

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA
DE PAN SALUDABLE EN SAN MARTÍN CESAR.

ANGELA VANESA MORA TELLEZ
MARY ISABEL ORTÍZ TRILLOS

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER (UIS)
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2026

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA
DE PAN SALUDABLE EN SAN MARTÍN CESAR

ANGELA VANESA MORA TELLEZ
MARY ISABEL ORTÍZ TRILLOS

Trabajo de grado para optar título de Profesional en Gestión Empresarial

Director
Alejandro Mantilla Cáceres
Especialista en Gerencia de Proyectos

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER (UIS)
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2026

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado primeramente a Dios, mi guía y fortaleza, quien me ha permitido llegar hasta aquí. A mi hijo Owen, que a pesar de su discapacidad me ha enseñado que la vida es un reto, pero siempre se puede, mi mayor bendición y fuente de inspiración, gracias por ser mi motivación y mi alegría. A mi madre Inés Tellez, por su amor incondicional y apoyo constante, gracias por creer en mí y por estar siempre ahí. Este logro es para ustedes, con todo mi amor y gratitud.

Angela V.

Le dedico este trabajo a Dios y a mi familia, ya que fueron los pilares fundamentales para poder concluir con éxito mi carrera.

Mary I.

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a Dios por darme la oportunidad de culminar este proyecto. Fueron duras y difíciles pruebas que tuve que enfrentar, pero las ganas de salir adelante fueron mi mayor motivación para que este momento llegara.

A mi madre, por su amor incondicional y apoyo constante, quien me inculco la pasión por luchar por lo que se quiere y me impulso a seguir mis sueños.

A mi hijo, por su paciencia y comprensión durante este largo proceso, este logro es también suyo.

A mis profesores por compartir sus conocimientos y guiarme en este camino. A mi tutor Alejandro Mantilla por su sabiduría, dedicación y acompañamiento constante en mi trabajo de grado fueron fundamentales para alcanzar esta meta. Gracias por creer en mí y por motivarme a dar lo mejor de mí.

Angela V.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	18
1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR	20
1.1. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....	20
1.2. EVOLUCIÓN DEL SECTOR	21
1.3. TENDENCIAS DEL SECTOR	22
1.4. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	24
1.4.1 Oportunidades.....	24
1.4.2. Amenazas.	24
1.5. MARCO LEGAL	25
1.6. CONTEXTO GEOGRÁFICO	27
2. ESTUDIO DE MERCADOS.....	30
2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	30
2.1.1. Descripción, usos y específicos del producto.....	30
2.1.2. Atributos diferenciadores.....	31
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..	34

2.3.6. Instrumento para la recolección de información..	34
2.3.7. Modo de aplicación.....	34
2.3.8. Calculo de la muestra.....	34
2.3.9. Alcance.....	35
2.3.10. Tiempo de aplicación.....	35
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.	48
2.3.14. Proyección de la demanda para los próximos cinco años.	49
2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA	49
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 DISTRIBUCIÓN	53
2.6.1. Estructura de Comercialización.	53
2.6.2. Estructura de distribución.	54
2.7. ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PPRECIO.....	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.....	56
3. ESTUDIO TÉCNICO	57
3.1. TIPO DE PROYECTO	57

3.2. DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO	57
3.2.1. Ficha técnica del producto mínimo viable.	57
3.2.2. Descripción y diagramación de actividades claves.	63
3.2.3. Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).....	67
3.2.4. Análisis Ambiental.	68
3.2.5. Recursos Claves.	69
3.2.5.1. Talento Humano.....	69
3.2.5.2. Infraestructura.	70
3.2.5.3. Materiales e insumos.....	72
3.2.6. Distribución de planta.	73
3.2.7. Localización:.....	74
3.2.7.1. Macro localización.	74
3.2.7.2. Micro localización.	75
3.2.8. Control de Calidad.....	78
3.3. CAPACIDAD DEL PROYECTO	79
3.3.1. Capacidad total diseñada por línea de producto.	79
3.3.2. Capacidad Instalada.....	80
3.3.3. Capacidad utilizada y proyectada.	81
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	82
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN	82
4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	82
4.2.1. Misión.	82
4.2.2. Visión.	82
4.2.3. Valores Corporativos.	83

4.2.4. Organigrama.	83
4.2.5. Asignación Salarial.	84
5. ESTUDIO FINANCIERO	86
5.1. INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA	86
5.1.1. Inversión Fija.	86
5.1.1.1. Equipo de Oficina.	86
5.1.1.2. Equipo de Computación y comunicación.....	86
5.1.1.3. Maquinaria y equipo..	87
5.1.1.4. Muebles y enseres.	87
5.1.1.5. Herramientas.	88
5.1.1.6. Total Inversión Fija..	88
5.1.2. Inversión Diferida.	89
5.2. COSTOS Y GASTOS	89
5.2.1. Costos de Producción.	89
5.2.1.1. Costos Fijos.....	90
5.2.1.2. Costos Variables.	91
5.2.1.3. Costos totales.....	92
5.2.2. Gastos de Administración y Ventas.....	92
5.2.2.1. Gastos Fijos de Administración y ventas.....	92
5.2.2.2. Gastos variables de administración y ventas.	93
5.2.2.3. Gastos Totales.	94
5.3. CAPITAL DE TRABAJO	94
5.3.1. Período de capital de trabajo.	94
5.3.2. Estructura del crédito.....	94
5.3.2.1. Amortización del crédito.	95
5.3.2.2. Gastos Financieros.....	96
5.3.3. Cuadro resumen del capital de trabajo.....	97

5.4. INVERSIÓN TOTAL	97
5.5. ESTRUCTURA DE CAPITAL	97
5.5.1. Recursos propios..	98
5.5.2. Recursos de Financiación..	98
5.6. PRECIO DE VENTA.....	98
5.7. ESTADOS FINANCIEROS.....	99
5.7.1. Estados de resultados proyectados.	99
5.7.2. Flujo de fondos proyectados..	100
5.7.3. Estado de posición financiera inicial y proyectado.	102
5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	104
5.8.1. Razones Financieras.....	104
5.8.1.1. Razones de liquidéz..	104
5.8.1.2. Razones de operación.	105
5.8.1.3. Razones de rentabilidad.....	105
5.8.1.4. Razones de endeudamiento.....	106
5.8.2. Indicadores de viabilidad.....	107
5.8.2.1. Tasa Interna Retorno (TIR).	108
5.8.2.2. Valor Presente Neto (VPN)..	108
5.8.2.3. Período de recuperación.	108
5.8.2.4. Punto de Equilibrio.	109
5.9. TAMAÑO DEL PROYECTO	111
6. CONCLUSIONES.....	112
7. RECOMENDACIONES	114
BIBLIOGRAFÍA	115
ANEXOS	119

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Consumo de Pan	36
Cuadro 2. Frecuencia de compra	36
Cuadro 3. Valor de compra	37
Cuadro 4. Tipo de pan que consume	39
Cuadro 5. Tamaño del pan saludable	40
Cuadro 6. Factor de compra.....	41
Cuadro 7. Precio promedio a pagar	42
Cuadro 8. Ingredientes preferidos	43
Cuadro 9. Medios de pago	44
Cuadro 10. Medios de comunicación	45
Cuadro 11. Empaque	46
Cuadro 12. Apoyo idea de negocio	47
Cuadro 13. Proyección de la demanda a 5 años.....	49
Cuadro 14. Benchmarking pan saludable	51
Cuadro 15. Presupuesto de lanzamiento	55
Cuadro 16. Presupuesto de operación.....	56
Cuadro 17. Ficha técnica pan de almendras	57
Cuadro 18. Ficha técnica pan de nueces	59
Cuadro 19. Ficha técnica pan de Avellanas	60
Cuadro 20. Ficha técnica pan de Chía	62
Cuadro 21. Resumen diagrama de procesos	66
Cuadro 22. Resumen diagrama de procesos	66
Cuadro 23. Mano de Obra Directa	69
Cuadro 24. Nómina de administración y ventas	70
Cuadro 25. Equipo de Oficina	70
Cuadro 26. Equipo de Computación y Comunicación	71

Cuadro 27. Maquinaria y Equipo	71
Cuadro 28. Muebles y Enseres administrativos, operativos y de ventas.....	71
Cuadro 29. Herramientas, Repuestos y Accesorios.....	72
Cuadro 30. Materiales e insumos directos para elaborar pan saludable de nueces	72
Cuadro 31. Materiales e insumos indirectos para elaborar pan nueces 450 gr.....	73
Cuadro 32. Distribución de medidas por áreas o dependencias.	74
Cuadro 32. Alternativas de Micro localización.....	76
Cuadro 33. Calificación de factores.....	77
Cuadro 35. Capacidad Diseñada del producto.....	79
Cuadro 36. Capacidad Instalada	80
Cuadro 37. Capacidad Utilizada y proyectada	81
Cuadro 38. Asignación salarial.....	85
Cuadro 39. Asignación Honorarios por prestación de servicios	85
Cuadro 40. Asignación porcentajes prestaciones sociales	85
Cuadro 41. Equipo de oficina	86
Cuadro 42. Equipo de computación y comunicación.....	87
Cuadro 43. Maquinaria y Equipo	87
Cuadro 44. Muebles y enseres área operativa y/o de ventas	87
Cuadro 45. Herramientas	88
Cuadro 46. Total inversión Fija	88
Cuadro 47. Inversión diferida	89
Cuadro 48. Prorrateo ente costos y gastos	89
Cuadro 49. Nómina Mano de Obra Directa (MOD)	90
Cuadro 50. Costos Fijos	90
Cuadro 51. Materias primas e insumos.....	91
Cuadro 52. Materiales Indirectos.....	91
Cuadro 53. Costos variables	91
Cuadro 54. Costos totales	92
Cuadro 55. Nómina administrativa	92
Cuadro 56. Gastos Fijos de administración y ventas	93

Cuadro 57. Nómina del área de ventas.....	93
Cuadro 58. Gastos variables de administración y ventas.....	94
Cuadro 59. Total Gastos totales.....	94
Cuadro 60. Estructura del crédito.....	95
Cuadro 61. Amortización del crédito en Crediservir	95
Cuadro 62. Capital de trabajo.....	97
Cuadro 63. Inversión Total	97
Cuadro 64. Estructura de capital	97
Cuadro 65. Precio de venta.....	98
Cuadro 66. Estado de resultados proyectados.....	100
Cuadro 67. Flujo de caja proyectado.....	101
Cuadro 68. Estado de la situación financiera	102
Cuadro 69. Indicadores de liquidez	104
Cuadro 70. Razón de Operación.....	105
Cuadro 71. Indicadores de rentabilidad.....	105
Cuadro 72. Indicadores de endeudamiento	106
Cuadro 73. Cálculo de la tasa mínima de retorno mixta deflactada	107
Cuadro 74. Valor recuperado	109
Cuadro 75. Punto de equilibrio	109
Cuadro 76. Variables para hallar Punto de equilibrio	110

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa Municipio de San Martín Cesar	28
Figura 2. Consumo de Pan.....	36
Figura 3. Frecuencia de compra.....	37
Figura 4. Valor de compra	38
Figura 5. Tipo de pan que consume	39
Figura 6. Tamaño del pan	40
Figura 7. Factor de compra	41
Figura 8. Precio promedio a pagar	42
Figura 9. Ingredientes preferidos.....	43
Figura 10. Medios de pago.....	44
Figura 11. Medios de comunicación.....	45
Figura 12. Empaque.....	46
Figura 13. Apoyo idea de negocio.....	47
Figura 14. Canal de comercialización	53
Figura 15. Canal de distribución.....	54
Figura 16. Diagrama de procesos	65
Figura 17. Distribución de planta.....	73
Figura 18. Ubicación geográfica de San Martín Cesar.....	75
Figura 19. Ubicación de inmueble Cl.23 # 13-16.....	78
Figura 20. Organigrama “DULCES MOMENTOS S.A.S”	84
Figura 21. Punto de equilibrio.....	110

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Encuesta de investigación de mercados	119
Anexo 2. Cotización honorarios de Estudio Ambiental.....	122
Anexo 3. Cotización honorarios de SG-SST	123
Anexo 4. Cotización honorarios de Contador	124
Anexo 5. Cotización Vitrina para panadería	125
Anexo 6. Cotización Batidora industrial.....	125
Anexo 7. Cotización Horno para panadería.....	126
Anexo 8. Cotización mueble exhibidor para panadería	126
Anexo 9. Cotización codificadora de fecha y lote	127
Anexo 10. Cotización carro para bandejas.....	127
Anexo 11. Cotización mesón en acero inoxidable.....	128
Anexo 12. Cotización Báscula electrónica	128
Anexo 13. Cotización computador.....	129
Anexo 14. Cotización Impresora POS.....	129
Anexo 15. Cotización Cafetera.....	130
Anexo 16. Cotización silla visitantes	130
Anexo 17. Cotización silla operarios	131
Anexo 18. Cotización punto ecológico	131
Anexo 19. Cotización señalización.....	132
Anexo 20. Cotización bandejas de panadería	132
Anexo 21. Cotización Cernidor o tamiz de harina	133
Anexo 22. Cotización utensilios y cuchillos de cocina.....	133
Anexo 23. Cotización recipientes de cocina	134
Anexo 24. Cotización harina integral.....	134
Anexo 25. Cotización sal.....	135
Anexo 26. Cotización levadura.....	135

Anexo 27. Cotización aceite de oliva.....	136
Anexo 28. Cotización de nueces	136
Anexo 29. Cotización cinta para sellar bolsas	137
Anexo 30. Cotización bolsa (empaquete primario).....	137
Anexo 31. Cotización caja (empaquete secundario)	138
Anexo 32. Cotización estantes metálicos.....	138
Anexo 33. Cotización software contable	139
Anexo 34. Amortización del crédito	139

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE PAN SALUDABLE EN SAN MARTÍN CESAR.*

AUTORA: MORA TELLEZ ANGELA VANESA Y ORTIZ TRILLOS MARY ISABEL**

PALABRAS CLAVES: FACTIBILIDAD, PAN SALUDABLE, PRODUCCIÓN, ALIMENTACIÓN, SALUD, BIENESTAR

DESCRIPCIÓN

El proyecto denominado “Factibilidad para la creación de una empresa productora de pan saludable en el municipio de San Martín Cesar”, se desarrolló con el objetivo de analizar su viabilidad comercial, técnica, administrativa y financiera. La iniciativa surge porque se evidencia en el municipio, un problema de salud pública los altos índices de obesidad tanto en niños, jóvenes y adultos. Sin embargo, es también alentador ver que muchas personas buscando la forma de cuidar su salud, están optando por cambiar sus hábitos alimenticios y por tanto requieren del mercado, alimentos que sean ricos al paladar y que además no afecten su salud, por el alto contenido calórico, de grasas saturadas o exceso de azúcares.

Inicialmente, se realizó la investigación de mercados, donde se identificó la población objetivo 21.077 habitantes entre los 18 y 85 años, donde el 72% consume pan, con una frecuencia de 118,58 veces/año. La demanda efectiva es 1.542.355. El estudio técnico estableció que el tiempo de producción es de 1,3 minutos/pan, la capacidad instalada es de 100.038 panes/año iniciando con el 80% incrementándose un 2% anual. Se optó por constituir una S.A.S por sus beneficios legales y la máxima autoridad es el Gerente.

El estudio financiero, determinó que se requiere una inversión total de \$ 428.676.875, de los cuales el 53,34% serán financiados con recursos propios, y el 11,66% por crédito bancario; el margen de utilidad es del 23% y el precio de venta al consumidor es de \$12.920 pan 400/gramos. El Período de Recuperación de la Inversión se dará en 3 años, el punto de equilibrio se alcanzará con el 23,28% de la producción, el VPN es de \$ 266.255.684 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 38,26%. Por tanto se determina que el estudio es factible, viable y sostenible económicamente.

