

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE ALFAJORES EN BARRANQUILLA

ANGY KATERINE ANGARITA RIATIGA
LUZ SMITH GUALDRÓN QUINTANILLA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DEL SANTANDER (UIS)
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2025

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE ALFAJORES EN BARRANQUILLA

ANGY KATERINE ANGARITA RIATIGA
LUZ SMITH GUALDRÓN QUINTANILLA

Trabajo de grado para optar el título de Profesional en Gestión Empresarial

Director
Querubín Sánchez Martínez
Profesional en Gestión Empresarial

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DEL SANTANDER (UIS)
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2025

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	17
1. ANÁLISIS GENERAL DE SECTOR.....	19
1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....	21
1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR	21
1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR	22
1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	23
1.4.1 Oportunidades.....	23
1.4.2 Amenazas.	24
1.5 MARCO LEGAL	25
1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO	26
2. ESTUDIO DE MERCADOS	28
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	28
2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto.....	28
2.1.2 Atributos diferenciadores.....	30
2.2 SEGMENTO DE MERCADO.....	31
2.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA	32
2.3.1 Necesidades de información.	32
2.3.2 Tipo de estudio.....	33
2.3.3 Enfoque.....	33
2.3.4 Fuentes de información.	33
2.3.5 Técnicas de investigación..	33
2.3.6 Instrumento para la recolección de información.	33
2.3.7 Modo de aplicación..	33
2.3.8 Cálculo de la muestra.....	34
2.3.9 Alcance.....	34
2.3.10 Tiempo de aplicación.....	34
2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados.	35

2.3.12 Estimación de la demanda actual.....	48
2.3.13 Estimación de la demanda efectiva.....	49
2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años.....	49
2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA	51
2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE	53
2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto.	53
2.5.2 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.....	53
2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN	53
2.7 ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS.....	54
2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES	54
2.8.1 Estrategias de comunicación.....	54
2.8.2 Presupuesto de comunicación	55
2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento	55
2.8.2.2 Presupuesto de operación.....	55
3. ESTUDIO TÉCNICO	556
3.1 TIPO DE PROYECTO	556
3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO	556
3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable.....	556
3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave.	57
3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).	61
3.2.4 Análisis Ambiental.	62
3.2.5 Recursos Claves.	63
3.2.5.1 Talento humano	63
3.2.5.2 Infraestructura.	63
3.2.5.3 Materiales e insumos.	66
3.2.6 Distribución de planta.	667
3.2.7. Localización.....	68
3.2.7.1 Macro localización.....	68
3.2.7.2 Micro localización.	69

3.2.8 Control de calidad.	72
3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO	73
3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto.	73
3.3.2 Capacidad instalada.....	74
3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.....	74
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	75
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	75
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	76
4.2.1 Misión.....	76
4.2.2 Visión.....	76
4.2.3 Valores Corporativos.	76
4.2.4 Organigrama	77
4.2.5 Asignación salarial.	778
5. ESTUDIO FINANCIERO	79
5.1 INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA	79
5.1.1. Inversión Fija.	79
5.1.1.1 Equipo de oficina.....	79
5.1.1.2 Equipo de Computación y comunicación.....	79
5.1.1.3. Maquinaria y Equipo.....	80
5.1.1.4. Muebles y Enseres.	80
5.1.1.5. Herramientas.....	81
5.1.1.6. Total Inversión Fija:	81
5.1.2. Inversión Diferida.	81
5.2. COSTOS Y GASTOS	82
5.2.1. Costos de Producción.	82
5.2.1.1. Costos Fijos.....	82
5.2.1.2. Costos Variables..	83
5.2.1.3. Costos totales.	84
5.2.2. Gastos de Administración y Ventas.....	85

5.2.2.1. Gastos Fijos de Administración y ventas.....	85
5.2.2.2. Gastos variables de administración y ventas.	86
5.2.2.3. Gastos Totales..	87
5.3. CAPITAL DE TRABAJO	87
5.3.1. Período de capital de trabajo.	87
5.3.2. Estructura del crédito.....	87
5.3.2.1. Amortización del crédito:	87
5.3.2.2. Gastos Financieros.	89
5.3.3. Cuadro resumen del capital de trabajo.....	889
5.4. INVERSIÓN TOTAL	889
5.5. ESTRUCTURA DE CAPITAL	90
5.5.1. Recursos propios.	90
5.5.2. Recursos de Financiación.	90
5.6. PRECIO DE VENTA.....	90
5.7. ESTADOS FINANCIEROS.....	91
5.7.1. Estados de resultados proyectados.	91
5.7.2. Flujo de fondos proyectado.	92
5.7.3. Estado de posición financiera inicial y proyectado.	94
5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	96
5.8.1. Razones Financieras.....	96
5.8.1.1. Razón de liquidez.	96
5.8.1.2. Razones de operación.	97
5.8.1.3. Razones de rentabilidad.....	97
5.8.1.4. Razones de endeudamiento.....	98
5.8.2. Indicadores de viabilidad.	99
5.8.2.1. Tasa Interna Retorno (TIR).	100
5.8.2.2. Valor Presente Neto (VPN).	100
5.8.2.3. Período de Recuperación.	100
5.8.2.4. Punto de equilibrio.....	101
5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO	102

6. CONCLUSIONES.....	103
7. RECOMENDACIONES	105
BIBLIOGRAFÍA	106
ANEXOS	109

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1 . compra de alfajores	35
Cuadro 2. Ocasiones de consumo de alfajores.....	36
Cuadro 3. rellenos preferidos para alfajores.....	37
Cuadro 4. Cantidad de alfajores por empaque.....	38
Cuadro 5. Preferencias de empaque.....	39
Cuadro 6. Regalar alfajores en un empaque de lujo.	40
Cuadro 7. Cantidad de dinero invertida en la compra de paquetes.....	41
Cuadro 8. Lugares de compra de alfajores	43
Cuadro 9. Frecuencia de compra de alfajores.....	44
Cuadro 10. Medio de información	45
Cuadro 11. Medio de pago.....	46
Cuadro 12. Manejo de empaque bonito	47
Cuadro 13. Demanda actual proyectada	49
Cuadro 14. Demanda efectiva proyectada	50
Cuadro 15. Comparativos competidores	51
Cuadro 16. Presupuesto de lanzamiento	55
Cuadro 17. Presupuesto de operación.....	55
Cuadro 18. Ficha técnica alfajores	56
Cuadro 19. Resumen de operaciones.....	61
Cuadro 20. Resumen de operaciones.....	61
Cuadro 21. Mano de obra Directa	63
Cuadro 22. Nómina de administración y ventas	63
Cuadro 23. Equipos de Oficina.....	64
Cuadro 24. Equipos de computación y comunicación.....	64
Cuadro 25. Maquinaria y equipo	64
Cuadro 26. Muebles y enseres operativos de producción.....	65

Cuadro 27. Herramientas, repuestos y accesorios.....	65
Cuadro 28. Materiales e insumos directos para elaborar alfajor	66
Cuadro 29. Materiales e insumos indirectos para elaborar alfajor.....	66
Cuadro 30. Distribución de medida por dependencia.....	68
Cuadro 31. Calificación de factores.....	71
Cuadro 32. Capacidad diseñada del producto	73
Cuadro 33. Capacidad instalada del producto.....	74
Cuadro 34. Capacidad utilizada del producto.....	74
Cuadro 35. Asignación de salarios.....	78
Cuadro 36. Equipo de Oficina	79
Cuadro 37. Equipo de computación y comunicación.....	79
Cuadro 38. Maquinaria y equipo	80
Cuadro 39. Muebles y enseres.....	80
Cuadro 40. Herramientas	81
Cuadro 41. Total Inversión Fija	81
Cuadro 42. Total Inversión diferida	82
Cuadro 43. Prorrateso entre costos y gastos	82
Cuadro 44. Otros Costos fijos	83
Cuadro 45. Nómina operativa MOD	83
Cuadro 46. Nómina operativa MOD	83
Cuadro 47. Materia prima e insumos	84
Cuadro 48. Materiales Indirectos.....	84
Cuadro 49. Costos variables	84
Cuadro 50. Costos variables	85
Cuadro 51. Nómina administrativa	85
Cuadro 52. Gastos fijos de administración y ventas.....	85
Cuadro 53. Nómina de ventas.....	86
Cuadro 54. Gastos totales.....	87
Cuadro 55. Estructura del crédito.....	87
Cuadro 56. Amortización del crédito	87

Cuadro 57. Capital de trabajo.....	89
Cuadro 58. Inversión Total	90
Cuadro 59. Estructura de capital	90
Cuadro 60. Precio de venta.....	91
Cuadro 61. Estado de resultados proyectados.....	92
Cuadro 62. Flujo de fondos proyectados.....	93
Cuadro 63. Estado de cambio en la posición financiera.....	95
Cuadro 64. Razones de liquidez	96
Cuadro 65. Razones de operación.....	97
Cuadro 66. Razones de rentabilidad	98
Cuadro 67. Razones de endeudamiento	98
Cuadro 68. Cálculo de la tasa mínima de retorno mixta deflactada	99
Cuadro 69. Recuperación de la inversión	100
Cuadro 70. Punto de equilibrio	101
Cuadro 71. Variables para hallar el Punto de equilibrio	101

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Compra de alfajores.....	35
Gráfico 2. Ocasiones de consumo de alfajores	36
Gráfico 3. rellenos preferidos para alfajores.....	37
Gráfico 4. Cantidad de alfajores por empaque	38
Gráfico 5. Preferencias de empaque	39
Gráfico 6. Regalar alfajores en un empaque de lujo.	40
Gráfico 7. Cantidad de dinero invertida en la compra de paquetes.....	42
Gráfico 8. Lugares de compra de alfajores	43
Gráfico 9. Frecuencia de compra de alfajores.....	44
Gráfico 10. Medio de información.....	45
Gráfico 11. Medio de pago	46
Gráfico 12. Manejo de empaque bonito	47
Gráfico 13. Gráfico del punto de equilibrio	102

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Diagrama de procesos	59
Figura 2. Distribución de planta.....	67
Figura 3. Ubicación geográfica de Barranquilla.....	69
Figura 3. Ubicación geográfica de Barrio La Cumbre Barranquilla.....	72
Figura 5. Organigrama Dolce Vita	77

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Cotización SG-SST	109
Anexo 2. Cotización Estudio Impacto Ambiental	110
Anexo 3. Cotización Contador	111
Anexo 4. Cotización volantes publicitarios	112
Anexo 5. Cotización cuñas radiales	112
Anexo 6. Cotización materia prima.....	113
Anexo 7. Cotización equipo de computación	114
Anexo 8. Cotización de escritorio	116
Anexo 9. Cotización de escritorio estándar	116
Anexo 10. Cotización de escritorio estándar	117
Anexo 11. Cotización de archivador metálico.....	117
Anexo 12. Cotización de estantes metálicos	118
Anexo 13. Cotización de batidora industrial	118
Anexo 14. Cotización de horno industrial de 4 cámaras	119
Anexo 15. Cotización de Nevera refrigerador industrial	119
Anexo 16. Cotización de Moldes redondos inoxidables	120
Anexo 17. Cotización Embudo dosificador	120
Anexo 18. Cotización máquina de sellado	121
Anexo 19. Cotización de mesón en acero inoxidable.....	121
Anexo 20. Cotización de carro zorra para bandejas.....	122
Anexo 21. Cotización de Vitrina mostrador	122
Anexo 22. Cotización de Vitrina mostrador	123
Anexo 23. Cotización de Sillas plásticas	123
Anexo 24. Cotización de organizador metálico	124
Anexo 25. Cotización de recipiente plástico.....	124
Anexo 26. Cotización juego de herramientas	125

Anexo 27. Cotización de Guante supertérmico	125
Anexo 28. Cotización de utensilios de cocina	126
Anexo 29. Cotización de rodillo de cocina.....	126
Anexo 30. Cotización de manga pastelera.....	127
Anexo 31. Cotización de caja o cofre de empaque	127
Anexo 32. Tamizador cernidor industrial con malla 40-100 micras	128
Anexo 33. Casa Arrendamiento Barrio Limoncito.....	128
Anexo 34. Casa Arrendamiento Barrio Los Nogales	129
Anexo 35. Casa Arrendamiento Barrio La Cumbre	130

RESUMEN

TITULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ALFAJORES EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA*¹

AUTOR(ES): ANGARITA RIATIGA ANGY KATERINE, GUALDRÓN QUINTANILLA LUZ SMITH**²

PALABRAS CLAVES: ALFAJORES, CONTROL DE CALIDAD, EMPAQUE, ESTRATEGIA, FACTIBILIDAD, INNOVACIÓN, INVENTARIO, REPOSTERÍA.

DESCRIPCIÓN:

El “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de alfajores en la ciudad de Barranquilla” tiene como propósito ofrecer al mercado un producto que va más allá de la simple satisfacción de una necesidad de consumo, enfocándose en la creación de emociones donde la propuesta es brindar a las personas la posibilidad de compartir un detalle en fechas especiales.

Para ello, se realiza una investigación de carácter descriptivo, con enfoque mixto, donde se utilizó como técnica la encuesta, el cual fue realizada de manera directa con apoyo de un cuestionario formulado en Google forms a 150 habitantes de Barranquilla, en rango de edades de 18 a 59 años.

En el estudio de mercado se aplicaron 150 encuestas a personas entre 18 y 59 años, de las cuales el 94% manifestó consumir alfajores. A partir de esta información, se estimó una demanda actual de 22.340.712 unidades anuales y una demanda efectiva de 3.574.513 unidades de cofre que incluyen 6 alfajores, considerando la disposición de compra de los consumidores hacia presentaciones de lujo.

En el estudio administrativo se decidió constituir una S.A.S y el técnico definió la capacidad instalada de 53.778 cofres, los recursos humanos, infraestructura y los procesos de producción, garantizando el cumplimiento de normas sanitarias y ambientales. Asimismo, el estudio financiero determinó que se requiere una inversión total de \$452.327.979, de los cuales el 51,36% corresponde a aportes de los socios y \$20.000.000 provienen de crédito. Se requiere un capital de trabajo de \$403.574.964 para cubrir los primeros seis meses de operación. El precio de venta es de \$25.545 cofre alfajor/6 unidades. Los indicadores financieros revelaron un VPN de \$248.843.437, TIR del 33,02%, un período de recuperación de 4 años y punto de equilibrio de 21.887 cofres. En conclusión el proyecto es factible y se puede ejecutar.

* Proyecto de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Querubín Sánchez.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF AN ALFAJORE PRODUCTION COMPANY IN THE CITY OF BARRANQUILLA*³

AUTHOR(S): ANGARITA RIATIGA ANGY KATERINE, GUALDRÓN QUINTANILLA LUZ SMITH**⁴

KEYWORDS: ALFAJORES, QUALITY CONTROL, PACKAGING, STRATEGY, FEASIBILITY, INNOVATION, INVENTORY, PASTRY.

DESCRIPTION:

The “Feasibility Study for the Creation of an Alfajor Production Company in the City of Barranquilla” aims to offer the market a product that goes beyond simply satisfying a consumer need, focusing on creating emotions by providing people with the opportunity to share a special treat on special occasions.

To this end, a descriptive study with a mixed-methods approach was conducted, using a survey as the primary technique. The survey was administered directly to 150 residents of Barranquilla, aged 18 to 59, using a questionnaire created in Google Forms. In the market research, 150 surveys were administered to people between 18 and 59 years old, of whom 94% reported consuming alfajores. Based on this information, a current demand of 22,340,712 units per year and an effective demand of 3,574,513 boxes containing six alfajores were estimated, considering consumers' preference for luxury presentations.

The administrative study determined that a simplified joint-stock company (SAS) should be established, and the technical study defined the installed capacity of 53,778 boxes, along with the necessary human resources, infrastructure, and production processes, ensuring compliance with health and environmental regulations. The financial study determined that a total investment of \$452,327,979 is required, of which 51.36% corresponds to contributions from the partners and \$20,000,000 comes from credit. Working capital of \$403,574,964 is required to cover the first six months of operation. The selling price is \$25,545 per six-unit alfajor box. The financial indicators revealed an NPV of \$248,843,437, an IRR of 33.02%, a payback period of 4 years, and a break-even point of 21,887 chests. In conclusion, the project is feasible and can be implemented.

* Degree Project

**Institute for Regional Projection and Distance Education. Business Management. Director: Querubín Sánchez.

INTRODUCCIÓN

El mercado de alfajores en Colombia está experimentando una transformación significativa, ya que cada vez se observa un interés, por los productos que no solo satisfacen el paladar, sino que también se alinean con tendencias más saludable y sostenibles.

Barranquilla se presenta como un punto estratégico para la producción de alfajores, ya que es una ciudad que se destaca, por ser puerto aéreo, marítimo, fluvial y de comunicaciones, epicentro de grandes eventos comerciales, industriales, deportivos y culturales, que hacen de ella, una región de oportunidades para crear una empresa productora de alfajores.

Para lograr el objetivo de este proyecto, se ha planificado realizar un estudio de factibilidad compuesto por cuatro estudios, que serán fundamentales para determinar si la idea de negocio se puede realizar.

El estudio de mercados, permitirá identificar la población objetivo, sus gustos y preferencias, etc., la demanda, la competencia, los canales de comercialización, entre otros.

El estudio técnico, determinará la ingeniería del proyecto, como es la localización, los recursos claves, la distribución de la planta, las capacidades, el talento humano, entre otras. Igualmente, permitirá calcular los tiempos en el proceso de producción.

En el estudio administrativo, se decide qué tipo de empresa constituir, la estructura organizacional, misión, visión, valores corporativos, el organigrama y la asignación salarial para colaboradores directos y asesores externos.

Con el estudio financiero, se analiza la inversión requerida, los costos de producción, el capital de trabajo, el precio del producto, punto de equilibrio, entre otras. Asimismo, se hacen las proyecciones a cinco años y se evalúan las razones financieras, para determinar la viabilidad del proyecto.

Por lo anterior, el estudio de este proyecto tiene gran potencial ya que, a las autoras les permitirá aplicar los conocimientos adquiridos en el proceso de formación; a la comunidad le abre oportunidades laborales y a la ciudad se le contribuye con el desarrollo económico y social a través de los pagos de los impuestos.

1. ANÁLISIS GENERAL DE SECTOR

1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

El DANE (2022) diseñó la clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) Revisión 4 adaptada para Colombia. Su propósito es proporcionar un marco común para clasificar y codificar todas las actividades económicas, permitiendo comparaciones coherentes entre diferentes países y regiones.

Una empresa productora de alfajores pertenece a la sección C “Industrias Manufactureras” se sitúa en la división 10 que es la “elaboración de productos de panadería” donde esta división está conformada por las operaciones o tratamientos de los diversos tipos de productos como lo son la carne, pescado, crustáceos y moluscos, frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos, elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal entre otros.

Luego de pertenecer a la división 10 los productos de panadería se sitúan en el grupo 108 “Elaboración de otros productos alimenticios” este grupo incluye todo tipo de preparación de alimento, panadería, confitería, pasta, fideos y productos similares, alimentos preparados y perecederos finalmente a la clase que pertenece es la clase 1081⁵ que abarca la “elaboración de productos de panadería” este sector es un pilar fundamental de la economía ya que ha mostrado un crecimiento en los últimos años, impulsado por la creciente demanda de productos artesanales y gourmet donde abarca una amplia gama de productos que responden a diferentes gustos y preferencias de los consumidores, tanto a nivel nacional como internacional, también es vital para la

⁵ DANE. [Sitio web]. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU). [Consultado 3 marzo 2025]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen/normas-y-estandares/nomenclaturas-y-clasificaciones/clasificaciones/clasificacion-industrial-internacional-uniforme-de-todas-las-actividades-economicas-ciiu?highlight=WyJjbGFzaWZpY2FjaW9uliwiaW5kdXN0cmIhbClslmluZHVzdHJpYWxlcyJd>

seguridad alimentaria, genera empleo y contribuye significativamente al producto interno bruto (PIB) del país generando ingreso tanto a nivel local⁶, nacional⁷ o internacional⁸.

La actividad de producir y comercializar alfajores pertenece al sector de Industrias Manufactureras, específicamente en la elaboración de productos de panadería. Este sector abarca la producción de alimentos procesados como panadería, confitería y otros productos horneados, siendo clave para la economía al generar empleo, producir bienes de consumo diario y asegurar la seguridad alimentaria. Los productos de panadería, incluidos los alfajores, se encuentra en crecimiento debido a la demanda de productos diferenciados, lo que abre oportunidades en el mercado.

A nivel internacional, los productos de panadería gourmet están ganando terreno, con un aumento de exportaciones y la expansión de marcas locales a mercados globales. En el contexto nacional, las pequeñas y medianas empresas desempeñan un papel fundamental al responder a las tendencias de salud y bienestar, impulsando la innovación en productos. Regionalmente, Barranquilla se presenta como un punto estratégico para la producción y distribución, destacándose por su cercanía a puertos y mercados del Caribe, lo que favorece la comercialización de estos productos tanto a nivel nacional como internacional.⁹

6 CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANQUILLA. [Sitio web]. Celebrando la Panadería: las nuevas tendencias y retos en Caribe huele a pan. Disponible en: <https://www.camarabaq.org.co/celebrando-la-panaderia-las-nuevas-tendencias-y-retos-en-caribe-huele-a-pan/>

7 MORDOR INTELLIGENCE. [Sitio web]. Productos de panadería Tamaño del Mercado. Disponible en: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/bakery-products-market>

8 EL COLOMBIANO. [Sitio web]. Industria panadera mueve cerca de \$4,75 billones al año, ¿cuántos kilos de pan consume un colombiano al año? Disponible en: <https://www.elcolombiano.com/negocios/panaderias-en-colombia-mueven-475-billones-al-ano-GC25637133>

9 FORBES. [Sitio web]. Exportaciones de panes, galletas y obleas colombianas crecieron 12 % en 2020. Disponible: <https://forbes.co/2021/03/05/negocios/exportaciones-de-panes-galletas-y-obleas-colombianas-crecieron-12-en-2020> Exportaciones de panes, galletas y obleas colombianas crecieron 12 % en 2020 - Forbes Colombia

1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR

La elaboración de productos de panadería en Colombia, que incluyen la producción de alfajores, ha experimentado una notable evolución en las últimas décadas bajo la clase 1081 de la CIU, ya que ha recorrido un camino significativo desde sus inicios como un proceso artesanal donde las recetas se transmitían de generación en generación y cada región tenía sus propias variaciones.

La elaboración se realizaba mayormente por pequeñas panaderías y talleres familiares que utilizaban métodos artesanales en pequeños hornos familiares, con el avance de la tecnología y la globalización en las últimas décadas el sector ha experimentado una modernización donde la introducción de maquinaria y técnica de producción más eficientes ha permitido a los panaderos aumentar la capacidad de producción mejorando la calidad, incluyendo la producción de alfajores y otros productos de panadería más elaborados, además la demanda de productos innovadores ha llevado a la oferta a incorporar nuevos sabores y presentaciones.

Actualmente este sector está regulado por el INVIMA, que establece normativas para garantizar la calidad y seguridad alimentaria. Esto ha permitido un crecimiento significativo de la industria, que ahora contribuye de manera importante a la economía local y nacional.

En términos de contribución al PIB, la industria de la panadería es un componente significativo del sector de "Industrias Manufactureras" ya que los productos artesanales, saludables y la innovación de crear otros productos gourmet como los alfajores ha permitido un crecimiento sostenido en los primeros cinco meses de 2023, la producción real de productos de panadería creció un 4,1%¹⁰ en comparación con el mismo periodo

¹⁰ SECTORIAL. [Sitio web]. Producción y Ventas de Productos Panaderos Crecen Pese a Altos Niveles de Inflación. Disponible en: <https://sectorial.co/informativa-industria-panificadora-y-de-pastas/ventas-de-productos-panaderos-crecen/>

de 2022. Este crecimiento indica una recuperación y una demanda constante en el sector, además, la industria de alimentos, que incluye la panadería, representa aproximadamente el 3% del PIB colombiano donde esto se traduce en una significativa aportación económica, especialmente considerando que el sector de panadería genera cerca de 400.000¹¹ empleos directos.

1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR

Los aspectos que han marcado al sector es el crecimiento de productos artesanales y gourmet ya que los consumidores buscan experiencias más allá de lo industrial, valorando la calidad de los ingredientes y la historia detrás del producto, la innovación en sabores y presentación es algo crucial donde experimentar con nuevos sabores, rellenos y presentaciones como empaques atractivos, productos personalizados son claves para diferenciarse en un mercado competitivo. Por otro, lado la tecnología mejora la automatización y la eficiencia en la producción (equipo de cocción, empaquetado) garantizando una calidad constante en los productos. Además, también las plataformas de comercio electrónico y redes sociales como (Instagram, Facebook, etc.) son cruciales y esenciales para la visibilidad y promoción de las ventas directas de alfajores, permitiendo llegar a un público más amplio y ofrecer la posibilidad de realizar pedidos en línea, lo que amplía su alcance en el mercado.

En términos de regulación en Colombia las empresas que pertenecen a este sector están sujetas a las regulaciones del INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos) donde se deben cumplir con altos estándares de higiene en la producción, el etiquetado correcto de los ingredientes y la información nutricional y el cumplimiento de estándares de calidad para garantizar la seguridad alimentaria, el incumplimiento de estas regulaciones puede resultar en sanciones para las empresas.

11 ALIANZA EFI. [Sitio web]. Análisis descriptivo de la creación de valor en micro y pequeños establecimientos del sector de la panificación y repostería en Bogotá, Colombia. Disponible en: <https://alianzaefi.com/documento/analisis-descriptivo-de-la-creacion-de-valor-en-micro-y-pequenos-establecimientos-del-sector-de-la-panificacion-y-reposteria-en-bogota-colombia/>

El mercado de alfajores en Colombia está experimentando una transformación significativa y cada vez mayor donde se observa un interés por los productos que no solo satisfacen el paladar, sino que también se alinean con tendencias más saludables y sostenibilidad, por otro lado, se espera un aumento en la oferta de alfajores elaborados con ingredientes orgánicos, bajos en azúcar y sin gluten, así como la creación de sabores innovadores y fusión cultural que atraigan a diferentes consumidores. Además, la innovación en sabores y presentaciones se está convirtiendo en un diferenciador clave, además, la sostenibilidad se está convirtiendo en un pilar fundamental, con un enfoque en la producción responsable y el uso de ingredientes locales, lo que no solo mejora la calidad del producto, sino que también conlleva a un consumidor más consciente.

1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

1.4.1 Oportunidades. El crecimiento del turismo representa una oportunidad ya que los turistas están dispuestos a probar productos locales y únicos ayudando a aumentar las ventas y dar a conocer el producto a un público más amplio generando potenciales clientes recurrentes o incluso las oportunidades para expandirse en el mercado.

La internet y el comercio electrónico representan una oportunidad significativa para la producción y comercialización de alfajores, ya que al desarrollar canales de distribución online permite acceder a un público más amplio, tanto a nivel nacional como internacional donde no solo se incrementarían las ventas potenciales, sino que también, reduciría los costos operativos al no contar con tienda física.

El cumplimiento de todas las normativas legales para la creación de una empresa es una excelente oportunidad porque genera confianza y credibilidad entre los consumidores donde los clientes se sienten más seguros al comprar productos que demuestran responsabilidad y transparencia, cumpliendo con las regulaciones sanitarias, de seguridad alimentaria y demás leyes aplicables.

Otra oportunidad es la creciente tendencia de regalar detalles especiales en fechas de celebración. Por lo tanto, los alfajores pueden posicionarse como opciones ideales para ocasiones únicas. Además, al ofrecer presentaciones atractivas, personalización y un empaque en forma de cofre, se puede captar a un público que busca sorprender a sus seres queridos donde este enfoque no solo puede incrementar las ventas, sino también fomentar la lealtad del cliente al brindar una experiencia de regalo memorable.

1.4.2 Amenazas. El sector de la panadería, al igual que otros, puede verse afectado por problemas de orden público y crisis económicas. La inflación y la devaluación de la moneda pueden incrementar los costos de insumos, lo que afectaría la rentabilidad del negocio.

Cambios repentinos en la legislación, como nuevos impuestos sobre productos alimenticios o regulaciones más estrictas en cuanto a la producción y etiquetado de alimentos, que pueden afectar la operación de la compañía.

Los precios de ingredientes clave, como harinas y azúcares, pueden variar debido a factores externos, como desastres naturales o cambios en la demanda global donde estos aumentos de costos pueden impactar directamente en los márgenes de ganancia del negocio.

La competencia desleal, puede impactar en la rentabilidad y viabilidad del sector de la panadería, ya que la extorsión puede llevar a un aumento de costos operativos, por otro lado, la evasión fiscal permite a competidores informales ofrecer precios más bajos, creando una presión competitiva insostenible para aquellos que cumplen con sus obligaciones tributarias.

1.5 MARCO LEGAL

El marco legal que regula la producción y comercialización de alfajores en Barranquilla abarca una serie de normas, leyes, acuerdos y resoluciones a nivel nacional, departamental y municipal. Este marco es fundamental para garantizar la calidad, seguridad y derechos tanto de los consumidores como de los productores. A continuación, se presentan diez normativas relevantes, con descripciones y citas correspondientes.

La Ley 9 de 1979, conocida como el Código Sanitario Nacional, establece disposiciones sanitarias básicas que regulan la producción, comercialización y distribución de alimentos en Colombia. Esta ley tiene como objetivo principal garantizar la salud pública mediante el control de la calidad e inocuidad de los productos alimenticios. Los requisitos de higiene en la producción de alimentos y la necesidad de registro de los establecimientos que elaboran productos alimenticios son puntos clave en esta legislación.

Regulaciones Sectoriales: Cada sector puede tener normativas específicas, como el Decreto 3075 de 1997 para el control sanitario de alimentos, que regula la producción y comercialización de productos alimenticios.

El Decreto 3075 de 1997 regula el régimen de control sanitario de los alimentos y bebidas. Este decreto especifica las condiciones que deben cumplir los productos alimenticios para asegurar su calidad e incluye normas sobre el etiquetado y la información que debe presentarse al consumidor. Las directrices sobre las inspecciones y vigilancia de los productos alimenticios son esenciales para el cumplimiento de esta norma.

La Resolución 2674 de 2013, emitida por el Ministerio de Salud, establece los requisitos de higiene y sanidad para la producción de productos de confitería, incluyendo alfajores. Esta norma detalla las buenas prácticas de manufactura (BPM) que deben seguir los

establecimientos de alimentos, asegurando que los procesos de producción cumplan con estándares de calidad.

La Ley 1753 de 2015 establece lineamientos para el desarrollo económico y social en Colombia, promoviendo políticas para la industria alimentaria. Esta ley busca fomentar la competitividad y sostenibilidad de las empresas del sector, lo que resulta crucial para el crecimiento de nuevos negocios.

La Resolución 511 de 2016 establece condiciones de calidad e inocuidad que deben cumplir los productos alimenticios, incluyendo el manejo y almacenamiento de materias primas. Esta resolución proporciona directrices sobre la manipulación de alimentos para garantizar su seguridad, lo que es vital para la producción de alfajores.¹²

A nivel municipal, los Acuerdos y Resoluciones de la Secretaría de Salud de Barranquilla regulan la actividad comercial y la producción de alimentos. Estas normativas establecen requisitos específicos para la obtención de licencias de funcionamiento y el cumplimiento de regulaciones de salud pública. Esto es fundamental para asegurar que los establecimientos que producen y venden alfajores operen dentro de un marco legal adecuado.

