



- **Responsabilidad:** Para asumir el compromiso que genera la confianza de los clientes, los socios, empleados y la comunidad en la que se desenvuelve la empresa.

4. Actitudes y Cualidades

- **Trabajo de Calidad:** Se ofrecen productos de alta calidad, desde la adquisición de materia prima hasta su entrega al cliente, así como en la atención al cliente, que procura hacer sentir al cliente valorado y escuchado.
- **Creatividad:** Es la capacidad o habilidad del ser humano para inventar o crear cosas nuevas, nuestra pastelería se enfoca en ofrecer productos 100% creativos para nuestro público. Creando pasteles personalizados al pedido del cliente. Usando nuevas estrategias, metodologías e insumos novedosos dentro del mercado.
- **Adaptabilidad:** Para adaptarse rápidamente a las necesidades de los clientes y los cambios del entorno, ofreciendo opciones de acuerdo a las preferencias del consumidor en cuanto a producto y entrega, y adecuarse a las nuevas tendencias del mercado.
- **Orientación al cliente:** Donde se pone al cliente como centro de la empresa, buscando satisfacer sus necesidades y superando sus expectativas, para lograr su fidelización.
- **Sostenibilidad:** Priorizar prácticas responsables, como el uso de ingredientes locales y embalajes ecológicos, para minimizar el impacto ambiental.
- **Trabajo en Equipo y Ética Profesional:** Fomentar un entorno colaborativo y respetuoso entre los socios y empleados, asegurando un servicio excepcional al cliente.

5. Estudio de Mercado

Se tomaron en cuenta los diversos factores como: la ubicación geográfica (Oviedo – Asturias), el público elegido, las personas y empresas con quienes trabajaremos y, por último, analizar las competencias de nuestro mismo sector.

5.1. Servicios Ofrecidos

Se establece una alta gama de variedades de productos, teniendo en cuenta la agilidad en la elaboración de éstos, dejando a disposición del público cada día con su máxima frescura, sin descuidar la presentación de estos.



Una vez analizados los servicios ofrecidos tienen más aceptación en el mercado y así tener en cuenta la estacionalidad para crear los productos y así aprovechar los ingredientes de temporada y atraer a más clientes.

Se cuenta con tres modelos de servicios:

- La venta diaria
- Venta online
- Venta por encargo

A continuación, se detalla la lista de productos ofrecidos al público en general:

Figura N°1

Lista de productos ofrecidos al público



Fuente: Elaboración Propia

5.2. Mercado Objetivo

El mercado objetivo para este proyecto está centrado en la población de Oviedo - Asturias, que estén en la búsqueda de pasteles o postres diversos por diferentes motivaciones como pueden ser:



- **Celebraciones:** Cumpleaños, bodas, aniversarios, graduaciones, bautizos, etc.
- **Familias:** Que deseen pasteles o postres para su consumo habitual o esporádico en su día a día.
- **Amistades y relaciones cercanas:** Para celebraciones pequeñas o celebraciones especiales, como citas, reuniones informales, cenas, etc.
- **Obsequios personalizados:** Que buscan impresionar con el aspecto del regalo, para diversos eventos.
- **Con necesidades dietéticas especiales:** Donde incluimos personas celíacas, intolerantes a la lactosa, diabéticas, veganas, fitness, o con cualquier otra condición que implique un trato especial de los productos para la producción y el consumo.

5.3. Análisis de la competencia

5.3.1. Análisis de Competencia Directa

Es importante identificar las pastelerías y negocios similares de tartas más relevantes en la localidad de Oviedo y definir sus características más relevantes:

- **Competidores principales**
 - **Pastelería Oviedo:** Una de las más tradicionales y con más reputación en la ciudad, famosa por su bollería clásica y tartas artesanales. Se enfoca en productos locales y de alta calidad.
 - **Confitería Rialto:** Establecimiento emblemático, con una oferta tradicional que incluye productos clásicos asturianos como casadielles, carbayones, y tartas para celebraciones. Ofrece experiencia y una clientela fiel.
 - **Pastelería La Mallorquina:** Se especializa en bollería y tartas personalizadas, enfocada en eventos y celebraciones. Tiene una reputación sólida en cuanto a tartas para bodas y comuniones
 - **Tiffany and Cake:** Se especializa en tartas de cumpleaños, tartas de eventos destacando la creatividad, personalidad de cada tarta.
- **Fortalezas de los competidores**
 - **Reputación y tradición:** Algunas de estas pastelerías llevan años operando y tienen una clientela establecida que valora los productos tradicionales.