* Proyecto de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Alejandro Mantilla Cáceres.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY OF CREATING A HEALTHY BREAD PRODUCING COMPANY IN SAN MARTÍN CESAR.*

AUTHORS: MORA TELLEZ ANGELA VANESA Y ORTIZ TRILLOS MARY ISABEL**

KEY WORDS: FEASIBILITY, HEALTHY BREAD, PRODUCTION, FEEDING, HEALTH, WELL-BEING

DESCRIPTION

The project, "Feasibility of Creating a Healthy Bread Production Company in the Municipality of San Martín Cesar," was developed to analyze its commercial, technical, administrative, and financial viability. The initiative arose because the municipality's high obesity rates among children, youth, and adults are a public health problem. However, it is also encouraging to see that many people, seeking ways to take care of their health, are choosing to change their eating habits and therefore demand from the market foods that are both palatable and harm their health due to their high calorie content, saturated fats, or excess sugars.

Initially, market research was conducted, identifying the target population: 21,077 residents between the ages of 18 and 85, 72% of whom consume bread, with a frequency of 118.58 times per year. The effective demand is 1,542,355. The technical study established that the production time is 1.3 minutes per loaf, and the installed capacity is 100,038 loaves/year, starting at 80%, increasing by 2% annually. The decision to establish an S.A.S. was made due to its legal benefits, and the Board of Directors is the highest authority.

The financial study determined that a total investment of \$428,676.875 is required, of which 53,34% will be financed with own resources and 11,66% through bank loans. The profit margin is 23%, and the retail price is \$12.920 per 400-gram loaf. The payback period will be three years, the break-even point will be reached at 23,38% of production, the NPV is \$266.255.684, and the Internal Rate of Return (IRR) is 38,26%. Therefore, the study is considered feasible, viable, and economically sustainable.

** Senior Project

** Institute for Regional Projection and Distance Education. Business Management. Director: Alejandro Mantilla Cáceres.

INTRODUCCIÓN

En Colombia 60% de la población adulta tiene malas costumbres a la hora de alimentarse, y muchos no saben elegir o desconocen las propiedades nutricionales de los diferentes alimentos que consumen a diario,⁴ y los habitantes de San Martín Cesar, no son ajenos a esta problemática de salud pública. El consumo excesivo de alimentos y bebidas con altos niveles de azúcares, grasas saturadas, fritos, embutidos, entre otros, hacen parte de los malos hábitos alimenticios de un segmento de los residentes de este municipio.

Todo ello ha traído consigo el aumento excesivo de enfermedades y patologías relacionadas con la mala alimentación, como es el sobrepeso, obesidad, problemas cardiovasculares, diabetes, etc. Sin embargo, poco a poco se ha ido creando conciencia y muchas personas han optado por cambiar dichos hábitos y llevar un estilo de vida saludable: hacer ejercicio, alimentación adecuada y sana, disfrute del tiempo libre, etc. esto ha generado una demanda cada vez mayor de productos alimenticios, que se ajusten a las dietas para mantener un cuerpo sano.

Por lo anterior, queriendo aportar en la solución de dicha problemática, para que aquellas personas que les gusta la comida sana y que muchas veces se privan de comer ciertos alimentos por las consecuencias que trae, como es el caso del pan, que debido al procesamiento industrial que le hacen, genera demasiado aporte calórico, exceso de grasas, azúcares, sodio, etc., nace la iniciativa de crear en San Martín una opción diferente para la alimentación y que a la vez resulta deliciosa al paladar.

La idea de crear una empresa productora de pan saludable en esta región del sur del César, nace con el objetivo de satisfacer la necesidad de muchas personas, que desean consumir pan natural sin procesamiento industrial. Este será un alimento que les ayudará

⁴ LA REPÚBLICA. [Sitio Web]. Bogotá: 60% de la población colombiana tiene malas costumbres a la hora de alimentarse. [Consultado el 16 Octubre 2024]. Disponible en: <https://www.larepublica.co/consumo/seis-de-cada-10-colombianos-no-saben-alimentarse-bien-2971569>

en su dieta con los valores nutricionales adecuados, sin temor a que su salud se vea afectada, pues estará preparado a base de ingredientes naturales.

Es por ello que se plantea realizar un análisis de factibilidad, que consta de cuatro estudios: mercados, técnico, administrativo y financiero.

Con el estudio de mercados, se pretende reconocer las tendencias del sector, el mercado objetivo sus gustos y preferencias, analizar la competencia para determinar sus fortalezas y debilidades; asimismo, los canales de comercialización y distribución, entre otros.

El estudio técnico analizará ingeniería del proyecto, la maquinaria, materia prima e insumos, recurso humano, los procesos de producción, la localización, distribución de la planta, y las capacidades del proyecto.

En el estudio administrativo, se determinará el tipo de negocio a constituir, la identidad estratégica de empresa, la organización jerárquica y la asignación de salarios de los colaboradores.

Por último, se realiza el estudio financiero cuyo objetivo es analizar la inversión que se requiere, el capital de trabajo, los costos de producción, los gastos administrativos y de ventas, el estado de resultado, la TIR, el VPN, el período de recuperación de la inversión, entre otros indicadores que determinaran la viabilidad y factibilidad del proyecto.

Con este proyecto de grado, las autoras buscan fortalecer sus habilidades para evaluar la viabilidad de ideas de negocio y al mismo tiempo, contribuir con el desarrollo económico y social de la región, a través de la generación de empleo y el cumplimiento de obligaciones tributarias.

1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR

1.1. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

El pan es un alimento fundamental en el mundo, presente en diversas culturas y tradiciones. Su elaboración más básica consiste en mezclar harina y agua para crear una masa que se puede fermentar antes de ser cocida.⁵ Sin embargo, a lo largo de la historia, las formas de preparación han ido evolucionando, en relación con los gustos y preferencias de los consumidores.

Los estilos de vida cambiantes de los consumidores a nivel global, inducen a optar por productos alimenticios convenientes y listos para comer, como son pan, galletas, bizcochos, productos alimenticios congelados y pasteles. En Europa, la panadería sigue estando influenciada por las tendencias en salud y bienestar. Hoy en día, los clientes exigen alternativas más saludables con nutrición adicional e ingredientes de etiqueta limpia. Este sector en el viejo continente, está bien establecido en términos de cadena de suministro, variedad de productos, canales de distribución y preferencias de los consumidores. La demanda de pan que contenga fibra, cereales integrales, productos de panadería sin gluten, etc., respalda el crecimiento del mercado.⁶

Según las cifras de Fenalco (Federación Nacional de Comerciantes) indica que el 98% de los colombianos consumen pan: 91% lo comen en el desayuno y 70% lo hacen de forma diaria. De hecho, los productos de panadería, repostería, molinería y afines representaron cerca de 20,3% de la elaboración de alimentos en Colombia, durante el año pasado. Traducido a otras cifras, en 2023, la producción de pan y repostería representó \$4,75 billones. En el primer semestre de 2024 fue de \$2,2 billones, con un

⁵ NATONAL GEOGRAPHIC. [Sitio web]. ¿Cuál es el origen del pan?. [Consultado el 20 de marzo de 2025]. Disponible en: <https://www.nationalgeographicla.com/historia/2024/10/cual-es-el-origen-del-pan>

⁶ MORDOR INTELLIGENCE. [Sitio web]. Tamaño del mercado de panadería y análisis de participación tendencias de crecimiento y pronósticos (2024-2029). [Consultado el 20 de marzo de 2025]. Disponible en: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/bakery-products-marke>

consumo per cápita de 22 kilogramos. El sector panificador genera más de 400.000 empleos directos y registra ventas anuales que superan los \$3 billones, lo que posiciona a esta industria como una pieza fundamental para la industria de los alimentos.⁷

El sector panadero en Colombia es un negocio versátil y con grandes oportunidades, según el Instituto Colombiano de Panadería y Pastelería. Sin embargo, para mantenerse competitivo, debe adaptarse a los cambios frecuentes en los hábitos de los consumidores. Para el año 2022 en el país, existían alrededor de 25 mil panaderías y pastelerías, generando ventas superiores a los 3 billones de pesos. Este sector no solo es vital para la economía nacional, sino que también es un pilar en la alimentación diaria de los colombianos.⁸

La producción de pan hace parte del sector secundario en el renglón de la economía, ya que transforman la materia prima en un producto final, y pertenecen a la industria de la panadería. Para este caso, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU), corresponde a la 1081: Elaboración de productos de panadería, el cual incluye entre otras actividades, la elaboración de pan y panecillos.⁹

1.2. EVOLUCIÓN DEL SECTOR

El pan es un alimento que tiene una larga trayectoria y ha sido parte de la dieta humana desde tiempos antiguos. Se cree que el primer pan fue preparado hace unos 9000 años

⁷ LA REPÚBLICA. [Sitio Web]. Bogotá: El consumo per cápita de pan de los colombianos asciende hasta los 22 kilogramos. [Consultado 23 octubre de 2024]. Disponible en: <https://www.larepublica.co/empresas/consumo-de-pan-en-colombia-3977301>

⁸ SECTORIAL. [Sitio Web]. Bogotá: El Negocio Panadero en Colombia: Oportunidades y Desafíos. [Consultado 22 octubre 2024]. Disponible es: <https://sectorial.co/articulos-especiales/la-produccion-de-pan-disminuyo-107-entre-enero-y-abril-de-2024/#:~:text=septiembre%205%2C%202024->

,La%20producci%C3%B3n%20de%20pan%20disminuy%C3%B3%2010%2C7%25%20entre,enero%20y%20abril%20de%202024&text=El%20valor%20agregado%20del%20sector,anual%20del%204%2C6%25

⁹ DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES (DIAN). [Sitio Web]. Bogotá: Código CIIU 1081 Actividades Económicas DIAN. [Consultado 22 Octubre de 2024]. Disponible en: <https://dian-rut.com/codigo-ciiu/1081/>

en Egipto y se hizo principalmente con harina de trigo y cerveza. Desde entonces, el pan se ha convertido en un alimento básico en muchas partes del mundo y ha sido preparado de muchas maneras, utilizando diferentes tipos de harina y otros ingredientes.¹⁰

En la época romana, al principio la elaboración de pan estaba limitada en las ciudades de Roma y se consideraba algo extraño e inalcanzable, pues aparecía solo en las comidas de los caballeros ricos. En la Edad Media no hubo un progreso significativo en la pastelería, aunque ya se cultivaba el trigo y el centeno, también se plantaba la cebada. A fines del siglo XVIII, se desarrolló enormemente la agricultura, aumentando así la producción de trigo, por tanto, a medida que incrementaba la oferta, el precio del pan cayó y el pan blanco (anteriormente solo podían consumir ciertos grupos sociales) pasó a estar disponible para toda la población.¹¹

Con la invención del molino de vapor en el siglo XIX, se desarrolló el sistema de horneado y se agregó una nueva etapa al proceso de elaboración del pan: aireación de la masa. Además, apareció un nuevo tipo de levadura y surgieron técnicas mecánicas para amasar el pan. Gracias a estas mejoras, la industria del pan se desarrolló rápidamente y paulatinamente se convirtió en la industria que conocemos hoy en día.¹²

1.3. TENDENCIAS DEL SECTOR

La cuota del mercado de pan está aumentando debido a la expansión de los canales de distribución, los avances tecnológicos en el envasado y la demanda de ingredientes saludables. Con el aumento de la concientización sobre la salud, está incrementando la demanda de pan bajo en carbohidratos y rico en fibra. Las personas con colesterol o presión arterial alta y los diabéticos buscan en el pan ingredientes saludables ya que reducen el riesgo de enfermedades gastrointestinales y cardíacas. Por lo tanto, los

¹⁰ HAZ DE OROS. [Sitio Web]. Cali: Historia del pan. [Consultado el 22 octubre de 2024]. Disponible en: <https://hazdeoros.com/industrial/blog-panadero/la-historia-del-pan/>

¹¹ *Ibíd.*

¹² *Ibíd.*

fabricantes están agregando ingredientes ricos en nutrientes como trigo integral y avena al pan para incrementar las ventas.¹³

Las nuevas tendencias en panadería y pastelería están enfocadas en desarrollar productos orgánicos, light, sin azúcar y sin grasa; productos artesanales con el uso de ingredientes locales. El origen de este concepto nace con la finalidad de volver a la sociedad más consciente a la hora de alimentarse y de proporcionar mayor nutrición. También, para suplir restricciones alimentarias que cada día van aumentando y que los consumidores han venido demandando en los últimos años. Dentro de esta nueva tendencia están los panes de masa madre de cúrcuma, de nuez, integral semillas, pan brioche nanterre, tartas frescas, y en general productos de frutos secos, semillas, nuez, cúrcuma, avellanas, frutas frescas y mantequilla 100%. La harina de avena y de almendras también toma mucha fuerza y son muy apetecidas por los consumidores. Al igual que las harinas de centeno y de trigo integral.¹⁴

Sin embargo, es importante tener en cuenta, que esta tendencia de panadería artesanal es mucho más costosa, ya que requiere del uso de ingredientes de mayor costo, y de más tiempo de elaboración. Aun así, los consumidores están dispuestos a pagar por experiencias más saludables y nutritivas. También requiere de adaptación de maquinaria, del fermentador con temperatura y humedad controlada, que permita sistematizar mejor los tiempos y procesos, y mantener el orden.¹⁵

San Martín es un municipio donde muchos habitantes ya están haciendo conciencia, de alimentarse saludablemente y de hacer actividad física, lo cual se hace evidente por la fuerte afluencia de público a los gimnasios, centros deportivos y eventos o jornadas que se realizan para ejercitar el cuerpo; además de ello, por la constante búsqueda de

¹³ INFORME DE EXPERTOS. [Sitio Web]. Mercado de Pan. [Consultado el 23 de octubre 2024]. Disponible en: <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-pan>

¹⁴ REVISTA PAN CALIENTE. [Sitio Web]. Nuevas tendencias en panadería y pastelería. [Consultado el 24 octubre 2024]. Disponible en: <https://www.revistapancaliente.co/nuevas-tendencias-en-panaderia-y-pasteleria/>

¹⁵ Ibid.

alimentos saludables en los diferentes establecimientos comerciales, en los cuales muchas veces no son ofertados.

1.4. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

1.4.1. Oportunidades. San Martín Cesar, es un municipio de muchas posibilidades para emprender cualquiera actividad comercial, dado al gran desarrollo económico que posee; es por ello, que se han identificado las siguientes oportunidades para desarrollar el proyecto en esta localidad:

- **La economía local**, se apoya en actividades de explotación petrolera, la industria de la palma de aceite, la ganadería y la agricultura. Estos son algunos de los renglones que hacen de esta localidad un lugar de puertas abiertas para emprender nuevos proyectos empresariales.
- **San Martín diversifica**, es un programa en el que participan instituciones como el SENA, la Cámara de Comercio, Banco Agrario de Colombia, Comfacesar y universidades, donde a través de ferias empresariales, conectan emprendedores con redes de apoyo y financiación.
- El **Programa Emprender+**, el cual está dirigido a personas con ideas de negocios, iniciativas emprendedoras y microempresas, que aporten al desarrollo económico y social del municipio de San Martín Cesar.

1.4.2. Amenazas. Las amenazas que ponen en riesgo el desarrollo del proyecto en el municipio de San Martín Cesar, provienen principalmente de factores externos e internos que podrían obstaculizar su ejecución. Es por ello, que se han identificado los siguientes escenarios adversos:

- Las **nuevas reformas tributarias**, afectarían la competitividad, incrementarían la carga fiscal, elevarían los costos de producción, entre otras afectaciones financieras.
- El **incremento en los insumos y materias primas**, disminuiría la demanda, la liquidez se reduciría y por tanto los pagos de todas las obligaciones se retrasarían.
- Con el **ingreso de nuevos competidores**, la empresa se vería afectada por la reducción de participación en el mercado, baja en los precios, menor margen de utilidad e incremento en los gastos de publicidad y marketing.
- **Nueva normatividad gubernamental**, genera incertidumbre, incrementa los costos y gastos, limita las operaciones productivas y comerciales, genera mayor carga administrativa.
- **Las pandemias**, es un riesgo externo producido por una crisis sanitaria a nivel mundial, que compromete seriamente la continuidad y estabilidad de la empresa;
- **Aparición de grupos al margen de la ley**, genera incertidumbre ya que se pone en peligro la seguridad, no solo de los directivos y colaboradores, sino de los proveedores y clientes. Asimismo, se genera interrupciones en las operaciones, afecta la inversión y el crecimiento empresarial.

