales.- Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 33°. Reserva Legal.- la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 34°. Utilidades.- Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 35°. Resolución de conflictos.- Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 35 de estos estatutos.

Artículo 36°. Cláusula Compromisoria.- La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de **Cedritos**. El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de **Cedritos**. El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de **Cedritos**. Se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.

Artículo 37°. Ley aplicable.- La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

Capítulo IV Disolución y Liquidación

Artículo 38°. Disolución.- La sociedad se disolverá:

1° Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;

2° Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;

3° Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;

4° Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

5° Por orden de autoridad competente, y

6° Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero.- En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Artículo 39°. Enervamiento de las causales de disolución.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

Artículo 40°. Liquidación.- La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de

accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

DETERMINACIONES RELATIVAS A LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

1. **Representación legal.**- Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a **Lina María Guzmán Mora**, identificado con el documento de identidad No. **1121865333**, como representante legal de **SerendipityPastry SAS**, por el término de 1 año.
Lina María Guzmán Mora participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de **SerendipityPastry SAS**.
2. **Personificación jurídica de la sociedad.**- Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, **SerendipityPastry SAS** formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008.

Representante Legal: cc

Representante Legal Suplente: cc

15. ANÁLISIS FINANCIERO

COSTOS PRODUCCIÓN PRIMER MES		UNIDAD
Outsourcing	\$ 300.000	\$ 1.500
Cajas	\$ 30.000	\$ 150
Bolsas	\$ 15.000	\$ 75
Cintas	\$ 5.000	\$ 25
Stikers	\$ 20.000	\$ 100
Transporte	\$ 100.000	\$ 500
TOTAL MES	\$ 470.000	\$ 2.350
VENTAS	\$ 600.000	\$ 3.000
GANANCIA	\$ 130.000	\$ 650
MARGEN	22%	22%

Tabla 16 Costos de Producto primer mes, Realizado por autoras

El producto lo compone un 88% de Costo dejando un 22% de margen de ganancia para la empresa, lo cual en un volumen considerado representa una suma que justifica el desarrollo de la actividad y de la empresa

GASTOS PREOPERATIVOS PRIMER MES	
Camara de Comercio	\$ 83.000
Facturas	\$ 150.000
Publicidad	\$ 250.000
Tarjetas Publicitarias	\$ 35.000
Cuenta ahorros	\$ 200.000
Talonario	\$ 83.000
TOTAL	\$ 801.000

Tabla 17 Gastos Preoperativos primer mes, Realizado por autoras

15.1. ESTADO DE RESULTADOS Y BALANCE GENERAL PRIMER MES

A continuación se mostrará el estado de resultados y balance general respectivamente realizado por el contador Mario Sanchez Mazuera con Tarjeta profesional de contador público No 117846-T, para el primer mes de **SERENDIPITY PASTRY SAS:**

SERENDIPITY PASTRY S.A.S.
N.I.T. N° 0900662827-9
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 01 ENERO AL 31 OCTUBRE
2013

INGRESOS		\$	517,241
OPERACIONALES		\$	517,241
<i>Venta Productos</i>	\$ 517,241		
	\$ -		
	\$ -		
NO OPERACIONALES		\$	-
<i>FINANCIEROS</i>	\$ -		
Intereses	\$ -		
COSTOS Y GASTOS			
COSTO DE VENTAS			
<i>DE VENTAS</i>	\$ 170,000		
Materia Prima	\$ -		
Transportes Fletes y Acarr	\$ 100,000		
Consumibles	\$ 70,000		
Mano de Obra Directa	\$ -		
Alquileres Eventos	\$ -		
Otros Costos	\$ -		
UTILIDAD OPERACIONAL		\$	347,241
GASTOS OPERACIONALES		\$	518,000
<i>GASTOS REPRESENTACION</i>	\$ -		
De Socios	\$ -		
<i>HONORARIOS</i>	\$ -		
Profesionales	\$ -		
<i>ARRIENDOS</i>	\$ -		
Inmuebles	\$ -		
<i>SERVICIOS</i>	\$ -		
Temporales	\$ -		
Seguros	\$ -		
Servicios Públicos	\$ -		
Telefono	\$ -		
<i>LEGALES</i>	\$ 83,000		
Camara de Comercio	\$ 83,000		
Notariado y Registro	\$ -		
<i>ADECUACIONES</i>	\$ -		
Locativas	\$ -		
<i>IMPUESTOS</i>	\$ -		
Industria y Comercio	\$ -		
<i>DIVERSOS</i>	\$ 435,000		
Cafeteria	\$ -		
Correo Portes y Telegram	\$ -		
Papeleria y Fotocopias	\$ 150,000		
Taxis y Buses	\$ -		
Publicidad y Propaganda	\$ 285,000		
Diversos	\$ -		
GASTOS NO OPERACIONALES		\$	83,000
<i>FINANCIEROS</i>	\$ 83,000		
Bancarios	\$ 83,000		
Gravamen	\$ -		
Comisiones	\$ -		
PERDIDA DEL EJERCICIO		\$	-253,759

