

[Ver informe en el navegador](#)

Datos del proyecto

Proyecto: La Hojarasca**Emprendedor/a:** Claudia Paez**Email:** ciclomaestro@gmail.com

Resumen ejecutivo

Estás incursionando en alimentos y bebidas en Valdivia, Chile. Tu ticket promedio es \$27.000 y el margen de contribución por unidad se estima en \$10.800. Con tus supuestos (primer objetivo), proyectamos 450 clientes/mes (~5.400 al año) y ventas anuales por \$145.800.000. El resultado anual estimado (antes de impuestos) es \$7.290.000. Para alcanzar esa meta mensual de 450 clientes, con una conversión del 10%, necesitas cerca de 4.500 visitas al mes. Con un presupuesto de marketing de \$1.822.500/mes, tu costo por visita ronda \$405 y el costo por cliente que gastas en marketing o lo que te cuesta atraerlo para te compre es ~\$4.050 esto proviene de tu presupuesto de marketing / numero de clientes. Regla práctica: procura que el valor total que te deja o renta cada cliente a lo largo del tiempo sea al menos tres veces lo que te cuesta conseguirlo (relación 3 a 1). Para iniciar tu negocio con tranquilidad y considerando que tu plan es en 3 meses estar en punto de equilibrio, necesitarás al menos un capital de trabajo de \$4.337.550; es tu colchón para ejecutar sin apuros. Tu punto de equilibrio está en \$10.631.250 de venta mensual que lo alcanzarás en el periodo de 3 meses, lo que implica 394 clientes al mes. Con estas metas a la vista, cada campaña y mejora del producto puede medirse contra ellas: si nos acercamos a esta meta mes a mes, vamos en ruta; si no, ajustamos rápido. El objetivo es simple: enfocarse en cumplir el plan, crecer y mucha disciplina, evitando la ansiedad de caja y que el proyecto no llegue a puerto, mientras conviertes este periodo de aprendizaje en un negocio exitoso.

Panel de Navegación (tu tablero)

Resumen del tablero

- Problema y urgencia: Dolor moderado (4.7/10)
- Segmento beachhead: Cliente bien ubicado y alcanzable (10.0/10)

- Propuesta de valor (ventaja): Ventaja diferenciadora concreta (8.0/10)
- Modelo de negocio (margen): Margen bruto 40% (3.3/10)
- Economía unitaria (LTV/CAC): $LTV/CAC \approx 5.3$ ($LTV \approx \text{frecuencia} \times MC$) (10.0/10)
- Proyección de clientes (12 meses): Usuario: Venta 12.150.000 / Ticket 27.000
450/mes · Proyección 12m ≈ 5.400 (10.0/10)
- Competencia (intensidad): Baja competencia; valida demanda (10.0/10)
- Planes alternativos a dificultades: Planes alternativos claros (10.0/10)
- Experiencia del fundador: Buen encaje fundador-idea (10.0/10)
- Testeo previo (señales): Señales tempranas favorables (10.0/10)
- Red de apoyo: Red moderada (5.0/10)

Top riesgos (amarillo/rojo)

- Problema y urgencia (4.7/10) – Dolor moderado
- Modelo de negocio (margen) (3.3/10) – Margen bruto 40%
- Red de apoyo (5.0/10) – Red moderada

Estado de Resultados anual (1° proyección para flujos)

Ventas	\$145.800.000
Costo de ventas	\$87.480.000
Margen de contribución	\$58.320.000
Gastos fijos	\$29.160.000
Gastos de marketing	\$21.870.000
Resultado antes de impuestos	\$7.290.000

Panel de Navegación

Resumen ejecutivo: ventas, costos, **punto de equilibrio**, **capital de trabajo** y KPI emocionales.

Objetivos unitarios

- Ticket: **\$27.000**
- Costo variable unit.: **\$16.200**
- Margen por unidad: **\$10.800**
- CAC (est.): **\$4.050**
- Clientes para P.E.: **225**

Operación mensual

- Gastos fijos: **\$2.430.000**
- Marketing: **\$1.822.500**
- Meses a P.E.: **3**
- Ventas P.E. (mensual): **\$6.075.000**

Indicadores anuales

- Venta anual: **\$145.800.000**
- Rentab. antes de imp.: **\$7.290.000**
- Capital de trabajo (déficits): **\$9.112.500**
- Sueldo dueño (plantilla): **\$5.832.000**
- Curva hacia P.E. (12 meses)
- Índice emocional (Step-5): **81%**

Evaluación (IA)

Impulsa tu negocio hacia el éxito

- Define tu propuesta de valor
- Establece una estrategia de marketing
- Lanza campañas publicitarias
- Optimiza procesos internos
- Evalúa resultados y ajusta

Rubro

La industria de alimentos y bebidas en Chile ha mostrado un crecimiento constante, impulsado por la demanda de productos artesanales y de calidad. En Valdivia, la cultura gastronómica se enriquece con la tradición de la pastelería, lo que representa una oportunidad significativa para un local especializado en tortas de hojarasca. El reto principal es diferenciarse en un mercado que, aunque tiene competencia limitada, requiere una fuerte conexión con la comunidad local y la promoción de productos sostenibles.

Competencia local (\$)

En Valdivia, la competencia en pastelerías es moderada, con algunos locales como 'Café de la Plaza' y 'La Dulcería', que ofrecen productos tradicionales. Sin embargo, no hay una especialización clara en tortas de hojarasca. Los precios de las tortas en la ciudad oscilan entre \$20,000 y \$35,000, dependiendo de la complejidad y los ingredientes. La presencia digital de estos competidores es

básica, lo que ofrece una oportunidad para destacar mediante una estrategia de marketing digital efectiva.