1.5. MARCO LEGAL

Para las empresas colombianas interesadas en trabajar con la producción de pan saludable, se debe cumplir con cada uno de los requisitos de carácter legal, descritos en las diferentes normas a saber:

- **Circular DG0100-00388 -07 – septiembre 03 de 2007. Vigilancia y control.** Competencias en relación con la vigilancia y control de alimentos y materias primas. (Colombia. Ministerio de protección social, 2007).
- **Decreto 1944 – octubre 28 de 1996. Harina de trigo.** Por el cual se reglamenta la fortificación de la harina de trigo y se establecen las condiciones de comercialización, rotulado, vigilancia y control. (Colombia. Ministerio de Salud., 1996).
- **Decreto 4525 – diciembre 6 de 2005.** Registros sanitarios. Por el cual se reglamenta la Ley 740 de 2002. (Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural., 2005).
- **Resolución 016563 - agosto 5/2002: Azúcar.** Por la cual se establecen los requisitos sanitarios para la aprobación de licencias y registros de importación del azúcar de caña o de remolacha azucarera en estado sólido, en bruto sin aromatizar ni colorar comprende (azúcar crudo, azúcar blanco, y el azúcar blanco especial) y los demás azúcares que comprenden (azúcar de caña o de remolacha azucarera refinado). (Colombia. Ministerio de salud, 2002)
- **Resolución 17855 – noviembre 27 de 1984.** calorías y nutrientes. Por lo cual se establece la recomendación diaria de consumo de calorías y nutrientes.
- **Resolución 19304 diciembre 18/1985 Grasas y aceites.** Por la cual se dictan normas sobre la elaboración y control de grasas y aceites comestibles para consumo humano. (Colombia Ministerio de Salud – 1985).
- **Resolución 2492 de 2022** expedida por el Ministerio de Salud y Protección Social detalla el reglamento técnico de los requisitos del etiquetado frontal y nutricional que deben cumplir los alimentos de consumo humano.

- **Resolución 333 febrero – 10 de 2011 rotulado o etiquetado.** Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos. (Colombia. Ministerio de protección social, 2011).
- **Resolución 684 – marzo 28 de 2012.** Declaraciones de salud. Por la cual se define el Protocolo para la Aprobación de Nuevas Declaraciones de propiedades de Salud de los Alimentos. (Colombia. Ministerio de Salud y Protección Social, 1984).
- **Resolución 2674 de 2013** (Ministerio de Salud y Protección Social), el cual tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

1.6. CONTEXTO GEOGRÁFICO

El municipio de San Martín Cesar, se encuentra localizado entre las coordenadas geográficas a 8°00'00"N 73°30'37"O, en la parte del bloque sur del Cesar, comprendida por los municipios de San Alberto, San Martín, Aguachica, Río de Oro, Gamarra y La Gloria; debido a la lejanía entre este municipio y la capital del departamento del Cesar (Valledupar), a una distancia de 354 kilómetros, existe una relación comercial importante con el departamento de Santander, especialmente con Bucaramanga. Se evidencia una integración con los municipios de San Alberto y Aguachica, debido a su proximidad. Su

extensión total de 905.55 Km2 aproximadamente, con una temperatura media que oscila entre los 28°C y 30°.¹⁶

Figura 1. Mapa Municipio de San Martín Cesar



Fuente: GOOGLE MAPS [Sitio web]. San Martín Cesar. [Consultado 18 julio de 2025]. Disponible en www.googlemaps.com

La región se encuentra ubicada al sur del departamento del Cesar, limitando al sur con el Municipio de San Alberto; al oriente con Ocaña en el departamento de Norte de Santander; al norte con los Municipios de Aguachica y Río de Oro Cesar; al occidente con el departamento de Santander con límites en el río Lebrija.¹⁷

Su economía se basa en la actividad Agrícola y ganadera, además existe la explotación de petróleo, la agroindustria en el cultivo de palma africana, desarrollando su proceso

¹⁶ ALCALDIA DE SAN MARTÍN CESAR. [Sitio Web]. Municipio de San Martín Cesar. [Consultado: 22 Octubre de 2024]. Disponible en: anmartin-cesar.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Como-Llegar-al-Municipio.aspx

¹⁷ Ibid.

primario de extracción de aceite. El municipio cuenta con suelos altamente productivos (fértiles) que le permiten desarrollar toda clase de actividades agropecuarias de acuerdo a su posición geográfica entre los 100 – 2000 msnm y su extensión es de 90.555 hectáreas¹⁸

Las vías de comunicación o de acceso al municipio, están dadas únicamente por vía terrestre, a través de la Troncal del Caribe o Ruta del Sol, la cual conecta a San Martín con el norte del departamento del Cesar y la Costa Atlántica, al sur con el departamento de Santander y al Oriente con el departamento de Norte de Santander.

¹⁸ ALCALDÍA DE SAN MARTÍN CESAR. [Sitio web]. Municipio de San Martín Cesar. [Consultado 26 julio de 2025]. Disponible en: <https://www.sanmartin-cesar.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

2.1.1. Descripción, usos y específicos del producto. Se producirá pan saludable en el municipio de San Martín Cesar, formulado según las especificaciones de calidad, requeridas por los clientes de diferentes estratos socioeconómicos del mercado objetivo, garantizando una oferta accesible, nutritiva y atractiva de acuerdo con sus necesidades y expectativas.

Los panes saludables serán elaborados a base de ingredientes naturales, sin conservantes, azúcares refinadas, ni mejorantes que le den durabilidad al producto, pues será un producto fresco y de poca expiración. Se producirán panes de 125 gr., 250 gr., y 450 gr., y en presentaciones de pan largo y tajado en los siguientes sabores:

- **Pan de Almendras:** Es un tipo de pan saludable y nutritivo hecho a base de harina de almendras. Este pan suele tener una textura más densa y un sabor más intenso que el pan de trigo tradicional, debido a la mayor cantidad de fibra, proteínas y nutrientes que aporta la harina de almendras. Al no contener gluten, el pan de almendras también puede ser una opción para personas con intolerancia o sensibilidad al gluten. Generalmente, este tipo de pan se elabora mezclando harina de almendras, huevos, aceite o mantequilla, y a veces se le agrega un poco de endulzante natural como miel o sirope de arce.
- **Pan de Nueces:** Se caracteriza por ese color más oscuro y un sabor más amargo que el pan habitual. Su porcentaje de gluten es más bajo, por lo que es un pan con aspecto más compacto. Es de los principales alimentos consumidos y recomendados para el mundo del fitness, ya que tiene un alto contenido en proteínas y es uno de los más nutritivos que hay actualmente en el mercado. Es muy frecuente encontrarlo en las panaderías y grandes comercios.

- **Pan de Avellanas:** Este tipo de harina aporta al pan un color amarillento. No contiene gluten, por lo que es la indicada para personas celíacas (trastorno digestivo y auto inmunitario crónico que daña el intestino delgado). También tiene un bajo contenido en purinas, siendo también apto para las personas con ácido úrico elevado. Se trata de un pan con una textura más dura y un sabor más intenso que otros tipos de panes.
- **Pan de Chía:** Está considerado como uno de los panes con mejores valores nutricionales. La chía tiene un alto porcentaje en vitaminas y minerales. Además, el pan que se crea con esta harina se enriquece con proteínas y fibra. Por ello, actualmente es uno de los más demandados en el mercado. Se caracteriza por tener una textura suave, densa y con un toque dulce.

2.1.2. Atributos diferenciadores. En el Municipio de San Martín Cesar, no existe hasta el momento, una panadería dedicada exclusivamente a la producción de pan saludable, lo cual representa una oportunidad innovadora y diferencial para esta población.

Por lo anterior, los productos que se buscan ofertar se diferenciarán en el mercado por ser frescos y naturales, no contienen conservantes, azúcares refinadas, ni mejorantes; además de ello, por la variedad de sabores y de ingredientes como es la harina de trigo integral, frutos secos como son las nueces, avellanas, almendras y chía. Asimismo, la atención personalizada que genere en el cliente confianza al momento de visitar el punto de venta.

2.2. SEGMENTO DE MERCADO

Para realizar este estudio se ha definido como mercado objetivo 21.077¹⁹ personas (hombres y mujeres) que habitan en el municipio de San Martín Cesar, en el rango de edad de 18 a 85 años, de todos los estratos socioeconómicos.

2.3. ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.3.1. Necesidades de información. Para desarrollar el presente estudio, fue esencial recopilar información sobre los siguientes aspectos:

- Información sobre hábitos de consumo, necesidades, gustos y preferencias de los consumidores locales, respecto al pan saludable en el municipio de San Martín Cesar.
- Datos que permitan obtener información acerca de la aceptación del producto frente a la competencia, teniendo en cuenta las especificaciones, atributos, usos y características con otras opciones disponibles.
- El perfil del consumidor, características demográficas socioeconómicas y psicográficas que permitan identificar las necesidades específicas del cliente.
- Factores que influyen en la decisión de compra como es el precio, peso, calidad, conveniencia, etc.).
- Análisis de la competencia, que permita identificar sus fortalezas y debilidades.
- Acceso y eficacia a medios de publicitarios en sus diferentes modalidades y su alcance potencial.

¹⁹ TELEENCUESTAS. [Sitio Web]. Cuántos habitantes tiene San Martín, Cesar en 2024. [Consultado: 20 de Octubre 2024]. Disponible en: <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2024/cesar/san-martin>

- Canales disponibles de comercialización y distribución.

2.3.2. Tipo de estudio. La investigación que se realizó es descriptiva, ya que se busca especificar las características y los perfiles de las personas que consumen pan saludable en San Martín Cesar. Además, se pretende recolectar datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos o componentes del fenómeno a estudiar y luego describir lo que se investigó.²⁰

2.3.3. Enfoque. Este estudio tiene un enfoque mixto, ya que combina tanto elementos cualitativos como cuantitativos. Es decir, que se pueden recopilar y analizar datos de estas dos aproximaciones, de forma separada y luego integrarlos en una fase posterior, o bien realizar un enfoque concurrente, donde se recolectan y analizan los datos en paralelo. La ventaja de los métodos mixtos es que permiten una comprensión más profunda y rica del fenómeno estudiado al combinar la amplitud y generalización de los datos cuantitativos con la riqueza contextual y la comprensión en profundidad proporcionada por los datos cualitativos.²¹

2.3.4. Fuentes de información. Para respaldar adecuadamente el proyecto, se utilizarán fuentes de información primarias y secundarias, teniendo en cuenta lo siguiente:

Las Fuentes Primarias, están representadas en la encuesta realizada a los habitantes del municipio de San Martín Cesar, contenidos o que hacen parte del segmento del mercado del producto base del presente documento.

²⁰ SAMPIERI, Roberto; FERNADEZ-COLLADO, Carlos; BAPTISTA, Pilar. Metodología de la Investigación. Cuarta Edición. México. Mc Graw Hill, 2006. Pág. 102.

²¹ CUEVA, Timoteo; JARA, Otoniel; ARIAS, José; FLOREZ, Antonio; BALMACEDA, Carlo. [En línea]. Métodos Mixtos de investigación para principiantes. Primera edición, Perú. Instituto Universitario de Innovación, Ciencia y Tecnología, 2023. Pág. 77. Disponible en: <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/119/161/190?inline=1>

Las Fuentes Secundarias están compuesta por la información extraída de portales web oficiales, datos estadísticos del censo del DANE (2018), trabajos de grado, pagina Web alcaldía de San Martín Cesar, revistas científicas, repositorios institucionales, periódicos, entre otros.

2.3.5. Técnicas de investigación. Se aplicará una encuesta de tipo probabilístico, utilizando un muestreo aleatorio, a la población objetivo del municipio de San Martín Cesar.

2.3.6. Instrumento para la recolección de información. Se utilizó un cuestionario estructurado, constituido exclusivamente por preguntas cerradas, para recopilar la información necesaria. Este tipo de instrumento estandariza el formato y las opciones de respuesta, facilita su aplicación y reduce el margen de error en la codificación y análisis de datos.

2.3.7. Modo de aplicación. Se aplicará una encuesta en línea, a través del formato de Google forms, dirigido a personas del mercado objetivo en el municipio de San Martín Cesar. Esta modalidad permite una recolección eficaz de datos y facilita el acceso remoto y flexible por parte de los participantes.

2.3.8. Calculo de la muestra. Para calcular el tamaño de la muestra, se empleará un muestreo aleatorio simple en una población finita, aplicando la siguiente formula:

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

Donde:

N = Población = 21.077 habitantes

Z = Nivel confiabilidad, 96% = 1,96

e = Error estimado, 8% = 0,08

p = Probabilidad éxito, 50% = 0,5

q = Probabilidad no éxito, 50% = 0,5

Reemplazando los datos se obtiene:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 21077 * 0,5 * 0,5}{(21077 - 1)(0,08)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 149$$

$$n \cong 150$$

Con base en el resultado obtenido, se deben aplicar 150 encuestas en el municipio de San Martín Cesar.

2.3.9. Alcance. El alcance del proyecto abarca el municipio de San Martín Cesar, donde residen el mercado objetivo.

2.3.10. Tiempo de aplicación. El período de recolección de datos se llevará a cabo durante diez (10) días, comprendido entre el 07 y 16 de marzo de 2025.

2.3.11. Tabulación, presentación y análisis de resultados. Se aplicaron 150 encuestas dirigidas a mujeres y hombres entre los 18 y 85 años, que residen en el municipio de San Martín Cesar. Para ello se verificó previamente la edad de los encuestados, de tal manera que cumplieran con el rango seleccionado. Asimismo, se les aclaró que esta pregunta era solo de control y que por tanto no estaba dentro del cuestionario de la encuesta.

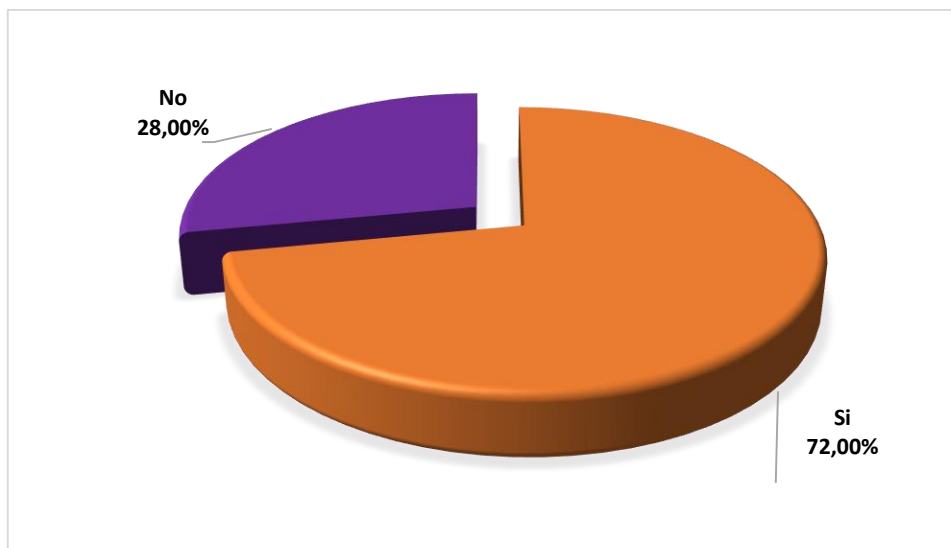
Una vez realizada la encuesta, se procedió a tabular la información presentando los siguientes resultados:

Pregunta 1. ¿Habitualmente se consume pan en su hogar?