1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO

El proyecto se desarrollará en la ciudad de Barranquilla ubicada en la región del Caribe de Colombia donde se cuenta con una población de aproximadamente 1.334.509

¹² GONZÁLES, P. & RAMÍREZ, J. Metodología de investigación aplicada a proyectos empresariales. Editorial Académica. Kotler, P., & Keller, K. (2020). Dirección de marketing. Pearson Educación. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). Normativa y requisitos para la creación de empresas en Colombia. Recuperado de www.mincit.gov.co

habitantes, según las proyecciones del DANE en el año 2024¹³¹⁴. La ciudad presenta una población diversa, con una mezcla de culturas e influencias, lo que se traduce en una demanda variada de productos alimenticios esto sugiere un mercado potencial amplio para la producción y comercialización de alfajores.

Barranquilla es un importante centro de servicios, comercio e industrias en la región. En los últimos años, la ciudad ha experimentado un crecimiento económico notable, destacándose por su sólido sector industrial que incluye manufactura, construcción y logística, gracias a su estratégica ubicación como puerto fluvial y marítimo. Esto le ha permitido posicionarse como una de las ciudades con mejor desempeño económico del país. Su infraestructura portuaria no solo facilita la importación de materias primas, sino que también impulsa el comercio internacional, beneficiando a diversas industrias, incluida la alimentaria.

En 2022, Barranquilla logró un crecimiento del 9.3%¹⁵, impulsado en parte por la inversión en infraestructura y el desarrollo de proyectos de vivienda. Además, el sector turístico ha crecido, atrayendo visitantes nacionales e internacionales y creando oportunidades para servicios relacionados. La apertura a la inversión extranjera y el fomento a la innovación han permitido que surjan nuevos emprendimientos, especialmente en áreas como tecnología y sostenibilidad.

Barranquilla cuenta con una infraestructura vial bien desarrollada, donde las principales carreteras conectan la ciudad con otras regiones del país, facilitando la distribución de productos. Además, su infraestructura portuaria permite la importación de materias primas y la exportación de productos, lo que favorece la comercialización tanto a nivel

13 TELENCUESTAS. [Sitio web]. Cuántos habitantes tiene Barranquilla, Atlántico en 2024. Disponible en: <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2024/atlantico/barranquilla>

14 DANE. [Sitio web]. ¿Cuántos somos? Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>

15 EL HERALDO. [Sitio web]. Crecimiento económico del Atlántico fue de 9,3 % en 2022. Disponible en: https://www.elheraldo.co/economia/2023/05/30/crecimiento-economico-del-atlantico-fue-de-93-en-2022/?utm_source

nacional como internacional. Por otro lado, la ciudad alberga diversas instituciones educativas, desde escuelas hasta universidades, lo que brinda oportunidades de capacitación en áreas como gastronomía, administración de empresas y emprendimiento. Esto resulta invaluable para el desarrollo del proyecto, ya que fomenta la formación de talento local que puede contribuir al éxito de la producción y venta de alfajores.

La región tiene una rica tradición culinaria y un clima tropical que permite la producción de ingredientes frescos, lo que podría facilitar la aceptación de alfajores artesanales. Además, la creciente demanda de productos gourmet en Barranquilla abre oportunidades emocionantes para la innovación en el mercado de alfajores. Esto crea un contexto ideal para ofrecer productos que no solo sean deliciosos, sino que también resalten la calidad de los ingredientes locales.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto



Se propone una línea premium de alfajores, un dulce tradicional que combina la suavidad de dos galletas con un relleno cremoso en el centro, todo ello cubierto con un delicado baño de chocolate o azúcar glas. El producto es un cofre con diferente capacidad para alfajores, entre ellas tenemos tres tipos de presentaciones: caja por seis, nueve y doce alfajores.

- **Usos del Producto**

Los alfajores son una opción ideal para disfrutar en cualquier momento del día. Pueden consumirse como un delicioso snack, un postre después de las comidas o como un acompañante de café o té. También resultan adecuados para ocasiones especiales, ya que existe la posibilidad de personalizarlos para eventos como cumpleaños, bodas y celebraciones corporativas. Al ser un detalle significativo, estos alfajores representan una excelente alternativa para sorprender a familiares, amigos o colegas en fechas especiales, convirtiéndose en un símbolo de afecto y celebración.

- **Especificaciones del producto**

Ingredientes: se utilizará solo ingredientes de alta calidad. Los alfajores son elaborados con harina de trigo, mantequilla, azúcar, huevos y rellenos naturales

Variedades de Relleno: se ofrecen múltiples opciones de relleno, incluyendo:

- Dulce de leche clásico
- Chocolate negro o blanco
- Frutas tropicales (como maracuyá o guayaba)
- Ganache de café
- Crema de avellanas

Tamaños: los alfajores individuales tendrán un tamaño de tres punto tres centímetros de diámetro, dos punto ocho centímetros de altura y un peso de 30 gramos.

Empaque: cada alfajor será presentado en un cofre elaborado en material plástico resistente. Este cofre tendrá como únicas dimensiones **8 cm x 10.5 cm x 6.5 cm**, con capacidad para seis alfajores. El diseño incluye tecnología de chapado en oro que garantiza durabilidad sin pérdida de color, una cerradura que aporta elegancia y seguridad, además de aberturas transparentes que permiten apreciar el interior y ofrecer una vista atractiva de los alfajores

Almacenamiento: Se recomienda conservar los alfajores en un lugar fresco y seco para mantener su frescura y calidad. Tienen una vida útil de aproximadamente 3 meses sin abrir el empaque.

2.1.2 Atributos diferenciadores. Los alfajores propuestos se destacan en el mercado por varias características sobresalientes que los convierten en una opción única y memorable. En primer lugar, se destaca la exclusividad del producto, ofreciendo ediciones limitadas específicamente en fechas o temporadas del año como Halloween,

Año Nuevo o Día de la Amistad. Esta atención a la originalidad y el diseño garantiza una experiencia única y memorable para cada consumidor

El empaque será un gran punto diferenciador, actualmente en el mercado no se encuentra un alfajor que se comercialice en un empaque con diseño de cofre, esta presentación no solo ofrecerá una protección adecuada al producto, sino que también funcionará como un objeto memorable para quien lo adquiera, elevando así la experiencia del consumidor y aportando un valor agregado al producto.

Finalmente, esta propuesta busca crear momentos especiales y recuerdos significativos. Cada alfajor no solo sería un dulce, sino un vehículo para generar un impacto positivo en el consumidor, evocando emociones que perduran en el tiempo. Al elegir estos alfajores, los consumidores no solo adquirirían un producto de calidad, sino que también vivirían una experiencia que los conectaría con sus seres queridos, celebraciones y recuerdos atesorados. De esta manera, no se trataría únicamente de la producción de dulces, sino de la creación de experiencias memorables.

2.2 SEGMENTO DE MERCADO

El segmento de mercado al que se dirigirá inicialmente la investigación y las estrategias de marketing se encuentra en la ciudad de Barranquilla, abarcando un rango de edad de 18 a 59 años. Este grupo demográfico presenta características diversas que lo convierten en un público objetivo atractivo para la línea de alfajores.

En primer lugar, este segmento incluye a jóvenes adultos (18-30 años) que suelen buscar productos novedosos y de calidad, así como opciones personalizables que se adapten a sus celebraciones y momentos especiales. Este grupo está muy influenciado por las tendencias en redes sociales, donde se valora la estética y la presentación de los productos. Al ofrecer alfajores personalizables, se puede captar su interés y motivarlos a compartir su experiencia en plataformas digitales.

Por otro lado, el grupo de adultos jóvenes y adultos de mediana edad (31-59 años) tiende a valorar la calidad y la tradición. Muchos de ellos buscan productos que no solo sean deliciosos, sino que también les ofrezcan una conexión emocional, ya sea a través de sabores que les recuerden su infancia o por la posibilidad de compartirlos en reuniones familiares y eventos sociales. Este segmento está dispuesto a invertir en productos de mayor calidad que generen experiencias memorables, lo que se alinea perfectamente con la propuesta de crear momentos especiales a través de los alfajores.

En el año 2018 las personas en el rango de edad de 18 a 59 años que habitan en la ciudad de Barranquilla, representando un total de 621.749 personas según datos del DANE, Censo Nacional de Población y vivienda año 2018 Para el año 2025, el DANE estimó una tasa de crecimiento poblacional del 11,92% donde implica un aumento de 74.112 personas, llevando la población a un total de 695.861 personas donde este grupo es relevante y atractivo para el lanzamiento de la línea de alfajores.¹⁶

2.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.3.1 Necesidades de información. Para llevar a cabo un estudio de la demanda que permita una comprensión profunda del mercado y facilite la toma de decisiones estratégicas, es crucial recolectar información sobre varias variables del mercadeo. Estas necesidades de información abarcan las áreas de producto, precio, plaza y promoción, cada una con sus respectivas dimensiones a investigar:

- Preferencias de sabores y rellenos de alfajores.
- Presentación del producto
- Demanda anual del producto

¹⁶ DANE - ¿Cuántos somos? (Dakota del Norte). Gobernador.co, tomado de - <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>

- Rango de precios aceptable por los consumidores para alfajores Premium.
- Canales de compra preferidos (tiendas físicas, online, eventos).
- Frecuencia de compra de productos de confitería.

2.3.2 Tipo de estudio. Para el análisis del mercado de alfajores en Barranquilla, se ha decidido llevar a cabo un estudio descriptivo. Este tipo de estudio es particularmente pertinente, dado que busca ofrecer una comprensión detallada de las características del mercado, las preferencias del consumidor y las dinámicas de competencia.

2.3.3 Enfoque. Para el estudio del mercado de alfajores en Barranquilla, se ha optado por un enfoque mixto este enfoque combina métodos cuantitativos como cualitativos, permitiendo obtener una comprensión más integral, rica del mercado y de los consumidores.

2.3.4 Fuentes de información. Se van a utilizar las siguientes fuentes de información:

- **Información primaria:** encuestas
- **Información secundaria:** informes académicos, estudios de factibilidad o de otros mercados relacionados, estadísticas oficiales.

2.3.5 Técnicas de investigación. La técnica a utilizar es la encuesta, la cual estará diseñada para captar datos sobre los gustos y preferencias del segmento de clientes.

2.3.6 Instrumento para la recolección de información. Se utilizará un cuestionario estructurado como instrumento de recolección de información.

2.3.7 Modo de aplicación. La encuesta se aplicará de forma directa, utilizando una herramienta como Google Forms para registrar las respuestas.

2.3.8 Cálculo de la muestra

Tamaño de muestra finita

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población 695.861.

Z = Nivel de confianza 1.96 (correspondiente al 95%).

e = Error de estimación 8% = (0.08)

p = Probabilidad de éxito 50% = (0.5).

q = Probabilidad de fracaso 50% = (0.5)

tamaño de la muestra.

$$n = \frac{695.861 * (1,96)^2 * 50\% * 50\%}{(8\%)^2 * (695.861 - 1) + (1,96)^2 * 50\% * 50\%} = 150 \text{ encuesta}$$

De acuerdo a los resultados obtenidos, se deben aplicar 150 encuestas con el fin de validar el estudio de mercado en la ciudad de Barranquilla.

2.3.9 Alcance. La investigación se realizará en la ciudad de Barranquilla, Colombia, centrándose en una población de mujeres y hombres que se encuentran en un rango de edad de 18 a 59 años.

2.3.10 Tiempo de aplicación. La encuesta se llevará a cabo del 15 de julio de 2025 al 31 de julio de 2025, donde en este período permitirá una recolección eficiente de datos sobre las preferencias de consumo de alfajores en la ciudad de Barranquilla, lo que permitirá un análisis más profundo y una mejor comprensión del mercado a largo tiempo.

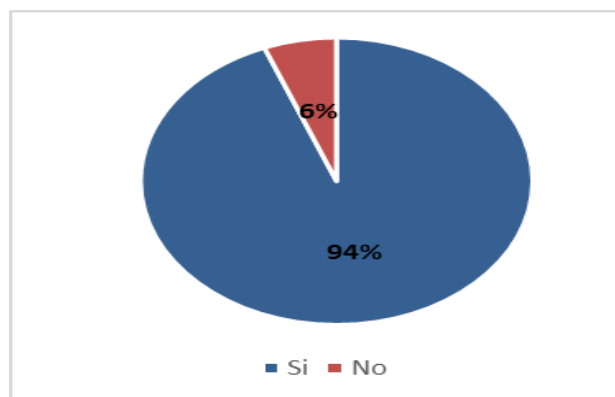
2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados. Se aplicaron 150 encuestas dirigidas a hombres y mujeres entre los 18 y 59 años, residentes en la ciudad de Barranquilla. A partir de la información recolectada, se realizó la tabulación y el análisis de cada una de las preguntas, con el fin de obtener los resultados que se presentan a continuación.

Pregunta 1. ¿Compra usted alfajores?

Cuadro 1 . compra de alfajores

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	141	94%
No	9	6%
Total	150	100%

Gráfico 1. Compra de alfajores



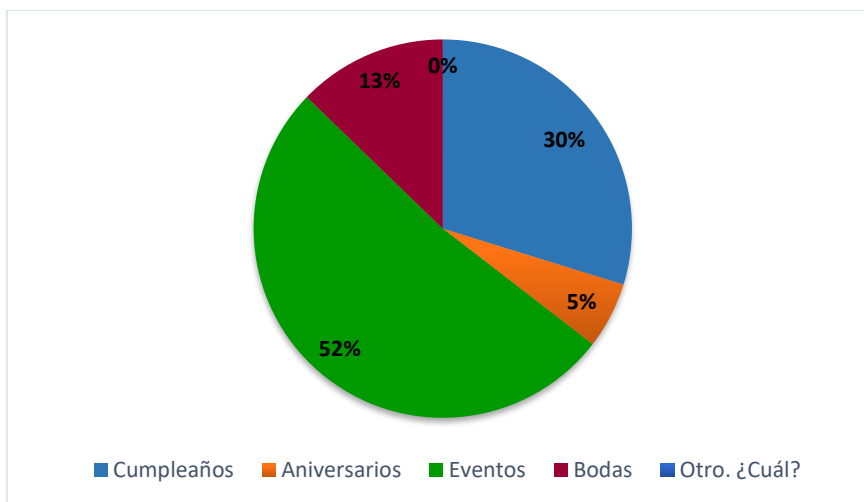
De acuerdo con los resultados de la encuesta, se revela que el 94% de la población objetivo compra alfajores, indicando una fuerte demanda y aceptación del producto en el mercado. Esto sugiere que los potenciales clientes ya tienen un hábito de compra que la empresa puede aprovechar. Por otro lado, este porcentaje es necesario para el cálculo de la demanda.

Pregunta 2. ¿En qué ocasiones acostumbra usted comprar alfajores?

Cuadro 2. Ocasiones de consumo de alfajores

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cumpleaños	42	30%
Aniversarios	8	6%
Eventos	73	52%
Bodas	18	13%
Otro. ¿Cuál?	0	0%
Total	141	100%

Gráfico 2. Ocasiones de consumo de alfajores



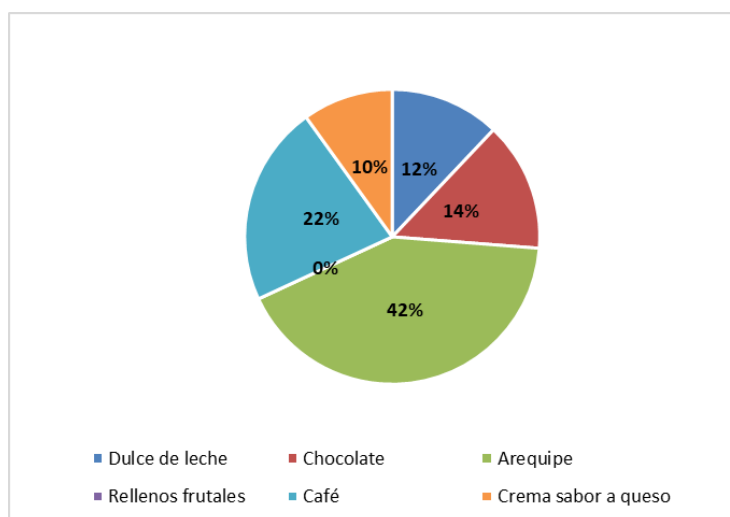
De acuerdo con los resultados de la encuesta, se revela que el 52% de la población objetivo que compra alfajores los consume en eventos, destacando su popularidad en celebraciones sociales. Además, un 30% los disfruta en cumpleaños, un 13% en bodas y un 6% en aniversario lo que refuerza su rol en ocasiones festivas. Este dato es importante para el proyecto, ya que permite conocer en qué momentos hay mayor consumo del producto y de esta forma planificar la producción.

Pregunta 3. ¿De los siguientes rellenos, cuáles son sus preferidos?

Cuadro 3. rellenos preferidos para alfajores

SABOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dulce de leche	17	12%
Chocolate	20	14%
Arequipe	59	42%
Rellenos frutales	0	0%
Café	31	22%
Crema sabor a queso	14	10%
Total	141	100%

Gráfico 3. rellenos preferidos para alfajores



De acuerdo con los resultados obtenidos, se muestra que el 42% de la población objetivo que compran alfajores prefiere el relleno de arequipe, destacando su popularidad entre los consumidores. seguido por el café con un 22%, mientras que el chocolate 14% y el dulce de leche 12% muestran una aceptación moderada; por su parte, la crema sabor a

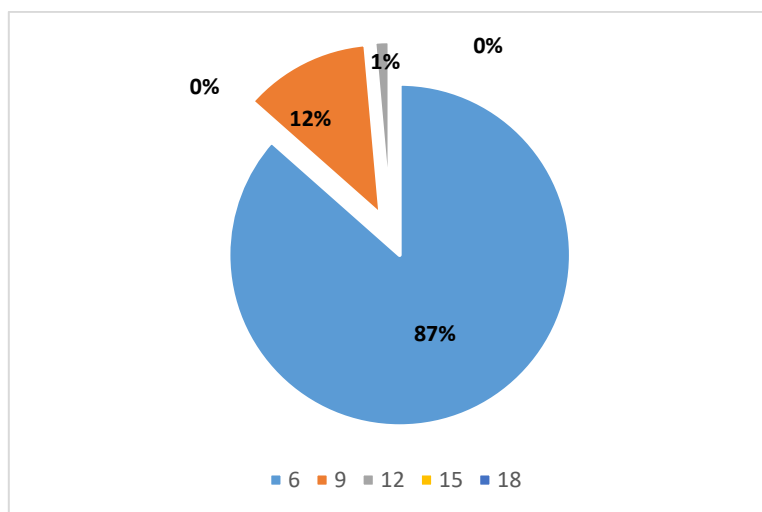
queso alcanza un 10% y los rellenos frutales no presentan demanda 0%, lo que evidencia que los sabores con mayor potencial de comercialización son el arequipe y el café, acompañados de opciones complementarias como chocolate y dulce de leche.

Pregunta 4. De las siguientes cantidades de alfajores por paquete ¿Cuál prefiere comprar?

Cuadro 4. Cantidad de alfajores por empaque

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROPORCIÓN	PROMEDIO
6 unidades	122	87%	87% * 6 Unid.	5,22
9 Unidades	17	12%	12% * 9 unid.	1,08
12 Unidades	2	1%	1% * 12 Unid	0,12
15 Unidades	0	0%	0% * 15 Unid.	0,0
18 Unidades	0	0%	0%*18= 0	0,0
Total	141	100%		6,42

Gráfico 4. Cantidad de alfajores por empaque



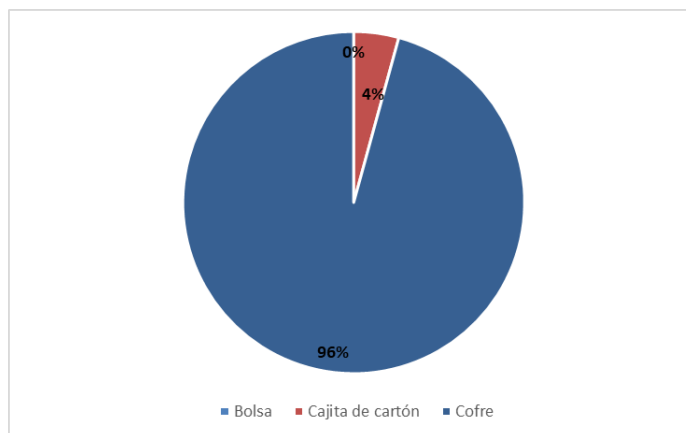
El resultado arrojado muestra que un 87% de los encuestados prefiere comprar los paquetes que contenga 6 unidades indicando que esta cantidad es ideal para satisfacer sus necesidades de consumo. Por otro lado, el 12% elige 9 unidades y el 1% opta por 12 unidades. No hubo preferencias por 15 o 18 alfajores. Por lo tanto, se concluye que la cantidad ideal para empacar es de 6 alfajores por cofre, ya que esta opción se ajusta a la mayoría de las preferencias y aporta al diseño de un producto más atractivo para el mercado. Además, el promedio ponderado es de 6,42 unidades por paquete, lo que respalda la preferencia por presentaciones que no sean ni muy pequeñas ni excesivamente grandes, apuntando a un consumo moderado.

Pregunta 5. De los siguientes empaques ¿Qué tipo de empaque prefiere para el producto?

Cuadro 5. Preferencias de empaque

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bolsa	0	0%
Cajita de cartón	6	4%
Cofre	135	96%
Total	141	100%

Gráfico 5. Preferencias de empaque



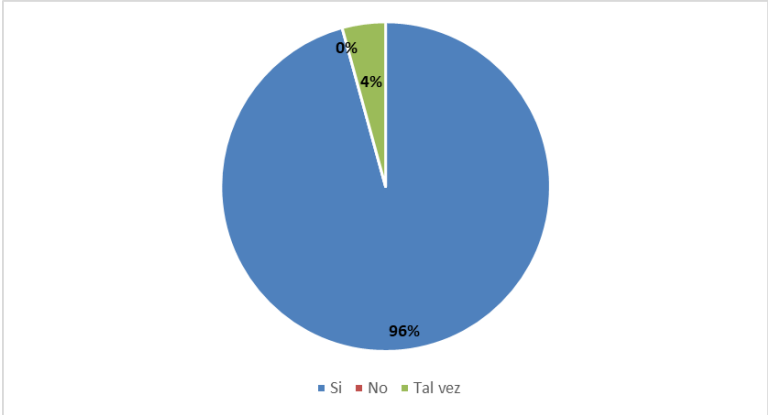
El resultado de la encuesta muestra que el 96% de las personas de la población objetivo prefiere el cofre como empaque para los alfajores, lo que indica un fuerte interés en una presentación elegante que resalte la calidad del producto. Esto sugiere que los consumidores ven los alfajores como un regalo o detalle especial. Por otro lado, solo un 4% opta por la cajita de cartón y ninguno elige la bolsa, lo que indica que estas opciones no son atractivas para la población objetivo.

Pregunta 6. ¿Estaría dispuesto a comprar alfajores para regalar en un empaque de lujo?

Cuadro 6. Regalar alfajores en un empaque de lujo.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	135	96%
No	0	0%
Tal vez	6	4%
Total	141	100%

Gráfico 6. Regalar alfajores en un empaque de lujo.



El 96% de la población objetivo manifestó que, consideraría comprar alfajores en empaque de lujo para regalar, lo que revela un alto potencial para posicionarlos como un regalo atractivo y significativo. Esto sugiere que los consumidores ven el alfajor no solo

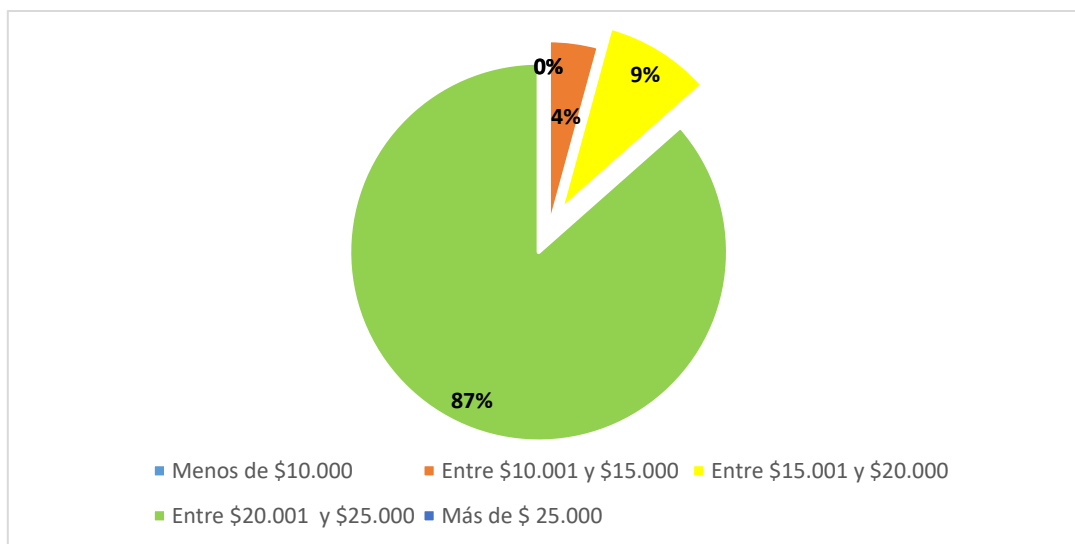
como un producto de consumo habitual, sino también como un detalle valioso en celebraciones. Por otro lado, el 4% que tal vez lo consideraría, refleja una oportunidad para incentivar esta opción en futuras estrategias de marketing.

Pregunta 7. ¿Cuánto invierte en la compra de paquetes de alfajores?

Cuadro 7. Cantidad de dinero invertida en la compra de paquetes

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALOR MEDIO	PROMEDIO ANUAL DE CONSUMO
Menos de \$10.000	0	0%	\$ 7.500	$0\% * \$ 7.500 = 0$
Entre \$10.001 y \$15.000	6	4%	\$ 12.500	$4\% * \$ 12.500 = \500
Entre \$15.001 y \$20.000	13	9%	\$ 17.500	$9\% * \$ 17.500 = \1.575
Entre \$20.001 y \$25.000	122	87%	\$ 22.500	$87\% * \$ 22.500 = \19.575
Más de \$ 25.000	0	0%	\$ 27.500	$0\% * \$ 27.500 = 0$
Total	141	100%		\$ 21.650

Gráfico 7. Cantidad de dinero invertida en la compra de paquetes



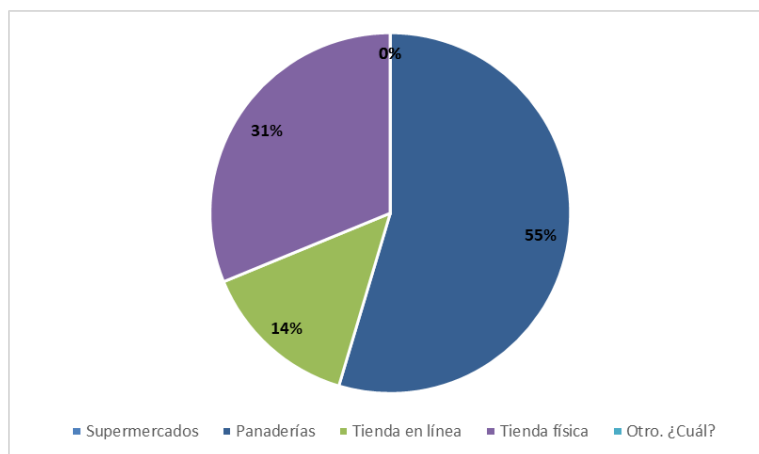
De acuerdo con los resultados de la encuesta, se muestra que el 87% de las encuestados que compran alfajores invierten entre \$20,001 y \$25,000 en la compra de paquetes, mientras que el 9% invierten entre \$15.001 y \$20.000 y solo el 4% entre \$10.001 y \$15.000. No se reportaron respuestas por debajo de \$10.000 ni por encima de \$25.000. Esto indica que la mayoría de los consumidores invierten en la compra de precio medio y alto por este producto, lo que refleja una valoración positiva hacia el alfajor dentro de ese rango de precio. Por otro lado, el precio promedio de las personas que compran paquetes de alfajores invierte un valor de \$ 21.650, lo que representa un dato clave para entender el comportamiento de compra del consumidor y la estrategia de precio del proyecto.

Pregunta 8. ¿Dónde suele comprar alfajores?

Cuadro 8. Lugares de compra de alfajores

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercados	0	0%
Panaderías	77	55%
Tienda en línea	20	14%
Tienda física	44	31%
Otro. ¿Cuál?	0	0%
Total	141	100%

Gráfico 8. Lugares de compra de alfajores



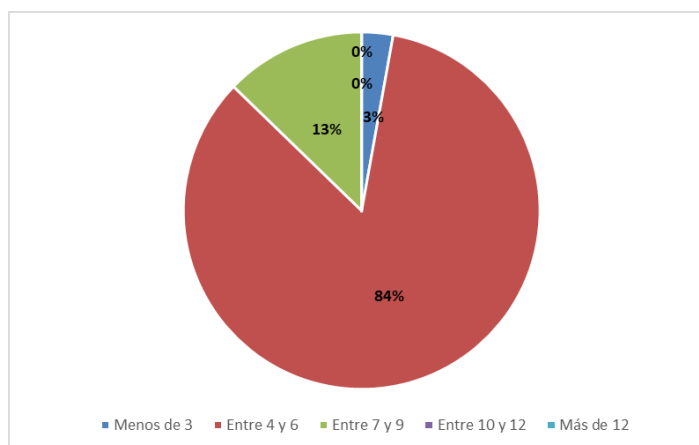
De acuerdo con los resultados de la encuesta, se indica que el 55% de la población objetivo compra alfajores en panaderías, destacando este canal como el más popular y efectivo, lo que sugiere que los consumidores valoran la frescura y calidad del producto. Por otro lado, no se registraron compras en supermercados, lo que indica una posible falta de disponibilidad de alfajores artesanales en esos puntos de venta. Además, solo un 14% compra a través de tiendas en línea y un 31% tiendas físicas, lo que señala una oportunidad para expandir la presencia en el comercio electrónico.

Pregunta 9. ¿Cuántos paquetes compra anualmente?

Cuadro 9. Frecuencia de compra de alfajores

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	MEDIA DE CLASE	PROMEDIO ANUAL
Menos de 3	4	3%	2	$2 \cdot 3\% = 0,06$
Entre 4 y 6	119	84%	5	$5 \cdot 84\% = 4,22$
Entre 7 y 9	18	13%	8	$8 \cdot 13\% = 1,04$
Entre 10 y 12	0	0%	11	$11 \cdot 0\% = 0$
Más de 12	0	0%	14	$14 \cdot 0\% = 0$
Total	141	100%		5,32

Gráfico 9. Frecuencia de compra de alfajores



El 84%, de la población objetivo compra entre 4 y 6 paquetes de alfajores anualmente, Además, un 13% adquiere entre 7 y 9 paquetes, por otro lado, solo un 3% compran menos de 3 paquetes y ninguno de los encuestados manifestó comprar entre 10 y 12 paquetes o más de 12 paquetes al año. Al calcular el promedio ponderado de las respuestas, se obtiene un promedio anual de 5,32 paquetes por persona. Esto sugiere que la mayoría de los consumidores se encuentran en un rango moderado de consumo,

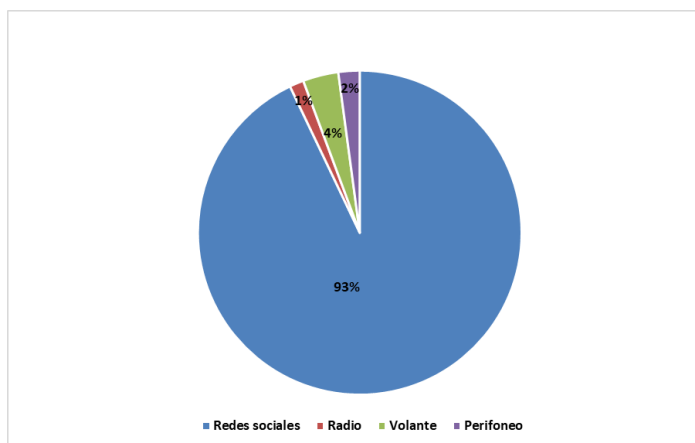
comprando entre 4 y 9 paquetes al año, lo que refuerza la idea de un consumo regular y no excesivo de alfajores.