Representante Legal

Contador público
Matricula

SERENDIPITY PASTRY S.A.S.
N.I.T. N° 0900662827-9
BALANCE GENERAL
AL 31 OCTUBRE DE 2013

ACTIVO				
DISPONIBLE			\$ 1,829,000
	<i>CAJA</i>		\$ 1,329,000	
		General	\$ 1,329,000	
		Menor	<u>\$ -</u>	
	<i>BANCOS</i>		\$ 200,000	
		Cuenta Ahorros	<u>\$ 200,000</u>	
	<i>INVENTARIOS</i>		\$ 300,000	
		Materia Prima	<u>\$ 300,000</u>	
DEUDORES			\$ -
	<i>CLIENTES</i>		\$ -	
		Comerciales	<u>\$ -</u>	
	<i>SOCIOS</i>		\$ -	
		Socios	<u>\$ -</u>	
ANTICIPOS Y AVANCES			\$ -
	<i>A TERCEROS</i>		\$ -	
			<u>\$ -</u>	
	<i>DE IMPUESTOS</i>		\$ -	
			<u>\$ -</u>	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			\$ -
	<i>MAQUINARIA Y EQUIPO</i>		\$ -	
		Equipo de Comunicación	\$ -	
		Computadores	<u>\$ -</u>	
	<i>EQUIPO DE OFICINA</i>		\$ -	
		Muebles y Enseres	<u>\$ -</u>	
TOTAL ACTIVO			\$ 1,829,000
PASIVO				
CORRIENTE			\$ 82,759
	<i>PROVEEDORES</i>		\$ -	
		Nacionales	\$ -	
		Acreedores	<u>\$ -</u>	
	<i>IMPUESTOS</i>		\$ 82,759	
		Retefuente	\$ -	
		Impuesto a las Ventas	<u>\$ 82,759</u>	
OTROS PASIVOS			\$ -
	<i>OTROS</i>		\$ -	
		Terceros	<u>\$ -</u>	
TOTAL PASIVO			\$ 82,759
PATRIMONIO				
	CAPITAL SOCIAL			
	<i>APORTES DE SOCIOS</i>		\$ 2,000,000	
		De Socios	<u>\$ 2,000,000</u>	
	<i>UTILIDADES Y/O PERDIDAS</i>		\$ -253,759	
		Acumuladas	\$ -	
		Del Ejercicio	<u>\$ -253,759</u>	
	<i>REVALORIZACION</i>		\$ -	
		De Patrimonio	<u>\$ -</u>	
TOTAL PATRIMONIO			\$ 1,746,241
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			\$ 1,829,000

Representante Legal

Contador Público
Matricula

15.2. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO PRIMER AÑO SERENDIPITY PASTRY SAS

A continuación se muestra el estado de Flujo de efectivo , incluyendo el primer mes de operación y la proyección hacia un año :

SERENDIPITY PASTRY S.A.S. N.I.T. N° 0900662827-9 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PRIMER AÑO													
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Saldo inicial		\$ 1,199,000	\$ 1,329,000	\$ 1,327,000	\$ 1,338,200	\$ 1,570,520	\$ 1,826,072	\$ 1,907,179	\$ 2,216,397	\$ 2,556,537	\$ 2,730,691	\$ 3,160,967	\$ 3,655,785
INGRESOS													
Ingresos ventas		\$ 600,000	\$ 900,000	\$ 960,000	\$ 1,056,000	\$ 1,161,600	\$ 1,277,760	\$ 1,405,536	\$ 1,546,090	\$ 1,700,699	\$ 1,955,803	\$ 2,249,174	\$ 2,586,550
Capital Social	\$ 2,000,000												
Total Ingresos	\$ 2,000,000	\$ 1,799,000	\$ 2,229,000	\$ 2,287,000	\$ 2,394,200	\$ 2,732,120	\$ 3,103,832	\$ 3,312,715	\$ 3,762,487	\$ 4,257,235	\$ 4,686,494	\$ 5,410,141	\$ 6,242,335
EGRESOS													
Gastos Operativos		\$ 470,000	\$ 702,000	\$ 748,800	\$ 823,680	\$ 906,048	\$ 996,653	\$ 1,096,318	\$ 1,205,950	\$ 1,326,545	\$ 1,525,527	\$ 1,754,356	\$ 2,017,509
Gastos Preoperativos	\$ 801,000		\$ 200,000	\$ 200,000			\$ 200,000			\$ 200,000			\$ 200,000
Total egresos	\$ 801,000	\$ 470,000	\$ 902,000	\$ 948,800	\$ 823,680	\$ 906,048	\$ 1,196,653	\$ 1,096,318	\$ 1,205,950	\$ 1,526,545	\$ 1,525,527	\$ 1,754,356	\$ 2,217,509
Saldo Final	\$ 1,199,000	\$ 1,329,000	\$ 1,327,000	\$ 1,338,200	\$ 1,570,520	\$ 1,826,072	\$ 1,907,179	\$ 2,216,397	\$ 2,556,537	\$ 2,730,691	\$ 3,160,967	\$ 3,655,785	\$ 4,024,826
			50%	10%	10%						15%		