Cuadro 1. Consumo de Pan

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	108	72,00%
No	42	28,00%
Total	150	100%

Figura 2. Consumo de Pan



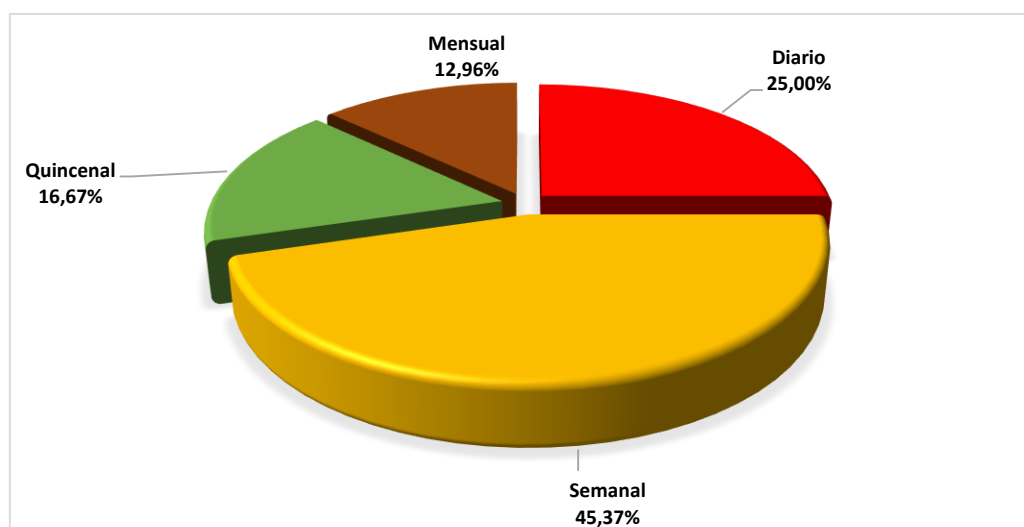
La encuesta revela que el 72% de la población objetivo consume pan en su hogar, mientras que el 28% no lo hace. Este dato del 72% constituye una variable, para estimar la demanda actual de consumo de pan en el municipio de San Martín Cesar.

Pregunta 2. ¿Con que frecuencia compran pan en su hogar?

Cuadro 2. Frecuencia de compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Veces/Año	Promedio
Diario	27	25,00%	365	91,25
Semanal	49	45,37%	48	21,78
Quincenal	18	16,67%	24	4,00
Mensual	14	12,96%	12	1,56
Total	108	100%		118,58

Figura 3. Frecuencia de compra



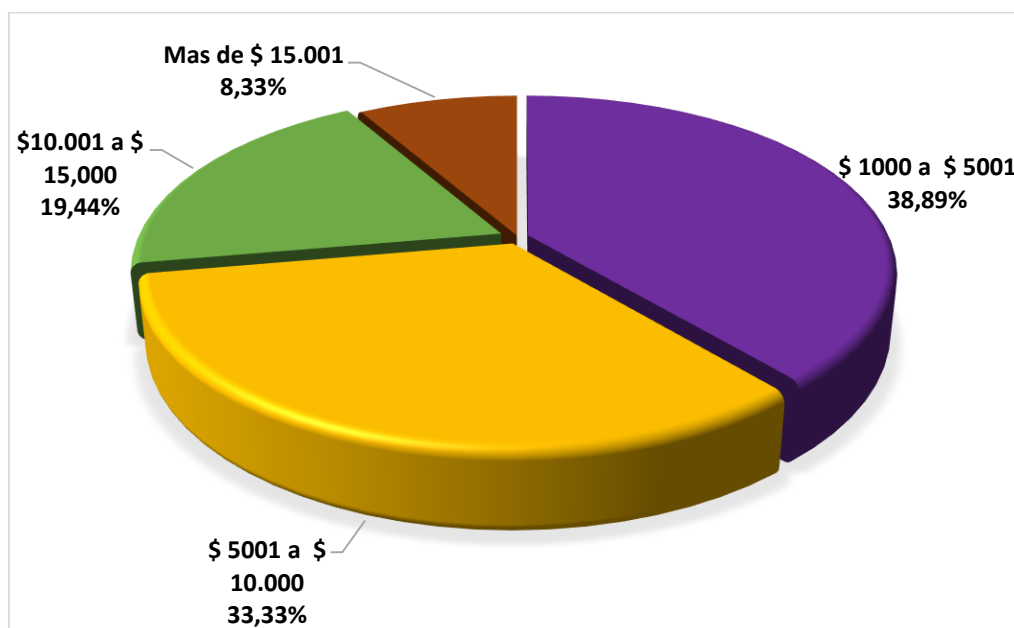
De acuerdo con el mercado objetivo, el 45,37% de los habitantes de San Martín Cesar, compran pan semanalmente, seguido de un 25% que lo hace diario, un 16,67% compra pan quincenal y un 12,96% lo hace de forma mensual. Esto implica un promedio anual de compra es de 118,58 veces por persona; dato que resulta indispensable para estimar la demanda efectiva.

Pregunta 3. ¿Cuánto adquiere de pan al momento de realizar cada compra?

Cuadro 3. Valor de compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Media de clase	Promedio
\$ 1.000 a \$ 5.001	42	38,89%	\$ 3.000	\$ 1.167
\$ 5.001 a \$ 10.000	36	33,33%	\$ 7.501	\$ 2.500
\$10.001 a \$ 15.000	21	19,44%	\$ 12.501	\$ 2.431
Mas de \$ 15.001	9	8,33%	\$ 17.501	\$ 1.458
Total	108	100%		\$ 7.555

Figura 4. Valor de compra



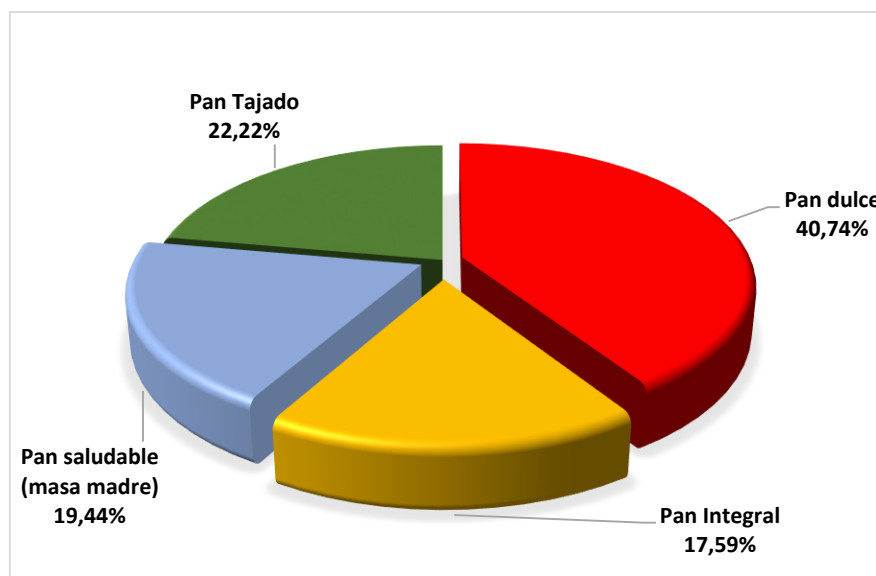
La encuesta revela que el 38,89% de la población objetivo, compran entre \$1.000 y \$5.001 de pan, seguido de un 33,33% que compra entre \$5.001 y \$10.000, un 19,44% entre \$10.001 y \$15.000 y el 8,33% más de \$ 15.001; En promedio los habitantes de este municipio en cada compra adquieren \$7.555 en pan. Esta variable es importante para evaluar la fijación de precios.

Pregunta 4. ¿Qué clase de pan consumen en su hogar?

Cuadro 4. Tipo de pan que consume

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Pan dulce	44	40,74%
Pan Integral	19	17,59%
Pan saludable	21	19,44%
Pan Tajado	24	22,22%
Total	108	100%

Figura 5. Tipo de pan que consume



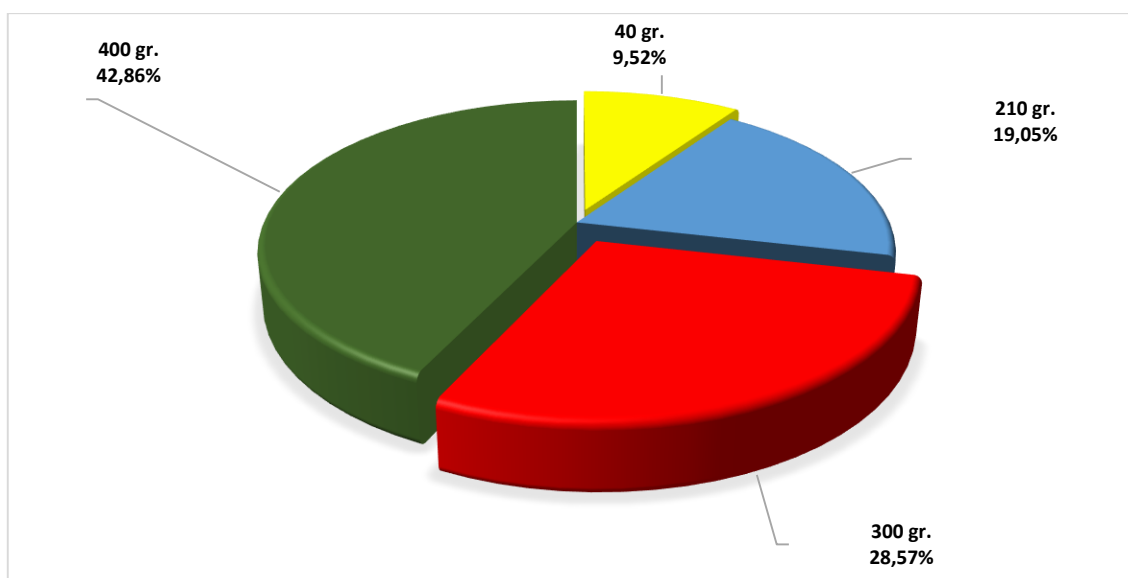
Según los encuestados en San Martín Cesar, el 40,74% consume pan dulce, el 22,22% pan tajado, un 19,44% pan saludable y el 17,59% pan integral. Con base en estos datos se puede concluir, que aún no hay un hábito de consumo de pan saludable en este municipio, por lo cual se debe realizar una fuerte estrategia de marketing, para concientizar a las personas de los beneficios del consumo de este producto.

Pregunta 5. ¿Qué tamaño de pan saludable en gramos, les gusta comprar en su hogar?

Cuadro 5. Tamaño del pan saludable

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Promedio Ponderado
40 gr.	2	9,52%	3,80
210 gr.	4	19,05%	39,90
300 gr.	6	28,57%	85,71
400 gr.	9	42,86%	171,44
Total	21	100%	300,85

Figura 6. Tamaño del pan



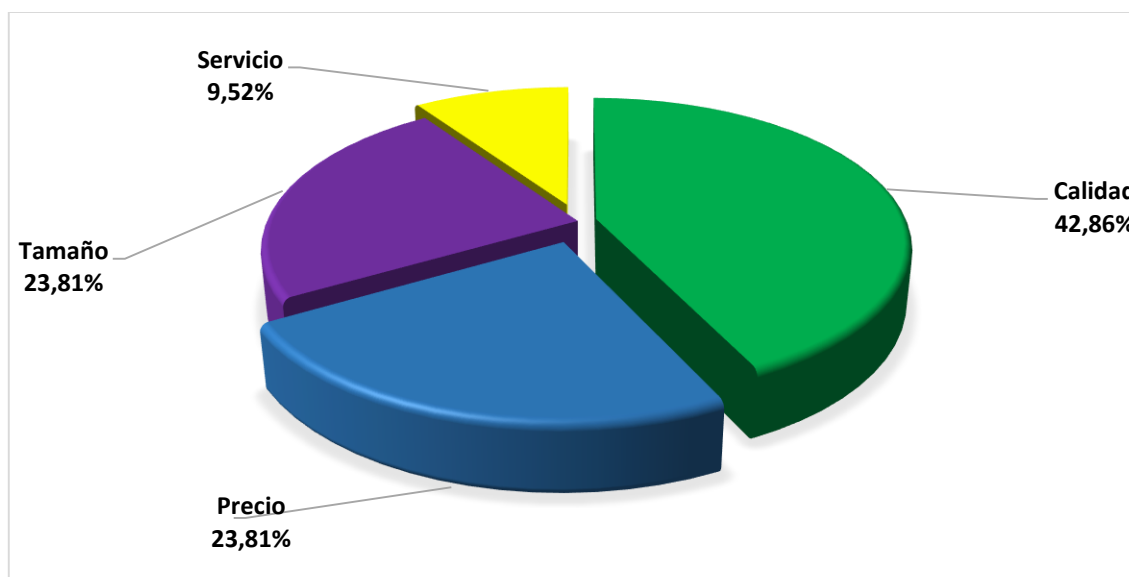
Según la población objetivo el 42,86% le gusta comprar pan de 400 gramos, un 28,57% adquiere el de 300 gr., un 19,05% de 210 gr. y un 9,52% de 40 gr. En promedio el mercado objetivo consume panes de 300 gramos; información útil para determinar el tamaño y/o peso del producto.

Pregunta 6. ¿Cuál es el factor más importante al momento de comprar pan saludable?

Cuadro 6. Factor de compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	9	42,86%
Precio	5	23,81%
Tamaño	5	23,81%
Servicio	2	9,52%
Total	21	100%

Figura 7. Factor de compra



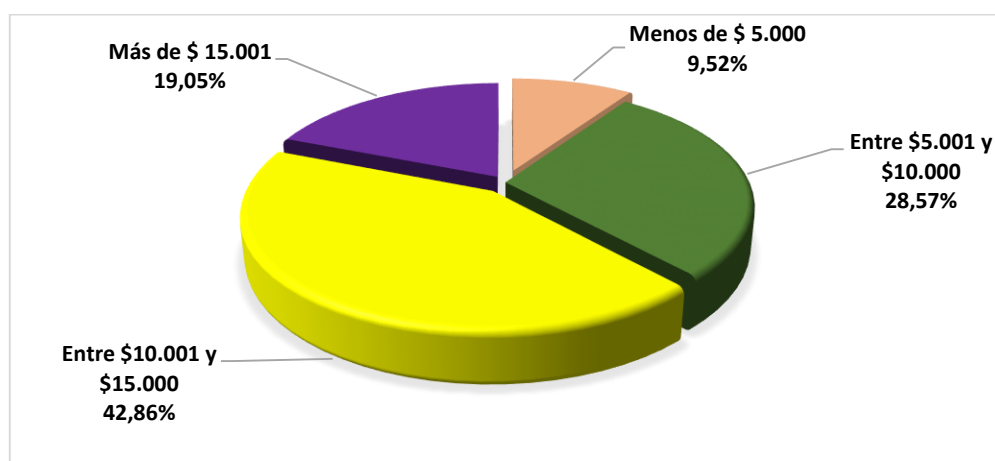
Del mercado objetivo que compra pan saludable, un 42,86% tiene en cuenta la calidad del producto, un 23,81% el precio y en la misma proporción el tamaño del pan y sólo un 9,52% se fija en el servicio. Este resultado es muy positivo para el proyecto, ya que hay un gran porcentaje (42,86%) de clientes que buscan calidad, el cual es uno de los atributos diferenciadores del proyecto.

Pregunta 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pan saludable?