- **Oferta de productos variados:** Varían desde la bollería diaria hasta productos de pastelería gourmet para eventos.
- **Presencia en redes sociales y marketing:** Negocios como Tiffany and Cake tienen una fuerte presencia en Instagram, donde muestran sus tartas personalizadas y llegan a un público más ven.
- **Debilidades de los competidores**
 - Innovación limitada en algunos casos: Las pastelerías más tradicionales pueden ser menos ágiles en adaptarse a las nuevas tendencias como la comida saludable o dietas especiales.
 - Poca personalización en algunos productos: Algunas pastelerías más tradicionales no ofrecen un nivel alto de personalización para eventos.

5.3.2. Análisis de Competencia Indirecta

- **Panaderías con sección de repostería:** Algunas panaderías en Oviedo también ofrecen tartas y bollería, a menudo con precios más competitivos, aunque menos enfocadas en la calidad artesanal.
- **Supermercados y grandes superficies:** Supermercados como Alimerka o El Corte Inglés ofrecen tartas industrializadas que, aunque no compiten en calidad artesanal, pueden atraer clientes que busquen opciones más económicas.
- **Plataformas de entrega a domicilio:** Con el auge de plataformas como Glovo o Ubereats, algunos consumidores optan por repostería y tartas a través de servicios de entrega a domicilio, lo que puede ser una amenaza si no se ofrece este servicio.

5.4. Análisis del entorno

5.4.1. Factores Socioculturales

- **Tradiciones locales:** Se toma en cuenta la demanda en fechas clave o eventos donde los postres son importantes:
 - En Oviedo y Asturias en general, las festividades tradicionales como la Semana Santa, las fiestas de San Mateo o Navidad tienen alta demanda de repostería, especialmente dulces típicos como carbayones, casadielles y tartas personalizadas para celebraciones familiares. (Turismo Asturias, s.f.)



- Eventos como bodas, comuniones y cumpleaños representan un mercado importante para una pastelería creativa, especialmente si los productos son personalizables y adaptados a las necesidades del cliente.
- **Cambios demográficos:** Se toman en cuenta el aumento o disminución de población joven o mayor interesada en los postres.
 - La población joven (18-35 años) en España muestra interés en opciones de consumo más modernas y saludables, como productos veganos, bajos en azúcar o sin gluten, mientras que las personas mayores suelen preferir productos tradicionales. (Instituto Nacional de Estadística, s.f.)
 - La migración y la diversidad cultural también pueden influir en la demanda de productos personalizados. (Instituto Nacional de Estadística, s.f.)
- **Estadísticas de desempleo:**
 - En Asturias, las tasas de desempleo afectan el consumo de pasteles personalizados o productos gourmet. Sin embargo, los eventos clave como bodas y bautizos suelen ser menos sensibles a estos cambios económicos. (Instituto Nacional de Estadística, s.f.)
- **Demanda de empleo de tu negocio:**
 - Un negocio como este podría generar empleos en áreas como la producción (reposteros, decoradores), la atención al cliente y el marketing digital.
- **Impacto de las redes sociales en los consumidores:**
 - Plataformas como Instagram, Facebook y TikTok son fundamentales para exhibir diseños de pasteles personalizados y captar la atención de un público joven. Las reseñas positivas en plataformas como Google y TripAdvisor también influyen en las decisiones de compra.

5.4.2. Factores Normativos o Legales

- **Regulaciones de higiene y etiquetado de alérgenos:** En España, las normas alimentarias exigen informar claramente sobre la presencia de alérgenos en los productos, como gluten, frutos secos o lactosa. La legislación de la UE (Reglamento 1169/2011) regula el etiquetado y la información sobre alimentos. (Europea, 2011).