Tabla 18 Estado de Flujo de efectivo y proyección , Realizado por autoras

-  El mes de noviembre muestra un crecimiento del 50% evidente en los encargos realizados para éste mes en comparación al mes de octubre.
-  El mes de diciembre se pronostica con un 10% de mayor crecimiento al mes de noviembre por ser época navideña.
-  De Enero a Junio se estima el crecimiento uniforme de un 10% conforme al aumento de poder adquisitivo respectivo aproximado anualmente.
-  De Julio a Septiembre se pronostica un crecimiento del 15% con respecto al anterior periodo por crecimiento y posición de la empresa.
-  Se hacen gastos periódicos de 200.000 pesos por publicidad y posibles aumentos de transporte.

15.3 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

TASA OPORTUNIDAD	15.40%
VPN	\$ 6,837,957
TIR	67%
TIRM	30%

Tabla 19 Analisis de sensibilidad, Creado por autoras

- 📌 La tasa de oportunidad es igual a la tasa de banco x 3 teniendo en cuenta riesgos
- 📌 El VPN es mayor a cero
- 📌 La TIRM es mayor a la Tasa de Oportunidad

****LA OPERACIÓN DE SERENDIPITY S.A.S ES VIABLE Y RENTABLE**

16. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION

16.1. CRONOGRAMA DE OPERACIONES

DIARIO DEL PROYECTO																									
Actividades	Mes	Julio				Agosto				Septiem				Octubre				Noviem				Diciembre			
	Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Reunion inicial de Socios	Planeado																								
	Hecho	x	x	x	x																				
Evaluación de alternativas de financiación para la inversión inicial	Planeado																								
	Hecho		x	x	x																				
Discusión de alternativas de inversión para puesta en marcha	Planeado																								
	Hecho		x	x	x																				
Investigación de opciones para iniciar el negocio	Planeado																								
	Hecho			x	x																				
Replaneación del negocio	Planeado																								
	Hecho				x	x																			
Nueva investigación de mercados	Planeado																								

17. IMPACTO DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

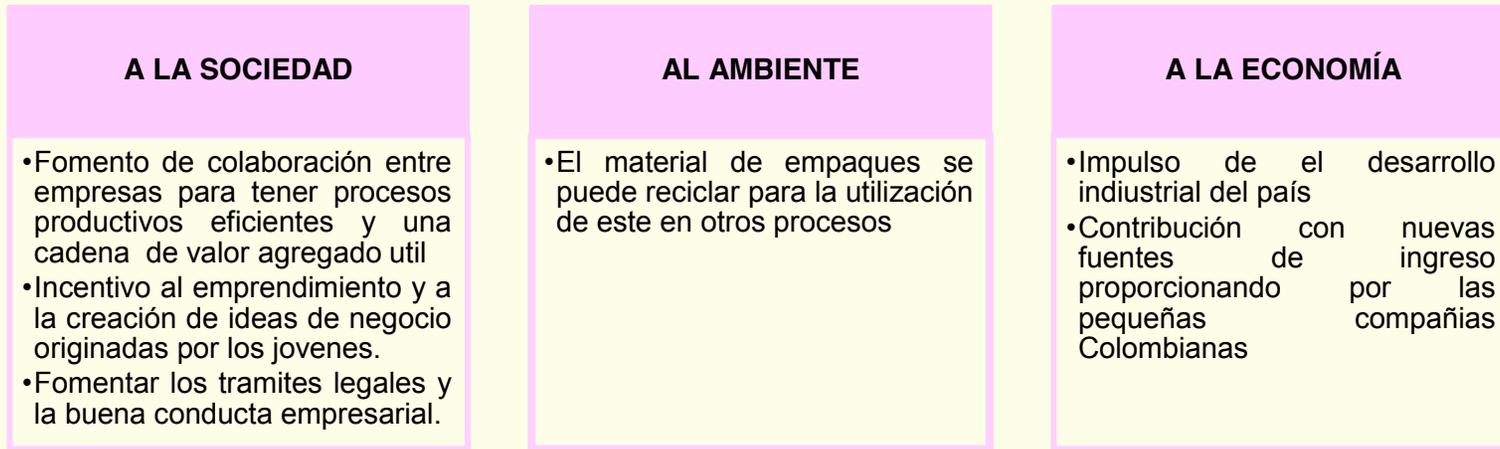


Ilustración 19 Impacto de la creación de SERENDIPITY S.A.S, Realizado por autoras