Cuadro 7. Precio promedio a pagar

Descripción	Frecuencia	Porcentaje	Media de Clase	Promedio
Menos de \$ 5.000	2	9,52%	\$ 3.001	\$ 286
Entre \$5.001 y \$10.000	6	28,57%	\$ 7.501	\$ 2.143
Entre \$10.001 y \$15.000	9	42,86%	\$ 12.501	\$ 5.357
Más de \$ 15.001	4	19,05%	\$ 17.501	\$ 3.333
Total	21	100%		\$ 11.120

Figura 8. Precio promedio a pagar



Según respuesta de los encuestados, el 42,86% pagarían entre \$10.001 y \$ 15.000 por un pan saludable, el 28,57% entre \$ 5.001 y \$10.000, el 19,05% más de \$15.001 y un 9,52% de la población pagaría menos de \$5.000. Sin embargo, en promedio los encuestados pagarían \$ 11.120 por un pan saludable. Los datos muestran que hay una diversidad en las preferencias por precio para el pan saludable, lo que refleja la necesidad de ofrecer opciones que satisfagan las necesidades y presupuestos de los diferentes

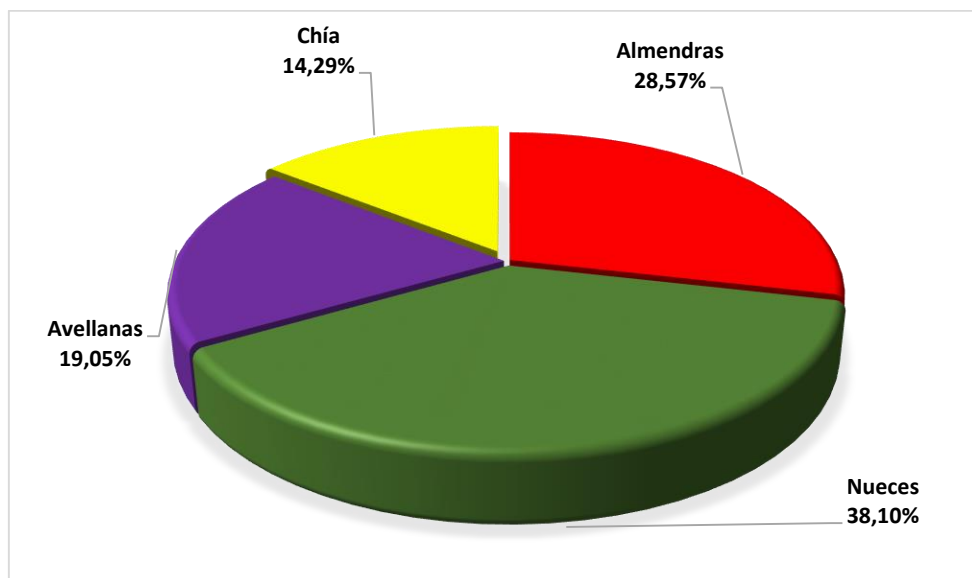
tipos de consumidores. Esta información es importante al momento de determinar el precio del producto.

Pregunta 8. ¿Con qué ingredientes prefiere el pan saludable?

Cuadro 8. Ingredientes preferidos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Almendras	6	28,57%
Nueces	8	38,10%
Avellanas	4	19,05%
Chía	3	14,29%
Total	21	100%

Figura 9. Ingredientes preferidos



La encuesta revela que el 38,10% de la población objetivo prefieren el pan de nueces, un 28,57% de almendras, el 19,05% tiene gustos por el pan de avellanas y 14,29% tienen

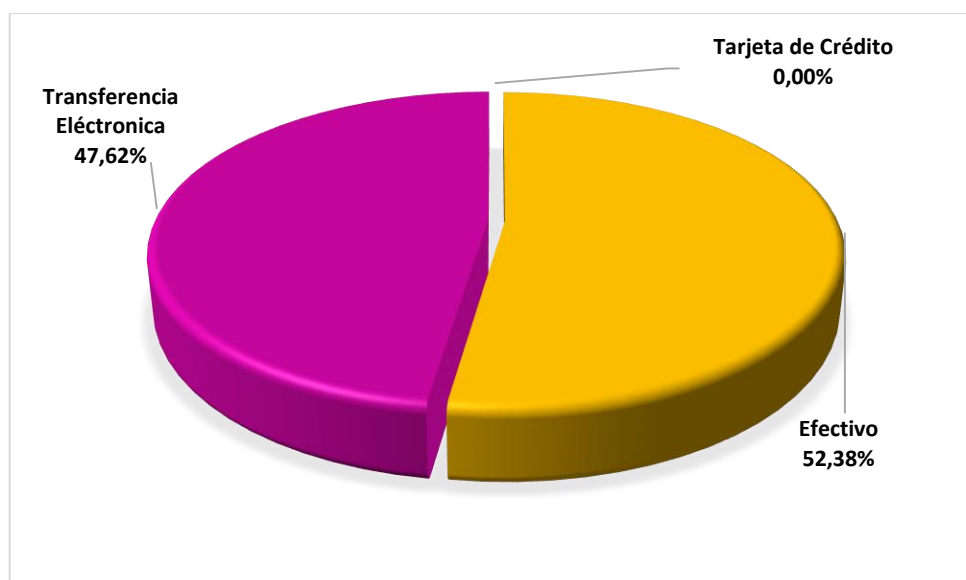
preferencias por pan de semillas de chía. Esto indica que el mercado tiene gustos variados y por tanto se debe diversificar el portafolio de productos.

Pregunta 9. ¿Qué medios de pago prefiere al momento de comprar pan saludable?

Cuadro 9. Medios de pago

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	11	52,38%
Transferencia Electrónica	10	47,62%
Tarjeta de Crédito	0	0,00%
Total	21	100%

Figura 10. Medios de pago



El 52,38% de la población objetivo afirma que utiliza el medio de pago en efectivo y el 47,62% prefieren hacerlo por transferencia electrónica. Esto nos indica que, aunque actualmente existen muchos medios de pago, la mayoría de las personas aún optan por

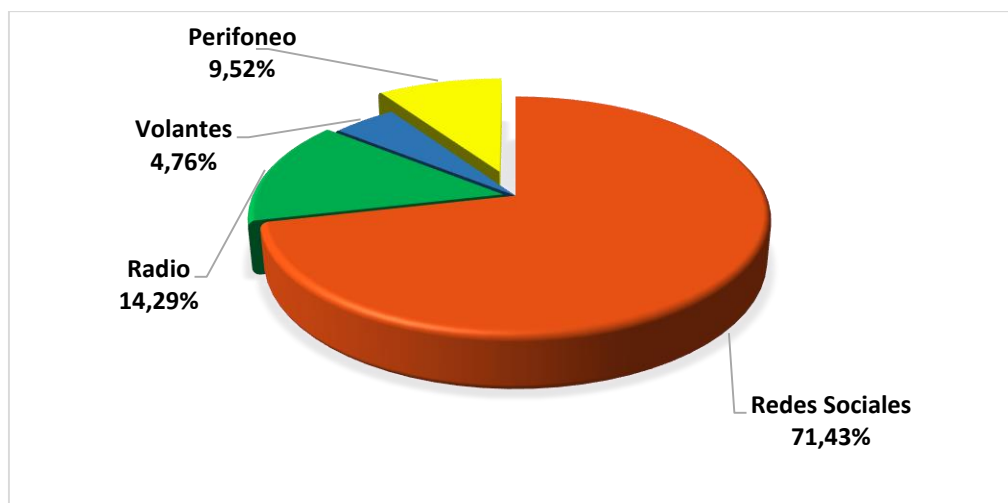
un medio de pago tradicional, sin embargo, teniendo en cuenta que muchos clientes buscan seguridad y comodidad al momento de realizar sus compras, no se debe descartar la utilización de pago por medios electrónicos.

Pregunta 10. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse sobre los productos de pan saludable?

Cuadro 10. Medios de comunicación

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	15	71,43%
Radio	3	14,29%
Volantes	1	4,76%
Perifoneo	2	9,52%
Total	21	100%

Figura 11. Medios de comunicación



Según el resultado de la encuesta un 71,43% de los habitantes de San Martín Cesar, prefieren las redes sociales como medio principal para recibir información de los

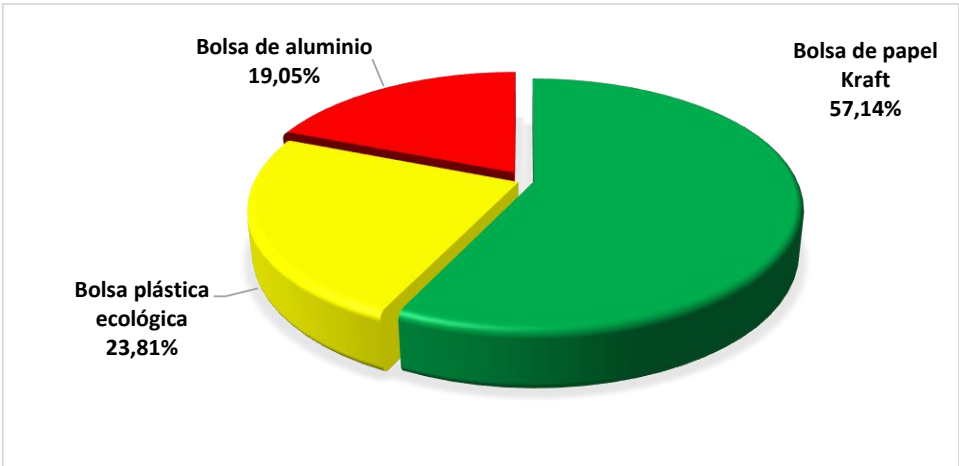
productos y un 14,29% prefieren radio y un 9,52% perifoneo. Para el proyecto es conveniente realizar la publicidad a través de redes sociales, ya que es un medio muy eficaz, el área geográfica es ilimitada donde se puede llegar a más clientes, además de ello el costo de la publicidad es más bajo y se tiene un gran alcance a la población que se pretende llegar con el proyecto.

Pregunta 11. ¿Al momento de comprar pan saludable que empaque le gustaría recibir?

Cuadro 11. Empaque

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Bolsa de papel Kraft	12	57,14%
Bolsa plástica ecológica	5	23,81%
Bolsa de aluminio	4	19,05%
Total	21	100%

Figura 12. Empaque



Se observar que el 57,14% de las personas encuestadas les gusta que el pan sea empackado en bolsa de papel Kraft, un 23,81% plásticas ecológicas, y un 19,05% bolsa

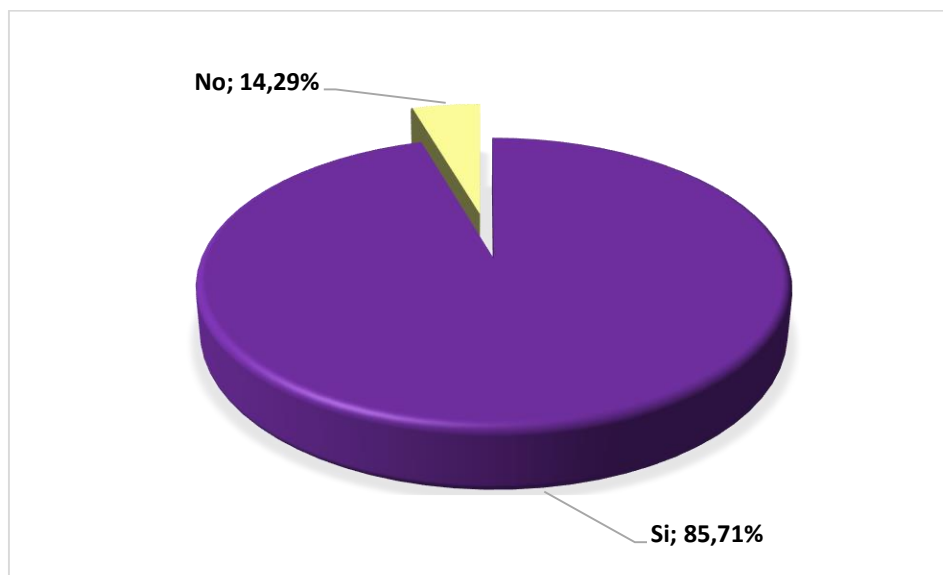
de aluminio. Esto indica una clara preferencia por empaques ecológicos y que sean amigables con el medio ambiente.

Pregunta 12. ¿Si se crea una empresa productora de pan saludable en el municipio de San Martín Cesar, compraría sus productos?

Cuadro 12. Apoyo idea de negocio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	85,71%
No	3	14,29%
Total	21	100%

Figura 13. Apoyo idea de negocio



El 85,71% de los encuestados manifestó estar interesada en apoyar el proyecto, lo cual nos indica una gran posibilidad de aceptación de compra. Este 85,71% se convierte en

una variable fundamental, para estimar la demanda efectiva anual de pan saludable en el municipio de San Martín Cesar.

2.3.12. Estimación de la demanda actual. Para calcular la demanda actual, se toma la información obtenida en las respuestas de la encuesta realizada al segmento de mercado objetivo de la siguiente manera:

Población objetivo = 21.077 habitantes 18-85 años

Respuesta pregunta 1 = 72% que compran pan para su hogar.

Respuesta pregunta 2 = 118,58 veces al año.

Por tanto, la demanda estimada de pan saludable, se logra multiplicando el mercado objetivo por el 72% de aceptación, por 118,58 promedio de frecuencia de compra.

Demanda actual estimada: $21.077 * 72\% * 118,58$

Demanda Actual Estimada = 1.799.504 panes/ Año

2.3.13. Estimación de la demanda efectiva. Para la estimación de la demanda efectiva se tiene en cuenta la demanda actual que corresponde que corresponde a 1.799.504 panes/ Año, y un 85,71% de la población que está dispuesta a comprar que se toma de la pregunta 12.

Por lo tanto, la demanda efectiva corresponde a:

Demanda efectiva = $1.799.504 \times 85,71\% = 1.542.355$ panes al año.

2.3.14. Proyección de la demanda para los próximos cinco años. Para determinar el valor de la demanda para los próximos cinco años, se tiene en cuenta la tasa de crecimiento de la población del departamento del Cesar, el cual es del 1,6%²².

Con base en esta información, se realiza el siguiente cálculo para la proyección de la demanda hasta el año 2028, utilizando la fórmula de valor presente a valor futuro, así:

$$VF = D (1 + i)^t$$

Donde:

D = Demanda actual = 1.799.504 panes/ Año

i = Tasa de crecimiento de la población = 1,6%

t = Período en años de la proyección = 1,2...5 años

Cuadro 13. Proyección de la demanda a 5 años

AÑO		DEMANDA ACTUAL PROYECTADA
1	2025	1.828.296
2	2026	1.857.549
3	2027	1.887.270
4	2028	1.917.466
5	2029	1.948.145

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

El análisis de la oferta considera tanto a las empresas locales, como aquellas que producen y/o comercializan pan saludable en el municipio de San Martín Cesar.

^{22 22} MINSALUD. [Sitio Web]. Bogotá: MINSALUD, Cesar 2024. Una Mirada actual al contexto migratorio y sus determinantes sociales. [Consulta: 17 octubre 2024]. Disponible en <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/INEC/INTOR/contexto-migratorio-cesar-2024.pdf>

Cuadro 14. Benchmarking pan saludable

	Bimbo	Comapan	Panaderías Locales
Canal de Distribución	Canal Indirecto Productor – Distribuidor_Consumidor FInal	Canal Indirecto Productor – Distribuidor_Consumidor FInal	Canal directo Productor – Consumidor final
Cobertura Geográfica	Distribuyen a nivel nacional, a través de supermercados, tiendas de barrio.	Sus productos son distribuidos a nivel nacional, a través de tiendas de barrio y supermercados.	Comercializan sus productos en su punto de venta físico, sólo en el municipio de San Martín Cesar.
Tiempo de ejercicio en el mercado	80 años en el mercado	75 años en el mercado	10 años en el mercado municipal
Estrategia de Publicidad	TV nacional e internacional, Redes sociales, YOUTUBE, página web.	Televisión Nacional, redes sociales, Página web	Redes sociales y radio.
Productos	Pan Bimbo Vital Integral con Semilla 500 gr. Pan vital multicereal, pan vital semillas y de granola. Pan blanco, snaks, pan fit, pan dulce, tostadas y tostaos, pasteles.	Pan integral multigrano de 400 gr., pan sucralosa, pan tajado blanco, ponqués, galletas, Ponqué tradicional, caladitas, entre otros.	Pan integral, tortas, Cupcakes, postres, panes de todo tipo.
Características del producto	Pan 100% Natural Multicereal, con avena, centeno y cebada. Pan vital semillas chía, girasol y linaza Sin conservantes, sin aditivos, sin colorantes.	Libre de grasas trans, libre de colesterol, con vitamina a y c, hierro y calcio	Pan integral con semillas de linaza, avena y uvas pasas, sin aditivos.
Precios en el mercado	Entre \$10.400 y \$10.900 promedio	Pan tajado integral de 400 gr. en promedio el precio es de \$ 8.500	Pan tajado integral de 400 gr. \$ 9.000
Participación en el Mercado	A nivel de ventas su participación en el mercado es del 15, 8% ²³	A nivel de ventas su participación en el mercado de empresas panificadoras fue del 1,7% ²⁴	No existe información

²³ SECTORIAL. [Sitio web]. En 2020, el Mercado de Consumo de Pan se Ubicó en COP \$4,71. [Consultado 02 de abril de 2025]. Disponible en <https://www.sectorial.co/informativa-industria-panificadora-y-de-pastas/en-2020-las-ventas-de-pan-lograron-llegar-a-471-billones/>

²⁴ Ibid.