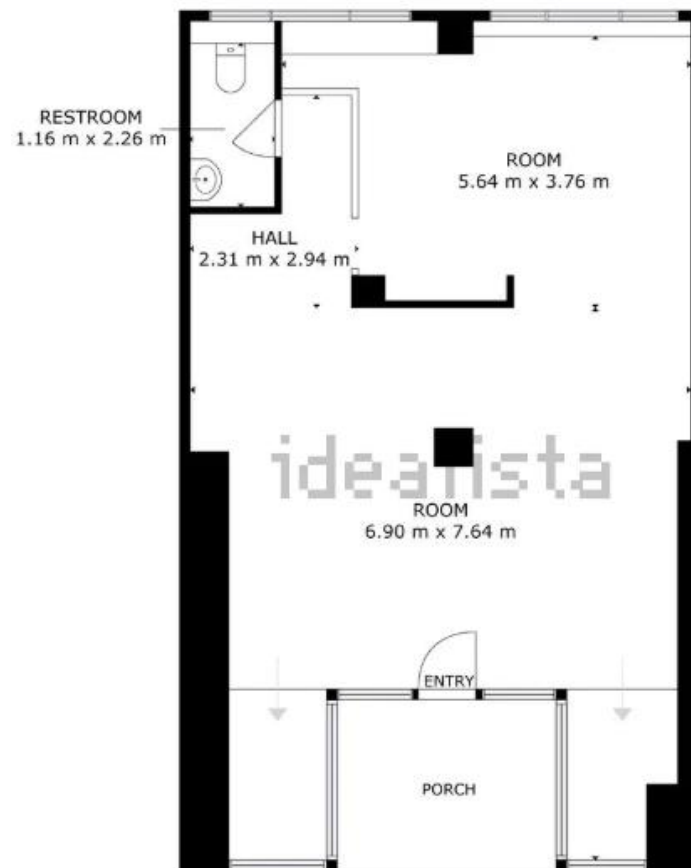


- **Permisos y licencias necesarias:** Es necesario obtener licencias sanitarias, permisos de apertura del local, y cumplir con la normativa de seguridad alimentaria, inspecciones de sanidad y control de residuos. (Oviedo, s.f.)
- **Restricciones al uso de plásticos o gestión de residuos:** Asturias, alineada con las normativas europeas, fomenta el uso de materiales biodegradables o reciclables para envases. Esto cómo afecta una pastelería debe gestionar el embalaje de sus productos. (Muñiz, 2024)
- **Obligaciones fiscales:** Los negocios deben registrar sus actividades fiscales, presentar declaraciones de IVA e IRPF, y cumplir con obligaciones contables. El alto en el régimen fiscal de autónomos o sociedades también es un requisito. Para una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SL) se debe cumplir con las siguientes obligaciones fiscales (Agencia Tributaria Sede Electrónica, s.f.):
 - Impuesto de Sociedades (IS) que grava los beneficios obtenidos por la SL con un 25% de impuesto general y 15% reducido para nuevas empresas por los dos primeros años.
 - El Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), que grava las ventas de productos o servicios. Es obligación emitir facturas con IVA y conservarlas, presentar declaraciones trimestrales del IVA, y presentar el resumen anual del IVA.
 - Retenciones e ingresos a cuenta, si se realizan pagos a trabajadores, profesionales o se alquila un local. Se debe retener impuestos e ingresarlos en hacienda el IRPF de trabajadores y retención en alquileres.
 - Declaraciones informativas de operaciones con terceros superiores a 3 0005.06 euros anuales
 - Alta en los registros correspondientes como por ejemplo en el Censal y el IAE (Impuesto de Actividades Económicas) en el epígrafe correspondiente.
 - Llevar una contabilidad según el Plan General de Contabilidad (Libros contables, presentación en el registro mercantil, todas las facturas y documentos sobre impuestos para hacienda).
 - Si los socios de la empresa trabajan o contratan empleados deben inscribirse como empleadores y dar de alta a los trabajadores. Los socios deben cotizar como autónomos o en el Régimen General si tienen contrato.
- **Normas laborales sobre contratos, horarios y seguridad social:** Es imprescindible ofrecer contratos legales a los empleados, respetar los horarios establecidos por



Figura N° 5

Plano del local



Fuente: Idealista

7. Análisis DAFO

7.1. Fortalezas y Debilidades

Fortalezas:

- Se ofrecen diseños exclusivos con productos únicos para eventos especiales que buscan superar las expectativas de los clientes.
- La empresa se posiciona en un nicho de mercado único en la localidad de Oviedo con productos enfocados en las necesidades específicas de los consumidores con repostería personalizada y libre de alérgenos.
- Se apoya en la identidad regional utilizando ingredientes locales y procurando la sostenibilidad, promoviendo el consumo local y responsable.