Pregunta 10. ¿Qué medio de comunicación prefiere para conocer nuevos productos?

Cuadro 10. Medio de información

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes sociales	131	93%
Radio	2	1%
Volante	5	4%
Perifoneo	3	2%
Total	141	100%

Gráfico 10. Medio de información



El análisis muestra que un 93% de las personas de la población objetivo prefiere enterarse de nuevos productos de alfajores a través de redes sociales, lo que resalta su relevancia como principal medio de comunicación. Por otro lado, un 4% opta por volantes, un 2% perifoneo y un 1% por radio, indicando un interés limitado en métodos

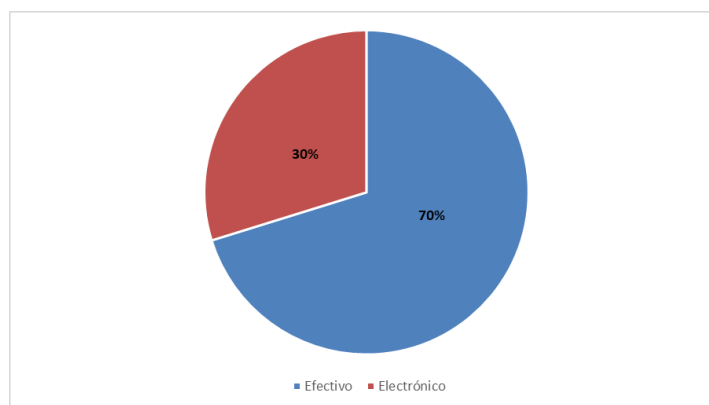
tradicionales. Por lo tanto, se concluye que la estrategia de difusión debe centrarse en las redes sociales, ya que este medio permite una mayor conexión y asegura un alcance más efectivo.

Pregunta 11. ¿Qué medio de pago prefiere para hacer sus compras?

Cuadro 11. Medio de pago

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	99	70%
Electrónico	42	30%
Total	141	100%

Gráfico 11. Medio de pago



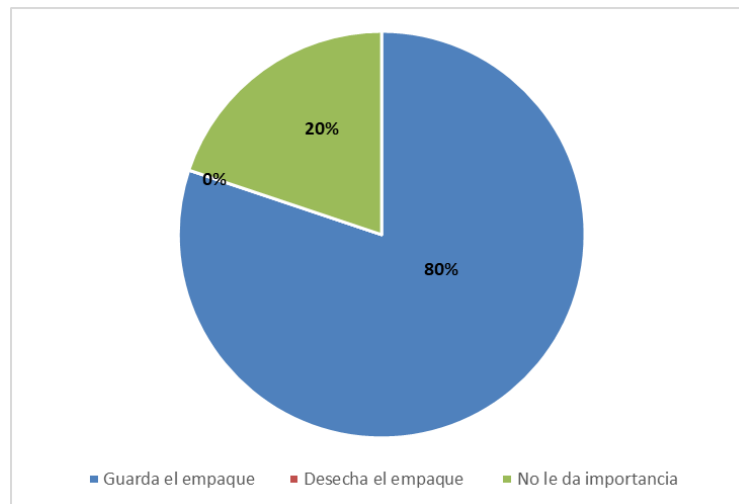
De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta, se puede visualizar que el 70% de la población prefiere pagar en efectivo al momento de comprar los alfajores, indicando una fuerte inclinación hacia este método tradicional. Sin embargo, un 30% optan por pagos electrónicos lo que indica un interés en alternativas digitales.

Pregunta 12. ¿Cuándo usted recibe un detalle con un empaque bonito, que hace con él?

Cuadro 12. Manejo de empaque bonito

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Guarda el empaque	113	80%
Desecha el empaque	0	0%
No le da importancia	28	20%
Total	141	100%

Gráfico 12. Manejo de empaque bonito



De acuerdo con los resultados de la encuesta, se puede determinar que el 80% de las personas de la población objetivo guarda el empaque cuando reciben un detalle bonito, indicando un alto aprecio por la presentación del producto. Esto sugiere que los consumidores valoran tanto el contenido como la forma en que se presenta, lo que puede influir en su percepción de calidad. Sin embargo, un 20% indicaron que no le da importancia al empaque lo que refuerza la idea de que un diseño atractivo mejora la experiencia del consumidor.

2.3.12 Estimación de la demanda actual. Para estimar la demanda actual de alfajores en unidades por año, considerando que el segmento del mercado en el rango de edad de 18 a 59 años es de 695.861 personas, se requiere la siguiente información.

Población objetivo (Es de **695.861** y se encuentra en el numeral 3.2 Segmento de mercado)

Porcentaje de población que compra alfajores (Es de **94%** y se encuentra en la pregunta 1 de la encuesta)

Promedio ponderado de paquetes comprados anualmente (este promedio fue de **5,32** y se encuentra en la pregunta 9 de la encuesta)

Promedio ponderado de unidades por paquete (este promedio fue de **6,42** y se encuentra en la pregunta 4 de la encuesta)

Teniendo en cuenta lo anterior se utilizará la siguiente fórmula:

Demanda anual = Población objetivo * Porcentaje de población que compra alfajores * Promedio ponderado de paquetes comprados anualmente * Promedio ponderado de unidades por paquete.

Demanda anual = 695.861 * 94% * 5,32 * 6,42

Demanda anual = 22.340.712 unidades de alfajores

A partir de la fórmula de la demanda anual, se calculó que la demanda actual es aproximadamente de 22.340.712 unidades de alfajores al año en un segmento de mercado de 18 a 59 años.

Para calcular la demanda anual, se halló en unidades y no en cajas o cofres de 6 alfajores, ya que el mercado objetivo oferta en diferentes presentaciones, y por ello se estimó el promedio ponderado de unidades por paquete de alfajores.

2.3.13 Estimación de la demanda efectiva. La demanda efectiva se calcula multiplicando el valor total de la demanda actual por el porcentaje de aceptación de las personas dispuestas a comprar alfajores para regalar en un empaque de lujo, (pregunta 6) y se divide 6 cantidad de alfajores por empaque (pregunta 4).

Demanda actual: 22.340.712 unidades de alfajores

% nivel de aceptación personas dispuestas a comprar alfajores para regalar en un empaque de lujo (Pregunta 6) → 96%.

Demanda Efectiva $22.340.712 * 96\% = 21.447.083$ unidades en el año.

Demanda Efectiva = $21.447.083 / 6$ (alfajores x empaque) = 3.574.513 paquetes x 6 unidades en el año.

Este resultado refleja la cantidad aproximada de unidades de cofre que incluyen 6 alfajores que se demandaría en el mercado objetivo.

2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años. La proyección de la demanda para los próximos cinco años se ha realizado tomando como base el comportamiento demográfico del área metropolitana de Barranquilla. De acuerdo con los datos actuales, la población en 2025 alcanza los 2.396.000 habitantes, lo que representa un crecimiento del 0,97% con respecto al año anterior¹⁷.

Cuadro 13. Demanda actual proyectada

AÑO	DEMANDA ACTUAL PROYECTADA
1	22.557.417
2	22.776.224

¹⁷ MACROTRENDS [sitio web]. Colombia metro area population 1950-2025. Disponible en: <https://www.macrotrends.net/global-metrics/cities/20808/barranquilla/population#:~:text=The%20current%20metro%20area%20population,a%201.03%25%20increase%20from%202022>

AÑO	DEMANDA ACTUAL PROYECTADA
3	22.997.153
4	23.220.226
5	23.445.462

Cuadro 14. Demanda efectiva proyectada

AÑO	DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA
1	3.609.186
2	3.644.195
3	3.679.544
4	3.715.235
5	3.751.273

2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Cuadro 15. Comparativos competidores

<p>FACTOR</p>	 <p>Sabores sorpresas</p>	 <p>La Gabrielle Pasteleria</p>	 <p>DOLCE VITA "ENAMORA TU PALADAR CON UN MORDISCO DE FELICIDAD"</p>
<p>Ubicación</p>	<p>Cra 62 #56-34 – Barranquilla</p>	<p>Barranquilla</p>	<p>Emprendimiento - Barranquilla</p>
<p>Productos</p>	<p>Dedicada a la producción y comercialización de productos de pastelería y panadería, tales como alfajores rellenos de dulce de leche con sabor a coco, guayaba, maracuyá, avellana; galletas; brownies; tortas; productos para eventos</p>	<p>Dentro de su portafolio, La Gabrielle ofrece una variedad interesante de productos artesanales como alfajores de arequipe; tortas personalizadas (Torta Alfajor, Milocura); postres innovadores (blondies, Napoleón, cookie pies, bombas de chocolate, salsas artesanales)</p>	<p>Alfajores semi industrializados; rellenos (arequipe, avellana, chocolate, café; coberturas (chocolate, azúcar glas); personalización para eventos</p>
<p>Fortalezas</p>	<p>Tienen diversidad de productos, las hacen personalizadas, tienen tienda online.</p>	<p>Su propietaria y pastelera es Chef profesional. Diversidad de productos. La presentación de los productos es excelente. Pedidos a través de WhatsApp.</p>	<p>Empaque de excelente presentación. Precios asequibles.</p>
<p>Debilidades</p>	<p>La página Online demora en cargar. No tiene punto de venta físico,</p>	<p>No tienen punto de venta físico.</p>	<p>No hay diversidad de productos.</p>
<p>Empaque y presentación</p>	<p>Los alfajores suelen presentarse en envases plásticos transparentes, etiquetas llamativas, cajas personalizadas</p>	<p>Los alfajores se entregan en cajas elegantes y personalizadas, mientras que las tortas, postres y dulces vienen en empaques que combinan con diseño moderno.</p>	<p>Cofres elegantes y exclusivos; reutilizables; diseño simbólico y de regalo</p>
<p>Estrategias de marketing</p>	<p>Esta empresa tiene una presencia activa en Redes sociales (Instagram,</p>	<p>En cuanto a marketing, mantiene una fuerte presencia en redes sociales</p>	<p>Marketing emocional y visual; redes sociales; islas en centros</p>

FACTOR	 <p>Sabores sorpresas</p>	 <p>La Gabrielle Pasteleria</p>	
	Facebook); ferias locales; alianzas (SENA, Carulla, CUC, Gases del Caribe)	(Instagram, Facebook); promociones; lanzamientos; eventos y ferias gastronómicas; alianzas estratégicas	comerciales/terminales; campañas temáticas; ediciones especiales
Precios	En términos de precios, los alfajores individuales se comercializan aproximadamente a \$4.000 por unidad, caja 10 unidades. \$35.000; galletas/brownies \$2.000–\$3.000; tortas según tamaño	Los precios de sus productos reflejan su enfoque artesanal y de alta calidad como la caja 8 alfajores \$20.000; tortas desde \$32.000; postres individuales y familiares con precios variables	Rango medio–alto; este valor es percibido por empaque de lujo e ingredientes de calidad
Canales de distribución	Sus canales de distribución incluyen tienda física; redes sociales; página web; ferias/eventos	Los canales de distribución incluyen tienda física; redes sociales; Rappi; pedidos personalizados para eventos	Venta directa; redes sociales; ferias gastronómicas; alianzas con negocios locales
Calidad del producto	En cuanto a la calidad del producto, utilizan ingredientes frescos y naturales, Por otro lado, la certificación del INVIMA refuerza la confianza del consumidor en sus procesos de producción.	Se destaca por ofrecer productos artesanales de alta calidad, elaborados con ingredientes frescos. Por otro lado, la experiencia gourmet y la consistencia en cada producto son opiniones positivas. ¹⁸	El proceso de producción será semi industrializado, los ingredientes serán seleccionados cuidadosamente para garantizar frescura y sabor, mientras que los procesos estarán alineados con los estándares regulatorios, como los establecidos por el INVIMA, para asegurar la seguridad y calidad del producto final.
Método de pago	Ofrece diversos métodos de pago como efectivo, tarjetas débito y crédito. Para ventas en línea, manejan transferencias bancarias. ¹⁹	Los métodos de pago ofrecidos incluyen efectivo, tarjetas; pasarela Rappi; transferencias bancarias. ²⁰	El método de pago que se ofrecerá será el pago en efectivo, también contará con medios de pagos digitales.

18 Instagram. (s/f-b). Instagram – tomado, de <https://www.instagram.com/lagabriellepasteleria/?hl=es>

19 Instagram. (s/f). Instagram - tomado, de https://www.instagram.com/sabores_sorpresa/?hl=es

20 La Gabrielle - Norte-Centro Histórico. (s/f). Com.co tomado, de https://www.rappi.com.co/restaurantes/900131317-la-gabrielle?utm_source

2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto. Teniendo en cuenta lo descrito en el numeral 2.1.1 se mantiene sin modificaciones, ya que los resultados obtenidos en el análisis de mercado confirman que es útil.

Con base en lo descrito en el numeral 2.1.1 y a partir de los resultados del análisis de la demanda y la oferta, se determina realizar modificación en la presentación del producto, estableciendo como opción principal los cofres de 6 unidades, ya que esta cantidad refleja una preferencia atractiva en el mercado.

2.5.2 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia. A partir de lo propuesto en el numeral 2.1.2 y tras el análisis de la competencia, se confirma que el producto mantiene su propuesta original.

2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN

Como estrategia clave para asegurar la factibilidad y el éxito del proyecto, se establecerán islas de exhibición y venta en los principales centros comerciales de Barranquilla. La distribución será exclusiva, con el fin de garantizar un control riguroso sobre la experiencia del cliente, la calidad del producto y la imagen de la marca.

De esta manera, los clientes tendrán la oportunidad de acercarse directamente a estos puntos de venta estratégicos y acceder a un producto diferenciado y de alta calidad.

2.7 ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS

Se utilizará una estrategia basada en costos, la cual consiste en calcular los costos directos e indirectos de la producción del producto, lo que incluye materias primas, mano de obra, empaque, transporte, y además agregando un margen de ganancia deseado. Con la ventaja de asegurar cubrir los costos y obtener utilidad

2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

2.8.1 Estrategias de comunicación. Para la promoción del producto en el mercado, la estrategia estará enfocada en Instagram, dado que esta red social permite aumentar significativamente la visibilidad y el alcance. Para dar a conocer la Marca, se implementará una campaña con pauta paga y colaboración de influencers de Barranquilla, quienes tienen como fortaleza el uso de Instagram como canal principal de comunicación.

El marketing de influencers ha crecido de manera exponencial en los últimos cinco años aproximadamente, y ha sucedido gracias al aumento de creadores de contenidos, también conocidos como influencers en la red. Es así, como Instagram se posiciona como la plataforma dominante en este terreno y, es que este medio publicitario tiene muchas ventajas, entre ellas, se puede llegar a más gente por un precio más barato, se potencializan los atributos de la marca, se genera buena reputación y confianza, etc.²¹

Es por ello que para el lanzamiento del producto, se tendrán en cuenta las campañas publicitarias desarrolladas con los influencers seleccionados para la promoción y divulgación de los alfajores. Una vez se logre la captación de usuarios, se llevará a cabo

²¹ INFOBAE [Sitio web]. El marketing de influencers le gana la partida a la publicidad tradicional: “Han entendido que es una profesión”. [Consultado el 12 noviembre de 2025]. Disponible en: <https://www.infobae.com/espana/2023/12/17/el-marketing-de-influencers-le-gana-la-partida-a-la-publicidad-tradicional-han-entendido-que-es-una-profesion/>

un lanzamiento con degustación en el punto de venta, donde los clientes podrán conocer directamente la propuesta, participar en concursos y acceder a descuentos especiales al seguir la página de Instagram y compartir publicaciones de la marca.

La publicidad en radio y los volantes serán otro medio utilizado como estrategia publicitaria, para promocionar el lanzamiento del producto, ya que impulsarán el reconocimiento de la marca, en otro tipo de segmento de clientes.

Asimismo, se crearán concursos y dinámicas promocionales en los que los ganadores podrán recibir el producto de manera gratuita, así como tarjetas de regalo, todo ello con el apoyo de los colaboradores de la marca.

2.8.2 Presupuesto de comunicación

2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento.

Cuadro 16. Presupuesto de lanzamiento

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
Redes sociales (Instagram)	1	\$ 187.200	\$ 187.200
Cuña radial mención 15" (3 diarias x 15 días)	15	\$ 16.101	\$ 241.515
Contrato con influencers	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Diseño e impresiones de volantes	1.000	\$ 60	\$ 60.000
TOTAL			\$ 1.488.715

2.8.2.2 Presupuesto de operación.

Cuadro 17. Presupuesto de operación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Redes sociales (Instagram)	\$ 234.000	\$ 2.808.000
Cuña radial 15" (2 diarias x 30 días)	\$ 322.020	\$ 3.864.240
TOTAL	\$ 556.020	\$ 6.672.240

3. ESTUDIO TÉCNICO

En este estudio se evalúan aspectos claves como la capacidad del proyecto, la localización, talento humano, infraestructura, materiales e insumos, la maquinaria y demás elementos necesarios para definir la viabilidad técnica del proyecto.

3.1 TIPO DE PROYECTO

Dolce Vita es un proyecto que hace parte del sector producción, ya que su principal actividad económica es la elaboración de alfajores.

3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO

3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable. En el siguiente cuadro, se presenta la ficha técnica del producto elaborado por Dolce Vita, correspondiente a alfajores; en él se especifican sus principales características como son el empaque, tipo de conservación, tabla nutricional, etc.

Cuadro 18. Ficha técnica alfajores

	FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	
Elaborado por:	Luz Smith Gualdrón quintanilla Angy katherine Angarita	Revisión: 14/06/2025
NOMBRE DEL PRODUCTO	Dulce Tesoro (cofre con 6 alfajores)	
IMAGEN DEL PRODUCTO		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	Se propone una línea premium de alfajores, presentados en un elegante cofre, con	

	capacidad para seis unidades, que destacan por su relleno cremoso entre dos galletas suaves y su cobertura de chocolate o azúcar glas.	
LUGAR DE ELABORACIÓN	Barranquilla	
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Kcal	277%
	Proteína	36,68%
	Grasa	13,46%
PRESENTACION Y EMPAQUES COMERCIALES	Cofre por 6 alfajores (cofre hecho de material plástico ABS con recubrimiento) medidas centímetros 8 cm x 10.5 cm x 6.5 cm	
TIPO DE CONSERVACIÓN	Temperatura ambiente, con su respectivo empaque.	
CONSIDERACIONES PARA EL ALMACENAMIENTO	conservar los alfajores en un lugar fresco y seco para mantener su frescura y calidad. Tienen una vida útil de aproximadamente 3 meses, sin abrir el empaque de plástico.	
INSTRUCCIONES DE CONSUMO	una vez abierto el empaque, consumir en el menor tiempo posible,	

3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave. El proceso de elaboración de alfajores, requiere de maquinaria especial (horno, balanza, moldes, etc.), utensilios de cocina como son espátulas, cucharas, cuchillos, etc., rodillos, guantes de calor, manga pastelera, entre otras.

Las actividades principales que se deben tener en cuenta para la elaboración de este tipo de producto son las siguientes:

- **Selección de ingredientes:** de acuerdo con el programa de producción se escogen los ingredientes necesarios para elaborar la receta.
- **Pesaje de los ingredientes:** consiste en medir la cantidad exacta de los ingredientes que se van a utilizar, de acuerdo con la receta, y para ello se utiliza una balanza.

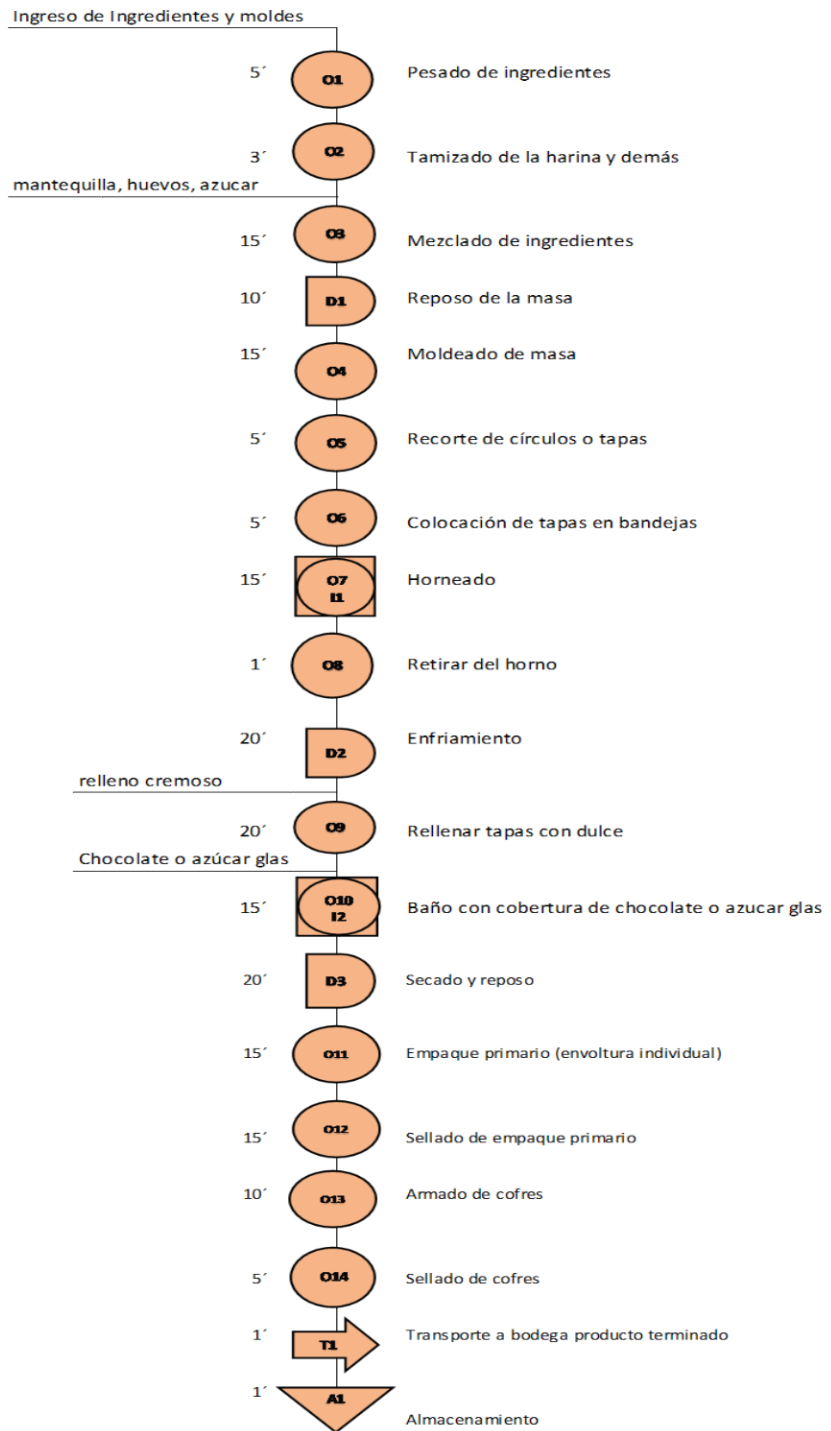
- **Tamizada:** Para evitar impurezas algunos ingredientes como harina, azúcar glas, polvo de hornear, entre otros, son pasados por un cernidor o tamiz para que de esta forma queden más sueltos y sin grumos.
- **Mezcla de Ingredientes:** consiste en unir los ingredientes secos y húmedos, a través de una batidora industrial hasta obtener una mezcla homogénea.
- **Reposo de la masa:** una vez obtenida la mezcla homogénea, se deja reposar por cierto tiempo para que tome firmeza y sea más fácil manejarla.
- **Moldeado:** corresponde al estirado de la masa con un rodillo.
- **Recorte:** Con la ayuda del molde redondo para galletas, se procede a cortar los círculos o las tapas.
- **Horneado:** Consiste en introducir las tapas o círculos en el horno para que sean cocidas a través de calor seco.
- **Rellenado:** Una vez horneadas las tapas se rellenan con el ingrediente especial de acuerdo con la receta.
- **Baño:** Esta técnica consiste en pasar la galleta rellena por una cobertura de chocolate o azúcar glas.
- **Enfriamiento:** Los alfajores son refrigerados por un tiempo determinado, para que la galleta mantenga su forma.
- **Empaque:** colocar los alfajores en su respectivo empaque, el cual para ello se ha dispuesto de cofres con capacidad para seis unidades.

- **Almacenamiento:** los alfajores son almacenados en bodega de producto terminado.






En la siguiente figura se muestra el diagrama de operaciones, correspondiente a la elaboración de un lote de alfajores con sus respectivos tiempos:

Figura 1. Diagrama de procesos

Diagrama N°	001
Empresa:	Dolce Vita
Descripción:	Diagrama de procesos para la elaboración de Alfajores
Departamento:	Producción



Cuadro 19. Resumen de operaciones

Actividades	Convenciones	Número de veces	Total Tiempo en Minutos
Operación		14	144
Inspección		2	-
Transporte		1	1
Demora		3	50
Almacenamiento		1	1
Total			146

Nota: Las demoras no son tenidas en cuenta para calcular los tiempos de producción, ya que los operarios los utilizan para realizar otras actividades.

Cuadro 20. Resumen de operaciones

Descripción	Cant	
Unidades a producir por lote	180	Alfajores
Tamaño del lote	30	Cofres x 6 Alfajores
Tiempo del ciclo	4,87	Minutos /cofre de 6 alfajores

3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). El Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) para desarrollar el proyecto, deberá cumplir con los requerimientos de la Resolución 0312 del 13 de febrero de 2019, expedida por el Ministerio de Trabajo, donde establece los estándares mínimos para empresas con 10 trabajadores o menos, el cual son los siguientes:

- Asignar una persona que diseñe el Sistema de Gestión de SST.
- Afiliación a los Sistemas de Seguridad Social Integral.

- Elaborar y ejecutar programa o actividad de programa de promoción y prevención, que incluya como mínimo lo referente a los peligros/riesgos prioritarios y las medidas de prevención y control.
- Elaborar el Plan Anual de Trabajo del Sistema de Gestión de SST.
- Realizar las evaluaciones médicas ocupacionales de acuerdo con la normatividad y los peligros/riesgos a los cuales se encuentre expuesto el trabajador.
- Realizar la identificación de peligros y, la evaluación y valoración de los riesgos con el acompañamiento de la ARL.
- Ejecutar las actividades de prevención y, control de peligros y/o riesgos, con base en el resultado de la identificación de peligros, la evaluación y valoración de los riesgos.

Para el diseño e implementación del SG-SST se ha determinado asignar a un profesional especializado en SG-SST, mediante un contrato de prestación de servicios. El cual después de analizar varias propuestas, se optó por una que tuvo en cuenta el número de trabajadores, que la empresa es nueva y que apenas va iniciar actividades comerciales. Dicha cotización fue presentada por un valor de \$500.000 para diseñar el SG-SST y para la implementación y seguimiento \$35.000 por número de trabajador mensual (Ver Anexo 1)

3.2.4 Análisis Ambiental. El proyecto requiere de un estudio para medir el impacto ambiental que generará la creación de una empresa productora de alfajores en la ciudad de Barranquilla. Asimismo, dicho análisis deberá tener en cuenta las prácticas que se deben aplicar para mitigar cualquier afectación al medio ambiente, lograr su protección y de esta forma lograr desarrollar una organización sostenible.

Para ello, se ha determinado contar con la asesoría de un profesional en esta rama, para que realice dicho estudio y le haga seguimiento de forma periódica. De acuerdo con la propuesta más conveniente para el proyecto, se ha aceptado una cotización por valor de \$600.000 para el análisis del estudio y, \$300.000 trimestral por el seguimiento que se le

realizará a la empresa en esta área, teniendo en cuenta que su actividad comercial no tiene afectaciones al medio ambiente (ver Anexo 2).

3.2.5 Recursos Claves. Los recursos claves es indispensable reconocerlos para poner en marcha el proyecto. Hacen parte de ello, el talento humano, la infraestructura, la maquinaria y equipo, los materiales e insumos, entre otros.

3.2.5.1 Talento humano. Se presenta a continuación un cuadro detallado con los cargos, áreas funcionales y cantidad de personal requerido para Dolce Vita, empresa dedicada a la producción de alfajores, considerando una estructura organizativa acorde con el sector de alimentos.

Cuadro 21. Mano de obra Directa

CARGO	PERFIL	N° DE PUESTOS
Maestro Alfajero	Técnico o tecnólogo en Gastronomía, Repostería o Panadería	1
Operario de producción	Cursos cortos en Panadería, Repostería o Cocina básica	1

Cuadro 22. Nómina de administración y ventas

CARGO	PERFIL	N° DE PUESTOS
Gerente	Profesional en Gestión Empresarial	1
Auxiliar administrativo y contable	Tecnólogo en Gestión Empresarial y auxiliar contable	1
Vendedor	Técnico o tecnólogo en áreas afines a ventas, mercadeo o atención al cliente	4

3.2.5.2 Infraestructura. Hace referencia a los bienes físicos indispensables para el funcionamiento de la empresa, dentro de los cuales se incluyen mobiliario, equipos de oficina, herramientas tecnológicas, maquinaria de producción y demás recursos que respaldan la operación diaria.