	Bimbo	Comapan	Panaderías Locales
Fortalezas	Bimbo es una empresa que está Posicionada en el mercado a nivel mundial, maneja precios competitivos, tiene gran variedad de productos, inversión fuerte en publicidad y estrategias de marketing, maneja producción de alto nivel,	Empresa posicionada a nivel nacional, con variedad de productos, no solo en panadería sino que ha innovado con la producción de salsas, mayonesas, mermeladas, etc. Tiene precios competitivos y produce a gran escala. Es reconocida como una de las mejores empresas panificadoras del país	Los productos son frescos, no tienen conservantes, manejan precios competitivos. Existe la Posibilidad de personalizar el producto al gusto del cliente.
Debilidades	No cuenta con punto de fábrica y/o distribución en el municipio. Problemas en las vías pueden demorar la entrega en los pedidos.	No cuenta con punto de fábrica y/o distribución en el municipio. Problemas en las vías pueden demorar la entrega en los pedidos.	No son marca posicionada. No tienen página web ni mucha presencia en redes sociales

2.5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

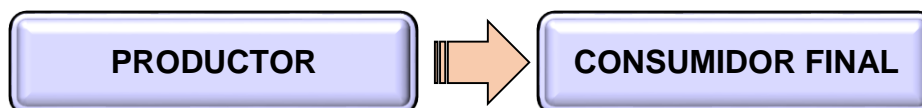
2.5.1. Descripción, usos y especificaciones del producto. De acuerdo con el análisis realizado, se corrobora lo expuesto en el numeral 2.1: el producto conserva las cualidades allí indicadas y dicha información cuenta con el respaldo documental, las fuentes consultadas y los resultados de la encuesta aplicada.

2.5.2. Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia. El pan saludable que se busca ofertar se distingue de la competencia, por no llevar conservantes, azúcares refinadas, ni mejorantes; además de ello, por la variedad de sabores, ingredientes frescos y naturales, como es la harina de frutos secos de nueces, avellanas, almendras y chía. Asimismo, la atención personalizada que inspire confianza en el cliente al visitar el punto de venta.

2.6. ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

2.6.1. Estructura de Comercialización. La panadería saludable adoptará una estrategia de comercialización directo al consumidor. La empresa entregará los productos directamente al cliente final, sin intermediarios. Esto beneficiará el proyecto con un mayor margen de beneficio, control total de la marca, experiencia e interacción con el cliente.

Figura 14. Canal de comercialización



2.6.2. Estructura de distribución. La empresa distribuirá los productos a través de un modelo mixto con canal directo e indirecto. En el canal directo, se entregaran los productos personalmente en los puntos de venta o tienda física, gestionando internamente todo el proceso. Para el canal indirecto, se contratará a una empresa de transporte integral que garantice una entrega rápida y eficiente al consumidor final.

Figura 15. Canal de distribución



2.7. ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PPRECIO

Para asegurar la rentabilidad, diferenciarse en el mercado y fidelizar clientes, sin sacrificar la percepción de valor, la empresa tendra en cuenta varios factores para fijar sus precios, como son: los costos y gastos de producción, los precios del mercado, entre otros.

2.8. RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

2.8.1. Estrategias de comunicación. De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta 10 del numeral 2.3.11, los canales de información para promocionar los productos, serán seleccionados según el uso y preferencia de los encuestados, así:

- **Redes Sociales:** Son las más utilizadas por las PYMEs. Plataformas como Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp Business, representan el principal canal de información y promoción, y de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta (pregunta 10 del numeral 2.3.11), es el medio preferido por el mercado objetivo, para conocer los productos. Es por ello, que la empresa utilizará como principal estrategia

de comunicación las diferentes redes sociales, ya que su inversión es menor y el alcance geográfico más amplio.

- **Radio:** por su alta penetración y credibilidad, este medio de información logra una conexión emocional directa con la audiencia. Por tanto, la producción de spots memorables, repetitivos y personalizados, logran que la opción sea rentable y efectiva para llegar al público objetivo.
- **Perifoneo:** es un medio de muy bajo costo y con una alta frecuencia de exposición, se puede llegar directamente al público objetivo en zonas cercanas al punto de venta, genera reconocimiento local y atención inmediata.

2.8.2. Presupuesto de comunicación

2.8.2.1. Presupuesto de lanzamiento. Es una parte específica del presupuesto de marketing, ya que se asignan recursos a todos los medios y actividades de comunicación como son la publicidad, relaciones públicas, contenidos, redes sociales y eventos necesarios para lanzar el producto o la empresa.

Cuadro 15. Presupuesto de lanzamiento

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
Publicidad en diferentes Redes sociales	8	\$ 25.000	\$ 200.000
Cuña Radial * 30 segundos. (2 diarias)	7	\$ 25.000	\$ 175.000
Perifoneo (un recorrido diario x 3 días)	3	\$ 50.000	\$ 150.000
TOTAL			\$ 525.000

2.8.2.2. Presupuesto de operación. Para continuar promocionando la empresa y los productos, se ha estimado el siguiente presupuesto de operaciones, que se aplicará durante un año:

Cuadro 16. Presupuesto de operación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad en diferentes Redes sociales	\$70.000	\$ 840.000
Cuña Radial x 30 segundos (2 diarias x 3 meses)	\$ 120.000	\$ 360.000
TOTAL		\$ 1.200.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. TIPO DE PROYECTO

Este proyecto se concibe como una iniciativa de producción, dado que su principal actividad económica es la elaboración de pan saludable. Asimismo se identificarán los requisitos técnicos y operativos que se requieren para gestionar eficientemente los recursos disponibles en los procesos de producción.

3.2. DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO


El desarrollo operativo del proyecto de pan saludable se articulará mediante una línea de producto definida, el cual se gestionará bajo producción modular autوماتizada, que contempla los pasos de dosificación de ingredientes, mezcla, fermentación, formado, horneado y enfriamiento, ajustados para cumplir especificaciones de calidad, valor nutricional y consistencia en cada lote.

3.2.1. Ficha técnica del producto mínimo viable. Describe de forma resumida las características básicas, y especificaciones esenciales del pan saludable como es el nombre, ingredientes principales, empaque, vida útil, entre otros.

Cuadro 17. Ficha técnica pan de almendras

FICHA TECNICA PAN DE ALMENDRAS	
Producto Principal	Pan de Almendras

FICHA TECNICA PAN DE ALMENDRAS

<p>Diseño</p>	<div style="text-align: center;">  </div> <p>Fuente: DIARIO ABC. [Sitio web]. Cómo hacer pan casero con harina de almendra: el alimento de moda en 2023. [Consultado 19 junio de 2025]. Disponible en: https://www.abc.es/gurme/recetas/sevi-como-hacer-pan-casero-harina-almendra-alimento-moda-2023-202308080907_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fgurme%2Frecetas%2Fsevi-como-hacer-pan-casero-harina-almendra-alimento-moda-2023-202308080907_noticia.html</p>
<p>Características</p>	<p>Elaborado con harina integral de base, que conserva el salvado y germen del trigo, con trozos de almendras, es bajo en carbohidratos, libre de gluten, alto en grasas saludables, rico en proteínas, vitamina E y alta densidad de micronutrientes. Sin conservantes artificiales. Textura suave y esponjosa, color marrón dorado, sabor a nuez tostada.</p>
<p>Usos</p>	<p>El pan de almendras es valorado en personas que hacen dietas cetogénicas; con prediabetes o diabetes, intolerancia al gluten, que buscan aumentar su ingesta de grasas saludables, aumentar el consumo de fibra o llevan una alimentación saludable. Es ideal para consumir en cualquier momento del día, desde el desayuno hasta la cena y puede acompañarse con ingredientes dulces o salados según el gusto del consumidor, sin sacrificar el aporte de nutrientes funcionales.</p>

FICHA TECNICA PAN DE ALMENDRAS	
Presentación comercial	Presentación en empaque individual. Contenido neto 125 gr., 250 gr., y 450 gramos
Vida útil	Tres (3) días.

Cuadro 18. Ficha técnica pan de nueces

FICHA TECNICA PAN DE NUECES	
Producto Principal	Pan de Nueces
Diseño	 <p>Fuente: MAHAT AYURVEDA. [Sitio web]. Receta de pan rápido de avena y almendras. [Consultado 17 Julio 2025]. Disponible en https://www.mahatayurveda.com/receta-rapida-pan-de-avena-y-almendras/</p>
Características	<p>Preparado con harina integral de base, que conserva el salvado y germen de trigo, es rico en ácidos grasos insaturadas como son omega 3 y 6, bajo en carbohidratos, no contiene gluten, contiene fibra, proteínas, minerales como magnesio, calcio y zinc, potasio, y además es antioxidante.</p> <p>Textura densa y húmeda, con fragmentos de nuez que le aportan crocancia.</p> <p>Color marrón. Sabor dulce y tostado.</p>

FICHA TECNICA PAN DE NUECES	
Usos	El pan de nuez es consumido por personas que hacen dietas de control glucémico, con prediabetes o diabetes, intolerancia al gluten, que buscan aumentar su ingesta de grasas saludables, aumentar el consumo de fibra o llevan una alimentación saludable. Es ideal para consumir en cualquier momento del día, desde el desayuno hasta la cena y puede acompañarse con ingredientes dulces o salados según el gusto del consumidor, sin sacrificar el aporte de nutrientes funcionales.
Presentación comercial	Presentación en empaque individual. Contenido neto 125 gr., 250 gr., y 450 gramos
Vida útil	Tres (3) días.

Cuadro 19. Ficha técnica pan de Avellanas


FICHA TECNICA PAN DE AVELLANAS	
Producto Principal	Pan de Avellanas
Diseño	 <p>Fuente: POSTRES ORIGINALES. [Sitio web]. Pan de avellanas y almendras. [Consultado el 23 de julio de 2025]. Disponible en:</p>

FICHA TECNICA PAN DE AVELLANAS	
	https://postresoriginales.com/pan-de-avellanas-y-almendras/
Características	<p>Elaborado con harina integral, que conserva el salvado y germen del trigo, es rico en ácidos grasos monoinsaturados como son omega 9, vitamina E, B6 y ácido fólico, bajo en carbohidratos, no contiene gluten, contiene fibra, proteínas, minerales como manganeso, calcio, zinc, magnesio, potasio, y además es antioxidante.</p> <p>Textura densa y húmeda, con fragmentos de nuez que le aportan crocancia.</p> <p>Color marrón. Sabor dulce y tostado.</p>
Usos	<p>El pan integral de avellanas lo consumen personas que hacen dietas de control glucémico, con prediabetes o diabetes, intolerancia al gluten, que buscan aumentar su ingesta de grasas saludables, prevenir enfermedades cardiovasculares, neurodegenerativas, obesidad y trastornos metabólicos²⁵, aumentar el consumo de fibra o llevan una alimentación saludable. Es ideal para consumir en cualquier momento del día, desde el desayuno hasta la cena y puede</p>

²⁵ INFOBAE. [En línea]. Qué enfermedades ayuda a combatir el consumo de avellanas. [Consultado 3 septiembre 2025]. Disponible en: <https://www.infobae.com/mexico/2024/09/18/que-enfermedades-ayuda-combatir-el-consumo-de-avellanas/>

FICHA TECNICA PAN DE AVELLANAS	
	acompañarse con ingredientes dulces o salados según el gusto del consumidor, sin sacrificar el aporte de nutrientes funcionales.
Presentación comercial	Presentación en empaque individual. Contenido neto 125 gr., 250 gr., y 450 gramos

Cuadro 20. Ficha técnica pan de Chía

FICHA TECNICA PAN DE CHÍA	
Producto Principal	Pan de Chía
Diseño	 <p>Fuente: INFOBAE. [Sitio web]. Receta de pan de chía casero, una alternativa fácil y rica en omega-3 con todos los beneficios de esta semilla. [Consultado el 25 de julio 2025]. Disponible en: https://www.infobae.com/espana/2025/04/24/receta-de-pan-de-chia-casero-una-alternativa-facil-y-rica-en-omega-3-con-todos-los-beneficios-de-esta-semilla/</p>
Características	Preparado con harina integral, que conserva el salvado y germen del trigo, adicionado con semillas de chía. el cual es rica en ácidos grasos (omega 3), que ayudan a reducir los niveles de colesterol y triglicéridos. Además de ello contiene Vitaminas B,

FICHA TECNICA PAN DE CHÍA	
	<p>E, potasio, calcio, hierro, magnesio Tiene contenido alto de fibra y antioxidantes. Estos nutrientes ayudan a combatir radicales libres, reducir la inflamación, proteger la salud cardíaca, regular el azúcar en sangre y favorece la función hepática. Contribuye a la salud ósea, facilitan la digestión e incluso pueden tener efectos antienvjecimiento²⁶.</p> <p>Su textura es suave pero más húmeda.</p>
Usos	<p>El pan de chía, es ideal para personas con dieta vegetariana y/o vegana, sin lactosa, baja en gluten o llevan una alimentación saludable. Es ideal para consumir en cualquier momento del día, desde el desayuno hasta la cena y puede acompañarse con ingredientes dulces o salados según el gusto del consumidor, sin sacrificar el aporte de nutrientes funcionales.</p>
Presentación comercial	<p>Presentación en empaque individual.</p> <p>Contenido neto 125 gr., 250 gr., y 450 gramos</p>
Vida útil	<p>Tres (3) días.</p>

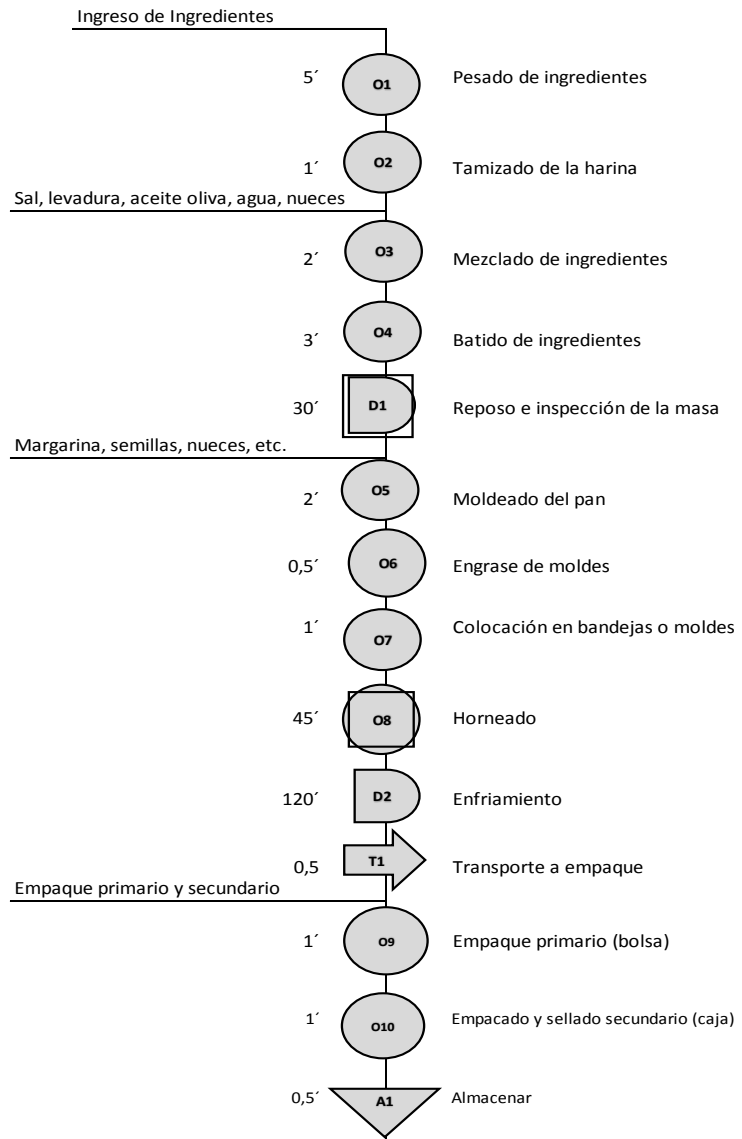
3.2.2. Descripción y diagramación de actividades claves. La elaboración del pan saludable requiere de ciertos ingredientes y las siguientes etapas:

²⁶ ERDEM HOSPITAL. [En línea]. ¿Qué son las semillas de chía? ¿Cuáles son sus beneficios?. [Consultado el 5 de septiembre de 2025]. Disponible en: <https://erdemhospital.com/es/blog/what-are-chia-seeds-what-are-the-benefits-of-chia-seeds/#:~:text=semillas%20de%20ch%C3%ADa-,%C2%BFCu%C3%A1les%20son%20los%20beneficios%20de%20las%20semillas%20de%20ch%C3%A1Da?,da%C3%B1o%20celular%20y%20el%20envejecimiento.>

- **Recepción:** Comprende el ingreso a la planta de producción de la materia prima e insumos, donde también se revisa y clasifica, para poder cumplir con los parámetros establecidos de calidad.
- **Pesado:** Los ingredientes son pesados, de tal manera que se puedan evitar desperdicios.
- **Tamizado:** Se cierne la harina para evitar grumos en la mezcla.
- **Mezclado.** Se incorporan los ingredientes secos y líquidos, respetando los tiempos y paso a paso de cada uno de ellos.
- **Batido.** Para agilizar el proceso los ingredientes mezclados pasan a la batidora, para obtener una mezcla más homogénea y una textura uniforme.
- **Reposo o Autólisis:** Dejar reposar la masa 30 minutos para que logre fermentarse.
- **Engrasado de molde.** Se engrasan los moldes con margarina.
- **Colocación en molde:** Se vierte la masa en los moldes correspondientes
- **Horneado.** Se meten los moldes al horno a 240°C durante 45 minutos.
- **Enfriado.** Se dejan reposar los panes por dos horas.
- **Empacado y sellado.** Los panes son empacados en bolsa de polietileno y sellados para mayor seguridad del producto.