- Ofrece servicios flexibles al tener venta diaria, online y por encargo, lo que facilita el alcance de los clientes a adquirir los productos adaptados a sus necesidades.
- Su enfoque de marketing se basa en estrategias online para captar clientes cada vez más digitalizados.

Debilidades:

- Oviedo es una localidad altamente tradicional con un fuerte apego a los productos clásicos.
- El capital inicial puede restringir mayores inversiones en tecnología, marketing y expansión.
- Los costes de ingredientes específicos como harinas sin gluten u otros ingredientes veganos pueden tener altos costes y disponibilidad limitada.
- La competencia que ofrecen las pastelerías tradicionales con clientela leal dificulta la penetración inicial en el mercado.
- El costo de personalización puede elevar los costes finales afectando la competitividad en cuanto al precio.

7.2. Oportunidades y Amenazas

Oportunidades:

- Aumento de la demanda e interés por opciones de productos saludables libres de alérgenos veganos o artesanales.
- Acceso a ayudas gubernamentales para el emprendimiento, con políticas que promuevan la alimentación saludable y sostenible.
- Acceso a eventos locales o festividades tradicionales donde se aumenta la demanda de repostería personalizada.
- Posibilidad de asociación estratégica con influencers y negocios locales para aumentar la visibilidad de la marca.

Amenazas:

- Los supermercados y otros competidores de amplio alcance ofrecen productos más económicos a clientes sensibles al precio.



- La tasa de desempleo puede afectar el consumo de productos elaborados o personalizados debido a su costo.
- Factores como la inflación o problemas en la cadena de suministros pueden aumentar el costo de la materia prima y reducir las ganancias.
- Las regulaciones o normativas sobre la higiene y el etiquetado de alérgenos pueden aumentar los costes operativos y administrativos

8. Elección de la Forma Jurídica – Sociedad Limitada

8.1. Datos de la Empresa

- Nombre de la empresa: Magic Whisk S.L.
- Objeto Social: Elaboración y comercialización de productos de repostería y pastelería.
- Datos de los Socios:
 - La empresa cuenta con un total de cinco socios.
 - Aporte x socio: 1200 euros cada uno
- Tipo de Organización:
 - La organización que utiliza esta empresa es funcional, pues esto permite que las responsabilidades se dividan según las áreas específicas de la empresa donde se ubicará un encargado en función a sus conocimientos y especialización.

Este tipo de organización permite que las responsabilidades de cada socio, que también trabajé en algún área de la empresa, tengan sus responsabilidades claras y no se confunda con las de otro. Así también, al no tener una estructura jerárquica o rígida le da la flexibilidad para poder adaptarse a los cambios del entorno.

- Su forma de comunicación es principalmente horizontal, de forma que se facilite una toma de decisiones en conjunto por todos los socios sobre el rumbo y las actividades de la empresa. Esta comunicación está destinada principalmente para tomar decisiones estratégicas, sin embargo, para actividades diarias se utilizará una comunicación lineal con una persona encargada de recibir reportes de las demás áreas.



10.7.3. Plan de Contingencia

Situaciones que podría enfrentar y soluciones:

- **Caída en las ventas:**
 - Analizar las causas (cambio en las preferencias de los clientes, competencia, etc.).
 - Implementar nuevas promociones o productos.
 - Ajustar las estrategias de marketing.
- **Problemas con proveedores:**
 - Buscar proveedores alternativos.
 - Ajustar el menú o reducir la variedad de productos.
- **Crisis de reputación:**
 - Identificar la causa del problema.
 - Responder rápidamente y con transparencia.
 - Implementar medidas correctivas.

10.8. Conclusiones del Plan de Marketing

La pastelería tiene un gran potencial, gracias a tendencias sociales y políticas de apoyo a los productos saludables; sin embargo, el negocio debe manejar cuidadosamente los costes de materias primas, el cumplimiento normativo y destacar su sostenibilidad e innovación tecnológica para mantenerse competitivos.