Cuadro 23. Equipos de Oficina

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
Escritorio ejecutivo	1	Escritorio IMS04 75x80x120 negro
Escritorio estándar	3	Escritorio industry 60x73x120 khaki
Silla ergonómica	8	Silla escritorio atlantic negra Bonno
Archivador metálico	1	Archivador niveladores en polipropileno, con tres gabinetes
Estantería metálica	1	Set 2 unidades estante metálico 180x90x40 cm

Cuadro 24. Equipos de computación y comunicación

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
Computador de escritorio	3	Pc de escritorio all in one lenovo thinkcentre neo 50a gen 5 procesador intel core i5-13420h
Computador portátil	1	Portatil dell 3530 ifb, procesador intel core i5- memoria ram 8gb- ssd 512gb- windows 11 pro, pantalla 15.6
Impresora multifuncional	1	Impresora multifuncional m141w
Teléfono celular	1	Celular samsung a06 - 4gb-128gb

Cuadro 25. Maquinaria y equipo

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
Batidora Industrial	1	Batidora Profesional 10 Litros Programable Cobertura 360°
Moldeadora de tapas	1	Molde Redondo Para Galletas, Acero Inoxidable
Horno industrial	2	Horno en Acero 430 frente y cuerpo pintado, puerta del horno con visor permite una fácil supervisión del proceso de cocción, mientras que su alimentación a gas (Natural o Pipeta)
Dosificadora de relleno	1	embudo dosificador de acero inoxidable, Altura x Ancho: 22 cm x 13 cm
Balanza digital	1	Balanza de cocina digital SQ Cozinha SF-400 pesa hasta 10kg Blanco, cuenta con un tamaño de 24 x 16,5 x 3,5 cm

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES GENERALES
Máquina de sellado térmico	1	Máquina De Sellado Térmico De Bolsas De Plástico De 20 Cm
Refrigerador industrial	1	Nevera refrigeradora industrial forte v17
Estante organizador metálico	2	Estante Organizador Metálico de 5 Niveles Ajustables Rack & Pac

Cuadro 26. Muebles y enseres operativos de producción

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Mesón de trabajo	2	Mesón en acero inoxidable 120x60
Zorra para bandejas con ruedas	1	Carro zorra para transporte de bandeja
Estantería metálica	2	Estante Organizador Metálico de 5 Niveles Ajustables Rack & Pac
Vitrina de mostrador	4	Vitrinas para panadería
Bandeja de Horneo	2	Latas de bandeja panadería set por 6 unidades en acero inoxidable
Recipiente Plástico	4	Recipiente cuadrado de 9 litros color blanco
Silla plástica	2	Silla con brazos plásticas cipre blanca

Cuadro 27. Herramientas, repuestos y accesorios

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Juego de herramienta mecánica	1	Juego de herramientas de reparación, 104 piezas de uso general, kit de herramientas básicas con caja de herramientas portátil
Guantes de calor	2	Guante super térmico para horno, medidas 83.8 cm x 25.4 cm, soporta una temperatura de 600°C.
Tamizador cernidor	2	Tamizador cernidor industrial con malla 40-100 micras.
Rodillo de cocina plástico	3	Rodillo De Cocina Plástico 24 Cm Chef Master, Utensilio Ligeroy Resistente Para Amasar Pan, Pizza, Galletas o Repostería, Fácil De Usar

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
		y Limpiar, Ideal Para Hogar y Cocina Profesional
Manga pastelera reutilizable con boquilla	2	Manga pastelera de silicona más brocha y cuanta con 5 boquillas

3.2.5.3 Materiales e insumos. En esta sesión se cuantifican, en unidades comerciales, los materiales directos e indirectos requeridos para la elaboración del producto del alfajor durante el primer año de operación. Se incluyen los ingredientes principales, así como los insumos y materiales necesarios para su procesamiento, empaque y presentación.

Cuadro 28. Materiales e insumos directos para elaborar alfajor

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Harina de trigo	Bultos 50 Kg	0,0014	594
Maicena (fécula de maíz)	Saco 25 Kg	0,0019	805
Azúcar polvorizada	Saco 25 kg	0,0012	509
Mantequilla	Caja 20 Kg	0,0021	890
Arequipe	Balde 10 Kg	0,0090	3.815
Coco rallado	Bolsa 10 Kg	0,0012	509
Huevo	Cartón de 30 unidades	0,1667	185

Cuadro 29. Materiales e insumos indirectos para elaborar alfajor

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
bolsa de polietileno	bolsas 100	0,0100	4.239
cofre (empaque)	caja de 100 unidades	0,010	4.239
Etiqueta	Millar	0,0010	424

3.2.6 Distribución de planta. La planta cuenta con una distribución con áreas funcionales que permiten un flujo eficiente de trabajo y el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene. El área de producción es el espacio más amplio, destinado a la instalación de maquinaria y desarrollo productivo. Los lockers (casilleros) y baños garantizan la comodidad y bienestar del personal. Finalmente, el almacén de producto terminado ayuda al resguardo de la producción antes de su distribución.

Asimismo, se cuenta con un espacio para el área administrativa, bodega para guardar las materias primas e insumos y la de almacenamiento de producto terminado. La empresa no cuenta con área de venta dentro de la planta, ya que se utilizarán islas en los centros comerciales de la ciudad para vender el producto.

La siguiente figura muestra la distribución de las áreas de trabajo de la empresa:

Figura 2. Distribución de planta



Cuadro 30. Distribución de medida por dependencia

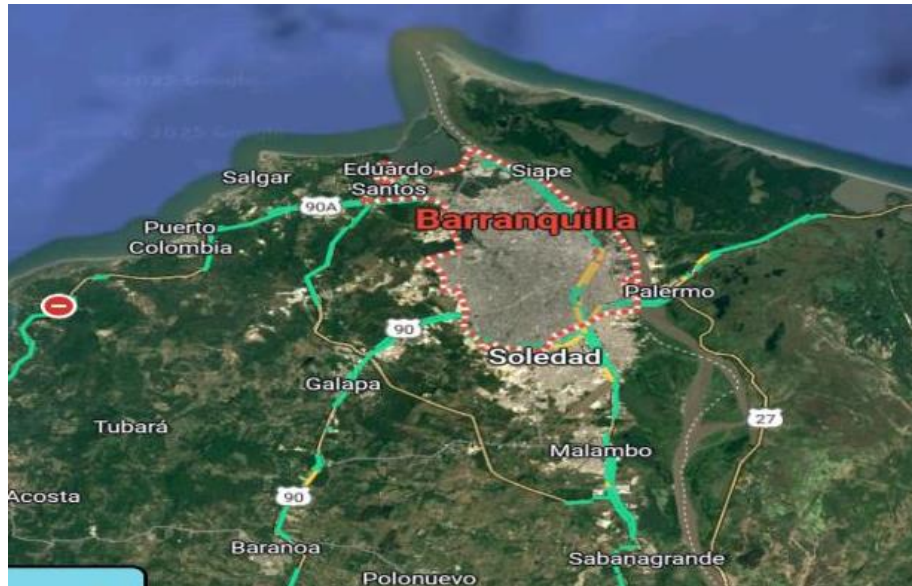
Distribución de planta de 113 mt²	
Zona o dependencia	Mt²
Área Administrativa	15
Área de Producción	15
Baño Interno	6
Bodega Producto Terminado	15
Bodega materias primas e insumos	15
Cafetería	6
Patio	17
Pasillo	18
Baño exterior	6
Total mts²	113

3.2.7. Localización

3.2.7.1 Macro localización. La empresa Dolce Vita proyecta establecer su sede en la ciudad de Barranquilla, debido a sus condiciones estratégicas para el desarrollo del emprendimiento. Esta ciudad, es reconocida como un centro económico y logístico del Caribe colombiano, cuenta con una amplia población, lo que representa un mercado atractivo para productos con valor agregado, como los alfajores presentados en cofres para regalo.

Además, Barranquilla dispone de una infraestructura industrial, vial y portuaria que facilita tanto la adquisición de insumos en unidades comerciales como la distribución del producto final. El entorno emprendedor está respaldado por instituciones como la Cámara de Comercio, el SENA y Pro Barranquilla, que promueven iniciativas de apoyo y fortalecimiento empresarial. Estos factores posicionan a Barranquilla como una opción idónea para la macro localización del proyecto.

Figura 3. Ubicación geográfica de Barranquilla



Fuente: Googlemaps.com

3.2.7.2 Micro localización. El Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de Barranquilla y el municipio de Soledad establecen las zonas aptas para la instalación de actividades económicas, incluyendo aquellas relacionadas con la producción de alimentos. En el caso de la empresa productora de alfajores, es fundamental identificar áreas donde esté permitido el uso del suelo para actividades de tipo comercial o mixto, que integren producción liviana y venta directa.

Para identificar el domicilio donde la empresa Dolce Vita ejecute sus actividades, se ha determinado realizar un análisis, donde se tienen en cuenta aspectos importantes, para el desarrollo de la empresa. Para ello, se estudiaron tres ubicaciones en las siguientes zonas:

- **Ubicación 1 – Barrio La Cumbre:** La primera alternativa considerada se encuentra ubicada en el barrio La Cumbre, en la ciudad de Barranquilla. Esta zona es residencial-comercial y se caracteriza por su accesibilidad y cercanía a zonas de flujo peatonal. El local cuenta con aproximadamente 113 m² distribuidos en un solo nivel y un canon de arrendamiento de 1.700.000 mensuales (ver [Anexo 35](#)).

- **Ubicación 2 – Barrio Los Nogales:** La segunda opción está localizada en el barrio Los Nogales. Esta ubicación goza de alto tránsito de personas, lo cual favorece la comercialización de productos por impulso. El local tiene un área aproximada de 120 m² y un canon mensual de \$ 1.900.000, lo que representa una alternativa económica con potencial de mercado (ver Anexo 34).
- **Ubicación 3 – Barrio El Limoncito:** La tercera propuesta se sitúa en el barrio El Limoncito. Esta zona está próxima a centros comerciales y zonas residenciales de estrato medio, lo que permite acceder a un público objetivo amplio. El inmueble tiene un área de 100 m² y un canon mensual de \$2.000.000. La ubicación estratégica podría representar una ventaja competitiva en términos de posicionamiento (ver Anexo 33).

Por otro lado, para determinar la micro localización de la planta en Barranquilla, se aplicó un método cualitativo por puntos que permitió evaluar diferentes alternativas con base en criterios técnicos y económicos. Los factores considerados fueron: necesidad de remodelación, área disponible, zona de parqueo, canon de arrendamiento y facilidad de acceso para clientes, por otro lado, las tres zonas analizadas fueron La Cumbre, Los Nogales y El Limoncito, todas en sectores que, de acuerdo al POT y normativa local, permiten la operación de unidades productivas de alimentos sin requerir licencias de alto impacto ni condiciones de uso industrial.

Es importante aclarar que el método cualitativo por puntos es una herramienta de análisis comparativo utilizada para elegir la ubicación más adecuada de un proyecto. Consiste en seleccionar una serie de factores estratégicos a los cuales se les asigna un peso según su importancia relativa dentro del emprendimiento. Posteriormente, cada una de las ubicaciones se califica en una escala de 1 a 10, donde 10 representa la condición más favorable.

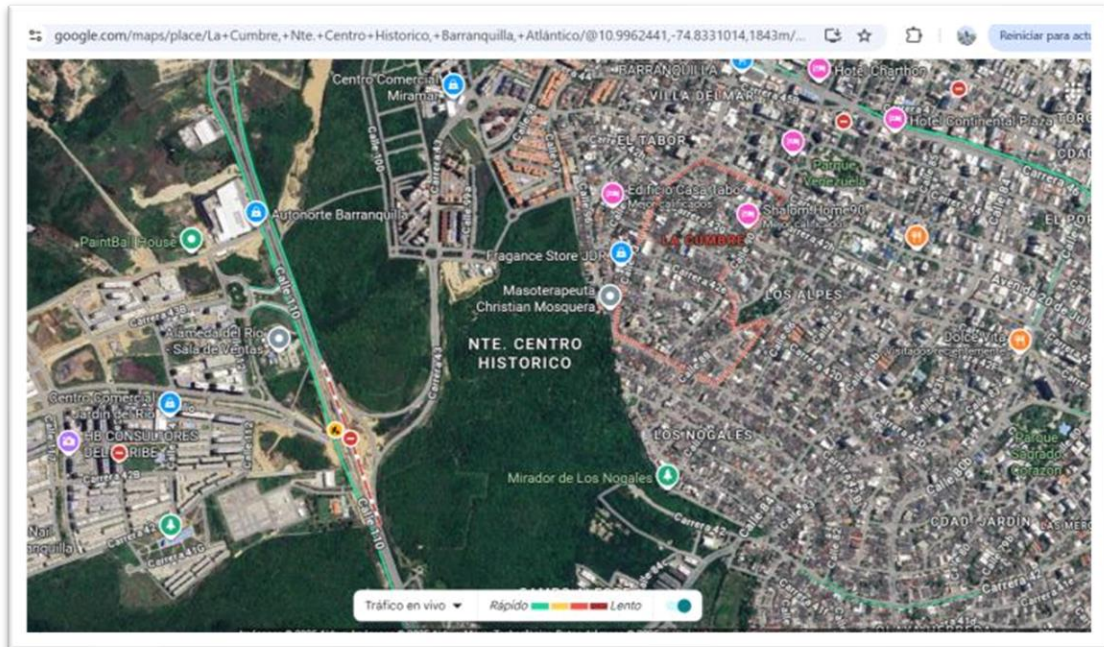
Finalmente, el puntaje de cada factor se multiplica por su peso, y se suman los resultados para obtener un total ponderado por ubicación. La opción con mayor puntaje es considerada la más conveniente.

Cuadro 31. Calificación de factores

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN		
		LA CUMBRE	LOS NOGALES	EL LIMONCITO
Necesidad de remodelación	15%	9,00	10,00	8,00
Área disponible	25%	10,00	6,00	5,00
Zona de parqueo	20%	7,00	6,00	5,00
Canon de arrendamiento	10%	10,00	8,00	6,00
Facilidad de acceso para clientes	30%	8,00	9,00	9,00
TOTALES	100%	8,65	7,70	6,75

De acuerdo con los puntajes obtenidos, la ubicación en La Cumbre es la más favorable para la instalación de la empresa, ya que combina una buena área, bajo requerimiento de remodelación y un canon de arrendamiento asequible.

Figura 4. Ubicación geográfica de Barrio La Cumbre Barranquilla



Fuente: Googlemaps.com

3.2.8 Control de calidad. Para garantizar que el producto cumpla con los estándares mínimos de calidad establecidos, se han definido controles en tres etapas clave del proceso de producción: entrada, transformación y salida. Estos controles permitirán asegurar que cada alfajor conserve las características deseadas y sea apto para su comercialización.

El control en la entrada de materias primas al momento de su recepción, se realizará mediante listas de chequeo, inspección visual y verificación de fechas de vencimiento, por otro lado, se observarán aspectos como olor, textura y estado general de los insumos como harina, maicena, azúcar pulverizada, coco, mantequilla y relleno de arequipe. También se revisarán las condiciones de almacenamiento para garantizar que los productos se mantengan en ambientes limpios y adecuados.

Durante el proceso de producción, se aplicarán controles en puntos estratégicos del proceso, basados en el diagrama de flujo de operaciones. Se verificará el pesaje preciso de los ingredientes, el tiempo de horneado y la temperatura adecuada. Asimismo, se realizará inspección visual para controlar la forma, tamaño y ensamblado de los alfajores. Se controlará la higiene del personal mediante listas de chequeo diarias, observando el uso correcto de elementos de protección como guantes, tapabocas etc.

Por último, en la salida del producto terminado, se seleccionarán muestras al azar para verificar que éste cumpla con las condiciones exigidas. Este control incluirá revisión visual, táctil y olfativa para asegurar una textura correcta, olor característico y presentación atractiva. También se verificará que los cofres de empaque estén en buen estado, limpios y correctamente rotulados antes de ser enviados al consumidor final.

3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO

3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto. La capacidad total diseñada para la línea de producción de alfajores está determinada por el número de turnos, el tiempo de elaboración por lote y la cantidad máxima de días laborables al año. Representa el nivel máximo de producción, sin interrupciones ni limitaciones.

Cuadro 32. Capacidad diseñada del producto

CAPACIDAD DISEÑADA	
Días / año	365
Turno / Día	1
Horas / Turno	8
Operarios (Maestro alfajorero y Auxiliar)	2
Minutos / Hora	60
Minutos / Año	350.400,00
Tiempo producción por cofre de 6 alfajores	4,87
Cofres x 6 alfajores/ Año	71.951

3.3.2 Capacidad instalada. La capacidad instalada representa el volumen de producción que puede alcanzarse en condiciones reales. Para esta empresa, se calcula con base en un turno de 7,5 horas, ya que tiene en cuenta, las pausas activas, idas al baño. Además, se consideran 68 días que constituyen domingos y festivos; y seis (6) días que corresponden a permisos o incapacidades de los operarios. Para el cálculo de los minutos de producción se tuvieron en cuenta los tiempos de suplementos.

Cuadro 33. Capacidad instalada del producto

CAPACIDAD INSTALADA	
Días / año	291
Turno / Día	1
Horas / Turno	7,5
Operarios (maestro alfajorero y auxiliar)	2
Minutos / Hora	60
Minutos / Año	261.900,00
Tiempo producción por cofre de 6 alfajores	4,87
Cofre x 6 Alfajores/Año	53.778

3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Esta sección determina el margen de capacidad que será utilizado en el primer año de operación, así como el porcentaje de participación en el mercado que se espera atender, con base en las unidades proyectadas a partir de la capacidad instalada.

Cuadro 34. Capacidad utilizada del producto

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad diseñada	71.951				
Capacidad instalada	53.778	53.778	53.778	53.778	53.778
Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada	76%	78%	80%	82%	84%
Capacidad utilizada y proyectada	40.871	41.947	43.022	44.098	45.174
Porcentaje de Participación en el mercado	1,13%	1,15%	1,17%	1,19%	1,20%

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa será constituida bajo la figura de Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), utilizando un documento privado que será debidamente inscrito en el Registro Mercantil, de acuerdo con lo establecido en la Ley 1258 de 2008. Esta forma jurídica ha sido seleccionada por sus múltiples ventajas tanto en el aspecto legal como en el operativo, facilitando la flexibilidad administrativa y protegiendo el patrimonio personal de los socios.

La elección de una S.A.S. responde a la necesidad de establecer un modelo empresarial moderno que permita a los accionistas definir libremente las condiciones bajo las cuales se regirán sus relaciones internas. Este tipo de sociedad se adapta perfectamente al desarrollo del proyecto, dado que puede ser conformada por una o varias personas naturales o jurídicas, no establece un número máximo de accionistas y limita la responsabilidad de estos al valor de sus aportes.

Entre los aspectos más relevantes de la S.A.S. se encuentran:

- Permite una denominación exclusiva, la cual debe incluir las siglas S.A.S.
- Otorga un voto por cada acción, lo que brinda equidad en la toma de decisiones.
- Las utilidades pueden distribuirse con flexibilidad según lo acuerden los socios.
- No exige la designación de revisor fiscal a menos que se superen los niveles de activos o ingresos establecidos por la ley.
- Este modelo societario brinda el respaldo legal y la estructura necesaria para el adecuado funcionamiento y expansión futura del proyecto empresarial.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Misión. Dolce Vita S.A.S es una empresa dedicada a la producción de alfajores con estándares de calidad que garantizan sabor, presentación y frescura. Su propósito es ofrecer un producto que no solo deleite el paladar, sino que evoque momentos especiales, emociones y recuerdos significativos en cada comprador. A través de un equipo humano comprometido, procesos responsables y un enfoque en la sostenibilidad, busca generar valor en la región y diferenciarse por brindar experiencias auténticas, más allá del sabor.

4.2.2 Visión. Para el año 2030, Dolce Vita S.A.S se proyecta como una empresa sólida y reconocida a nivel regional por la calidad, presentación e innovación de sus alfajores. Su propuesta basada en experiencias memorables y empaques únicos, será referente en el mercado de productos. La empresa continuará expandiendo su cobertura, impulsando prácticas responsables y ofreciendo sabores que conectan con las emociones y los recuerdos de sus consumidores.

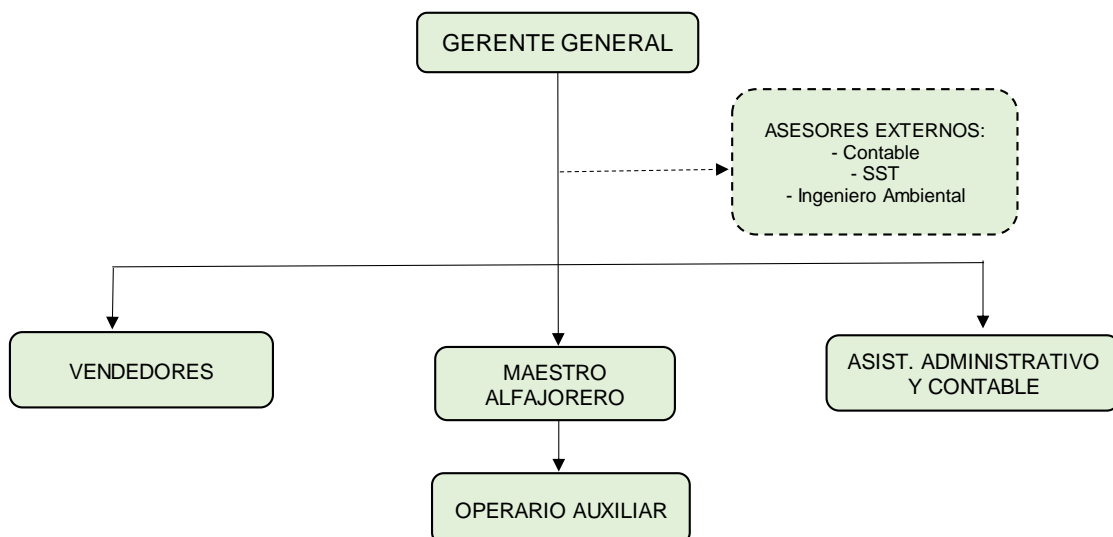
4.2.3 Valores Corporativos. Dolce Vita S.A.S fundamenta su actuar en los siguientes valores corporativos, los cuales guían su operación, relaciones y decisiones:

- **Calidad:** Cada alfajor es elaborado con ingredientes seleccionados bajo estrictos controles, garantizando una experiencia única para el cliente.
- **Innovación:** Se promueve el desarrollo constante de nuevos sabores, presentaciones y procesos productivos que diferencien a la marca en el mercado.
- **Responsabilidad ambiental:** La empresa implementa prácticas sostenibles en la producción y el empaque, minimizando el impacto ecológico.

- **Ética y transparencia:** Se garantiza un manejo claro y honesto en todas las transacciones, relaciones comerciales y procedimientos financieros.
- **Equidad:** Se promueve un entorno laboral justo, inclusivo y respetuoso para todos los colaboradores, proveedores y clientes.
- **Compromiso con el cliente:** La empresa busca superar las expectativas, generando no solo satisfacción, sino también recuerdos memorables en cada entrega.
- **Cumplimiento normativo:** Todas las actividades se desarrollan conforme a la legislación comercial, sanitaria y laboral vigente en Colombia.
- **Excelencia operativa:** Se prioriza la eficiencia en cada etapa del proceso, desde la selección de materias primas hasta la entrega final del producto.

4.2.4 Organigrama

Figura 5. Organigrama Dolce Vita



4.2.5 Asignación salarial. La asignación de salarios en la empresa se establece teniendo en cuenta las funciones y el nivel de responsabilidad de cada puesto dentro de la estructura organizacional. En la nómina se incluyen cargos como el gerente, quien también cumple funciones de administración, el auxiliar administrativo y contable, el maestro alfarero, los operarios de producción y el vendedor.

Adicionalmente, el contador, encargado de los asuntos financieros y legales, se contrata bajo la modalidad de prestación de servicios, recibiendo honorarios mensuales por su gestión.

Cuadro 35. Asignación de salarios

CARGO	SUELDO	SUBSIDIO TRANSPORTE	ÁREA	TIPO DE CONTRATO	Nº PUESTOS
Gerente	\$ 2.000.000	\$ 200.000	Administrativa	Indefinido	1
Auxiliar Administrativo y contable	\$ 1.500.000	\$ 200.000	Administrativa	Fijo	1
Vendedor	\$ 1.600.000	\$ 200.000	Comercial	Indefinido	4
Maestro alfarero	\$ 1.700.000	\$ 200.000	Operativa	Fijo	1
Operario de producción	\$ 1.500.000	\$ 200.000	Operativa	Fijo	1

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA

Las inversiones corresponden a los aportes en dinero o en especie, que se tendrán que realizar para poner en marcha el proyecto.

5.1.1. Inversión Fija. Está conformada por los activos fijos requeridos para el funcionamiento de cada una de las áreas de la empresa, y se distribuyen de la siguiente manera.

5.1.1.1 Equipo de oficina. Son todos aquellos equipos que requiere el área administrativa para desarrollar sus operaciones. Para las sillas ergonómicas se asignan 4 unidades para distribuir en los puntos de ventas en las Islas y, 4 para el área administrativa.

Cuadro 36. Equipo de Oficina

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Escritorio ejecutivo	1	\$ 749.900	\$ 749.900	\$ 149.980	\$ 0
Escritorio estándar	3	\$ 389.900	\$ 1.169.700	\$ 233.940	\$ 0
Sillas ergonómicas	8	\$ 159.900	\$ 1.279.200	\$ 255.840	\$ 0
Archivador metálico	1	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 96.000	\$ 0
Estantería Metálica	1	\$ 299.900	\$ 299.900	\$ 59.980	\$ 0
TOTALES			\$ 3.978.700	\$ 795.740	\$ 0

5.1.1.2 Equipo de Computación y comunicación. Corresponde a los equipos de cómputo y de comunicaciones que la empresa necesita para realizar sus actividades.

Cuadro 37. Equipo de computación y comunicación

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Impresora multifuncional	1	\$ 698.000	\$ 698.000	\$ 139.600	\$ 0

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Computador de escritorio	2	\$ 2.199.000	\$ 4.398.000	\$ 879.600	\$ 0
Teléfono celular	1	\$ 445.000	\$ 445.000	\$ 89.000	\$ 0
Computador portátil	1	\$ 2.160.000	\$ 2.160.000	\$ 432.000	\$ 0
TOTALES			\$ 7.701.000	\$ 1.540.200	\$ 0

5.1.1.3. Maquinaria y Equipo. En este rubro están registradas la maquinaria y equipos que se utilizará en el área de producción

Cuadro 38. Maquinaria y equipo

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Molde redondo para galletas	1	\$ 10.196	\$ 10.196	\$ 2.039	\$ 0
Horno industrial	2	\$ 1.100.000	\$ 2.200.000	\$ 440.000	\$ 0
embudo dosificador en acero inoxidable	1	\$ 89.414	\$ 89.414	\$ 17.883	\$ 0
Balanza cocina digital	1	\$ 12.232	\$ 12.232	\$ 2.446	\$ 0
Batidora industrial	1	\$ 921.405	\$ 921.405	\$ 184.281	\$ 0
Máquina de sellado térmico de bolsas plásticas	1	\$ 50.550	\$ 50.550	\$ 10.110	\$ 0
refrigerador industrial	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 600.000	\$ 0
Estante organizador metálico	2	\$ 158.900	\$ 317.800	\$ 63.560	\$ 0
TOTALES			\$ 6.601.597	\$ 1.320.319	\$ 0

5.1.1.4. Muebles y Enseres. Hacen parte los activos fijos que requiere la empresa para el desarrollo de las actividades de todas las áreas de la empresa:

Cuadro 39. Muebles y enseres

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Mesón de trabajo	2	\$ 360.000	\$ 720.000	\$ 144.000	\$ 0
Zorra para bandejas con ruedas	1	\$ 295.950	\$ 295.950	\$ 59.190	\$ 0
Estanterías metálicas	2	\$ 158.900	\$ 317.800	\$ 63.560	\$ 0
Vitrina mostrador	4	\$ 3.400.000	\$ 13.600.000	\$ 2.720.000	\$ 0
Utensilios de cocina (juego completo)	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 260.000	\$ 0

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Bandeja de Horneo	2	\$ 372.000	\$ 744.000	\$ 148.800	\$ 0
Recipiente Plástico	4	\$ 31.900	\$ 127.600	\$ 25.520	\$ 0
silla plástica	2	\$ 34.900	\$ 69.800	\$ 13.960	\$ 0
TOTALES			\$ 17.175.150	\$ 3.435.030	\$ 0

5.1.1.5. Herramientas. Corresponde a aquellos elementos de menor cuantía, que se necesitan para la elaboración de alfajores.

Cuadro 40. Herramientas

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Juego de herramientas mecánica	1	\$ 99.900	\$ 99.900	\$ 19.980	\$ 0
guantes de calor	2	\$ 32.765	\$ 65.530	\$ 13.106	\$ 0
Tamizador industrial	2	\$ 15.199	\$ 30.398	\$ 6.080	\$ 0
Rodillos de cocina plástico	3	\$ 18.675	\$ 56.025	\$ 11.205	\$ 0
Mangas pasteleras reutilizables con boquillas	2	\$ 18.000	\$ 36.000	\$ 7.200	\$ 0
TOTALES			\$ 287.853	\$ 57.571	\$ 0

5.1.1.6. Total Inversión Fija: Es la sumatoria de los activos fijos

Cuadro 41. Total Inversión Fija

ACTIVO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	\$ 3.339.100
Equipo de computación y comunicación	\$ 7.701.000
Maquinaria y equipo	\$ 6.601.597
Muebles y enseres operativos	\$ 17.175.150
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 287.853
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 35.744.300

5.1.2. Inversión Diferida. Corresponde a los gastos en que debe incurrir la nueva empresa, para iniciar sus actividades como son: gastos de constitución y registro, adecuaciones, softwares, estudio ambiental (ver Anexo_1) diseño del SG-SST (ver Anexo_2) software contable, publicidad, entre otros, y que se amortizan a cinco años.

Cuadro 42. Total Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR
Licencia de funcionamiento	\$ 200.000
Registro sanitario	\$ 1.000.000
Escritura de Constitución	\$ 500.000
Registro de libros y documentos	\$ 220.000
Estudio impacto ambiental	\$ 600.000
Diseño del SG-SST	\$ 600.000
Software contable	\$ 1.500.000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 6.000.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 1.488.715
Diseño de identidad corporativa	\$ 500.000
Registro de marca	\$ 400.000
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 13.008.715
Amortización anual	\$ 2.601.743
Amortización mensual	\$ 216.812

5.2. COSTOS Y GASTOS

5.2.1. Costos de Producción. Están conformados por los costos fijos y variables en que incurre la empresa para elaborar los alfajores.

5.2.1.1. Costos Fijos. Hacen parte de este rubro el valor del arriendo de la planta de producción e islas en los centros comerciales, servicios, seguros, entre otros.

Cuadro 43. Prorrateo entre costos y gastos

RUBRO	PORCENTAJE COSTO	PORCENTAJE GAV	VALOR MES
Arriendo (Planta producción e Islas en Centros Comerciales de B/quilla)	70%	30%	\$ 9.700.000
Acueducto	70%	30%	\$ 150.000
Energía	80%	20%	\$ 350.000
Gas	100%	0%	\$ 350.000
Teléfono	10%	90%	\$ 50.000
Mitigación impacto ambiental	80%	20%	\$ 100.000
Internet	100%	0%	\$ 120.000
Seguros	60%	40%	\$ 120.000

Cuadro 44. Otros Costos fijos

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Arriendo Casa planta producción e islas C.C	\$ 6.790.000	\$ 81.480.000
Seguros	\$ 72.000	\$ 864.000
Teléfono	\$ 5.000	\$ 60.000
Internet	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Depreciación operativa	\$ 401.077	\$ 4.812.920
Administración Islas en Centros Comerciales	\$ 312.645	\$ 3.751.740
TOTALES	\$ 7.800.721	\$ 93.608.660

5.2.1.2. Costos Variables. Son aquellos costos que varían de acuerdo con la cantidad de producción, entre ellos están los salarios de los colaboradores que influyen directamente en la producción de los alfajores, las materias primas e insumos, servicios públicos, etc.