18. PROYECCIONES DE EXPANSIÓN

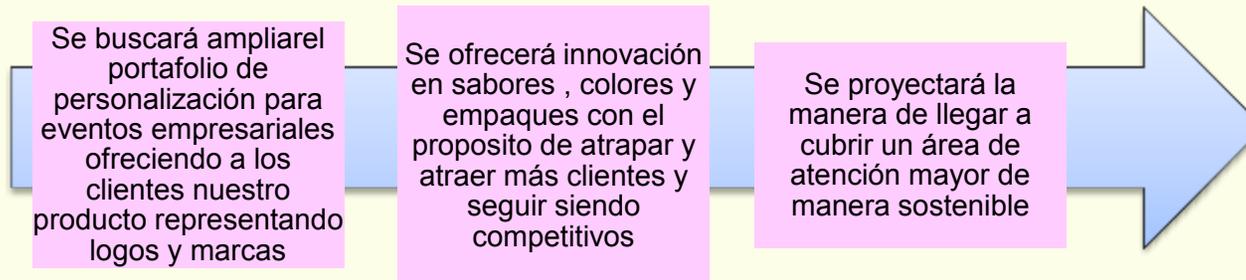


Ilustración 20 Proyecciones de expansión, creado por autoras

19. GARANTÍAS Y SERVICIO POSTVENTA

- **Calidad:** Se garantizarán los mejores ingredientes seleccionados puesto que de esto depende el resultado del producto como la satisfacción y sabor esperados por el cliente.
- El cliente que presente alguna inconformidad con el producto ya sea porque no se cumplió con las especificaciones de sabor o de presentación, podrá comunicarse mediante las redes sociales, pagina web o si es necesario asistencia al local en donde se le atenderá la solicitud de reclamo y la empresa se comprometerá a asumir el error en el caso de que se evidencie el error y se repondrá el producto correspondiente.

Mecanismos de atención al cliente para quejas, reclamos y comentarios

- **Atención al cliente vía mail y web:** el cliente podrá acudir a los sistemas de información de la empresa cuando lo necesite, a lo que se estará pendientes constantemente y se responderá en el menor tiempo posible.
- **Atención telefónica:** el cliente se podrá comunicar a los teléfonos móviles de las dueñas en caso de que no pueda acceder a los sistemas de información o acudir al local, por lo tanto será atendido de igual modo y la empresa se encargara de tener en la base de datos la información pertinente para re contactar a la persona en caso de que sea necesario.

20. PLAN DE CONTINGENCIAS OUTSOURCING

PLAN DE CONTINGENCIAS (Frente al outsourcing)			
TIPO DE PEDIDO	RESPONSABLE	PLAN DE ACCION	COSTO
EQUIVOCADO: que no cumpla las especificaciones de color o sabor requeridas en el pedido	OUTSOURCING	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer promoción del sabor y color recibido y programar pedido nuevo • Negociar posibilidad de cambio con el cliente ofreciéndole los beneficios del producto producido • Dar degustación al cliente de manera que se pueda incluir dentro del pedido los macarons equivocados 	La empresa de outsourcing asume la pérdida reponiendo las unidades que fueron equivocadas

DAÑADO: que presente algún daño ocasionado por el transporte o manipulación	SERENDIPITY	<ul style="list-style-type: none"> Se hace un pedido de urgencia, se negocia con el cliente una fecha futura y la reposición de estos 	Lo asume el SERENDIPITY PASTRY SAS
FALTANTE: el número de unidades recibida en el punto de venta es menor al acordado	OUTSORCING	<ul style="list-style-type: none"> Pedir reposición del producto por parte del proveedor Negociar con el cliente los términos, ofreciéndole la reposición del mismo y regalos de cortesía 	La empresa de outsourcing repone el producto faltante y los de cortesía.
DEFECTUOSO: El producto presenta deformidades o inconsistencias de fábrica	OUTSORCING	<ul style="list-style-type: none"> Se ofrece un descuento al cliente del 5% en la factura si se presenta mas del 50% dañados 	La empresa de outsourcing asume la pérdida reponiendo las unidades que fueron defectuosas
ENFERMEDAD O AUSENCIA DEL CHEF	OUTSORCING	<ul style="list-style-type: none"> En caso de enfermedad o ausencia por vacaciones o de cualquier otro tipo del chef, se delegara a los ayudantes de éste el proceso de fabricación de los mismos 	La empresa de outsourcing informará acerca de el reemplazo y en caso de defectos del producto ésta asumirá las perdidas
RENUNCIA DEL PROVEEDOR Y CANCELACIÓN DE OUTSORCING		<ul style="list-style-type: none"> Se acudirá al segundo proveedor ocionado en la evaluación de proveedores hecha en el proyecto Se buscará estudiantes del sena que se encuentren capacitados para realizar el proceso documentado en los instructivos de SERENDIPITY PASTRY SAS 	

Tabla 21 Plan contingencias Outsourcing, Realizado por autoras

21. ANEXOS

21.1.CONTRATO DE OUTSOURCING

CONTRATO DE OUTSOURCING

Mosquera , Cundinamarca Septiembre 2013

REUNIDOS

DE UNA PARTE, TARTALETA LTDA Boutique Pastelería con NIT 900242787-0 en adelante, el “**CLIENTE**”, domiciliada en Mosquera Cundinamarca en la dirección Calle 3 # 3 -73.