FODA + Tamaño de Mercado

Fortalezas: Especialización en tortas de hojarasca, uso de ingredientes locales y sostenibles, y un enfoque en el packaging ecológico. Oportunidades: Creciente interés por productos artesanales y sostenibles en el mercado local. Debilidades: Falta de capital inicial y experiencia en gestión de negocios. Amenazas: Competencia potencial de grandes cadenas de pastelería y cambios en las preferencias del consumidor. El tamaño del mercado de pastelería en Valdivia es moderado, pero se espera un crecimiento en la demanda por productos artesanales. Supuestos: Asumimos un ticket promedio de \$27,000 y una tasa de conversión del 10% sobre un tráfico mensual de 4,500 visitantes.

Veredicto con 3 próximos pasos

La propuesta de establecer una pastelería especializada en tortas de hojarasca en Valdivia es viable, considerando la tendencia hacia productos artesanales y sostenibles. Se recomienda: 1) Desarrollar un plan de negocio detallado en los próximos 30 días, responsable: fundador. 2) Iniciar una campaña de marketing digital para crear expectativa antes de la apertura, en un plazo de 60 días, responsable: especialista en marketing. 3) Buscar financiamiento o inversión para cubrir los gastos iniciales y operativos, en un plazo de 90 días, responsable: fundador.

Score: 75 / 100 · [Revisar campos](#)

Plan de Acción — ¡Sigue con tu propósito!

En Valdivia, Chile, se busca establecer un local dedicado a la venta y elaboración de tortas de hojarasca.

- Semana 1: Realizar un estudio de mercado para identificar la demanda de tortas de hojarasca en Valdivia y analizar la competencia local.
- Semana 2: Definir la ubicación del local y comenzar el proceso de arrendamiento del espacio comercial.
- Semana 3: Desarrollar recetas y procesos de elaboración de tortas de hojarasca, utilizando ingredientes locales y sostenibles.
- Semana 4: Diseñar el branding y packaging ecológico que refleje la identidad cultural de la región.
- Semana 5: Implementar una estrategia de marketing inicial, incluyendo redes sociales y promociones locales para generar expectativa.

- Semana 6: Realizar una prueba de producto con un grupo selecto de clientes potenciales y ajustar la oferta según sus comentarios.

Mapa competitivo

- Delisur Valdivia: Pastelería artesanal con fuerte presencia en Valdivia y otras ciudades del sur de Chile, especializada en tortas de hojarasca con variedad de sabores y opciones sin azúcar ni lactosa. Reconocida por su calidad y variedad. Contacto y ventas en Valdivia. <https://www.delisur.cl>
- Comidas Caseras Pastelería y Otros: Local en Valdivia que ofrece tortas de hojarasca junto con otros productos típicos chilenos, con atención local y venta directa. <https://comidas-caseras-pasteleria-y-otros.ueniweb.com>
- Rhenania: Pastelería con catálogo amplio de tortas, incluyendo tortas hojarasca con diferentes rellenos y precios variados, con presencia en la región y venta online. <https://rhenania.cl/categoria-producto/tortas/>
- Dulce Alegría: Marca que ofrece tortas hojarasca con diversas combinaciones de sabores como frambuesa, naranja, manjar nuez y chocolate, con venta online y presencia en el mercado chileno. <https://www.dulcealegria.cl/collection/tortas-hojarasca>
- Dulcería Providencia: Especialistas en tortas de hojarasca y repostería chilena tradicional, con despacho a domicilio y reconocimiento en el mercado nacional. <https://www.dulceriaprovidencia.cl/empresa/empresa.html>
- Dulcería Praline: Pastelería con experiencia desde 2019, ubicada en Santiago pero con productos reconocidos en el mercado chileno, incluyendo tortas hojarasca, como referencia nacional. <https://www.dulceriapraline.cl/collections/hojarasca>

Fuentes: [Delisur Valdivia - Pastelería Artesanal](#) · [Comidas Caseras Pastelería y Otros - Valdivia](#) · [Rhenania - Pastelería y Tortas](#) · [Dulce Alegría - Tortas Hojarasca](#) · [Dulcería Providencia - Especialistas en tortas de hojarasca](#) · [Municipalidad de Valdivia](#) · [Servicio de Impuestos Internos \(SII\)](#) · [Seremi de Salud Los Ríos](#)

Checklist regulatorio

- Inscripción en el Servicio de Impuestos Internos (SII) para obtener RUT y formalizar la empresa como persona natural o jurídica, requisito básico para operar legalmente en Chile.
- Obtención de patente comercial municipal en la Municipalidad de Valdivia, necesaria para la operación de locales comerciales de alimentos y bebidas.
- Registro sanitario y autorización sanitaria otorgada por la Seremi de Salud de Los Ríos, que incluye inspección de las instalaciones y cumplimiento de normas de higiene y manipulación de alimentos según el Reglamento Sanitario de los Alimentos.

- Cumplimiento de la normativa de etiquetado y rotulado de alimentos, incluyendo información nutricional y alérgenos, regulada por el Ministerio de Salud y el SII.
- Implementación de un plan de manejo de residuos y control de plagas, conforme a las normativas municipales y sanitarias vigentes en Valdivia.
- Capacitación en manipulación de alimentos para todo el personal involucrado en la elaboración y venta, requisito obligatorio para garantizar la inocuidad alimentaria.