Cuadro 45. Nómina operativa MOD

CARGO	PORCENTAJE	PANADERO AUXILIAR
SUELDO		\$ 1.500.000
SUB.TRANSF		\$ 200.000
Cesantías	8,333%	\$ 141.661
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 17.000
Prima de servicios	8,333%	\$ 141.661
Vacaciones	4,167%	\$ 70.831
Salud	8,500%	\$ 127.500
Pensión	12,000%	\$ 180.000
ARL	0,500%	\$ 7.500
Caja de compensación	4,000%	\$ 60.000
Dotación	5,000%	\$ 75.000
SALARIO REAL		\$ 2.521.153
Nº DE PUESTOS		1
COSTO TOTAL MOD	\$ 30.253.830	\$ 30.253.830

Cuadro 46. Nómina operativa MOD

CARGO	PORCENTAJE	MAESTRO ALFAJORERO
SUELDO		\$ 1.700.000
SUB.TRANSF		\$ 200.000
Cesantías	8,333%	\$ 158.327
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 19.000

CARGO	PORCENTAJE	MAESTRO ALFAJORERO
Prima de servicios	8,333%	\$ 158.327
Vacaciones	4,167%	\$ 79.164
Salud	8,500%	\$ 144.500
Pensión	12,000%	\$ 204.000
ARL	0,500%	\$ 8.500
Caja de compensación	4,000%	\$ 68.000
Dotación	5,000%	\$ 85.000
SALARIO REAL		\$ 2.824.818
COSTO TOTAL MOI		\$ 33.897.810

Cuadro 47. Materia prima e insumos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Harina de trigo	Bultos 50 Kg	57	\$ 130.000	\$ 7.438.573
Maicena (fécula de maíz)	Saco 25 Kg	78	\$ 150.000	\$ 11.648.315
Azúcar polvORIZADA	Saco 25 kg	49	\$ 147.000	\$ 7.209.694
Mantequilla	Caja 20 Kg	86	\$ 93.000	\$ 7.982.161
Arequipe	Balde 10 Kg	368	\$ 84.000	\$ 30.898.688
Coco rallado	Bolsa 10 Kg	49	\$ 52.000	\$ 2.550.368
Huevo	Cartón 30 unidades	6.813	\$ 14.000	\$ 95.385.393
COSTO TOTAL INSUMOS O MATERIA PRIMA				\$ 163.113.191

Cuadro 48. Materiales Indirectos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
bolsa de polietileno	bolsas 100	409	\$ 27.000	\$ 11.035.246
Etiqueta	Millar	41	\$ 60.000	\$ 2.452.277
cofre (empaquete)	caja de 100 unidades	409	\$ 500.000	\$ 204.356.400
COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS				\$ 217.843.922

Cuadro 49. Costos variables

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 5.345.970	\$ 64.151.640
Materiales directos	\$ 13.592.766	\$ 163.113.191
Materiales indirectos	\$ 18.153.660	\$ 217.843.922
Acueducto	\$ 105.000	\$ 1.260.000
Energía	\$ 280.000	\$ 3.360.000
Gas	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Mantenimiento de maquinaria y equipo 5%	\$ 100.269	\$ 1.203.230
TOTALES	\$ 37.927.665	\$ 455.131.984

5.2.1.3. Costos totales. Es la sumatoria de los costos fijos y variables.

Cuadro 50. Costos variables

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 7.800.722	\$ 93.608.660
COSTOS VARIABLES	\$ 37.927.665	\$ 455.131.984
TOTALES	\$ 45.728.387	\$ 548.740.644

5.2.2. Gastos de Administración y Ventas.

5.2.2.1. Gastos Fijos de Administración y ventas. Están representados en la nómina del gerente y en gastos fijos como son: arriendo, servicios públicos del área administrativa, administración de redes sociales, asesores externos, papelería, cafetería, registro mercantil, etc.

Cuadro 51. Nómina administrativa

CARGO	PORCENTAJE	Gerente	Auxiliar Administrativo y contable
SUELDO		\$ 2.000.000	\$ 1.500.000
SUB.TRANSP		\$ 200.000	\$ 200.000
Cesantías	8,333%	\$ 183.326	\$ 141.661
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 22.000	\$ 17.000
Prima de servicios	8,333%	\$ 183.326	\$ 141.661
Vacaciones	4,167%	\$ 91.663	\$ 70.831
Salud	8,500%	\$ 170.000	\$ 127.500
Pensión	12,000%	\$ 240.000	\$ 180.000
ARL	0,500%	\$ 10.000	\$ 7.500
SENA	0,000%	\$ 0	\$ 0
ICBF	0,000%	\$ 0	\$ 0
Caja de compensación	4,000%	\$ 80.000	\$ 60.000
Dotación	5,000%	\$ 100.000	\$ 75.000
SALARIO REAL		\$ 3.280.315	\$ 2.521.153
Nº DE PUESTOS		1	1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 69.617.610	\$ 39.363.780	\$ 30.253.830

Cuadro 52. Gastos fijos de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 5.801.468	\$ 69.617.610
Arriendo	\$ 2.910.000	\$ 34.920.000

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Acueducto	\$ 45.000	\$ 540.000
Energía	\$ 70.000	\$ 840.000
Teléfono	\$ 45.000	\$ 540.000
Administración redes sociales	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Mantenimiento del sitio web o tienda virtual	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Nombre de dominio	\$ 7.500	\$ 90.000
Hosting o servidor	\$ 29.167	\$ 350.000
Certificado de seguridad (SSL)	\$ 16.667	\$ 200.000
Licencias tecnológicas	\$ 15.000	\$ 180.000
Seguros	\$ 48.000	\$ 576.000
Publicidad operativa	\$ 556.020	\$ 6.672.240
Contador (ver Anexo 3)	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Asesoría SG-SST (Ver Anexo 1)	\$ 280.000	\$ 3.360.000
Papelería	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Cafetería	\$ 53.000	\$ 636.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 20.000	\$ 240.000
Matrícula mercantil	\$ 15.000	\$ 180.000
Amortización de diferidos	\$ 216.812	\$ 2.601.743
Depreciaciones administrativas	\$ 194.662	\$ 2.335.940
TOTALES	\$ 11.443.294	\$ 137.319.533

5.2.2.2. Gastos variables de administración y ventas. Son los gastos en que incurre la empresa, por la nómina del área de ventas. Para el caso de la empresa Dolce Vita los vendedores están ubicados en Islas en los Centros Comerciales, por lo cual el salario es por cumplimiento de horario y no por comisiones.

Cuadro 53. Nómina de ventas

CARGO	PORCENTAJE	Vendedor
SUELDO		\$ 1.600.000
SUB.TRANSP		\$ 200.000
Cesantías	8,333%	\$ 149.994
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 18.000
Prima de servicios	8,333%	\$ 149.994
Vacaciones	4,167%	\$ 74.997
Salud	8,500%	\$ 136.000
Pensión	12,000%	\$ 192.000
ARL	0,500%	\$ 8.000
SENA	0,000%	\$ 0
ICBF	0,000%	\$ 0
Caja de compensación	4,000%	\$ 64.000
Dotación	5,000%	\$ 80.000

CARGO	PORCENTAJE	Vendedor
SALARIO REAL		\$ 2.672.985
Nº DE PUESTOS		4
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 0	\$ 128.303.280

5.2.2.3. Gastos Totales. Es la suma de los gastos fijos y variables del área administrativa y de ventas.

Cuadro 54. Gastos totales

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 9.347.918	\$ 112.175.013
Gastos variables	\$ 10.691.940	\$ 128.303.280
Total	\$ 20.039.858	\$ 240.478.293

5.3. CAPITAL DE TRABAJO

5.3.1. Período de capital de trabajo. Es el dinero en efectivo que la empresa requiere para cubrir las operaciones para la producción de los alfajores, durante seis (6) meses.

5.3.2. Estructura del crédito. Para obtener recursos y tener suficientes fondos de capital de trabajo, se solicitará un crédito con una entidad financiera, por un valor de \$ 20.000.000 a una tasa mensual del 1,09% por un periodo de 60 meses, tasa efectiva anual del 13,89% y con una cuota mensual de \$ 455.881.

Cuadro 55. Estructura del crédito

Préstamo	\$ 20.000.000	Interés mensual	1,09%
Periodo	60	Valor cuota mensual	455.881

5.3.2.1. Amortización del crédito: Son los abonos que gradualmente se deben ir realizando para disminuir el valor del crédito.

Cuadro 56. Amortización del crédito

PERÍODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 237.881	\$ 218.000	\$ 455.881	\$ 19.762.119

PERÍODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
2	\$ 240.474	\$ 215.407	\$ 455.881	\$ 19.521.645
3	\$ 243.095	\$ 212.786	\$ 455.881	\$ 19.278.550
4	\$ 245.745	\$ 210.136	\$ 455.881	\$ 19.032.805
5	\$ 248.423	\$ 207.458	\$ 455.881	\$ 18.784.382
6	\$ 251.131	\$ 204.750	\$ 455.881	\$ 18.533.251
7	\$ 253.869	\$ 202.012	\$ 455.881	\$ 18.279.382
8	\$ 256.636	\$ 199.245	\$ 455.881	\$ 18.022.747
9	\$ 259.433	\$ 196.448	\$ 455.881	\$ 17.763.314
10	\$ 262.261	\$ 193.620	\$ 455.881	\$ 17.501.053
11	\$ 265.120	\$ 190.761	\$ 455.881	\$ 17.235.933
12	\$ 268.009	\$ 187.872	\$ 455.881	\$ 16.967.924
	\$ 3.032.076	\$ 2.438.495	\$ 5.470.571	
13	\$ 270.931	\$ 184.950	\$ 455.881	\$ 16.696.993
14	\$ 273.884	\$ 181.997	\$ 455.881	\$ 16.423.109
15	\$ 276.869	\$ 179.012	\$ 455.881	\$ 16.146.240
16	\$ 279.887	\$ 175.994	\$ 455.881	\$ 15.866.353
17	\$ 282.938	\$ 172.943	\$ 455.881	\$ 15.583.415
18	\$ 286.022	\$ 169.859	\$ 455.881	\$ 15.297.393
19	\$ 289.139	\$ 166.742	\$ 455.881	\$ 15.008.254
20	\$ 292.291	\$ 163.590	\$ 455.881	\$ 14.715.963
21	\$ 295.477	\$ 160.404	\$ 455.881	\$ 14.420.486
22	\$ 298.698	\$ 157.183	\$ 455.881	\$ 14.121.788
23	\$ 301.954	\$ 153.927	\$ 455.881	\$ 13.819.834
24	\$ 305.245	\$ 150.636	\$ 455.881	\$ 13.514.590
	\$ 3.453.334	\$ 2.017.237	\$ 5.470.571	
25	\$ 308.572	\$ 147.309	\$ 455.881	\$ 13.206.018
26	\$ 311.935	\$ 143.946	\$ 455.881	\$ 12.894.083
27	\$ 315.335	\$ 140.546	\$ 455.881	\$ 12.578.748
28	\$ 318.773	\$ 137.108	\$ 455.881	\$ 12.259.975
29	\$ 322.247	\$ 133.634	\$ 455.881	\$ 11.937.728
30	\$ 325.760	\$ 130.121	\$ 455.881	\$ 11.611.968
31	\$ 329.311	\$ 126.570	\$ 455.881	\$ 11.282.657
32	\$ 332.900	\$ 122.981	\$ 455.881	\$ 10.949.757
33	\$ 336.529	\$ 119.352	\$ 455.881	\$ 10.613.228
34	\$ 340.197	\$ 115.684	\$ 455.881	\$ 10.273.031
35	\$ 343.905	\$ 111.976	\$ 455.881	\$ 9.929.126
36	\$ 347.654	\$ 108.227	\$ 455.881	\$ 9.581.472
	\$ 3.933.117	\$ 1.537.454	\$ 5.470.571	
37	\$ 351.443	\$ 104.438	\$ 455.881	\$ 9.230.029
38	\$ 355.274	\$ 100.607	\$ 455.881	\$ 8.874.755
39	\$ 359.146	\$ 96.735	\$ 455.881	\$ 8.515.609
40	\$ 363.061	\$ 92.820	\$ 455.881	\$ 8.152.549
41	\$ 367.018	\$ 88.863	\$ 455.881	\$ 7.785.531
42	\$ 371.019	\$ 84.862	\$ 455.881	\$ 7.414.512
43	\$ 375.063	\$ 80.818	\$ 455.881	\$ 7.039.449

PERÍODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
44	\$ 379.151	\$ 76.730	\$ 455.881	\$ 6.660.298
45	\$ 383.284	\$ 72.597	\$ 455.881	\$ 6.277.014
46	\$ 387.462	\$ 68.419	\$ 455.881	\$ 5.889.552
47	\$ 391.685	\$ 64.196	\$ 455.881	\$ 5.497.867
48	\$ 395.954	\$ 59.927	\$ 455.881	\$ 5.101.913
	\$ 4.479.559	\$ 991.012	\$ 5.470.571	
49	\$ 400.270	\$ 55.611	\$ 455.881	\$ 4.701.643
50	\$ 404.633	\$ 51.248	\$ 455.881	\$ 4.297.010
51	\$ 409.044	\$ 46.837	\$ 455.881	\$ 3.887.966
52	\$ 413.502	\$ 42.379	\$ 455.881	\$ 3.474.464
53	\$ 418.009	\$ 37.872	\$ 455.881	\$ 3.056.455
54	\$ 422.566	\$ 33.315	\$ 455.881	\$ 2.633.889
55	\$ 427.172	\$ 28.709	\$ 455.881	\$ 2.206.718
56	\$ 431.828	\$ 24.053	\$ 455.881	\$ 1.774.890
57	\$ 436.535	\$ 19.346	\$ 455.881	\$ 1.338.355
58	\$ 441.293	\$ 14.588	\$ 455.881	\$ 897.062
59	\$ 446.103	\$ 9.778	\$ 455.881	\$ 450.959
60	\$ 450.966	\$ 4.915	\$ 455.881	\$ 0
	\$ 5.101.920	\$ 368.651	\$ 5.470.571	
	20.000.000			

5.3.2.2. Gastos Financieros. Para el período del capital de trabajo correspondiente a seis (6) meses, los gastos financieros son los intereses del crédito, el cual equivalen a \$ 1.268.537.

5.3.3. Cuadro resumen del capital de trabajo. Es el total de los costos y gastos administrativos y de ventas, menos la depreciación y la amortización de diferidos.

Cuadro 57. Capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 274.370.322
Gastos de administración y ventas	\$ 132.811.407
Gastos financieros	\$ 1.268.537
Menos Depreciaciones	-\$ 3.574.430
Menos Amortización diferidos	-\$ 1.300.872
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 403.574.964

5.4. INVERSIÓN TOTAL

Es la sumatoria de todos los activos fijos, diferidos y el capital de trabajo.

Cuadro 58. Inversión Total

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 35.744.300
Inversión diferida	\$ 13.008.715
Inversión capital de trabajo	\$ 403.574.964
INVERSIÓN TOTAL	\$ 452.327.979

5.5. ESTRUCTURA DE CAPITAL

Está conformado por las aportaciones que realizan los socios fundadores, los nuevos accionistas y los recursos que se requieren financiar para poner en marcha la empresa.

Cuadro 59. Estructura de capital

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$ 232.327.979	51,36%
Nuevos socios	\$ 200.000.000	44,22%
Crédito bancario	\$ 20.000.000	4,42%
TOTAL	\$ 452.327.979	100,00%

5.5.1. Recursos propios. Son los recursos en dinero o en especie, que aportan los socios fundadores al momento de crear la empresa. Para Dolce Vita los primeros accionistas deben aportar \$232.327.979 es decir el 51,36% de la inversión total.

5.5.2. Recursos de Financiación. Estos recursos corresponden al crédito bancario que se realizará en Crediservir, una entidad cooperativa, que presta a muy bajo interés, a través de la línea de crédito “Crecer” que es una modalidad de libre inversión, para todos los emprendedores.

Para financiar la idea de negocio se solicitará crédito por \$ 20.000.000 equivalente al 10,33% la inversión total

5.6. PRECIO DE VENTA

Para calcular el precio de venta de un cofre x 6 unidades de alfajores, se ha tenido en cuenta los costos totales de producción, más los gastos totales de administración y

ventas, dividido entre la capacidad utilizada para el primer año. A esto se le suma el 16% de margen de utilidad y se compara con los precios promedios del mercado, tal como lo muestra el numeral 2.3.11 pregunta 7, donde según la población objetivo el valor promedio de compra por paquete es de \$21.650.

Por lo anterior, el precio de venta al consumidor de un cofre de alfajor x 6 unidades es de \$ 25.545 (exento de IVA) valor que está por encima de las expectativas del mercado objetivo, sin embargo, hay que tener en cuenta que, el empaque es un valor agregado que le da una presentación innovadora y sofisticada al producto.

Cuadro 60. Precio de venta

Descripción	Valor
Costos totales de producción	\$ 548.740.644
Gastos de administración y ventas totales	\$ 265.622.813
Costos y gastos totales	\$ 814.363.457
Capacidad utilizada año 1	40.871
Costos y gastos totales unitarios	\$ 19.925
Margen de utilidad	22%
Precio de venta	\$ 25.545
Margen para el intermediario	0%
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 25.545
Tasa de IVA o Imptoconsumo (exento)	0%
Precio al consumidor	\$ 25.545

5.7. ESTADOS FINANCIEROS

5.7.1. Estados de resultados proyectados. Es el estado que muestra la utilidad del ejercicio durante los próximos cinco años.

Cuadro 61. Estado de resultados proyectados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 1.044.056.848	\$ 1.071.532.028	\$ 1.099.007.208	\$ 1.126.482.388	\$ 1.153.957.568
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$ 1.044.056.848	\$ 1.071.532.028	\$ 1.099.007.208	\$ 1.126.482.388	\$ 1.153.957.568
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$ 163.113.191	\$ 167.405.644	\$ 171.698.096	\$ 175.990.549	\$ 180.283.001
MOD	\$ 30.253.830	\$ 30.253.830	\$ 30.253.830	\$ 30.253.830	\$ 30.253.830
CIF	\$ 355.373.622	\$ 361.370.126	\$ 367.366.630	\$ 373.363.134	\$ 379.359.638
UTILIDAD BRUTA	\$ 495.316.204	\$ 512.502.428	\$ 529.688.651	\$ 546.874.875	\$ 564.061.099
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 69.617.610	\$ 69.617.610	\$ 69.617.610	\$ 69.617.610	\$ 69.617.610
Gastos generales	\$ 196.005.203	\$ 199.381.605	\$ 202.758.007	\$ 206.134.409	\$ 209.510.811
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 229.693.391	\$ 243.503.213	\$ 257.313.034	\$ 271.122.856	\$ 284.932.678
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 2.438.495	-\$ 2.017.237	-\$ 1.537.454	-\$ 991.012	-\$ 368.651
Menos 4x1000	-\$ 4.176.227	-\$ 4.286.128	-\$ 4.396.029	-\$ 4.505.930	-\$ 4.615.830
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 223.078.668	\$ 237.199.847	\$ 251.379.551	\$ 265.625.914	\$ 279.948.196
Menos Impuesto de Renta	-\$ 78.077.534	-\$ 83.019.947	-\$ 87.982.843	-\$ 92.969.070	-\$ 97.981.869
Menos Impuesto de Ind y Cio (0,0074)	-\$ 7.726.021	-\$ 7.929.337	-\$ 8.132.653	-\$ 8.335.970	-\$ 8.539.286
UTILIDAD NETA	\$ 137.275.114	\$ 146.250.564	\$ 155.264.055	\$ 164.320.875	\$ 173.427.042
Menos Reserva Legal	-\$ 13.727.511	-\$ 14.625.056	-\$ 15.526.406	-\$ 16.432.087	-\$ 17.342.704
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 123.547.602	\$ 131.625.507	\$ 139.737.650	\$ 147.888.787	\$ 156.084.337

5.7.2. Flujo de fondos proyectado. Denominado también Flujo de Caja, es un instrumento financiero que registra las entradas y salidas de dinero en un período determinado, y busca prever que la empresa tenga posibles riesgos de iliquidez.

Cuadro 62. Flujo de fondos proyectados

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 403.574.964	\$ 633.372.159	\$ 791.065.721	\$ 957.313.474	\$ 1.132.094.936
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$ 1.044.056.848	\$ 1.071.532.028	\$ 1.099.007.208	\$ 1.126.482.388	\$ 1.153.957.568
Operacionales		\$ 1.044.056.848	\$ 1.071.532.028	\$ 1.099.007.208	\$ 1.126.482.388	\$ 1.153.957.568
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$ 808.789.081	-\$ 908.367.895	-\$ 927.288.883	-\$ 946.230.355	-\$ 965.195.158
Materiales		\$ 163.113.191	\$ 167.405.644	\$ 171.698.096	\$ 175.990.549	\$ 180.283.001
MOD		\$ 30.253.830	\$ 30.253.830	\$ 30.253.830	\$ 30.253.830	\$ 30.253.830
CIF		\$ 355.373.622	\$ 361.370.126	\$ 367.366.630	\$ 373.363.134	\$ 379.359.638
Nómina administrativa		\$ 69.617.610	\$ 69.617.610	\$ 69.617.610	\$ 69.617.610	\$ 69.617.610
Gastos generales		\$ 196.005.203	\$ 199.381.605	\$ 202.758.007	\$ 206.134.409	\$ 209.510.811
Menos depreciaciones		-\$ 7.148.860	-\$ 7.148.860	-\$ 7.148.860	-\$ 7.148.860	-\$ 7.148.860
Menos amortizaciones		-\$ 2.601.743	-\$ 2.601.743	-\$ 2.601.743	-\$ 2.601.743	-\$ 2.601.743
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 78.077.534	\$ 83.019.947	\$ 87.982.843	\$ 92.969.070
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 7.726.021	\$ 7.929.337	\$ 8.132.653	\$ 8.335.970
4 x 1000		\$ 4.176.227	\$ 4.286.128	\$ 4.396.029	\$ 4.505.930	\$ 4.615.830
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 235.267.766	\$ 163.164.133	\$ 171.718.325	\$ 180.252.033	\$ 188.762.411
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 432.327.979	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital social	\$ 432.327.979					
Valor de salvamento						\$ 0
-EGRESOS	-\$ 48.753.015	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 3.978.700					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 7.701.000					
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 6.601.597					
Compra de Terreno	\$ 0					

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 17.175.150					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 287.853					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 13.008.715					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 383.574.964	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 20.000.000					
Préstamo bancario	\$ 20.000.000					
-EGRESOS		-\$ 5.470.571	-\$ 5.470.571	-\$ 5.470.571	-\$ 5.470.571	-\$ 5.470.571
Abono a capital		\$ 3.032.076	\$ 3.453.334	\$ 3.933.117	\$ 4.479.559	\$ 5.101.920
Gastos financieros		\$ 2.438.495	\$ 2.017.237	\$ 1.537.454	\$ 991.012	\$ 368.651
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 20.000.000	-\$ 5.470.571	-\$ 5.470.571	-\$ 5.470.571	-\$ 5.470.571	-\$ 5.470.571
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$ 403.574.964	\$ 229.797.195	\$ 157.693.562	\$ 166.247.754	\$ 174.781.462	\$ 183.291.839

5.7.3. Estado de posición financiera inicial y proyectado. Corresponde a los movimientos o recursos que generó la empresa en un período determinado y como se utilizaron. La información se toma del balance general y se compara dentro de los ciclos correspondientes.

Cuadro 63. Estado de cambio en la posición financiera

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Fondos en caja						
Fondos en bancos	\$ 403.574.964	\$ 633.372.159	\$ 791.065.721	\$ 957.313.474	\$ 1.132.094.936	\$ 1.315.386.775
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 403.574.964	\$ 633.372.159	\$ 791.065.721	\$ 957.313.474	\$ 1.132.094.936	\$ 1.315.386.775
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 3.978.700	\$ 3.978.700	\$ 3.978.700	\$ 3.978.700	\$ 3.978.700	\$ 3.978.700
Equipo de computación y comunicación	\$ 7.701.000	\$ 7.701.000	\$ 7.701.000	\$ 7.701.000	\$ 7.701.000	\$ 7.701.000
Maquinaria y equipo	\$ 6.601.597	\$ 6.601.597	\$ 6.601.597	\$ 6.601.597	\$ 6.601.597	\$ 6.601.597
Muebles y enseres	\$ 17.175.150	\$ 17.175.150	\$ 17.175.150	\$ 17.175.150	\$ 17.175.150	\$ 17.175.150
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 287.853	\$ 287.853	\$ 287.853	\$ 287.853	\$ 287.853	\$ 287.853
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 7.148.860	-\$ 14.297.720	-\$ 21.446.580	-\$ 28.595.440	-\$ 35.744.300
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 35.744.300	\$ 28.595.440	\$ 21.446.580	\$ 14.297.720	\$ 7.148.860	\$ 0
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 13.008.715	\$ 13.008.715	\$ 13.008.715	\$ 13.008.715	\$ 13.008.715	\$ 13.008.715
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 2.601.743	-\$ 5.203.486	-\$ 7.805.229	-\$ 10.406.972	-\$ 13.008.715
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 13.008.715	\$ 10.406.972	\$ 7.805.229	\$ 5.203.486	\$ 2.601.743	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 452.327.979	\$ 672.374.571	\$ 820.317.530	\$ 976.814.680	\$ 1.141.845.539	\$ 1.315.386.775
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 3.032.076	\$ 3.453.334	\$ 3.933.117	\$ 4.479.559	\$ 5.101.920	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 78.077.534	\$ 83.019.947	\$ 87.982.843	\$ 92.969.070	\$ 97.981.869
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 7.726.021	\$ 7.929.337	\$ 8.132.653	\$ 8.335.970	\$ 8.539.286
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 3.032.076	\$ 89.256.889	\$ 94.882.401	\$ 100.595.056	\$ 106.406.960	\$ 106.521.155
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 16.967.924	\$ 13.514.590	\$ 9.581.472	\$ 5.101.913	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 16.967.924	\$ 13.514.590	\$ 9.581.472	\$ 5.101.913	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 20.000.000	\$ 102.771.478	\$ 104.463.873	\$ 105.696.969	\$ 106.406.960	\$ 106.521.155
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 432.327.979	\$ 432.327.979	\$ 432.327.979	\$ 432.327.979	\$ 432.327.979	\$ 432.327.979

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 13.727.511	\$ 28.352.568	\$ 43.878.973	\$ 60.311.061	\$ 77.653.765
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 123.547.602	\$ 131.625.507	\$ 139.737.650	\$ 147.888.787	\$ 156.084.337
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 123.547.602	\$ 255.173.110	\$ 394.910.759	\$ 542.799.547
PATRIMONIO TOTAL	\$ 432.327.979	\$ 569.603.093	\$ 715.853.657	\$ 871.117.712	\$ 1.035.438.586	\$ 1.208.865.628
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 452.327.979	\$ 672.374.571	\$ 820.317.530	\$ 976.814.680	\$ 1.141.845.546	\$ 1.315.386.783

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

Permite determinar la rentabilidad de un proyecto de inversión, y para ello se debe calcular algunos indicadores como son las razones de liquidez, de operación, de rentabilidad, el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), entre otros.

5.8.1. Razones Financieras

5.8.1.1. Razón de liquidez. Indican la capacidad que tiene la empresa para responder financieramente por sus obligaciones a corto plazo.

Cuadro 64. Razones de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corriente	7,10	8,34	9,52	10,64	12,35
Prueba acida**	7,10	8,34	9,52	10,64	12,35
Capital de trabajo neto	\$ 544.115.270	\$ 696.183.320	\$ 856.718.419	\$ 1.025.687.976	\$ 1.208.865.621

De acuerdo a lo anterior, Dolce Vita para el primer año por cada peso que adeuda cuenta con \$ 7,10 para cubrir sus pasivos a corto plazo, determinando que el proyecto tiene suficientes fondos para responder por sus obligaciones incluso en los imprevistos. Igualmente, el capital de trabajo disponible es positivo ya que para el primer año es de \$ 544.115.270 incrementándose anualmente, lo cual indica una excelente salud financiera para la empresa.

5.8.1.2. Razones de operación. Este indicador evalúa la capacidad que tiene Dolce Vita, para generar utilidades a través de la rotación de sus activos.

Cuadro 65. Razones de operación

RAZONES DE OPERACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	1,65	1,35	1,15	1,00	0,88
Rotación activo fijo	36,51	49,96	76,87	157,58	-
Rotación activo total	1,55	1,31	1,13	0,99	0,88

Con base en el análisis anterior, la empresa para el primer año tuvo una rotación del activo fijo de 36,51 veces. Dividiendo 360 días entre 36,51 veces, indica que los activos fijos rotaron cada 10 días, lo cual determina la eficiencia del uso de los activos para generar ingresos o ventas.

5.8.1.3. Razones de rentabilidad. Indican la eficiencia con que la empresa controla sus costos y gastos, para generar mayor utilidad.

Cuadro 66. Razones de rentabilidad

RAZONES RENTABILIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	47,44%	47,83%	48,20%	48,55%	48,88%
Margen utilidad neta	13,15%	13,65%	14,13%	14,59%	15,03%
Rendimiento de activos	20,42%	17,83%	15,89%	14,39%	13,18%

El cuadro anterior muestra que el margen de utilidad neta para el primer año es de 13,15%; esto demuestra que Dolce Vita tiene una rentabilidad equilibrada entre los ingresos y el control de sus costos y gastos, teniendo en cuenta que el margen de utilidad en el precio de venta de los alfajores es del 22%.

Los activos en relación con la utilidad neta para el primer año generaron una rentabilidad del 20,42%, esto significa que por cada peso invertido en activos se ha generado una utilidad del 20,42% indicando el uso eficiente de sus activos para generar ingresos.

5.8.1.4. Razones de endeudamiento. Indican el nivel de riesgo financiero que tiene la empresa frente a sus activos y patrimonio.

Cuadro 67. Razones de endeudamiento

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	15,28%	12,73%	10,82%	9,32%	8,10%
Cobertura intereses	94,19	120,71	167,36	273,58	772,91
Índice participación patrimonial	84,72%	87,27%	89,18%	90,68%	91,90%

Para Dolce Vita el nivel de endeudamiento total de la empresa es del 15,28% para el primer año y para el año 2 es de 12,73%, con tendencia a disminuir anualmente. Esto indica que la empresa está en riesgo bajo y su endeudamiento es aceptable.

Para la cobertura de intereses la empresa cuenta con 94,19 veces, lo cual indica que no tiene problemas de liquidez y puede cubrir sus deudas sin ninguna dificultad.

5.8.2. Indicadores de viabilidad. Este tipo de indicador permite determinar si un proyecto es viable o no, y para ello se debe calcular la Tasa Mínima Atractiva de Retorno Mixta Deflactada que dio en 10,96%, a partir de una prima de riesgo del 10% y una **inflación promedio para el 2024 de 5,2%**²².

Cuadro 68. Cálculo de la tasa mínima de retorno mixta deflactada

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJES
Prima de riesgo al riesgo	10,0%
Inflación	5,2%
TMAR recursos propios	15,72%
Recursos crédito	13,89%
TMAR Banco	19,82%

²² PRESIDENCA. [Sitio web]. Inflación de 2024 siguió en descenso y cerró en 5,2 %, jalonada por educación, restaurantes y hoteles, la más baja desde 2021. [Consultado el 24 septiembre de 2025]. Disponible en: <https://www.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Inflacion-de-2024-siguio-en-descenso-y-cerro-en-52-porciento-jalonada-por-educacion-restaurantes-y-hoteles-250109.aspx#:~:text=La%20inflaci%C3%B3n%20contin%C3%B3%20a%20la,9%2C%20%25%20de%202023>

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJES
Porcentaje aportación recursos propios	95,58%
Porcentaje aportación Banco	4,42%
TMAR MIXTA	15,90%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	10,96%

5.8.2.1. Tasa Interna Retorno (TIR). Para Dolce Vita la TIR es del 33,02%, el cual comparada con la tasa Efectiva Anual (EA) de Crediservir (13,89%), TMAR del Banco (19,82%), TMAR Mixta (15,908%) y la TMAR Mixta Deflactada (10,96%), esta supera dichas tasas. Por tanto, se puede determinar que el proyecto tiene un retorno de la inversión del 33,02% el cual es muy positivo, para implementarlo.