Figura 16. Diagrama de procesos

Empresa:	PANADERÍA SALUDABLE DULCES MOMENTOS
Diagrama N°	001
Descripción:	Diagrama de procesos para la elaboración de pan saludable
Departamento:	Operaciones



Cuadro 21. Resumen diagrama de procesos

Convención	Actividades	Número de veces	Total Tiempo en minutos
	Operación	10	61,5
	Transporte	1	0,5
	Inspección	2	0,0
	Demora	2	0,0
	Almacenamiento	1	0,5
Total		16	62,5

Para el cálculo del tiempo total de producción, no se tiene en cuenta las actividades de demora, puesto que los operarios utilizan en ese tiempo para realizar otras operaciones.

De acuerdo a la capacidad de la maquinaria (horno x 8 bandejas) en un ciclo se pueden producir 48 unidades, es decir un lote de 48 panes saludables de 400 gr. Para cuantificar el tiempo del ciclo por unidad producida, se divide el tiempo total en minutos tomado del diagrama de procesos (Cuadro 21) y se divide en el número de panes a producir por lote.

Cuadro 22. Resumen diagrama de procesos

Descripción	Cantidad	
Unidades a producir por lote	48	Panes
Tamaño del lote	48	Panes saludables
Tiempo del ciclo	1,3	Minutos

3.2.3. Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). El sector al que pertenecen las panaderías, requiere de un Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) conforme a las labores que realiza, debido a los riesgos al que están expuestos sus colaboradores, en todas las áreas funcionales de la empresa.

Es por ello, que el diseño de un Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), debe tener las siguientes características:

- Prevención de cualquier tipo de enfermedad laboral.
- Implementación de programas de promoción de la salud y del autocuidado
- Capacitar a todos los colaboradores de la empresa en los riesgos del sector industrial, especialmente de panaderías.
- Realizar vigilancia epidemiológica.
- Participación activa de los trabajadores en la identificación de peligros.
- Evaluación de riesgos
- Implementación de medidas de control.
- Todas aquellas acciones que ayuden a mitigar los riesgos laborales.

Para el diseño e implementación del SG-SST, la panadería contratará bajo la modalidad de prestación de servicios un inspector en HSEQ, el cual según cotización el costo por diseñar el SG-SST es de \$ 600.000 y el seguimiento tendrá un valor de \$ 40.000 mensuales por cada trabajador (ver . Es de anotar que, el costo de este servicio es un poco menor a los establecidos en el mercado, considerando que es un negocio pequeño, con inicia actividades.

3.2.4. Análisis Ambiental. Para que el el proyecto sea sostenible, se deben buscar estrategias que ayuden a tener un equilibrio entre la protección del medio ambiente, el crecimiento económico de la empresa y el bienestar social, de tal manera que perdure en el tiempo. Por tanto, se hace necesario realizar un estudio ambiental, para identificar los posibles daños que pueda causar la puesta en marcha del proyecto y determinar las acciones de mitigación y/o eliminación de impacto que se pueda ocasionar al ambiente.

Es por ello, que dando cumplimiento a las reglamentaciones legales a de las tareas de sostenibilidad del proyecto, debe estar centrado en la mitigación de los impactos negativos producidos por los desechos en la planta de producción y áreas administrativas, es por ello que se ha determinado establecer medidas de protección, prevención, atenuación, restauración y compensación de los efectos perjudiciales o dañinos que pudieran resultar de los procesos que a diario se realizan en la empresa. Para ello se diseñará e implementará un Plan de Manejo Ambiental (PMA), que contribuya en la protección del medio ambiente.

La empresa por su parte debe seguir los lineamientos legales en el manejo de desechos sólidos (residuos reciclables y no reciclables), educación ambiental dirigido a los colaboradores, elaboración de medidas de acción ante desastres naturales, medidas de control para cada área, etc.

Para ello se contratará a través de la modalidad de prestación de servicios un ingeniero ambiental, que según cotización el costo por diseñar el PMA es de \$ 600.000 y el seguimiento y mitigación de dicho estudio será por valor de \$ 450.000 semestrales, teniendo en cuenta que es una empresa nueva y que su actividad económica poco impacta el medio ambiente y por tanto serán visitas esporádicas.

3.2.5. Recursos Claves. Son los diferentes tipos de recursos físicos, humanos y de infraestructura, que se necesitan para llevar a cabo el proceso de producción de panes saludables, que ofrecerá esta idea de negocio.

3.2.5.1. Talento Humano. Para una organización el recurso humano es un factor fundamental para el desarrollo de sus distintas operaciones o áreas de funcionamiento cómo lo son la administrativa, producción, comercial, etc. Es por ello que las personas que sean seleccionadas para ocupar estos cargos, deben tener algunos conocimientos y experiencias, necesarios para un óptimo desempeño en sus funciones.

Para el caso de la mano de obra directa en el área de producción, se han requerido dos panaderos, que trabajan en paralelo en las diferentes etapas del proceso de elaboración del pan; el área comercial dispondrá de un vendedor y en la nómina administrativa el gerente realizará las funciones de asistente administrativo de forma temporal, mientras la empresa inicia sus actividades comerciales.

Igualmente, se dispondrá de asesores externos que apoyen las actividades de las áreas de producción, administración y ventas, pero no harán parte de la nómina, sino que serán contratados como prestadores de servicios.

Por lo anterior, los cargos que se requieren para el desarrollo del proyecto son los siguientes:

Cuadro 23. Mano de Obra Directa

Cargo	Área	Perfil	Número de Puestos
Panadero	Producción	Técnico laboral en panadería y repostería	1

Cargo	Área	Perfil	Número de Puestos
Panadero auxiliar	Producción	Técnico laboral en panadería y repostería	1

Cuadro 24. Nómina de administración y ventas

Cargo	Área	Perfil	Número de Puestos
Gerente/Asistente administrativo	Administrativa	Tecnólogo o profesional en Gestión Empresarial o afines	1
Vendedor	Comercial	Técnico Laboral en Atención al cliente	1
Asesor Ing. Ambiental	Producción	Prestación de servicios	1
Asesor SG-SST	Todas las áreas	Prestación de servicios	1
Contador	Administrativa	Prestación de servicios	1

3.2.5.2. Infraestructura. Corresponden los activos fijos necesarios para desarrollar las operaciones de la empresa, como son muebles y equipos de oficina, equipo de computación, maquinaria y equipos, entre otros.

Cuadro 25. Equipo de Oficina

Activo	Cantidad	Especificaciones Generales
UPS	2	UPS Forza 500VA 6 Salida NT511
Regulador de voltaje	2	Regulador de Voltaje FORZA 1200VA
Cámaras de seguridad	3	Kit x 2 Cámaras de Seguridad Interior TP-LINK Tapo C210P2 WiFi 2K con Movimiento

Activo	Cantidad	Especificaciones Generales
Ventiladores de pared	5	Ventilador 3 en 1 KALLEY K-V31B02 Blanco
Cafetera eléctrica	1	Cafetera Imusa antigoteo City 6 tazas negro 8000035657b

Cuadro 26. Equipo de Computación y Comunicación

Activo	Cantidad	Especificaciones Generales
Computador de escritorio	2	Computador All In One LENOVO 23.8" Pulgadas A100 - Intel N100 - RAM 8GB - Disco SSD 512GB - Blanco
Impresora Térmica POS USB 58 mm Jaltech	1	Impresora Térmica POS USB 58 mm Jaltech
Impresora multifuncional	1	Epson L3210 Impresora Multifuncional 3 En 1 Ecotank Escaner
Celular	1	Celular OPPO A20 128 GB Café

Cuadro 27. Maquinaria y Equipo

Activo	Cantidad	Especificaciones
Horno industrial	1	Horno eléctrico de convección de 4 pisos KAINO con spray
Batidora industrial	1	Batidora Classic 4.2 L White
Mesa acero inoxidable	2	Mesón en Acero Inoxidable 120cm de Largo
Máquina fechadora	1	Mini impresora de codificación de fecha 2-12 7mm 1 cartucho
Báscula eléctrica	1	Báscula eléctrica de 40 kg.

Cuadro 28. Muebles y Enseres administrativos, operativos y de ventas

Activo	Cantidad	Especificaciones
Archivador	1	Archivador Industrias Cruz 69x37x50cm Negro
Botiquín	3	Botiquín Primeros Auxilios 3M
Camilla de emergencias	1	Camilla de Emergencia Con Arnés y Aviso
Escritorios	2	Escritorio Kazan 73x120.9x51cm Ceniza
Sillas para oficina	2	Silla de Escritorio Profesional con Brazos Negro Just Home Collection
Sillas para visitantes	2	Silla Fija de Oficina Plástico Negro Just Home Collection
Punto ecológico	1	Punto ecológico 8 lts. Con 3 canecas de reciclaje de pedal
Estantes metálicos	4	Estantes Metálicos de 6 Entrepasos

Activo	Cantidad	Especificaciones
Señalización	1	Kitx11 Señalización Fotoluminiscente para Oficinas y/o Locales Hasta 40Mts2
Vitrina para panadería	1	Vitrina exhibidora para panadería 3 mts.
Sillas para operarios	2	Silla Lady gris claro Just Home Collection
Muebles exhibición	2	Muebles exhibición en madera
Estantes metálicos	4	Estantes metálicos de 6 entrepaños

Cuadro 29. Herramientas, Repuestos y Accesorios

Activo	Cantidad	Especificaciones
Bandejas aluminio	1	Set 6 Bandejas Panadería 12x 65x45 Cm Troqueladas Plateado
Utensilios de cocina	1	Set de Utensilios y Cuchillos de Cocina 19 Piezas con Porta Accesorios Ref. Set-05
Recipientes plásticos	1	Set X6 Recipientes Plus Cuadrado 4.5l Blanco
Cernidor	1	Tamiz de Harina de Malla Fina de Acero Para Hornear

3.2.5.3. Materiales e insumos. Es la materia prima y elementos de insumo que se requieren en el proceso de producción de los panes saludables.

En los cuadros 29 y 30 se relacionan los materiales e insumos que se requieren para la elaboración de un pan integral de nueces, tal como lo muestra la figura de la ficha técnica del cuadro 18.

Cuadro 30. Materiales e insumos directos para elaborar pan saludable de nueces

Material	Unidad de Medida	Cantidad por Unidad	Cantidad Año 1
Harina integral	Gramos	225,0	15.755.985
Sal	Gramos	5,0	350.133
Levadura seca instantánea	Gramos	2,0	140.053
Aceite de Oliva 2 Lts. (2.000 grs)	Gramos	5,0	350.133
Nueces	Gramos	45,0	3.151.197

Cuadro 31. Materiales e insumos indirectos para elaborar pan nueces 450 gr.

Material	Unidad de Medida	Cantidad por Unidad	Cantidad Año 1
Bolsa pan (8x16x2) grande	Unidad	1,0	70.027
Cinta Blanca Cierre Bolsa Selladora 50 MTS Ancho 12 MM	Unidad	0,0008	56
Caja de cartón de colores	Unidad	1,0	70.027

3.2.6. Distribución de planta. La distribución de la planta corresponde a la ubicación de las diferentes dependencias que tiene la empresa, con el fin de lograr una mayor productividad especialmente en la planta de producción.

El inmueble que se arrendará tiene unas dimensiones de 7 metros de ancho por 15 metros de largo (7x15 mts). Estas medidas se distribuirán de manera óptima entre las distintas áreas de la empresa, conforme a lo establecido en el plano y la distribución de espacios así:

Figura 17. Distribución de planta



Con base en las medidas del plano, la distribución de las áreas de la empresa quedó distribuida de la siguiente manera:

Cuadro 32. Distribución de medidas por áreas o dependencias.

Distribución de Planta Panadería Saludable 105 mt²		
Área o dependencia	Metros²	% Distribución
Área Administrativa	16,5	15,7%
Área de Producción	24	22,9%
Área de Venta	21	20%
Área de empaque	9	8,6%
Bodega de insumos	9	8,6%
Cafetería	6	5,7%
Pasillo	15	14,3%
Baño exterior	4,5	4,3%
Total Área	105	100%

3.2.7. Localización:

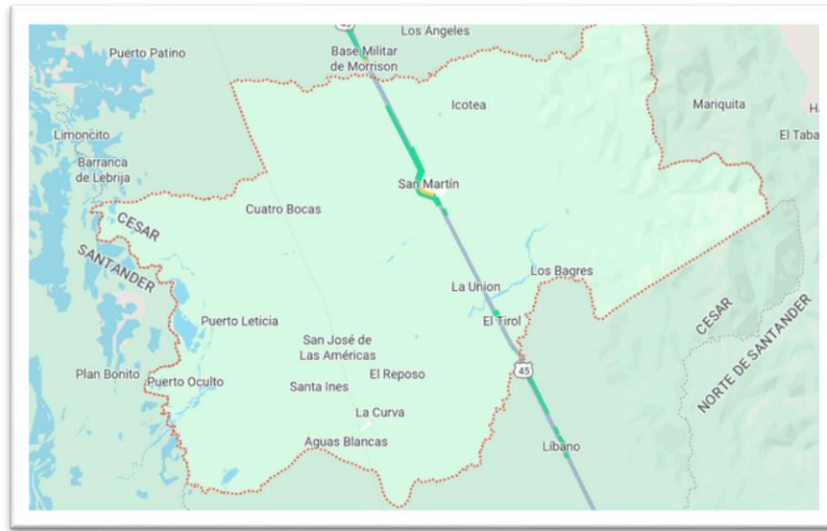
3.2.7.1. Macro localización. La idea de negocio se desarrollará en San Martín, municipio del departamento del Cesar (sur), donde la economía es muy diversa, debido a la gran riqueza que posee, como es el cultivo y la extracción de palma de aceite, la explotación de petróleo, la ganadería, entre otras actividades agrícolas²⁷.

Tiene una ubicación geográfica estratégica, ya que en este punto se une la Región Caribe con el interior del país.²⁸

²⁷ ALCALDÍA DE SAN MARTÍN CESAR [En línea]. Economía. [Consultado el 6 septiembre de 2025]. Disponible en: <https://www.sanmartin-cesar.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Vias-de-Comunicacion.aspx>

²⁸ Ibid.

Figura 18. Ubicación geográfica de San Martín Cesar



Fuente: GOOGLE MAPS [Sitio web]. San Martín Cesar. [Consultado 18 julio de 2025]. Disponible en www.googlemaps.com

3.2.7.2. Micro localización. Para determinar la ubicación donde funcionará la empresa, se deben tener en cuenta muchos aspectos que ayudaran a optimizar los recursos como son: económico, infraestructura, social, vías de acceso, etc.