DE OTRA PARTE, Lina Maria Guzmán Mora mayor de edad, con D.N.I. número 1121865333 en sociedad con Vanessa Ramírez Puerto con D.N.I número 1032444847 y en nombre y representación de SERENDIPITY PASTRY SAS, en adelante, el “**PROVEEDOR**”, domiciliada en Mosquera Cundinamarca en la dirección , carrera 4 # 4-58.

EXPONEN

PRIMERO: Que el CLIENTE está interesado en la contratación de los servicios de fabricación de productos de pastelería objetos de este contrato mediante un servicio de externalización.

SEGUNDO: Que el PROVEEDOR es una empresa especializada en la prestación de servicios integrales de Pastelería y alta cocina

TERCERO: Que las Partes están interesadas en celebrar un contrato de Outsourcing en virtud del cual el PROVEEDOR preste al CLIENTE los servicios de: Fabricación de Macarons y pastelería francesa.

Que las Partes reunidas acuerdan celebrar el presente contrato de OUTSOURCING, en adelante el “**Contrato**”, de acuerdo con las siguientes **CLÁUSULAS:**

PRIMERA.- OBJETO

En virtud del Contrato el PROVEEDOR se obliga a prestar al CLIENTE los servicios de Fabricación de macarons, en adelante “**los Servicios**”. Y así el CLIENTE externaliza de su empresa dichos servicios, en los términos y condiciones previstos en el Contrato y en todos sus Anexos.

SEGUNDA.- TÉRMINOS Y CONDICIONES GENERALES Y ESPECÍFICOS DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

2.1. Los Servicios se prestarán en los siguientes términos y condiciones generales:

2.1.1. El PROVEEDOR responderá de la calidad del trabajo desarrollado con la diligencia exigible a una empresa experta en la realización de los trabajos objeto del Contrato.

- 2.1.2. El PROVEEDOR se obliga a gestionar y obtener, a su cargo, todas las licencias, permisos y autorizaciones administrativas que pudieren ser necesarias para la realización de los Servicios.
- 2.1.3. El PROVEEDOR se hará cargo de la totalidad de los tributos, cualquiera que sea su naturaleza y carácter, que se devenguen como consecuencia del Contrato, así como cualesquiera operaciones físicas y jurídicas que conlleve, salvo el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) o su equivalente, que el PROVEEDOR repercutirá al CLIENTE.
- 2.1.4. El PROVEEDOR guardará confidencialidad sobre la información que le facilite el CLIENTE en o para la ejecución del Contrato o que por su propia naturaleza deba ser tratada como tal. Se excluye de la categoría de información confidencial toda aquella información que sea divulgada por el CLIENTE, aquella que haya de ser revelada de acuerdo con las leyes o con una resolución judicial o acto de autoridad competente. Este deber se mantendrá durante un plazo de tres años a contar desde la finalización del servicio.
- 2.1.5. El PROVEEDOR responderá de la corrección y precisión de los documentos que aporte al CLIENTE en ejecución del Contrato y avisará sin dilación al CLIENTE cuando detecte un error para que pueda adoptar las medidas y acciones correctoras que estime oportunas.
- 2.1.6. El PROVEEDOR responderá de los daños y perjuicios que se deriven para el CLIENTE y de las reclamaciones que pueda realizar un tercero, y que tengan su causa directa en errores del PROVEEDOR, o de su personal, en la ejecución del Contrato o que deriven de la falta de diligencia referida anteriormente.
- 2.1.7. Las obligaciones establecidas para el PROVEEDOR por la presente cláusula serán también de obligado cumplimiento para sus posibles empleados, colaboradores, tanto externos como internos, y subcontratistas, por lo que el PROVEEDOR responderá frente al CLIENTE si tales obligaciones son incumplidas por tales empleados.
- 2.2. El PROVEEDOR prestará los Servicios en los siguientes términos y condiciones específicos:
- Se cumplirá con una cantidad de Producción establecida
 - Se seguirán las instrucciones específicas de elaboración del producto
 - Se utilizarán las materias primas adecuadas para mantener la calidad óptima del producto, escogidas a criterio del experto encargado del proceso o Chef
 - Se cumplirá con el plan de contingencias
- 2.2.1. Los servicios prestados por el PROVEEDOR se realizarán en el establecimiento propio de éste.
- 2.2.2. El CLIENTE y sus empleados colaborarán con el PROVEEDOR y sus técnicos para llevar a buen fin todas las obligaciones derivadas de este contrato.
- 2.2.3. El PROVEEDOR verificará el funcionamiento de todos los sistemas de higiene y calidad al menos una vez al mes.