5.8.2.2. Valor Presente Neto (VPN). También conocido como Valor Actual Neto (VAN), es una herramienta financiera que compara los flujos de dinero futuro con los actuales, en el cual si el resultado es mayor a cero se puede invertir. Para Dolce Vita, el VPN es de \$ 248.843.437, el cual es muy positivo para dar inicio al proyecto.

5.8.2.3. Período de Recuperación. Corresponde al tiempo que le toma a un inversor recuperar su inversión. Para calcular el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) se tiene en cuenta los siguientes datos:

Cuadro 69. Recuperación de la inversión

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 205.726.190	\$ 102.183.029	\$ 72.358.811	\$ 77.112.368	\$ 81.845.442	\$ 86.555.185
VNA	-\$ 205.726.190	\$ 88.025.910	\$ 53.697.606	\$ 49.296.864	\$ 45.073.523	\$ 41.063.111

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR RECUPERADO		\$ 88.025.910	\$ 141.723.515	\$ 191.020.379	\$ 236.093.902	\$ 277.157.013

Con base en el cuadro anterior, se puede concluir que, el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de aproximadamente cuatro (4 años).

5.8.2.4. Punto de equilibrio. Es una herramienta financiera que se debe calcular para poder conocer cuando los ingresos o ventas cubrirán los costos y gastos, sin generar utilidades. El punto de equilibrio se puede calcular desde diferentes variables, como se muestra en el siguiente cuadro:

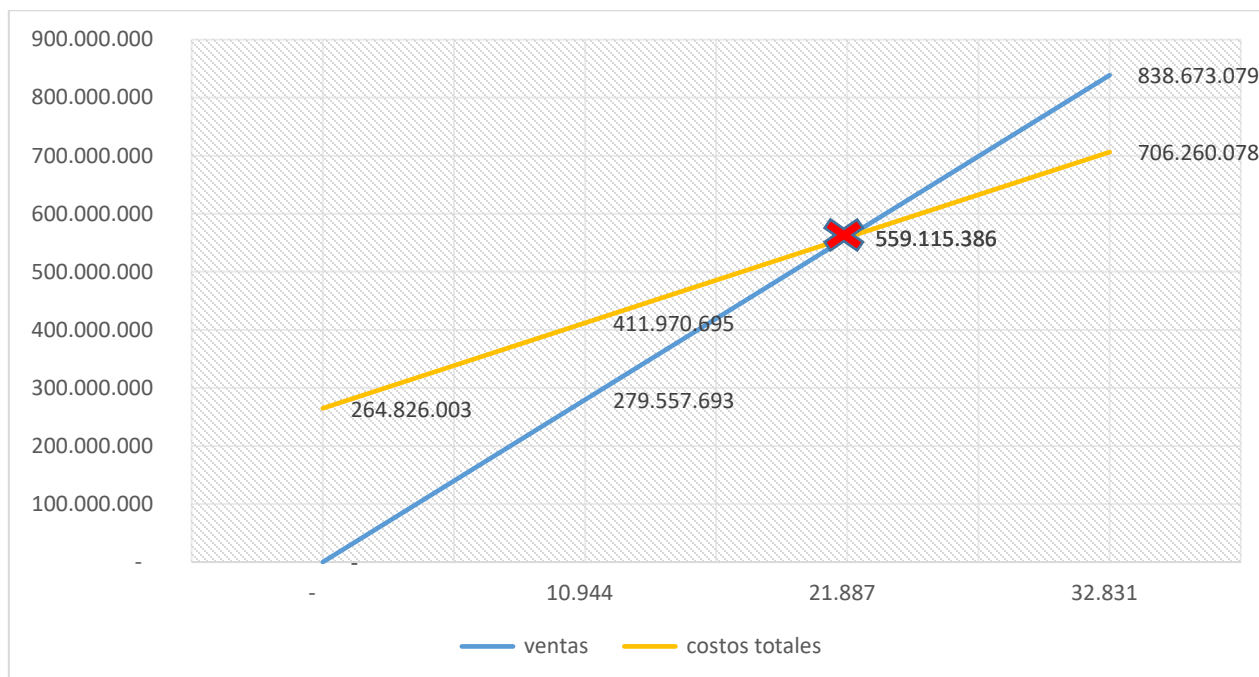
Cuadro 70. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	53,55%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	21.887
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 559.115.386
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	193

Cuadro 71. Variables para hallar el Punto de equilibrio

Descripción	Valores
CF: costos fijos	\$ 264.826.003
CV: costo variable	\$ 549.537.454
CT: costos totales	\$ 814.363.457
IT: ingreso total	\$ 1.044.056.848
Pu: precio unitario	\$ 25.545
CVu: costo variable unitario	\$ 13.446
VT: ventas totales	\$ 1.044.056.848
N: número días año	360
Capacidad utilizada año 1	40.871

Gráfico 13. Gráfico del punto de equilibrio



Teniendo en cuenta la capacidad instalada, la empresa Dolce Vita alcanzará el punto de equilibrio cuando se obtenga el 53,55% de la producción, es decir 21.887 cofres de alfajores y/o ventas por valor de \$ 559.115.386, o a los 193 días de estar produciendo ininterrumpidamente.

5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO

Dolce Vita será creada como una microempresa, ya que de acuerdo al Decreto 957 de 2019, expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se ha determinado que el tamaño del proyecto es una Microempresa ya que sus ingresos no superan las 23.563 UVT, es decir los \$ 1.108.992.595.

6. CONCLUSIONES

El proyecto Dolce Vita será desarrollado en Barranquilla, ciudad que ha sido seleccionada para ejecutar la actividad comercial de producción de alfajores, por su ubicación estratégica, es puerto aéreo, marítimo, fluvial y de comunicaciones; además, es un epicentro económico, industrial, comercial, deportivo, turístico, educativo y cultural. Reconocida a nivel mundial por su innovación, desarrollo y sus festividades, el cual atrae a turistas nacionales y extranjeros.

Para analizar la viabilidad del proyecto se realizaron cuatro estudios, en el cual concluyó lo siguiente: El estudio de mercados determinó que existe una población objetivo de 695.861 personas entre los 18 y 59 años, de los cuales el 94% manifestó que si compra alfajores a un precio promedio de \$ 21.650 caja por seis (6) unidades y, aproximadamente adquieren 5,32 paquetes al año. El canal de comercialización a utilizar es el directo y se hará a través de puestos de ventas físicos en islas ubicados en los centros comerciales de la ciudad. El empaque a utilizar será novedoso y muy sofisticado, lo cual le dará un atributo diferenciador con la competencia, ya que será en cofres.

El estudio técnico permitió definir con claridad la capacidad diseñada el cual fue de 71.951 cofres por seis (6) unidades, que se producirán en 4,87 minutos por lote de 30 cofres. La capacidad instalada de 53.778 cofres anuales, iniciando con el 76% de la producción para el primer año, incrementándose en un 2%. Se identificaron los recursos claves para poner en marcha el proyecto como son, la maquinaria, materia prima e insumos, equipos de computación y comunicación, talento humano, entre otros.

Para el estudio administrativo se decidió constituir una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), por los beneficios que se obtienen tanto fiscales como tributarios. El Gerente es quien encabeza el orden jerárquico, como máximo cargo al mando de la organización.

El estudio Financiero reveló que para iniciar el proyecto se requiere una inversión total \$452.327.979, un aporte de los socios fundadores del 51,36% que equivalen a \$232.327.979 y se solicitará un crédito en una entidad financiera por valor de \$ 20.0000.000. El capital de trabajo que se requiere es de \$403.574.964 con el que la empresa podrá realizar sus actividades durante seis (6) meses. El precio de venta por cada cofre x 6 unidades es de \$25.545, el cual está un poco por encima de las expectativas del mercado objetivo, pero cuenta con un atributo diferenciador que es el empaque que lo hace exclusivo y sofisticado.

El Valor Presente Neto (VPN) es de \$248.843.437 y la TIR del 33,02% valores positivos para la puesta en marcha del proyecto. El período de recuperación de la inversión es de cuatro (4) años aproximadamente, el punto de equilibrio se alcanzará cuando se hayan producido 21.887 cofres de alfajores, es decir un 53,55% de la capacidad instalada o cuando se hayan vendido \$559.115.386.

Con fundamento en lo anterior, se ha podido concluir que el proyecto “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de alfajores en Barranquilla”, es viable y factible y se puede ejecutar.

7. RECOMENDACIONES

Barranquilla es una ciudad, donde periódicamente se están realizando diferentes eventos, lo cual es una vitrina que permite promocionar cualquier producto, es indispensable participar de estos eventos, para que Dolce Vita sea reconocida y mejore sus niveles de ingresos.

El portafolio de productos es muy limitado, ya que sólo se van a producir alfajores, por tanto, innovar incluyendo otro tipo de galletas que permitan presentar a los clientes diferentes opciones para escoger.

BIBLIOGRAFÍA

ALIANZA EFI. [Sitio web]. Análisis descriptivo de la creación de valor en micro y pequeños establecimientos del sector de la panificación y repostería en Bogotá, Colombia. Disponible en: <https://alianzaefi.com/documento/analisis-descriptivo-de-la-creacion-de-valor-en-micro-y-pequenos-establecimientos-del-sector-de-la-panificacion-y-reposteria-en-bogota-colombia/>

CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANQUILLA. [Sitio web]. Celebrando la Panadería: las nuevas tendencias y retos en Caribe huele a pan. Disponible en:

DANE - ¿Cuántos somos? (Dakota del Norte). Gobernador.co, tomado de - <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>

DANE. [Sitio web]. ¿Cuántos somos? Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>

DANE. [Sitio web]. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU). [Consultado 3 marzo 2025]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen/normas-y-estandares/nomenclaturas-y-clasificaciones/clasificaciones/clasificacion-industrial-internacional-uniforme-de-todas-las-actividades-economicasciiu?highlight=WyJjbGFzaWZpY2FjaW9uliwiaW5kdXN0cmIhbCIsImluZHVz dHJpYWxlcjyd>

<https://www.camarabaq.org.co/celebrando-la-panaderia-las-nuevas-tendencias-y-retos-en-caribe-huele-a-pan/>

EL COLOMBIANO. [Sitio web]. Industria panadera mueve cerca de \$4,75 billones al año, ¿cuántos kilos de pan consume un colombiano al año? Disponible en: <https://www.elcolombiano.com/negocios/panaderias-en-colombia-mueven-475-billones-al-ano-GC25637133>

EL HERALDO. [Sitio web]. Crecimiento económico del Atlántico fue de 9,3 % en 2022. Disponible en: https://www.elheraldo.co/economia/2023/05/30/crecimiento-economico-del-atlantico-fue-de-93-en-2022/?utm_source

FORBES. [Sitio web]. Exportaciones de panes, galletas y obleas colombianas crecieron 12 % en 2020. Disponible: <https://forbes.co/2021/03/05/negocios/exportaciones-de-panes-galletas-y-obleas-colombianas-crecieron-12-en-2020> Exportaciones de panes, galletas y obleas colombianas crecieron 12 % en 2020 - Forbes Colombia

GONZÁLES, P. & RAMÍREZ, J. Metodología de investigación aplicada a proyectos empresariales. Editorial Académica. Kotler, P., & Keller, K. (2020). Dirección de marketing. Pearson Educación. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). Normativa y requisitos para la creación de empresas en Colombia. Recuperado de www.mincit.gov.co

INFOBAE [Sitio web]. El marketing de influencers le gana la partida a la publicidad tradicional: “Han entendido que es una profesión”. [Consultado el 12 noviembre de 2025]. Disponible en: <https://www.infobae.com/espana/2023/12/17/el-marketing-de-influencers-le-gana-la-partida-a-la-publicidad-tradicional-han-entendido-que-es-una-profesion/>

Instagram. (s/f). Instagram - tomado, de https://www.instagram.com/sabores_sorpresa/?hl=es

Instagram. (s/f-b). Instagram – tomado, de <https://www.instagram.com/lagabriellepasteleria/?hl=es>

LA GABRIELLE. Norte-Centro Histórico. (s/f). Com.co tomado, de https://www.rappi.com.co/restaurantes/900131317-la-gabrielle?utm_source

MACROTRENDS [sitio web]. Colombia metro area population 1950-2025. Disponible en: <https://www.macrotrends.net/globalmetrics/cities/20808/barranquilla/population#:~:text=The%20current%20metro%20area%20population,a%201.03%25%20increase%20from%202022>

MORDOR INTELLIGENCE. [Sitio web]. Productos de panadería Tamaño del Mercado. Disponible en: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/bakery-products-market>

PRESIDENCA. [Sitio web]. Inflación de 2024 siguió en descenso y cerró en 5,2 %, jalonada por educación, restaurantes y hoteles, la más baja desde 2021. [Consultado el 24 septiembre de 2025]. Disponible en: <https://www.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Inflacion-de-2024-siguio-en-descenso-y-cerro-en-52-porciento-jalonada-por-educacion-restaurantes-y-hoteles-250109.aspx#:~:text=La%20inflaci%C3%B3n%20continu%C3%B3%20a%20la,9%2C2%20%25%20de%202023>

SECTORIAL. [Sitio web]. Producción y Ventas de Productos Panaderos Crecen Pese a Altos Niveles de Inflación. Disponible en: <https://sectorial.co/informativa-industria-panificadora-y-de-pastas/ventas-de-productos-panaderos-crecen/>

TELENCUESTAS. [Sitio web]. Cuántos habitantes tiene Barranquilla, Atlántico en 2024. Disponible en: <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2024/atlantico/barranquilla>

VILLEGAS, A. (2025, 11 marzo). Cómo elaborar un Sistema de Gestión en Seguridad y Salud SST. Politécnico de Suramérica. <https://www.polisura.edu.co/guia-para-elaborar-un-sistema-de-gestion-en-seguridad-y-salud-en-el-trabajo-sg-sst>

ANEXOS

Anexo 1. Cotización SG-SST

JEIDI MAYERLI RINCÓN LÓPEZ
Ingeniera Ambiental
Especialista Seguridad y Salud en el Trabajo
T.P. 121021-0641552 NTS

San Alberto Cesar, 20 de septiembre de 2025

Señores
DOLCE VITA
Barranquilla

Asunto: Cotización Propuesta de diseño e implementación de plan de SG-SST

Cordial saludo:

A continuación, me permito presentar la propuesta de servicio de diseño de plan de Sistema de Gestión – Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), de acuerdo a los requerimientos solicitados para proyecto en marcha, con las siguientes actividades:

- Diagnóstico
- Diseño de las Políticas
- Identificación de Peligros
- Definición de Reglamento e Higiene
- Verificar la Matriz de Requisitos Legales
- Programa de Capacitación
- Verificación de Condiciones de Salud de los Empleados
- Comité Prioritario SST
- Elaboración del Procedimiento de Trabajo
- Plan de Prevención, Preparación y Respuestas ante Emergencias
- Elaboración de Indicadores

Cant	Descripción	Valor Mensual	Precio
1	Diseño e implementación del SG-SST		\$ 600.000
12	Seguimiento del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (\$ 35.000 por # trabajador)	\$ 280.000	\$ 280.000
TOTAL			\$ 880.000

Atentamente,

Jeidi Rincón López
JEIDI MAYERLI RINCÓN LÓPEZ
Ingeniera Ambiental
Especialista Seguridad y Salud en el Trabajo
121021-0641552 NTS

Calle 1 E 41-7 Barrio Villa Fanny
Celular 315 – 266 56 00
San Alberto Cesar

Anexo 2. Cotización Estudio Impacto Ambiental

JEIDI MAYERLI RINCÓN LÓPEZ
Ingeniera Ambiental
Especialista Seguridad y Salud en el Trabajo
T.P. 121021-0641552 NTS

San Alberto Cesar, 20 de Septiembre de 2025

Señores
DOLCE VITA
Barranquilla

Asunto: Cotización Estudio de impacto ambiental

Cordial saludo:

A continuación, me permito presentar la propuesta de servicio de estudio de impacto ambiental, de acuerdo a los requerimientos solicitados para el proyecto en marcha.

Actividades a realizar:

- Definición, identificación y delimitación del área de influencia de los componentes afectados.
- Evaluación y caracterización del entorno de influencia.
- Evaluación de procesos.
- Caracterización físico-biótica.
- Identificación de impactos ambientales positivos/negativos.
- Informe y recomendaciones

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Total Año
1	Diseño e implementación del estudio de impacto ambiental	\$ 600.000	\$ 600.000
4 x año	Mitigación de Impacto Ambiental (asesoría trimestral)	\$ 100.000	\$ 1.200.000
TOTAL			\$ 1.800.000

En espera de una pronta y positiva respuesta.

Atentamente

Jeidi Rincón López
JEIDI MAYERLI RINCÓN LÓPEZ
Ingeniera Ambiental
Especialista Seguridad y Salud en el Trabajo
121021-0641552 NTS

Calle 1 E 41-7 Barrio Villa Fanny
Celular 315 – 266 56 00
San Alberto Cesar

Anexo 3. Cotización Contador

SERVIAFIS
Servicios y Asesorías Financieras
Guillermo León Osuna
Contador Público
Universidad Santo Tomás
T.P. 38839 – T

San Alberto Cesar, 20 de septiembre de 2025

Señores
DOLCE VITA
E.S.D.

Asunto: Propuesta y cotización servicio de asesoría contable y financiera

Cordial saludo:

Me permito presentar la propuesta de servicios de asesoría contable de acuerdo a los requerimientos solicitados para el proyecto en marcha:

- Registrar las operaciones contables y elaborar balances y Pyg mensual.
- Velar por que la información sea confiable y comprensible.
- Emitir las correspondientes certificaciones.
- Conciliación bancaria mensual.
- Velar por la correcta incorporación de lo que es apropiado activar, llevar al gasto y hacer las respectivas depreciaciones.
- Conciliación de obligaciones financieras.
- Presentar todas Las declaraciones tributarias pertinentes.
- Conciliación de proveedores y otras cuentas por pagar.
- Realizar la correcta causación y pago de impuestos
- Contabilizar las obligaciones con los trabajadores en cuanto a salarios, retenciones de aportes de nómina y provisión de las prestaciones sociales.
- Las demás que permitan hacer una gestión contable, financiera y tributaria de forma eficaz y confiable.

Valor del servicio mensual Seiscientos mil pesos M/cte (\$600.000)

Cordialmente,


GUILLERMO LEÓN OSUNA
Contador Público

Cra. 4 # 5-19 Centro San Alberto Cesar
E-mail: guillermoleonosuna@gmail.com
564 60 07 – 315 780 22 97

Anexo 4. Cotización volantes publicitarios

tarjetasdepresentacionbogota.co/tienda/volantes-publicitarios/?srsltid=AfmBOooCZlpX1hjUpkfel6wmRuetrLNKuMqQAlaO...

DESIGN EXPRESS
Publicidad & Domicilio

Inicio Productos Impresión Digital Servicios Pendones Avisos Publicitarios

Volantes Publicitarios

\$60,000

- Cantidad: 1.000 uds
- Tamaño: 1/2 Carta | Carta
- material: Bond 90g | Propalcoote de 115, 150 g
- impresión: Offset 1 tinta | 2 tintas | full color
- terminada: Refinado

Personaliza tus Volantes

Personaliza tus volantes publicitarios y recibe a domicilio sin costo adicional.

- IMPRIME ONLINE – Sin salir de casa
- RECIBE A DOMICILIO – Envíos a toda Colombia
- GARANTÍA TOTAL

Anexo 5. Cotización cuñas radiales

asenred.com/tarifas/

Noticias regionales Noticias nacionales Producciones Nuestras Tarifas Emisoras en Vivo


ASENRED
Asociación Emisoras en Red de Antioquia

PLATAFORMA VIRTUAL DE EDUCACIÓN

Inicio Nuestra Organización Producciones Eventos Educación Entre el Río y La Montaña Contacto

	DURACIÓN CUÑA	VALOR UNITARIO	VALOR MENCIÓN
	10 SEGUNDOS	\$ 4.171	\$ 4.671
	15 SEGUNDOS	\$ 4.867	\$ 5.367
	20 SEGUNDOS	\$ 6.117	\$ 6.617
	25 SEGUNDOS	\$ 6.953	\$ 7.453
	30 SEGUNDOS	\$ 8.135	\$ 8.635
	40 SEGUNDOS	\$ 10. 568	\$ 11.068
	45 SEGUNDOS	\$ 12.097	\$ 12.597
	60 SEGUNDOS	\$ 15.433	\$ 15.933

Anexo 6. Cotización materia prima

		GRUPO DISTRICOSTOS SAS NIT : 901355485-0 CENTRO ABASTOS BG 2 LC 3 53 TEL : 6760505																																																	
NIT/CC 222222222222 CLIENTE CONSUMIDOR FINAL COMERCIO DIRECCION NO APLICA CIUDAD BUCARAMANGA BARRIO CENTROABASTOS	COTIZACION No 5 - 597 FECHA 19/09/2025 TEL 1																																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th>CODIGO</th> <th>CAN</th> <th>NOMBRE DEL PRODUCTO</th> <th>V. UNIT</th> <th>IVA</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10665</td> <td>100</td> <td>HARINA DE TRIGO PARDO BULTO X50KL</td> <td>1,280</td> <td>5</td> <td>128,000</td> </tr> <tr> <td>12765</td> <td>25</td> <td>FECULA DE MAIZ KILO</td> <td>7,080</td> <td>19</td> <td>176,500</td> </tr> <tr> <td>14485</td> <td>50</td> <td>AZUCAR PULVERIZADA COLOMBINA X 500 GR</td> <td>3,980</td> <td>5</td> <td>199,000</td> </tr> <tr> <td>10738</td> <td>1</td> <td>MANTEQUILLA GRASO BLOQUE X15KL</td> <td>67,500</td> <td>19</td> <td>67,500</td> </tr> <tr> <td>14132</td> <td>2</td> <td>AREQUIPE MILHOJA X5K</td> <td>72,000</td> <td>19</td> <td>144,000</td> </tr> <tr> <td>11530</td> <td>10</td> <td>COCO AZUCARADO LEVAPAN 10X1KL</td> <td>29,500</td> <td>19</td> <td>295,000</td> </tr> <tr> <td>11842</td> <td>1</td> <td>HUEVOS CARTON X30</td> <td>13,200</td> <td>0</td> <td>13,200</td> </tr> </tbody> </table>	CODIGO	CAN	NOMBRE DEL PRODUCTO	V. UNIT	IVA	TOTAL	10665	100	HARINA DE TRIGO PARDO BULTO X50KL	1,280	5	128,000	12765	25	FECULA DE MAIZ KILO	7,080	19	176,500	14485	50	AZUCAR PULVERIZADA COLOMBINA X 500 GR	3,980	5	199,000	10738	1	MANTEQUILLA GRASO BLOQUE X15KL	67,500	19	67,500	14132	2	AREQUIPE MILHOJA X5K	72,000	19	144,000	11530	10	COCO AZUCARADO LEVAPAN 10X1KL	29,500	19	295,000	11842	1	HUEVOS CARTON X30	13,200	0	13,200			
CODIGO	CAN	NOMBRE DEL PRODUCTO	V. UNIT	IVA	TOTAL																																														
10665	100	HARINA DE TRIGO PARDO BULTO X50KL	1,280	5	128,000																																														
12765	25	FECULA DE MAIZ KILO	7,080	19	176,500																																														
14485	50	AZUCAR PULVERIZADA COLOMBINA X 500 GR	3,980	5	199,000																																														
10738	1	MANTEQUILLA GRASO BLOQUE X15KL	67,500	19	67,500																																														
14132	2	AREQUIPE MILHOJA X5K	72,000	19	144,000																																														
11530	10	COCO AZUCARADO LEVAPAN 10X1KL	29,500	19	295,000																																														
11842	1	HUEVOS CARTON X30	13,200	0	13,200																																														
Registros : 7 Productos: 7 Peso (Kg) : 189.00 Caja: 5 TOTAL 1,023,200																																																			
Terminos y condiciones :	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">DETALLE DE IMPUESTOS</th> </tr> <tr> <th>TIPO</th> <th>BASE - IMP</th> <th>IMP.</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>C = 5</td> <td>311,429</td> <td>15,571</td> <td>327,000</td> </tr> <tr> <td>F = 19</td> <td>573,950</td> <td>109,050</td> <td>683,000</td> </tr> <tr> <td>A = 0</td> <td>13,200</td> <td>0</td> <td>13,200</td> </tr> <tr> <td></td> <td>898,579</td> <td>124,621</td> <td>1,023,200</td> </tr> <tr> <td></td> <td>IMPOCONSUMO</td> <td></td> <td>0</td> </tr> <tr> <td></td> <td>INC</td> <td></td> <td>0</td> </tr> <tr> <td></td> <td>TOTAL</td> <td></td> <td>1,023,200</td> </tr> </tbody> </table>			DETALLE DE IMPUESTOS				TIPO	BASE - IMP	IMP.	TOTAL	C = 5	311,429	15,571	327,000	F = 19	573,950	109,050	683,000	A = 0	13,200	0	13,200		898,579	124,621	1,023,200		IMPOCONSUMO		0		INC		0		TOTAL		1,023,200												
DETALLE DE IMPUESTOS																																																			
TIPO	BASE - IMP	IMP.	TOTAL																																																
C = 5	311,429	15,571	327,000																																																
F = 19	573,950	109,050	683,000																																																
A = 0	13,200	0	13,200																																																
	898,579	124,621	1,023,200																																																
	IMPOCONSUMO		0																																																
	INC		0																																																
	TOTAL		1,023,200																																																

Anexo 7. Cotización equipo de computación




Bucaramanga, Septiembre 19 de 2025

Señores:
ANGY KATERINE ANGARITA
 Ciudad..

CAN	DESCRIPCION	VR UNITARIO	VR TOTAL
02	PC DE ESCRITORIO ALL IN ONE LENOVO THINKCENTRE NEO 50A GEN 5 PROCESADOR INTEL CORE I5-13420H (8 CORE [4 P-CORE + 4 E-CORE] - 12 HILOS) P-CORE 4.6 GHZ - E-CORE 3.4 GHZ, 12 MB CACHE. MEMORIA RAM 8 GB DDR5-5200 SODIMM UP 32 GB, DISCO DURO 256 GB SSD 2280 , PANTALLA 23.8" FHD (1920X1080) IPS 250 NITS ANTI GLARE, MONITOR STAND, SUPPORTS -5° TO +15° TILT. , TARJETA DE VIDEO INTEL UHD GRAPHICS , CAMARA 5.0-MEGAPIXEL CON MICROFONO , AUDIO STEREO SPEAKERS, 3W X2, AUDIO BY HARMAN , , PUERTOS IZQUIERDOS: 1X HEADPHONE / MICROPHONE COMBO JACK (3.5MM)1X USB-C (USB 10GBPS / USB 3.2 GEN 2), DATA TRANSFER ONLY, PUERTOS POSTERIORES: 1X HDMI-IN 1.4,1X HDMI-OUT 2.1 TMDS,1X POWER CONNECTOR,2X USB-A (HI-SPEED USB / USB 2.0),1X USB-A (USB 10GBPS / USB 3.2 GEN 2) , ETHERNET (RJ-45) , CONEXIÓN INTEL WI-FI 6 AX201, 802.11AX 2X2 WI-FI + BLUETOOTH 5.1, PESO 6.0 KG , TECLADO Y MOUSE USB LENOVO	\$2.199.000 EXCLUIDO DE IVA.	\$ 4.398.000 EXCLUIDO DE IVA.
01	PORTATIL DELL 3530 IFB PROCESADOR INTEL CORE I5- MEMORIA RAM 8GB- SSD 512GB- WINDOWS 11 PRO, PANTALLA 15.6 . GARANTIA 1 AÑO	\$ 2.160.000	\$ 2.160.000 EXCLUIDO DE IVA.