Las conclusiones a las que hemos llegado con el plan de marketing son las siguientes:

- Debemos ofrecer una gama diversa de productos, incluyendo opciones tradicionales y nuevas creaciones, para satisfacer las preferencias variadas de los clientes y mantener su interés.
- Establecer precios competitivos, los cuales reflejan la calidad de los productos y que sea competitiva frente a la competencia.



- Se utilizará una combinación de marketing digital y tradicional para llegar a la audiencia deseada, también participaremos en eventos locales y trabajaremos con influencers para tener mayor acogida en las redes sociales.
- Implementaremos programas de fidelización para recompensar a nuestros clientes y fomentar su lealtad.
- Estableceremos métricas para evaluar el avance de las estrategias tomadas para que los planes funcionen, y si es necesario hacer una corrección o modificatoria, hacerla a la brevedad posible.

11. Plan de Tesorería

Este Plan de Tesorería pretende gestionar los flujos de efectivo a futuro de la empresa, proyectando ingresos y egresos al inicio de su actividad comercial.

11.1. Supuestos Iniciales

- **Inicio de Actividades:**

Magic Whisk es un negocio de repostería personalizada que comenzará operaciones en el primer trimestre de 2025. A continuación, se detallan los supuestos para las proyecciones:

- **Capital Inicial:**

- Capital inicial de los socios: 6,000 €, aportados por cinco socios equitativamente.
- Ayuda del Estado: según la ayuda para el fomento del emprendimiento innovador (Cheque Emprendedor) el monto sería de 10.000 €
- Préstamo de la CaixaBank para emprendedores: 10.000 €

- **Gastos iniciales:**

- Garantía y primer depósito del local: 1,700 €
- Reformas del local: 1,500 €
- Licencias y permisos: 2,580 €
- Gastos notariales: 400 €



- Inscripción en el Registro Mercantil 300 €
- Seguros: 400 €

- **Pagos a proveedores:**

Se estima que el pago a los proveedores de los insumos principales sea de:

- Ingredientes básicos: 1,000 €/mes.
- Ingredientes premium: 500 €/mes.
- Material de empaque: 300 €/mes.
- Participación en eventos: 200 €/mes.

- **Pago de sueldos:**

El pago del sueldo de los 3 trabajadores que contará la empresa (Repostero principal, asistente y encargado de atención al público), procederá a ser de 2 900€/mes, siendo este monto el total a pagar y se procederá a depositar mediante cuenta bancaria de cada empleado.

11.2. Ingresos Mensuales

Se estima que los primeros 3 meses se cuente con los siguientes ingresos mensuales.

- **Primer Mes:** 6 250€ (por apertura y promociones iniciales)
- **Segundo mes:** 6 460€ (por ventas regulares)
- **Tercer mes:** 6 690€ (por el crecimiento por marketing digital y fidelización)

11.3. Ingresos por Línea de Negocio

Se proyectan ingresos según las líneas de negocio y estacionalidad:

Ingresos por Línea de Negocio

- Tartas personalizadas:
 - Representan el 60% del total.
 - Precio promedio por pedido: 150 €.



- Clientes estimados mensualmente: 20-30 (según temporada).
- Productos estándar en tienda física:
 - Representan el 30% del total.
 - Precio promedio por unidad: 5 €.
 - Ventas estimadas: 50 unidades diarias.
- Eventos y celebraciones:
 - Representan el 10% del total.
 - Precio promedio por evento: 1,000 €.
 - Clientes estimados: 1-2 eventos mensuales.

11.4. Costes Mensuales

- **Sueldos:**

Se contará con 3 tipos de empleados dentro de la empresa, el repostero principal, con una jornada a tiempo completo, que se encargará de la preparación de todos los postres y tartas. El asistente, que se encargará de ayudar en la cocina y, por último, el encargado de la atención al cliente, quien será la cara al público y se dedique a recepcionar los pedidos a realizar.

- Repostero principal: 1 100 €/mes.
- Asistente: 700 €/mes.
- Atención al cliente: 1 100 €/mes.

Total: 2 900 €/mes.

- **Alquiler:**

El alquiler del local tiene un coste de 850€ mensuales.