- 2.2.4. El servicio de aseo y limpieza será realizado por personal del PROVEEDOR.
- 2.2.5. Una vez avisado el PROVEEDOR de cualquiera fallo, anomalía o deficiencia en el proceso, procederá a su reparación conforme a la cláusula número 6.3 de este contrato.
- 2.2.6. El PROVEEDOR deberá responder con la producción incluso con falta de electricidad, comunicación, o de daños producidos por el uso inadecuado de los implementos, así como de cualquiera causa de fuerza mayor.
- 2.2.7. El PROVEEDOR y sus empleados no están subordinados a la dirección del CLIENTE, ni siquiera cuando estén realizando su trabajo.
- 2.2.8. El PROVEEDOR se compromete a no realizar los servicios objeto de este contrato a ningún competidor del CLIENTE, ya sea directo o indirecto.
- 2.2.9. El PROVEEDOR se obliga, en el caso de que el cliente lo requiera, a transferir toda la gestión del proceso de fabricación a la terminación del presente contrato al cliente o al tercero que este designe al objeto de posibilitar la continuidad de la gestión del mismo.
- 2.2.10. El PROVEEDOR ejecutará el Contrato realizando de manera competente y profesional los Servicios, cumpliendo los niveles de calidad exigidos y cuidando diligentemente los materiales del CLIENTE que tuviera que utilizar como consecuencia del Contrato.

TERCERA.- POLÍTICA DE USO

- 3.1 El CLIENTE es el único responsable de determinar si los servicios que constituyen el objeto de este Contrato se ajustan a sus necesidades, por lo que el PROVEEDOR no garantiza que los servicios contratados se ajuste a las necesidades específicas del CLIENTE.

CUARTA.- PRECIO Y FACTURACIÓN.-

- 4.1 El precio del Contrato es de un pago de mil quinientos pesos por unidad producida con IVA incluido.
- 4.2 El pago de las facturas se realizará, tras la aceptación de los trabajos por el CLIENTE, mediante pago en efectivo a la fecha de recepción de la factura.
- 4.3 Los trabajos realizados fuera de este contrato se facturarán aparte y se pagarán conforme la cláusula anterior.

QUINTA.- DURACIÓN DEI CONTRATO

El plazo de duración del presente Contrato es de un año a partir de la fecha referida en el encabezamiento del Contrato. El Contrato podrá ser prorrogado expresamente y por escrito.

SEXTA.- ACUERDO DE NIVEL DE SERVICIO

- 6.1 Todos los Servicios prestados por el PROVEEDOR se realizarán por personal especializado en cada materia. El personal del PROVEEDOR acudirá previsto de todo el material necesario, adecuado y actualizado, para prestar los Servicios.
- 6.2 Las averías o el mal funcionamiento de los Servicios se comunicarán al PROVEEDOR en su domicilio a través de llamada telefónica, envío de fax o de correo electrónico.
- 6.3 Los problemas se resolverán en un período máximo de un día en cualquier caso de incumplimiento del pedido.
- Se entiende por incidencia crítica: las incidencias que, en el marco de la prestación de los Servicios, afectan significativamente al CLIENTE.
 - Se entiende por incidencia grave: las incidencias que, en el marco de la prestación de los Servicios, afectan moderadamente al CLIENTE.
 - Se entiende por incidencia leve: las incidencias que se limitan a entorpecer la prestación de los Servicios.
 - La reparación se realizará en los siguientes períodos máximos desde el aviso:
 - Incidencia crítica: un día
 - Incidencia grave: un día
 - Incidencia leve: un día
- 6.4 El estado de los Servicios se revisará *mensualmente* por el CLIENTE y el PROVEEDOR para comprobar su buen funcionamiento.

SÉPTIMA.- MODIFICACIÓN

Las Partes podrán modificar el contrato de mutuo acuerdo y por escrito.

OCTAVA.- RESOLUCIÓN

Las Partes podrán resolver el Contrato, con derecho a la indemnización de daños y perjuicios causados, en caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas en el mismo.

NOVENA.- NOTIFICACIONES

Las notificaciones que se realicen las Partes deberán realizarse por teléfono celular con acuse de recibo a los siguientes números:

- CLIENTE : 3015371198
- PROVEEDOR: 3214224884

DÉCIMA.- REGIMEN JURÍDICO

El presente contrato tiene carácter mercantil, no existiendo en ningún caso vínculo laboral alguno entre el CLIENTE y el personal del PROVEEDOR que preste concretamente los Servicios.