OK SOLUCIONES S.A.S Carrera 24 No 39-05 Local 101
 Teléfono: 607-7013260 Cels: 315-8311080 Bucaramanga
ventas@oksolucionessas.com, gerencia@oksolucionessas.com
www.oksolucionessas.com

01	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL M141w 	\$ 698.000	\$ 698.000 EXCLUIDO DE IVA.
01	CELULAR SAMSUNG A06 - 4Gb-128Gb Entrega Inmediata	\$ 445.000	\$ 445.000 EXCLUIDO DE IVA
		TOTAL	\$ 7.701.000

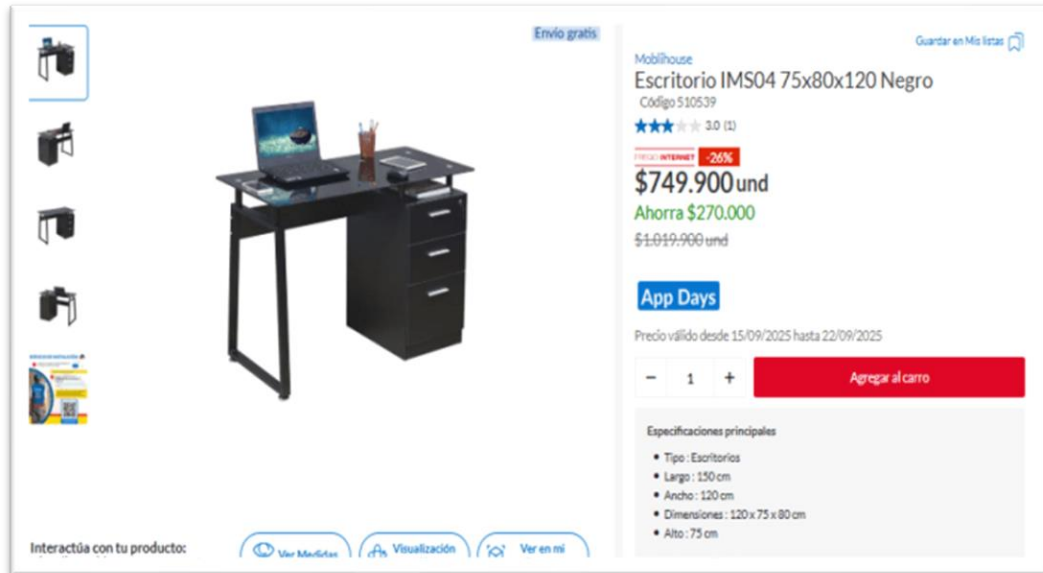
Condiciones Comerciales	Forma de Pago.
<ul style="list-style-type: none"> Garantía 1 Año aplica contra defectos de fabricación por medio del centro de servicio autorizado 	<ul style="list-style-type: none"> Transferencia Bancaria
TIEMPO DE ENTREGA PC – PORTATIL - UPS Entrega inmediata Impresora Dos días Bajo Orden de compra	VALIDEZ DE LA OFERTA: Cinco días hábiles

Saludo Cordial,

ADRIANA GONZALEZ
 Tel 3158311078

OK SOLUCIONES S.A.S Carrera 24 No 39-05 Local 101
 Teléfono: 607-7013260 Cels: 315-8311080 Bucaramanga
ventas@oksolucionessas.com, gerencia@oksolucionessas.com
www.oksolucionessas.com

Anexo 8. Cotización de escritorio



Envío gratis

Mobilhouse

Escritorio IMS04 75x80x120 Negro

Código 510539

★★★★☆ 3.0 (1)

PRECIO INTERNET **-26%**

\$749.900 und

Ahorra \$270.000

~~\$1.019.900 und~~

App Days

Precio válido desde 15/09/2025 hasta 22/09/2025

- 1 + **Agregar al carro**

Interactúa con tu producto: [Ver Medidas](#) [Visualización](#) [Ver en mi](#)

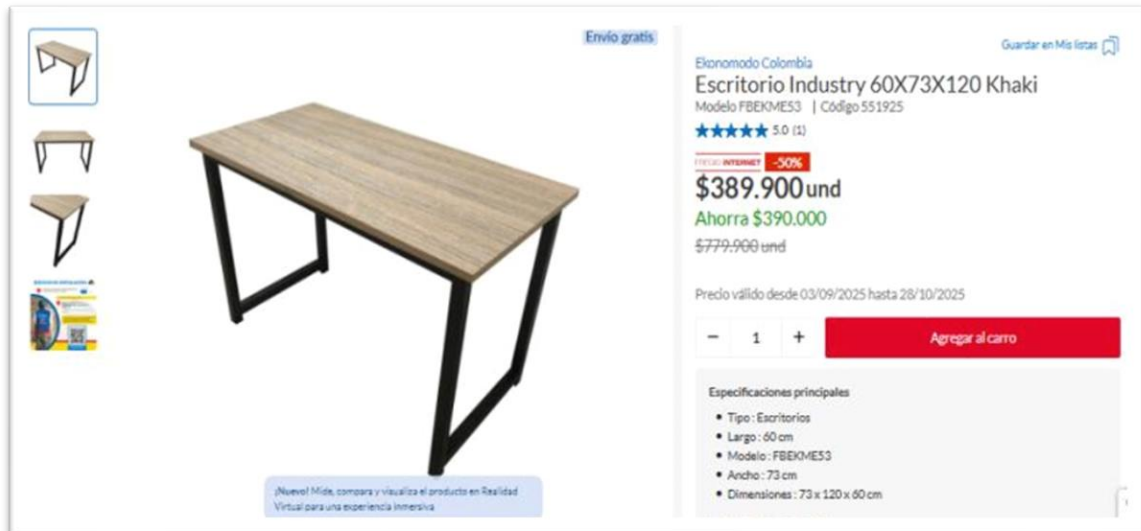
Guardar en Mis listas

Especificaciones principales

- Tipo : Escritorios
- Largo : 120 cm
- Ancho : 120 cm
- Dimensiones : 120 x 75 x 80 cm
- Alto : 73 cm

Fuente: <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/510539/escritorio-ims04-75x80x120-negro/510539/>

Anexo 9. Cotización de escritorio estándar



Envío gratis

Ekonomodo Colombia

Escritorio Industry 60X73X120 Khaki

Modelo FBK0ME53 | Código 551925

★★★★★ 5.0 (1)

PRECIO INTERNET **-50%**

\$389.900 und

Ahorra \$390.000

~~\$779.900 und~~

Precio válido desde 03/09/2025 hasta 28/10/2025

- 1 + **Agregar al carro**

Guardar en Mis listas

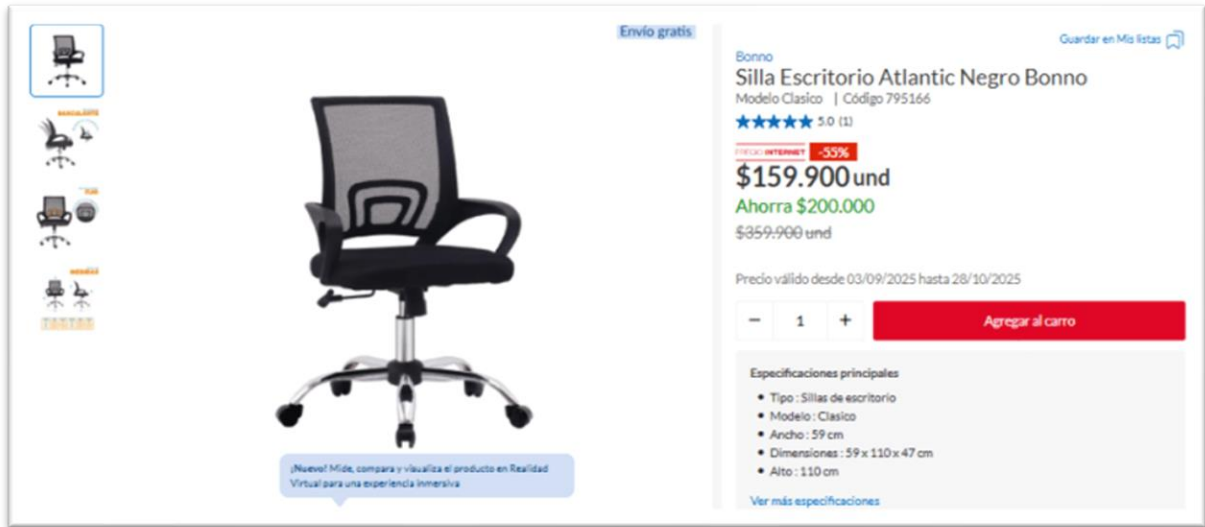
(Nuevo) Mide, compara y visualiza el producto en Realidad Virtual para una experiencia inmersiva

Especificaciones principales

- Tipo : Escritorios
- Largo : 60 cm
- Modelo : FBK0ME53
- Ancho : 73 cm
- Dimensiones : 73 x 120 x 60 cm

Fuente: <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/551925/escritorio-industry-60x73x120-khaki/551925/>

Anexo 10. Cotización de escritorio estándar



The image shows a product listing for a black office chair. On the left, there is a vertical gallery of images showing the chair from different angles and a '3D' icon. The main image is a large view of the chair. To the right of the chair, the text reads: 'Envío gratis', 'Silla Escritorio Atlantic Negro Bonno', 'Modelo Clasico | Código 795166', '★★★★★ 5.0 (1)', 'PRECIO INTERNET -35%', '\$159.900 und', 'Ahorra \$200.000', '\$359.900 und', 'Precio válido desde 03/09/2025 hasta 28/10/2025', a quantity selector set to '1', and a red 'Agregar al carro' button. Below the button, the 'Especificaciones principales' are listed: 'Tipo: Sillas de escritorio', 'Modelo: Clasico', 'Ancho: 59 cm', 'Dimensiones: 59 x 110 x 47 cm', and 'Alto: 110 cm'. A blue callout box at the bottom of the chair image says: '¡Nuevo! Mide, compara y visualiza el producto en Realidad Virtual para una experiencia inmersiva'. A 'Guardar en Mis listas' icon is in the top right corner.

<https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/795166/silla-escritorio-atlantic-negro-bonno/795166/>

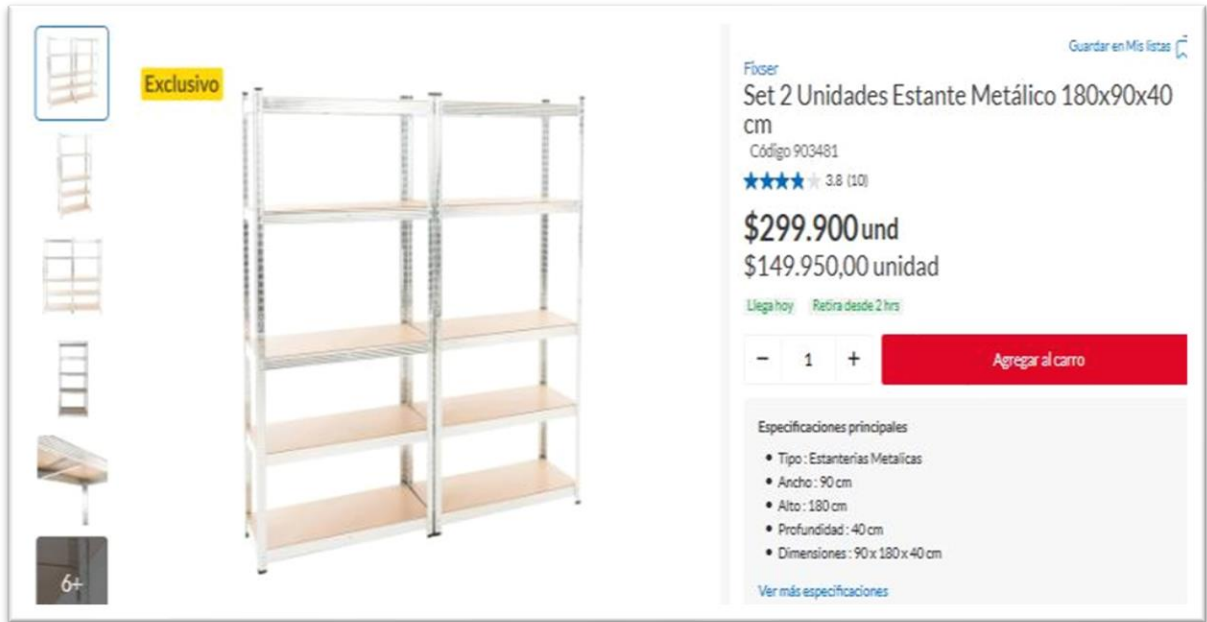
Anexo 11. Cotización de archivador metálico



The image shows a product listing for a white metal filing cabinet. On the left is a 3D rendering of the cabinet. To the right, the price '\$480.000' is displayed in large red text. Below the price, the text reads: 'Archivador ideal para oficinas o centros empresariales, donde se organiza de forma eficiente y segura documentos u objetos. Cuenta con:'. A list of features follows: '• Niveladores en polipropileno', '• 3 gavetas Y 1 de ellas con capacidad para carpetero', '• Gaveta con riel full extensión tipo pesado', '• Chapa de acción con llave', '• Lámina Cold Rolled calibre 22', and '• Pintura electrostática'. A 'Guardar en Mis listas' icon is in the bottom right corner.

<https://lacasadelmultimueble.com/tienda/archivador-2x1-metalico-blanco/>

Anexo 12. Cotización de estantes metálicos



Exclusivo

Guardar en Mis listas

Fixser
Set 2 Unidades Estante Metálico 180x90x40 cm
Código 903481
★★★★☆ 3.8 (10)
\$299.900und
\$149.950,00 unidad

Llega hoy Retira desde 2 hrs

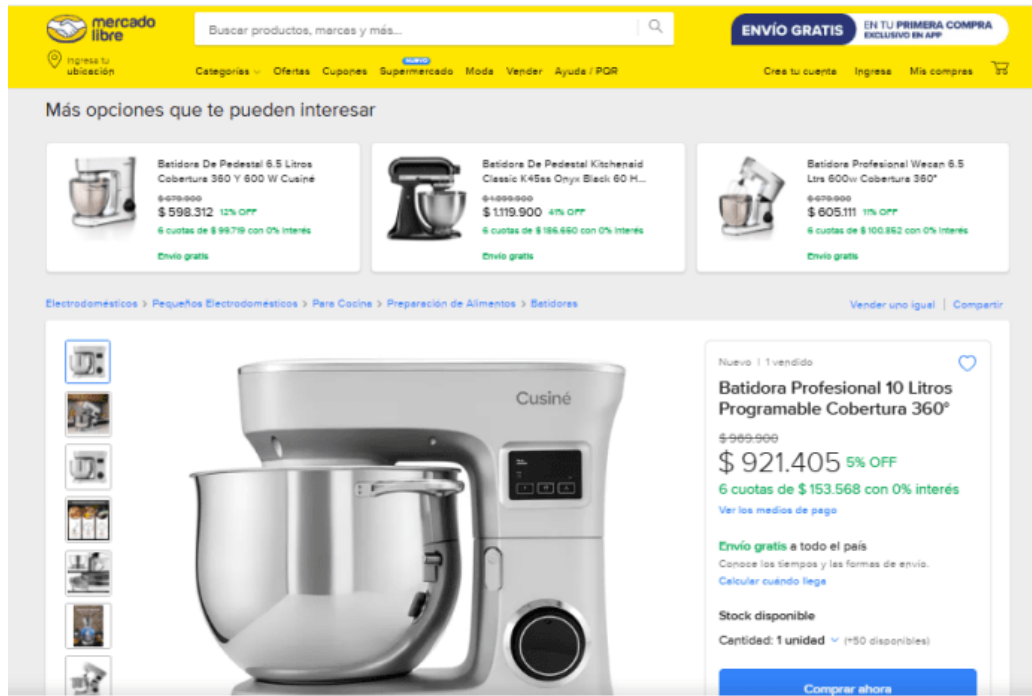
- 1 + **Agregar al carro**

Especificaciones principales

- Tipo : Estanterías Metálicas
- Ancho : 90 cm
- Alto : 180 cm
- Profundidad : 40 cm
- Dimensiones : 90x180x40 cm

[Ver más especificaciones](#)

Anexo 13. Cotización de batidora industrial



mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

ENVÍO GRATIS EN TU PRIMERA COMPRA EXCLUSIVO EN APP

Ingresar tu ubicación

Categorías Ofertas Cupones Supermercado Moda Vender Ayuda / PQR

Crear tu cuenta Ingresar Mis compras

Más opciones que te pueden interesar

- Batidora De Pedestal 6.5 Litros Cobertura 360° Y 600 W Cusine**
\$679.000
\$598.312 12% OFF
6 cuotas de \$ 98.719 con 0% interés
Envío gratis
- Batidora De Pedestal Kitchenaid Classic K45ss Onyx Black 60 H...**
\$1.099.000
\$ 1.119.900 4% OFF
6 cuotas de \$ 186.650 con 0% interés
Envío gratis
- Batidora Profesional Wacac 6.5 Ltrs 600w Cobertura 360°**
\$679.000
\$ 605.111 11% OFF
6 cuotas de \$ 100.852 con 0% interés
Envío gratis

Electrodomésticos > Pequeños Electrodomésticos > Para Cocine > Preparación de Alimentos > Batidores

Vender uno igual | Compartir

Nuevo | 1 vendido

Batidora Profesional 10 Litros Programable Cobertura 360°

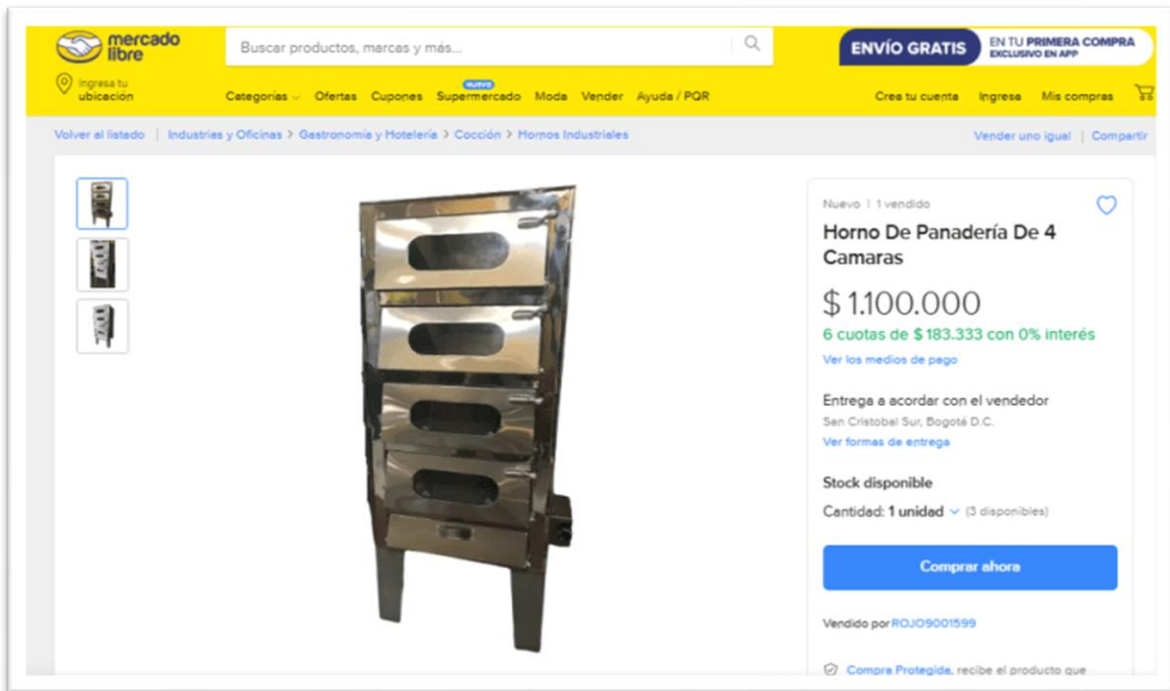
~~\$999.000~~
\$ 921.405 5% OFF
6 cuotas de \$ 153.568 con 0% interés
[Ver los medios de pago](#)

Envío gratis a todo el país
Conoce los tiempos y las formas de envío.
[Calcular cuándo llega](#)

Stock disponible
Cantidad: 1 unidad (150 disponibles)

Comprar ahora

Anexo 14. Cotización de horno industrial de 4 cámaras



The screenshot shows a product listing on Mercado Libre for a 'Horno De Panadería De 4 Camaras' (Industrial Bakery Oven with 4 chambers). The listing includes a main image of the oven, three smaller thumbnail images on the left, and a detailed description on the right. The price is \$1,100,000, with a financing option of 6 installments of \$183,333 at 0% interest. The seller is ROJO9001599, and the item is located in San Cristobal Sur, Bogotá D.C. The listing is marked as 'Nuevo' (New) and '1 vendido' (1 sold).

mercado libre Buscar productos, marcas y más... **ENVÍO GRATIS** EN TU PRIMERA COMPRA EXCLUSIVO EN APP

Ingresar tu ubicación [Categorías](#) [Ofertas](#) [Cupones](#) [Supermercado](#) [Moda](#) [Vender](#) [Ayuda / PQR](#) [Crea tu cuenta](#) [Ingresar](#) [Mis compras](#)

[Volver al listado](#) | [Industrias y Oficinas](#) > [Gastronomía y Hotelería](#) > [Cocción](#) > [Hornos Industriales](#) [Vender uno igual](#) | [Compartir](#)

Nuevo | 1 vendido

Horno De Panadería De 4 Camaras

\$1.100.000
6 cuotas de \$183.333 con 0% interés
[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
San Cristobal Sur, Bogotá D.C.
[Ver formas de entrega](#)

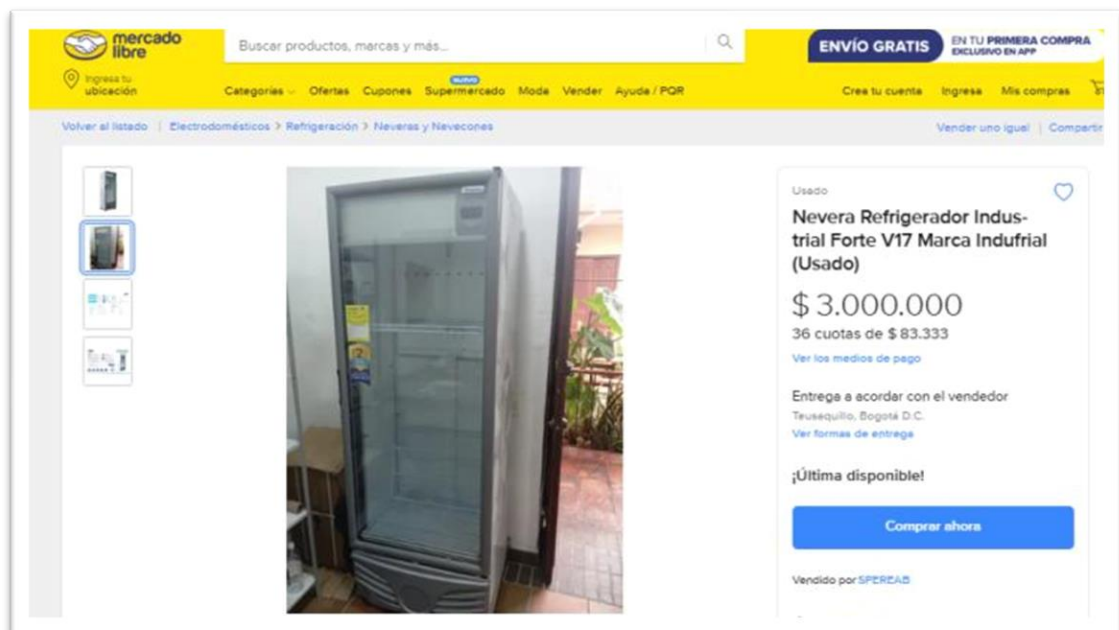
Stock disponible
Cantidad: 1 unidad (3 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Vendido por ROJO9001599

[Compra Protegida](#), recibe el producto que

Anexo 15. Cotización de Nevera refrigerador industrial



The screenshot shows a product listing on Mercado Libre for a 'Nevera Refrigerador Industrial Forte V17 Marca Indufrial (Usado)' (Used Industrial Refrigerator Forte V17). The listing includes a main image of the refrigerator, three smaller thumbnail images on the left, and a detailed description on the right. The price is \$3,000,000, with a financing option of 36 installments of \$83,333. The seller is SPERIAS, and the item is located in Teusequillo, Bogotá D.C. The listing is marked as 'Usado' (Used).

mercado libre Buscar productos, marcas y más... **ENVÍO GRATIS** EN TU PRIMERA COMPRA EXCLUSIVO EN APP

Ingresar tu ubicación [Categorías](#) [Ofertas](#) [Cupones](#) [Supermercado](#) [Moda](#) [Vender](#) [Ayuda / PQR](#) [Crea tu cuenta](#) [Ingresar](#) [Mis compras](#)

[Volver al listado](#) | [Electrodomésticos](#) > [Refrigeración](#) > [Neveras y Nevecones](#) [Vender uno igual](#) | [Compartir](#)

Usado

Nevera Refrigerador Industrial Forte V17 Marca Indufrial (Usado)

\$3.000.000
36 cuotas de \$83.333
[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Teusequillo, Bogotá D.C.
[Ver formas de entrega](#)

¡Última disponible!

[Comprar ahora](#)

Vendido por SPERIAS

Anexo 16. Cotización de Moldes redondos inoxidables



Visitar la tienda de Compra Internacional

Nuevo | 2 vendidos

MÁS VENDIDO 6° en Cortadores de Galletas

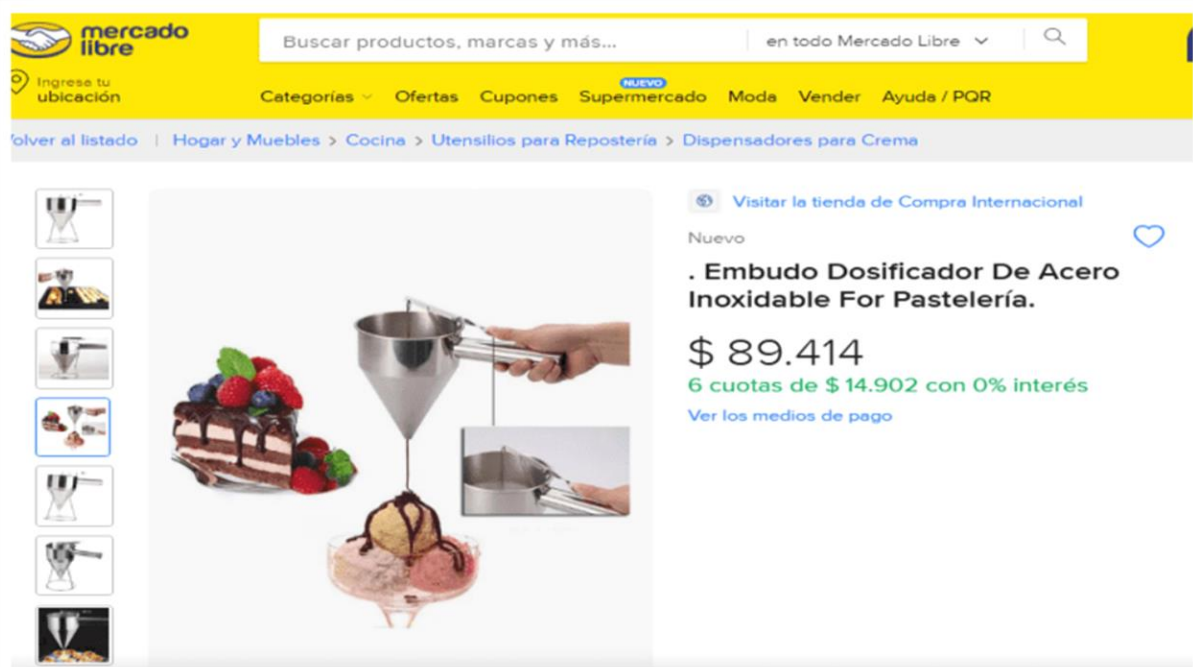
Molde Redondo Para Galletas, Acero Inoxidable, Para Cortar F

~~\$ 15.608~~
\$ 10.196 34% OFF

Ver los medios de pago

Opciones de compra:
2 productos nuevos desde \$ 10.196

Anexo 17. Cotización Embudo dosificador



mercado libre

Buscar productos, marcas y más... en todo Mercado Libre

Ingrese tu ubicación

Categorías Ofertas Cupones **NUEVO** Supermercado Moda Vender Ayuda / PQR

[Volver al listado](#) | [Hogar y Muebles](#) > [Cocina](#) > [Utensilios para Repostería](#) > [Dispensadores para Crema](#)

Visitar la tienda de Compra Internacional

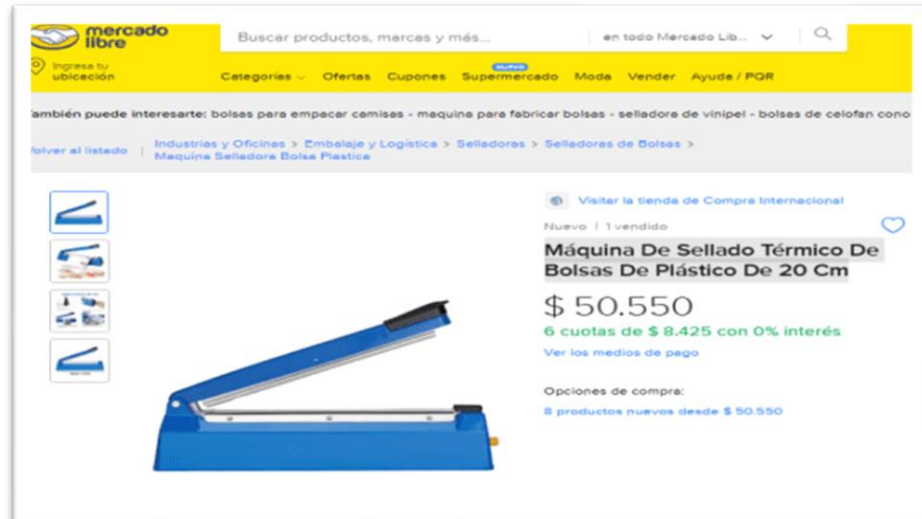
Nuevo

. Embudo Dosificador De Acero Inoxidable For Pastelería.

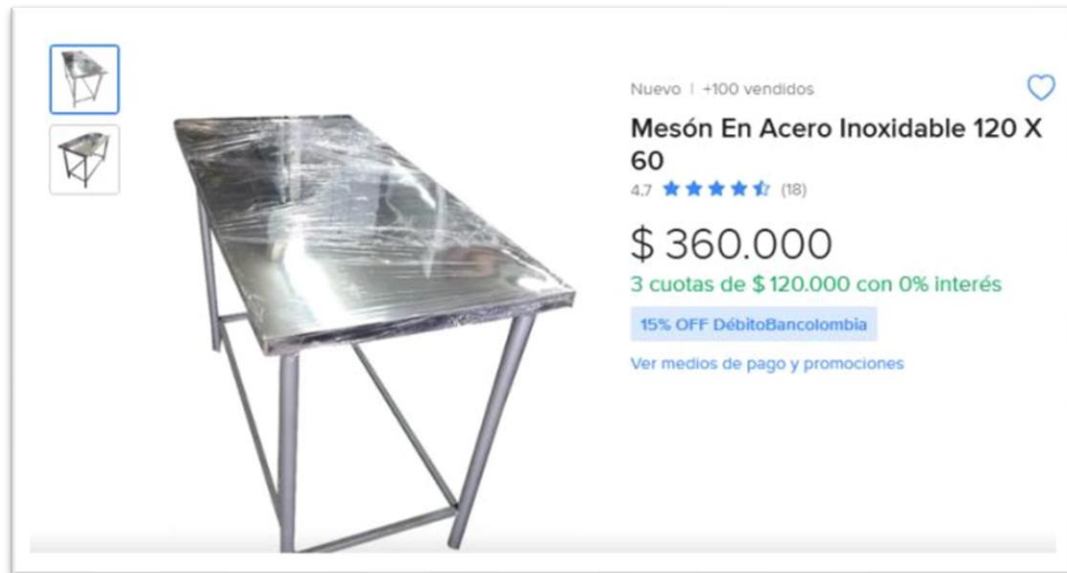
\$ 89.414
6 cuotas de \$ 14.902 con 0% interés

Ver los medios de pago

Anexo 18. Cotización máquina de sellado



Anexo 19. Cotización de mesón en acero inoxidable



https://www.mercadolibre.com.co/meson-en-acero-inoxidable--120-x-60/up/MCOU2432782470#polycard_client=search-nordic&search_layout=grid&position=5&type=product&tracking_id=7cab97d0-dc02-4e2c-a15a-759e8a100ed9&wid=MCO507179098&sid=search

Anexo 20. Cotización de carro zorra para bandejas



Carro Zorra Para Transporte De Bandejas 70 X 45 X 15

\$ 295.950

Hasta 12 pagos sin tarjeta con Mercado Pago. [Saber más](#)

1 [Añadir al carrito](#)

Ingresar tu dirección para calcular el envío

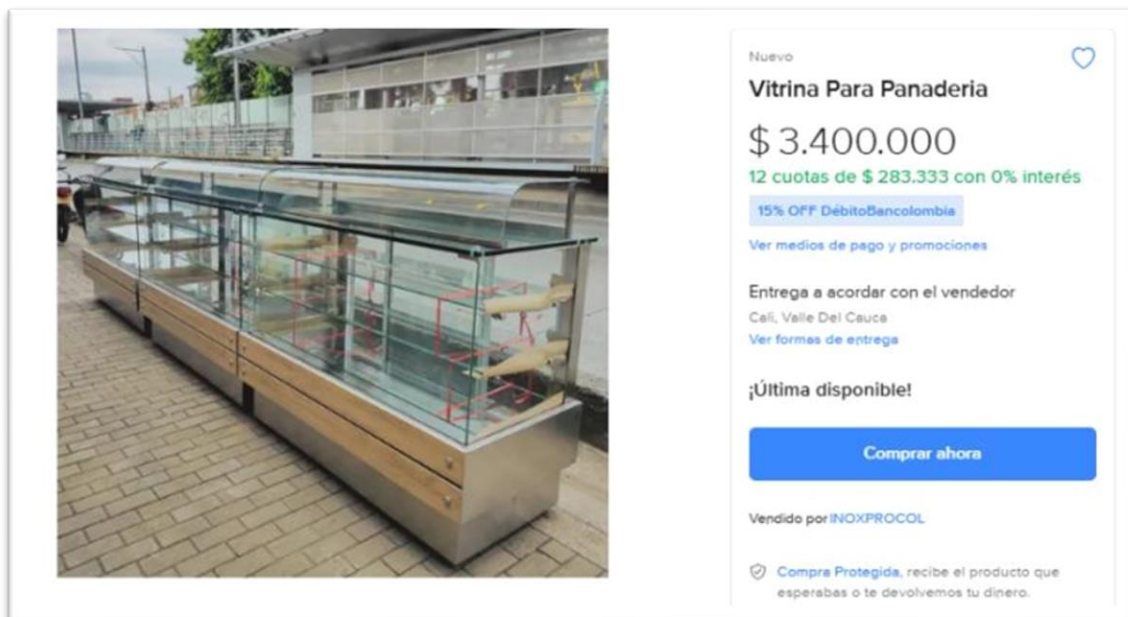
[Calcular Envío](#)

SKU: MDP004121 Categorías: Carros, Mobiliaria de Trabajo / Estanterías Etiqueta: carro zorra para transporte

Todos los días **3.6.9 v 12 Cuotas**

<https://www.gastronovo.com/producto/carro-zorra-para-transporte-de-bandejas-70-x-45-x-15-2/>

Anexo 21. Cotización de Vitrina mostrador



Nuevo

Vitrina Para Panaderia

\$ 3.400.000

12 cuotas de \$ 283.333 con 0% interés

15% OFF Débito Bancolombia

[Ver medios de pago y promociones](#)

Entrega a acordar con el vendedor

Cali, Valle Del Cauca

[Ver formas de entrega](#)

¡Última disponible!

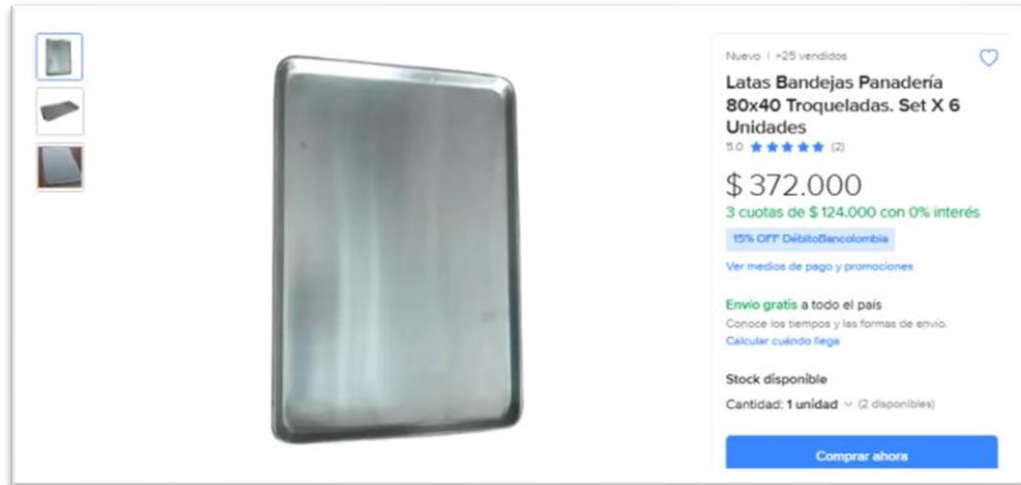
[Comprar ahora](#)

Vendido por **INOXPROCOL**

[Compra Protegida](#), recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

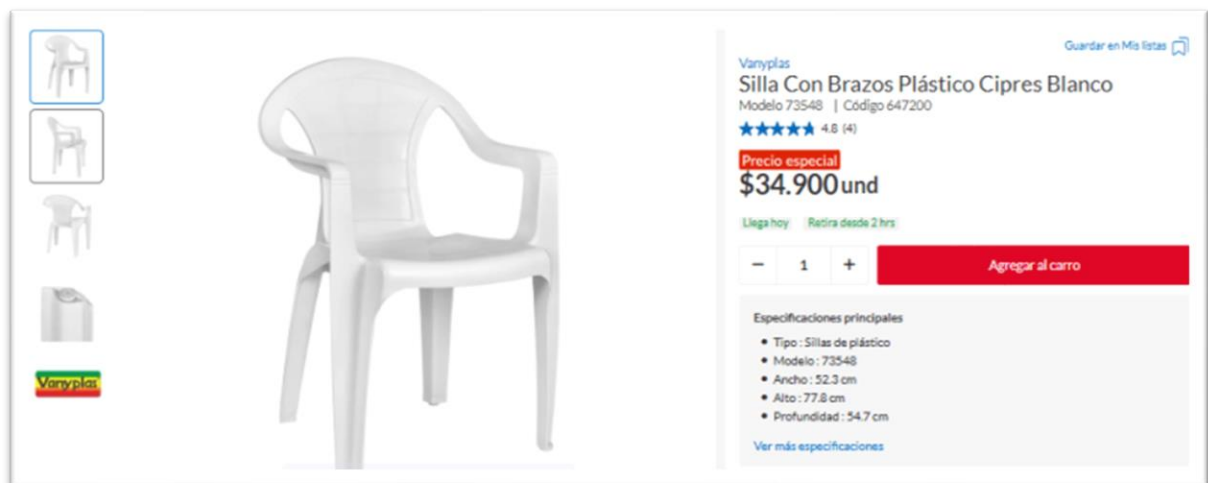
https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1379353057-vitrina-para-panaderia-JM#polycard_client=search-nordic&search_layout=grid&position=2&type=item&tracking_id=5e258320-fc74-4882-8612-d6e70a53dcc2&wid=MCO1379353057&sid=search

Anexo 22. Cotización de Vitrina mostrador



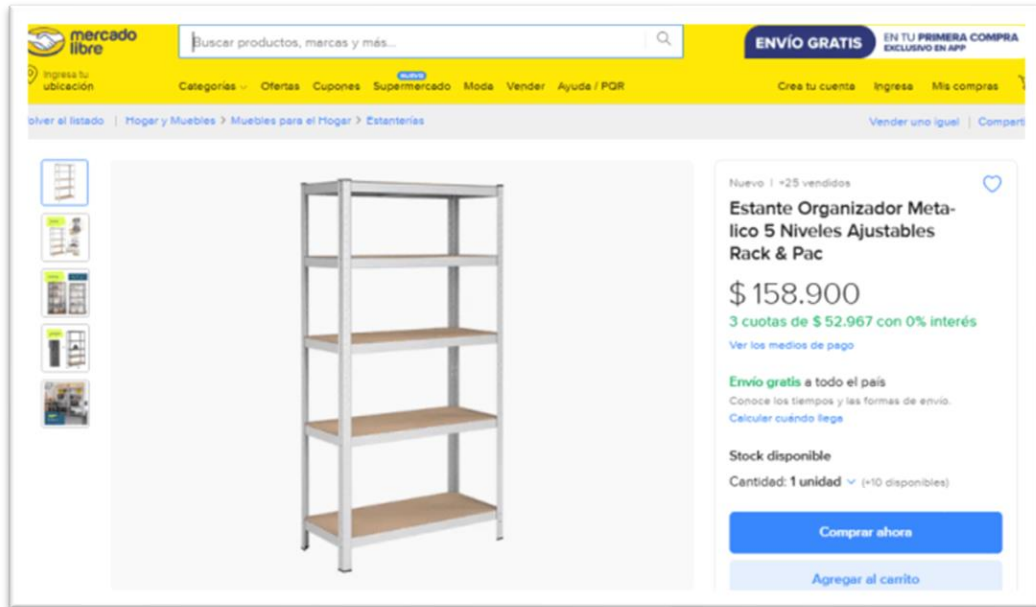
https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-564907080-latas-bandejas-panaderia-80x40-troqueladas-set-x-6-unidades-JM?matt_tool=94580488&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=22126928636&matt_ad_group_id=171342964297&matt_match_type=&matt_network=g&matt_device=c&matt_creative=729836847280&matt_keyword=&matt_ad_position=&matt_a_d_type=pla&matt_merchant_id=122738009&matt_product_id=MCO564907080&matt_product_partition_id=2389298083855&matt_taget_id=pla-2389298083855&cq_src=google_ads&cq_cmp=22126928636&cq_net=g&cq_plt=gp&cq_med=pla&gad_source=1&gad_campaignid=22126928636&gbraid=0AAAAAD1Dcox0XcY_5dTh6QMIGUw2-qzxK&qclid=Cj0KCKQjw_rPGBhCbARIsABjq9cdC-UZUtcANfOxGGNhtahciXLsqOAwOIKTTPnYQW0IGkLKuK3qWq3EaAqtpEALw_wcB

Anexo 23. Cotización de Sillas plásticas



<https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/647200/silla-con-brazos-plastico-cipres-blanco/647200/>

Anexo 24. Cotización de organizador metálico



The screenshot shows a product listing on Mercado Libre for a metal organizer. The product is titled "Estante Organizador Metálico 5 Niveles Ajustables Rack & Pac" and is priced at \$158.900. It is available in 3 installments of \$52.967 with 0% interest. The product is new and has 25+ sales. The page includes a search bar, navigation menu, and a "Comprar ahora" button.

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

ENVÍO GRATIS EN TU PRIMERA COMPRA EXCLUSIVO EN APP

Ingresar tu ubicación

Categorías · Ofertas · Cupones · Supermercado · Moda · Vender · Ayuda / PQR

Crear tu cuenta · Ingresar · Mis compras

Ver el listado | Hogar y Muebles > Muebles para el Hogar > Estanterías

Vender uno igual | Compartir

Nuevo | +25 vendidos

Estante Organizador Metálico 5 Niveles Ajustables Rack & Pac

\$158.900

3 cuotas de \$52.967 con 0% interés

Ver los medios de pago

Envío gratis a todo el país

Conoce los tiempos y las formas de envío.

Calcular cuándo llega

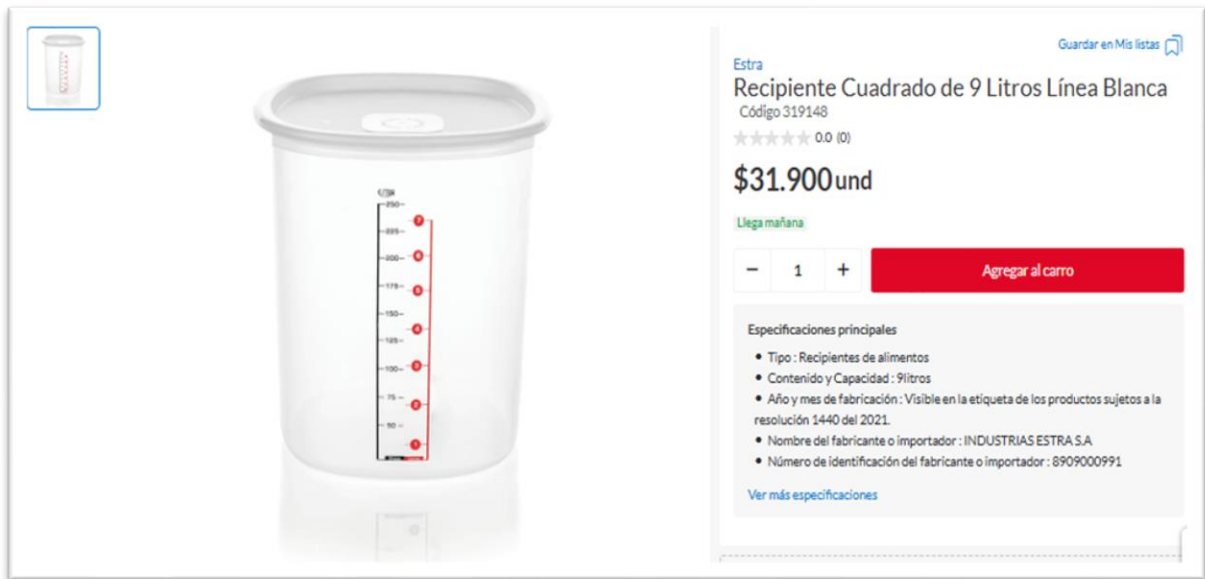
Stock disponible

Cantidad: 1 unidad (v) (+10 disponibles)

Comprar ahora

Agregar al carrito

Anexo 25. Cotización de recipiente plástico



The screenshot shows a product listing on Homecenter for a plastic measuring cup. The product is titled "Estra Recipiente Cuadrado de 9 Litros Línea Blanca" and is priced at \$31.900 und. It is available in 1 unit. The product is new and has 0.0 (0) reviews. The page includes a search bar, navigation menu, and an "Agregar al carro" button.

Estra

Recipiente Cuadrado de 9 Litros Línea Blanca

Código 319148

★★★★★ 0.0 (0)

\$31.900 und

Llega mañana

- 1 +

Agregar al carro

Especificaciones principales

- Tipo: Recipientes de alimentos
- Contenido y Capacidad: 9litros
- Año y mes de fabricación: Visible en la etiqueta de los productos sujetos a la resolución 1440 del 2021.
- Nombre del fabricante o importador: INDUSTRIAS ESTRA S.A
- Número de identificación del fabricante o importador: 8909000991

Ver más especificaciones

<https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/319148/recipiente-cuadrado-de-9-litros-linea-blanca/319148/>

Anexo 26. Cotización juego de herramientas

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

ENVÍO GRATIS EN TU PRIMERA COMPRA EXCLUSIVO EN APP

Ingresar tu ubicación

Categorías Ofertas Cupones Supermercado Moda Vender Ayuda / PQR

Crear tu cuenta Ingresar Mis compras

También puede interesarte: set de herramientas mecánicas redline · juego llaves torx herramientas manuales · juego de herramientas

Volver | Herramientas > Herramientas Manuales > Kits de Herramientas > Combinadas > Juego de Herramientas

Vender una igual | Compartir

Nuevo | +25 vendidos

MÁS VENDIDO 1º en Combinadas

Juego De Herramientas Combinado Set 104 Piezas Caja Portátil

4.0 ★★★★★ (2)

\$ 99.900

6 cuotas de \$ 16.650 con 0% interés

10% OFF Mastercard

Ver medios de pago y promociones

Envío gratis a todo el país

Conoce los tiempos y las formas de envío

Calcular cuándo llega

Stock disponible

Cantidad: 1 unidad (+50 disponibles)

Comprar ahora

Anexo 27. Cotización de Guante supertérmico

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Ingresar tu ubicación

Categorías Ofertas Cupones Supermercado Moda Vender Ayuda / PQR

También puede interesarte: guantes para parrilla - puertas en aluminio - bolitas que crecen en el agua

Volver al listado | Hogar y Muebles > Cocina > Cocción y Hornado > Agarra Ollas

Nuevo | +100 vendidos

MÁS VENDIDO 1º en Agarra Ollas

Guante supertérmico para horno que protege las manos y las muñecas, soporta 600 °C, color negro, superresistente, para parrilla

4.6 ★★★★★ (13)

~~\$ 38.900~~

\$ 32.765 15% OFF

6 cuotas de \$ 5.461 con 0% interés

10% OFF Mastercard

Ver medios de pago y promociones

Color: Negro

Calte

33cm

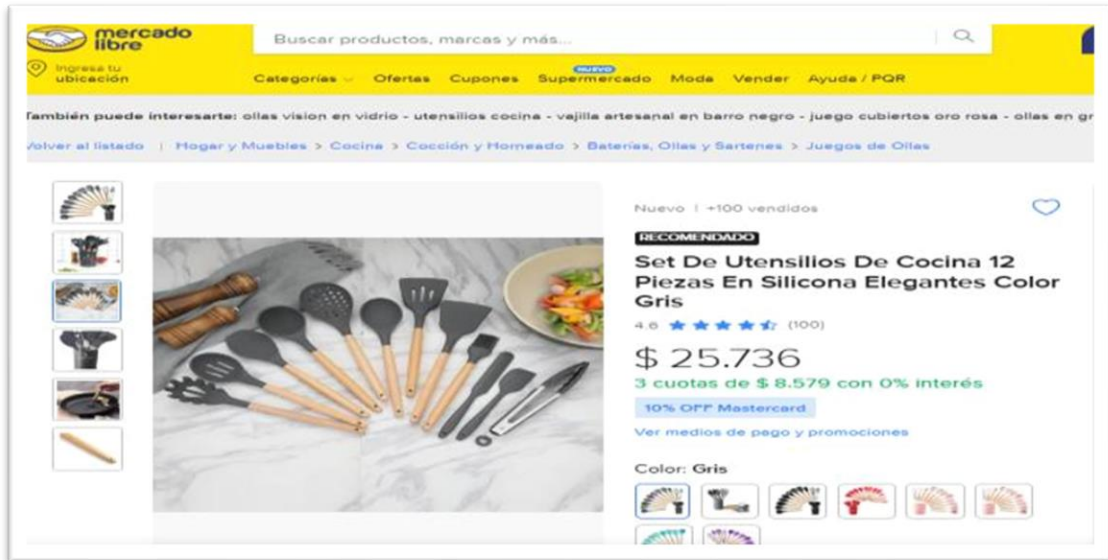
Altas Temperaturas

Super Resistente e Confortablel

30cm

Tiras de silicona para adherencia extra

Anexo 28. Cotización de utensilios de cocina



mercado libre Buscar productos, marcas y más... Ingresar tu ubicación

Categorías Ofertas Cupones Supermercado Moda Vender Ayuda / PQR

También puede interesarte: ollas vision en vidrio - utensilios cocina - vajilla artesanal en barro negro - juego cubiertos oro rosa - ollas en gr

Volver al listado | Hogar y Muebles > Cocina > Cocción y Hornado > Baterías, Ollas y Sartenes > Juegos de Ollas

Nuevo | +100 vendidos

RECOMENDADO

Set De Utensilios De Cocina 12 Piezas En Silicona Elegantes Color Gris

4.6 ★★★★★ (100)

\$ 25.736

3 cuotas de \$ 8.579 con 0% interés


10% OFF Mastercard

Ver medios de pago y promociones

Color: Gris

Color selection icons: [Silicone set] [Wooden set] [Stainless steel set] [Silicone set] [Silicone set] [Silicone set] [Silicone set]

Anexo 29. Cotización de rodillo de cocina



mercado libre Buscar productos, marcas y más... Ingresar tu ubicación

Categorías Ofertas Cupones Supermercado Moda Vender Ayuda / PQR

También puede interesarte: utensilios cocina - set cuchillos master chef - utensilios de repostería - rodillo de cocina - sartén 18 cm

Volver al listado | Hogar y Muebles > Cocina > Utensilios de Preparación > Rodillos de Cocina

Ver más productos marca Chef Master

Nuevo | +100 vendidos

MÁS VENDIDO 1º en Rodillos de Cocina

Rodillo De Cocina Plástico 24 Cm Chef Master, Utensilio Ligero y Resistente Para Amasar Pan, Pizza, Galletas o Repostería, Fácil De Usar y Limpiar, Ideal Para Hogar y Cocina Profesional.

4.8 ★★★★★ (4)

~~\$ 24.900~~

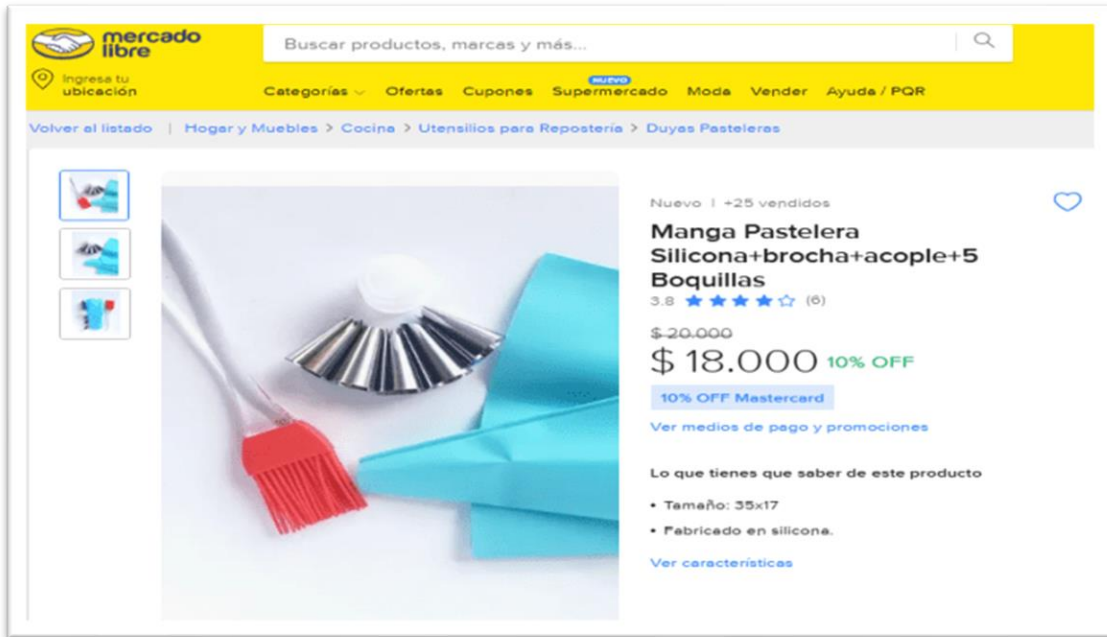
\$ 18.675 25% OFF

10% OFF Mastercard

Ver medios de pago y promociones

Color: Blanco

Anexo 30. Cotización de manga pastelera



mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Ingresar tu ubicación

Categorías Ofertas Cupones **¡NUEVO!** Supermercado Moda Vender Ayuda / PGR

Volver al listado | Hogar y Muebles > Cocina > Utensilios para Repostería > Dujas Pasteleras

Nuevo | +25 vendidos

**Manga Pastelera
Silicona+brocha+acople+5
Boquillas**

3.8 ★★★★★ (6)

\$20.000
\$ 18.000 10% OFF

10% OFF Mastercard

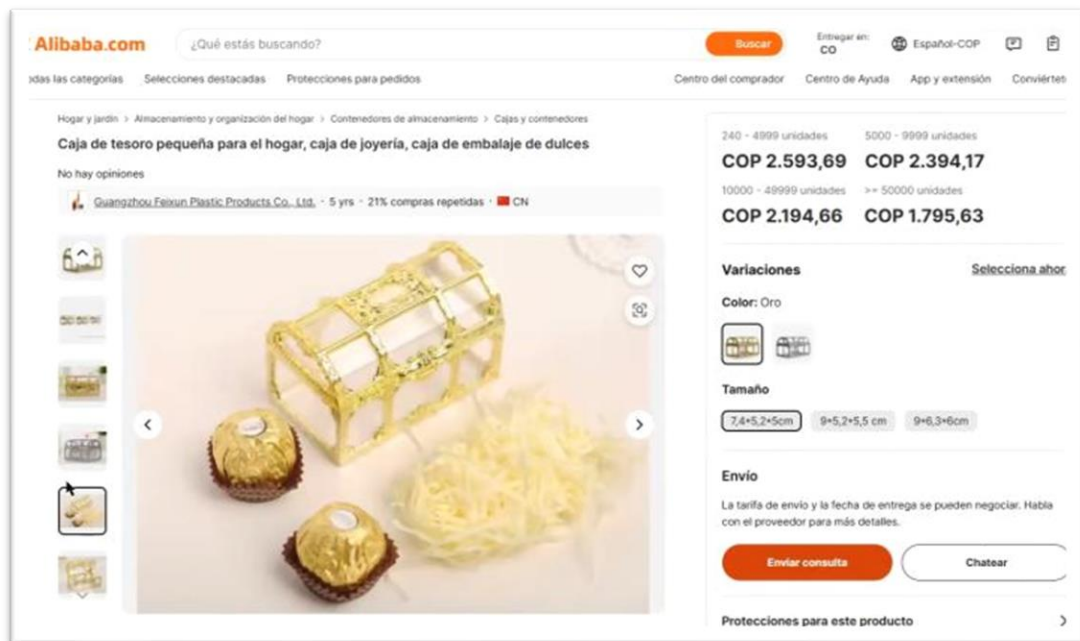
Ver medios de pago y promociones

Lo que tienes que saber de este producto

- Tamaño: 35x17
- Fabricado en silicona.

Ver características

Anexo 31. Cotización de caja o cofre de empaque



Alibaba.com

¿Qué estás buscando?

Buscar

Entregar en: CO

Español-COP

Ver las categorías | Selecciones destacadas | Protecciones para pedidos

Centro del comprador | Centro de Ayuda | App y extensión | Conviértete

Hogar y jardín > Almacenamiento y organización del hogar > Contenedores de almacenamiento > Cajas y contenedores

Caja de tesoro pequeña para el hogar, caja de joyería, caja de embalaje de dulces

No hay opiniones

Guangzhou Feixin Plastic Products Co., Ltd. · 5 yrs · 21% compras repetidas · CN

240 - 4999 unidades **COP 2.593,69**

5000 - 9999 unidades **COP 2.394,17**

10000 - 49999 unidades **COP 2.194,66**

>= 50000 unidades **COP 1.795,63**

Variaciones **Selecciona ahora**

Color: Oro

Tamaño

7,4x5,2x5cm 9x5,2x5,5 cm 9x6,3x6cm

Envío

La tarifa de envío y la fecha de entrega se pueden negociar. Habla con el proveedor para más detalles.

Enviar consulta Chatear

Protecciones para este producto

Anexo 32. Tamizador cernidor industrial con malla 40-100 micras

The screenshot shows the Mercado Libre website interface. At the top, there is a search bar with the text "Buscar productos, marcas y más...". To the right of the search bar, there is a yellow banner that says "ENVÍO GRATIS EN TU PRIMERA COMPRA". Below the search bar, there are navigation links for "Categorías", "Ofertas", "Cupones", "Supermercado", "Moda", "Mercado Play", "Vender", and "Ayuda". On the right side, there are links for "Crea tu cuenta", "Ingresar", and "Mis compras".

The main content area is titled "Más opciones que te pueden interesar" and features three product cards:

- Maquina Cernidor Tamizador Polvo 12/80 Industrial:** Price \$4,972, 24 meses de \$300.45, Envío gratis.
- Cernidor Tamizador Industrial Eléctrico 110v:** Price \$37,761 (5% OFF), 15 meses sin intereses de \$2,517, Envío gratis.
- Cernidor Tamizador Eléctrico Harina Industrial Repostería:** Price \$6,199, 15 meses sin intereses de \$413.27, Envío gratis.

Below these cards, there is a breadcrumb trail: "Hogar, Muebles y Jardín > Cocina > Utensilios de Preparación > Tamizadores".

The main product listing is for a "Nuevo | 2 vendidos" "Tamizador Cernidor Industrial Con Malla 40-100 Micras". The price is \$15,199.05 (5% OFF) with 15 meses sin intereses de \$1,013.27 IVA incluido. The color is "Plateado". There are buttons for "Comprar ahora" and "Agregar al carrito". The seller is "MIDICORP" with +500 ventas.

Anexo 33. Casa Arrendamiento Barrio Limoncito

The screenshot shows a real estate listing on the Fincaraiz.com website. The URL in the browser is "fincaraiz.com/casa-en-arriendo-en-el-limoncito-barranquilla/192920515". The page header includes the Fincaraiz logo and navigation links: "Proyectos de vivienda", "Venta", "Arriendo", "Inmobiliarias", "Constructoras", "Noticias", and "Vivienda VIS".

The listing details are as follows:

- Ubicación Principal:** El limoncito, Barranquilla, Atlántico
- Ubicaciones asociadas:** El limoncito, Paraíso, Las tres avemarías

The main image shows an empty room with large windows and a tiled floor. There are buttons for "Favorito", "Compartir", and "Reportar". Below the image, there are buttons for "Galería" and "Mapa".

The listing title is "Casa en Arriendo en El limoncito, Barranquilla" with a price of "\$ 2.000.000 Precio de Arriendo". The specifications are "3 Habs.", "1 Baño", and "100 m²".

Anexo 34. Casa Arrendamiento Barrio Los Nogales

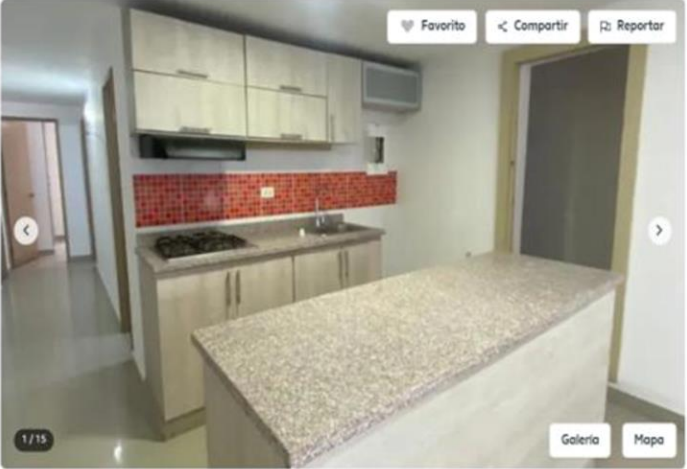
← → ↻ fincaraiz.com.co/casa-en-arriendo-en-los-nogales-barranquilla/192967651 🔍 ☆ 📄

Fincaraiz Proyectos de vivienda Venta Arriendo Inmobiliarias Constructoras Noticias Vivienda VIS

Estás en: [Fincaraiz](#) > [Arriendo](#) > [Casos](#) > [Barranquilla](#) > [Los nogales](#) > [Casa en Arriendo en Los nogales, Barranquilla](#)

Ubicación Principal
Los nogales, Barranquilla, Atlantico

Ubicaciones asociadas
Campo alegre, Los nogales, Ciudad jardin



Favorito Compartir Reportar

1/15 Galería Mapa

Casa en Arriendo en Los nogales, Barranquilla

\$ 1.900.000
Precio de Arriendo

🛏 3 Habs. 🚿 3 Baños 📏 120 m²

Anexo 35. Casa Arrendamiento Barrio La Cumbre

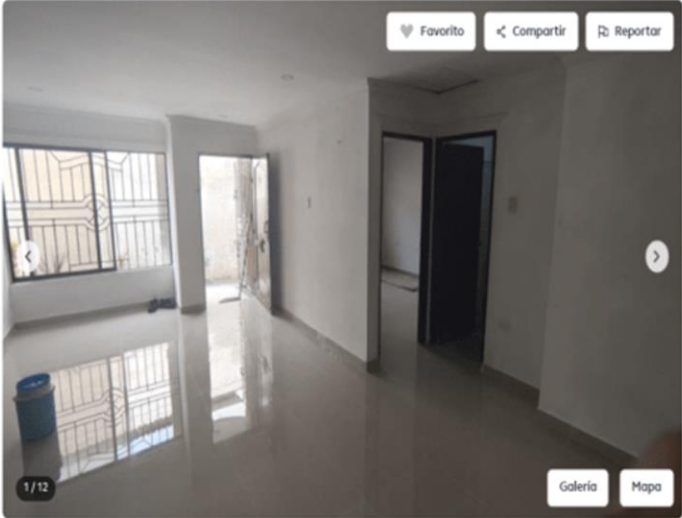
← → ↻ 🔍 fincaraiz.com.co/casa-en-arriendo-en-la-cumbre-barranquilla/193092522 🔍 ☆

Fincaraiz Proyectos de vivienda Venta Arriendo Inmobiliarias Constructoras Noticias Vivienda VIS

Estás en: Fincaraiz > Arriendo > Casas > Barranquilla > La cumbre > Casa en Arriendo en La cumbre, Barranquilla

Ubicación Principal
La cumbre, Barranquilla, Atlántico

Ubicaciones asociadas
La cumbre, Abajo, Boston, ...
[Ver más](#)



1/12 Favorito Compartir Reportar

Galería Mapa

Casa en Arriendo en La cumbre, Barranquilla

\$ 1.700.000
Precio de Arriendo

3 Habs. 2 Baños 113 m²