POR EL CLIENTE	POR EL PROVEEDOR

21.2. TARJETA PROFESIONAL DEL CONTADOR A CARGO



BIBLIOGRAFÍA

ALWAYS SO CHIC, Historia de los macarons, Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. (Fecha de uso: Agosto de 2012) Disponible en: página web <http://www.alwayssochic.com/historia-de-los-macarons/>

CAMARA DE COMERCIO BOGOTÁ, Información detallada acerca de la expedición del NIT. Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería.
Disponible en: <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?conID=8727&catID=73>

CÁMARA DE COMERCIO BOGOTÁ, Pasos para crear empresa.[Citado septiembre 2012]. Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería.
Disponible en: <http://camara.ccb.org.co/crearempresa/pasoapasocrearempresa.aspx>

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, Observatorio de la región Cundinamarca –Bogotá, Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en: http://camara.ccb.org.co/documentos/9079_observatorio_de_la_region_Bogota_Cundinamarca_13.pdf

CAMARA DE COMERCIO BOGOTA. Competitividad, Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en internet en: http://camara.ccb.org.co/documentos/663_2006_10_31_14_28_10_obs_competitividad06.pdf

CÁMARA DE COMERCIO BOGOTÁ, Código CIU. Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en internet en: http://camara.ccb.org.co/documentos/5847_ciu.pdf

CÁMARA DE COMERCIO BOGOTÁ, tarifas. Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en: http://camara.ccb.org.co/documentos/9354_tarifas2012final.pdf

CENAC, Boletín estadístico - contexto sectorial, Bogotá D.C, Actualizado agosto de 2012. Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en: <http://www.cenac.org.co/apc-aa-files/bfa6177b81c83455250e861305d7a28f/documento-bogota-dc-agosto-12.pdf>

DANE, Investigaciones departamentales. Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2005/Resultados_2010.pdf

DANE .proyección población 2010 . Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en: http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/Informaci%F3nTomaDecisiones/Estadisticas/Bogot%E1%20Ciudad%20de%20Estad%EDsticas/2010/Cartilla_23_Poblacion_Desarrollo_Urbano%5B1%5D.pdf

DIARIO EL NUEVO SIGLO ,Artículo “Buen rumbo de la inflación”, Disponible en: <http://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/9-2012-buen-rumbo-de-la-inflaci%C3%B3n.html>. . Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería.

DUQUE MOSQUERA, Cesar Augusto, Salarios y Prestaciones Sociales - Mínimo legal- Año 2013 – Colombia, publicado Martes, 01 de Enero de 2013 00:00. Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en:

http://www.consultas-laborales.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=339:salarios-y-prestaciones-sociales-minimo-legal-ano-2013&catid=1:laboral&Itemid=86

EQUIPO TÉCNICO BANCO DE LA REPUBLICA, Informe sobre Inflación Marzo de 2012, Presentado a la Junta Directiva, para su reunión del 30 de abril de 2012. Banco de la Republica. Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en: http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/inflacion/2012/isi_mar_2012.pdf

LA DURÉE PARIS, Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en: <http://www.laduree.fr/>

MADMACNYC, Historia de los macarons, Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. (Fecha de uso: Agosto de 2012) Disponible en: página web <http://www.madmacnyc.com/history-of-macarons>

Perspectivas económicas Colombia 2012, Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería . Consultado en: <http://www.unperiodico.unal.edu.co/dper/article/perspectivas-economicas-de-colombia-para-el-2012-estabilidad-y-crecimiento.html>

PÉRSICO, Lucrecia .Macarons, brownies, cupcakes& cookies bocaditos de pasión.2012.Editorial LIBSA. Pág. 8. Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería.

REDACCIÓN ECONOMÍA, Publicación el tiempo.com Sección Economía Fecha de publicación 13 de diciembre de 2011. Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-10913042>

TU SALARIO, TRABAJO EN FERIADOS, Proyecto de grado (ingeniería industrial), Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería. Disponible en: <http://www.tusalario.org/colombia/Portada/ley-laboral/trabajo-en-feriados>

ANEXO 2

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES
(Licencia de uso)

Bogotá, D.C., 13 Diciembre 2013

Señores
Biblioteca Alfonso Borrero Cabal S.J.
Pontificia Universidad Javeriana
Cuidad

Los suscritos:

Nidia Vanesa Romoñez Puerto, con C.C. No 1032144847
Lina María Guzmán Z Roca, con C.C. No 1121865333
_____, con C.C. No _____

En mi (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) de la obra titulada:

Elaboración de plan de negocios y puesta en marcha de la
Panadería gourmet estilo francés "JovenidITY" en la ciudad
de Bogotá (por favor señale con una "x" las opciones que apliquen)

Tesis doctoral Trabajo de grado Premio o distinción: Si No

presentado y aprobado en el año 2013, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Pontificia Universidad Javeriana para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mi (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autorizan a la Pontificia Universidad Javeriana, a los usuarios de la Biblioteca Alfonso Borrero Cabal S.J., así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado un convenio, son:

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La conservación de los ejemplares necesarios en la sala de tesis y trabajos de grado de la Biblioteca.	X	
2. La consulta física (sólo en las instalaciones de la Biblioteca)	X	
3. La consulta electrónica - on line (a través del catálogo Biblos y el Repositorio Institucional)	X	
4. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer		X
5. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet		X
6. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previo convenio perfeccionado con la Pontificia Universidad Javeriana para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de

acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

De manera complementaria, garantizo (garantizamos) en mí (nuestra) calidad de estudiante (s) y por ende autor (es) exclusivo (s), que la Tesis o Trabajo de Grado en cuestión, es producto de mí (nuestra) plena autoría, de mí (nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mí (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy (somos) el (los) único (s) titular (es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Pontificia Universidad Javeriana por tales aspectos.

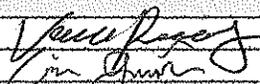
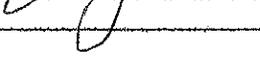
Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Pontificia Universidad Javeriana está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: Información Confidencial:

Esta Tesis o Trabajo de Grado contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de una investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. Si No

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta, tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

NOMBRE COMPLETO	No. del documento de identidad	FIRMA
Nidia Vanessa Ramirez Puerto	1032444847	
Una Maria Guzmán Robo	1121865333	

FACULTAD: Ingeniería
PROGRAMA ACADÉMICO: Ingeniería Industrial

ANEXO 3
BIBLIOTECA ALFONSO BORRERO CABAL, S.J.
DESCRIPCIÓN DE LA TESIS O DEL TRABAJO DE GRADO
FORMULARIO

TÍTULO COMPLETO DE LA TESIS DOCTORAL O TRABAJO DE GRADO						
Elaboración de Plan de negocios y puesta en marcha de la pastería gourmet estilo francés "Levendipity" en la ciudad de Bogotá						
SUBTÍTULO, SI LO TIENE						
AUTOR O AUTORES						
Apellidos Completos		Nombres Completos				
Ramírez Puerto Guzmán Moya		Nidia Vanilla Lina María				
DIRECTOR (ES) TESIS O DEL TRABAJO DE GRADO						
Apellidos Completos		Nombres Completos				
Merchan		Nilton Camilo				
FACULTAD						
Ingeniería Industrial						
PROGRAMA ACADÉMICO						
Tipo de programa (seleccione con "x")						
Pregrado	Especialización	Maestría	Doctorado			
X						
Nombre del programa académico						
Ingeniería Industrial						
Nombres y apellidos del director del programa académico						
Carlos Muñoz						
TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:						
PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o tener una mención especial):						
CIUDAD		AÑO DE PRESENTACIÓN DE LA TESIS O DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS			
Bogotá DC		2013				
TIPO DE ILUSTRACIONES (seleccione con "x")						
Dibujos	Pinturas	Tablas, gráficos y diagramas	Planos	Mapas	Fotografías	Partituras
		X			X	
SOFTWARE REQUERIDO O ESPECIALIZADO PARA LA LECTURA DEL DOCUMENTO						
Nota: En caso de que el software (programa especializado requerido) no se encuentre licenciado por la Universidad a través de la Biblioteca (previa consulta al estudiante), el texto de la Tesis o Trabajo de Grado quedará solamente en formato PDF.						

MATERIAL ACOMPAÑANTE					
TIPO	DURACIÓN (minutos)	CANTIDAD	FORMATO		
			CD	DVD	Otro ¿Cuál?
Vídeo					
Audio					
Multimedia					
Producción electrónica					
Otro Cuál?					
DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVE EN ESPAÑOL E INGLÉS					
Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. (En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar con la Sección de Desarrollo de Colecciones de la Biblioteca Alfonso Borrero Cabal 5.J en el correo biblioteca@javeriana.edu.co , donde se les orientará).					
ESPAÑOL			INGLÉS		
RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS (Máximo 250 palabras - 1530 caracteres)					
<p>Nuestra empresa busca vender un dulce francés con tintes de lujo, vender una experiencia adictiva y diferente a nuestros clientes, un producto que deleite los sentidos y que pueda representar un detalle excepcional en cualquier evento.</p> <p>Addictive tanto por los diferentes sabores y colores de los macarons, por la variedad y presentación de sus empaques como la excelente atención a nuestros clientes, la personalización y la imagen de un producto de calidad.</p> <p>Our company is looking to sell a French sweet with hints of luxury, selling an addictive and different experience to our customers. To delight the senses and can be a fantastic detail in any event.</p> <p>Addictive therefore different flavors and colors of the macarons, the variety and presentation of the packaging, as the excellent service to our customers, personalization and image quality.</p>					