Para ello se utilizará el método cualitativo de ponderación y puntuación de los factores, el cual consiste en asignar a cada variable un valor en puntos de una escala de 1 a 10, donde 1 no cumple con los requisitos exigidos, y 10 cumple totalmente con ellos. Asimismo, se tiene en cuenta el grado de importancia de menor a mayor en la localización del proyecto.

La suma de la ponderación del total de factores escogidos debe sumar 100%; y para ello se han seleccionado los siguientes factores.

- **(F1) Factor 1 – Costo de arrendamiento.** Es el valor que se cancela por el alquiler del inmueble donde funciona la empresa.

- **(F2) Factor 2 – Tamaño del inmueble.** Es el área que está disponible para el normal funcionamiento del proyecto.
- **(F3) Factor 3 – Necesidades de remodelación:** Hace referencia a las condiciones y estructuras del inmueble como son pisos, techos, muros, paredes, puertas, etc. que requieren ser ajustadas para el normal funcionamiento del proyecto.
- **(F4) Factor 4 – Calidad de servicios públicos.** Corresponde a la disposición de servicios públicos de manera continua y eficaz.
- **Factor 5 (F5) – Costos de Servicios Públicos:** son las tarifas o valores que cobran las instituciones autorizadas por la prestación de los servicios públicos.
- **Factor 6 (F6) – Facilidad de acceso para clientes.** Corresponde a las condiciones tanto de seguridad, como de infraestructura de las vías en la zona donde se ubica el inmueble, para que lo clientes puedan llegar.

Para determinar la ubicación más idónea para el funcionamiento de la empresa, existen tres alternativas.

Cuadro 33. Alternativas de Micro localización

Opciones	Dirección	Barrio	Estrato	Área Mts ²	Vr. Canon
Alternativa 1	Cl. 10 # 8 ^a - 18	San Vicente de Paul	1	182	\$ 800.000
Alternativa 2	Cl. 18 # 8 - 30	El Centro	2	180	\$ 1.000.000
Alternativa 3	Cl. 23 # 13 -16	San José	1	105	\$ 500.000

La ponderación de factores se asigna de la siguiente forma:

- 25% F1 Canon de arrendamiento
- 25% F2 Área disponible
- 15% F3 Necesidades de remodelación
- 10% F4 Calidad de servicios públicos
- 15% F5 Costos de Servicios Públicos
- 10% F6 Facilidad de acceso para clientes

Cuadro 34. Calificación de factores

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN		
		UBICACIÓN 1	UBICACIÓN 2	UBICACIÓN 3
F1 Canon de arrendamiento	25%	9,00	7,00	10,00
F2 Área disponible	25%	10,00	10,00	8,00
F3 Necesidad de remodelación	15%	7,00	7,00	9,00
F4 Calidad de servicios públicos	10%	7,00	7,00	8,00
F5 Costos de servicios públicos	15%	7,00	7,00	9,00
F6 Facilidad acceso para clientes	10%	7,00	7,00	9,00
TOTALES	100%	8,25	7,60	8,90

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante la calificación cualitativa de ponderación o por puntos, la alternativa 3 obtuvo la mayor calificación con un puntaje de 8,90; lo cual indica que la Cl. 23 # 13-16 del barrio San José, es la ubicación más adecuada para el desarrollo del proyecto en el municipio de San Martín. Además de ello, porque este barrio se encuentra muy cerca de parques y lugares donde acuden personas a realizar actividad física.

Figura 19. Ubicación de inmueble Cl.23 # 13-16



Fuente: GOOGLE MAPS [Sitio web]. San Martín Cesar. [Consultado 18 julio de 2025]. Disponible en www.googlemaps.com

3.2.8. Control de Calidad. Para garantizar la calidad a los panes saludables, se harán algunos controles tanto a las materias primas, equipos y proceso de producción de la siguiente forma:

- Para la **materia Prima**, el control se realizará al momento de seleccionar el tipo de ingredientes e insumos que se utilizará para la elaboración del pan, se analizarán las respectivas fichas técnicas de las mismas con el fin de comprar materia prima óptima.
- **La maquinaria**, se inspeccionará con el fin de evitar sacar un producto terminado de baja calidad, antes de iniciar cualquier proceso en la elaboración de los panes, se realizarán los respectivos mantenimientos preventivos y limpieza de las máquinas a utilizar.
- Al **Mezclar los ingredientes** se realizará inspección, por parte del panadero, en verificar las medidas exactas de la materia prima para la elaboración del pan.

- En el **batido de la mezcla**, se verificará que los ingredientes mezclados estén en su punto y que la masa se deje reposar en los tiempos establecidos.
- Con el **Producto Terminado**, el panadero u otro operario estará disponible para realizar la labor de revisar que los panes estén en su punto, es decir que no hayan sido pasados de horneado o que tampoco les falte y además de ello verificar que el empaque lleve etiquetada la fecha de vencimiento, número de lote y demás.
- **Se hará control de registros**, de toda la inspección que se realice en los diferentes procesos, documentando todos los hallazgos y las observaciones, con el fin de buscar la mejora continua.

3.3. CAPACIDAD DEL PROYECTO

3.3.1. Capacidad total diseñada por línea de producto. Teóricamente es el nivel máximo de producción que se puede alcanzar, en dónde se dé un 100% de eficiencia en los aspectos que inciden en la elaboración de pan saludable en el año. Se plantea un turno diario de 8 horas sin pausas, ni días de descanso, con un modelo de producción por lotes o discontinuo, donde los operarios trabajan paralelamente en las diferentes etapas del proceso. Por tanto, se hace necesario la participación de todos los operarios, que hagan parte de todo el proceso de producción.

Cuadro 35. Capacidad Diseñada del producto

CAPACIDAD DISEÑADA POR LÍNEA DE PRODUCTO	
Días / año	365
Turno / Dia	1
Horas / Turno	8
Operarios	1
Minutos / Hora	60
Minutos / Año	175.200

CAPACIDAD DISEÑADA POR LÍNEA DE PRODUCTO	
Tiempo producción por pan (minutos)*	1,3
Panes saludables / Año	134.769

*Nota: el tiempo de producción por unidad (1,3 minutos) es el tiempo de ciclo calculado en la figura 1 del numeral 3.2.2.

De acuerdo a lo anterior, se pueden producir 134.769 panes saludables anuales con dos operarios en un turno de 8 horas. Esto indica que la empresa tiene una capacidad máxima de producción de 11.231 panes saludables mensualmente.

3.3.2. Capacidad Instalada. Es el volumen máximo de panes saludables que se pueden elaborar, estableciendo condiciones normales del trabajo. Para ello se laborará en turnos de 44 horas semanales, distribuidos de la siguiente forma:

- De lunes a viernes 8 horas diarias, iniciando jornada a las 6:30 a.m. con un descanso a medio día para retomar labores a las 1:30 p.m. y terminar su turno de trabajo a las 4:30 p.m.
- El día sábado se laboran 4 horas iniciando jornada a las 6:30 a.m, a 10:30 a.m, aclarando que en la jornada laboral se dará un descanso de 30 minutos para que los operarios usen el baño hagan pausas activas etc., y se mantenga la productividad.

Asimismo, se debe tener en cuenta que de los 365 días del año 2025, hay 70 días no laborales (52 domingos y 18 festivos) y 6 días corresponden a permisos y/o incapacidades. Para el cálculo de los minutos de ciclo de producción, se tuvieron en cuenta los tiempos de suplementos.

Cuadro 36. Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA	
Días / año	289

CAPACIDAD INSTALADA	
Turno / Día	1
Horas / Turno	7,5
Operarios	4
Minutos / Hora	60
Minutos / Año	130.050
Tiempo producción por pan saludable (minutos)	1,3
Pan saludable /Año	100.038

De acuerdo a lo anterior, la capacidad instalada nos indica que, con dos operarios que laboren un turno diario se pueden producir 100.038 panes anuales, es decir 8.337 unidades mensual.

3.3.3. Capacidad utilizada y proyectada. Es la capacidad real de producción con la que comienza a desarrollar sus actividades la empresa, teniendo en cuenta variables obtenidas en el estudio de mercado sobre la demanda y la oferta.

Por lo anterior, teniendo en cuenta la cantidad de unidades a producir según la demanda efectiva, y con el objeto de ingresar en el mercado, se ha determinado comenzar la actividad económica con una participación del 80% de la capacidad instalada, incrementando en 2% cada año; teniendo en cuenta que hay demanda suficiente, hay grandes competidores y se busca posicionar la marca.

Cuadro 37. Capacidad Utilizada y proyectada

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad diseñada	134.769				
Capacidad instalada	100.038	100.038	100.038	100.038	100.038
Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada	80%	82%	84%	86%	88%
Capacidad utilizada y proyectada	80.030	82.031	84.032	86.033	88.033
Porcentaje de Participación en el mercado	5,11%	5,15%	5,19%	5,23%	5,27%

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN

Se ha determinado constituir una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), con el nombre de “PANADERÍA SALUDABLE DULCES MOMENTOS S.A.S.”, el cual se encuentra reglamentada mediante la Ley 1258 de 2008 y donde este tipo de organizaciones posee muchas ventajas:

Una S.A.S. Se puede constituir mediante documento privado y únicamente requiere registrarse en la Cámara de Comercio, puede ser unipersonal, ya que no exige tener más de un accionista, la responsabilidad de los socios es sólo hasta el monto de sus aportes.

Asimismo, tiene flexibilidad estatutaria ya que hay una amplia autonomía para definir estatutos, la duración es indefinida, se facilita la formalización y el emprendimiento, el capital social puede ser integrado en dinero o en bienes y la regulación es más sencilla, comparada con otros tipos de empresas.

4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1. Misión. “Dulces Momentos S.A.S.” es una empresa productora de pan saludable, elaborados con ingredientes naturales y nutritivos que garantizan el bienestar de nuestros clientes, promoviendo hábitos de alimentación saludable, mediante Buenas Prácticas de Manufactura, con un equipo de trabajo responsable, comprometido con el desarrollo económico y sustentable de la región”

4.2.2. Visión. “Dulces Momentos S.A.S. para el año 2030, será una empresa líder en el sector de panaderías de la región, destacándose por su innovación y calidad. A través del trabajo en equipo y el compromiso con prácticas amigables con el medio ambiente.

4.2.3. Valores Corporativos. Los valores de la empresa “DULCES MOMENTOS S.A.S” se resumen en cuatro:

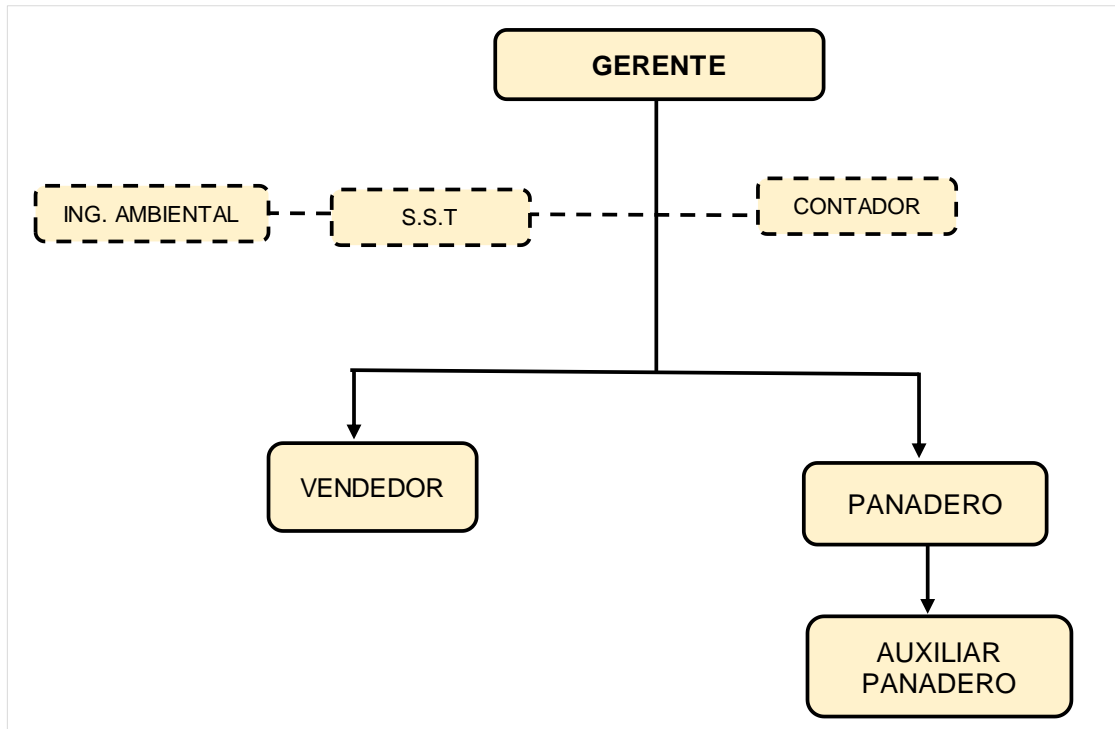
- **Trabajo en Equipo:** Unidos para alcanzar los objetivos propuestos.
- **Calidad:** mejorar constantemente los estándares de los productos, para generar confiabilidad, satisfacción y valor agregado al cliente.
- **Respeto:** Reconocer la dignidad, los derechos y las particularidades de cada persona.
- **Excelencia:** Dar lo mejor de sí para alcanzar las metas.

4.2.4. Organigrama. “Dulces Momentos S.A.S” dentro de su organigrama, cuenta con Junta Directiva, aunque la ley no lo obliga, ya que esto permite la participación activa de los socios. Por tanto, la empresa contará con los siguientes niveles jerárquicos:

La Gerencia será el órgano máximo o más importante dentro de la empresa, quien también ejercerá funciones de asistente administrativo, y tendrá la responsabilidad de dirigir el resto de áreas funcionales y organizativas de “Dulces Momentos S.A.S.”

Asimismo. la gerencia tendrá apoyó de los asesores externos como son el contador, profesional en SST y el Ingeniero ambiental.

Figura 20. Organigrama “DULCES MOMENTOS S.A.S”



4.2.5. Asignación Salarial. De acuerdo a las funciones que realizan los colaboradores de la empresa, y los factores que le dan valoración a los cargos como son: esfuerzo mental, físico, educación, experiencia, responsabilidad por herramientas, equipos y/o por documentos, se asignan los salarios.

Los asesores externos serán contratados por prestación de servicios, lo cual indica, que tienen libertad en sus horarios para ejecutar las actividades. Para el caso del contador, sus honorarios son mensuales, al igual que el profesional en Salud y seguridad en el Trabajo; el Ingeniero ambiental lo hará de forma semestral.

Cuadro 38. Asignación salarial

Cargo	Salario	Auxilio de transporte	Salario devengado	Área	Tipo de contrato
Gerente	\$ 2.000.000	\$ 200.000	\$ 2.200.000	Administrativa	Indefinido
Panadero	\$ 1.700.000	\$ 200.000	\$ 1.900.000	Comercial	Indefinido
Panadero auxiliar	\$ 1.423.500	\$ 200.000	\$ 1.623.500	Producción	Indefinido
Vendedor	\$ 1.423.500	\$ 200.000	\$ 1.623.500	Producción	Indefinido
TOTAL	\$ 6.547.000	\$ 800.000	\$ 7.347.000		

Cuadro 39. Asignación Honorarios por prestación de servicios

Cargo	Valor Honorarios	Total Honorarios año	Área	Tipo de contrato
Contador (mensual) ver Anexo 4	\$ 600.000	\$ 7.200.000	Administrativa	Prestación de servicios
Ing. Ambiental (semestral) ver Anexo 2	\$ 450.000	\$ 900.000	Producción	Prestación de servicios
Asesor SST (\$ 40.000 mensual x 4 trabajadores) ver Anexo 3	160.000	\$ 1.920.000	Todas las áreas	Prestación de servicios

Cuadro 40. Asignación porcentajes prestaciones sociales

Descripción	Porcentajes
Cesantías	8,333%
Intereses a las Cesantías	1,000%
Prima de servicios	8,333%
Vacaciones	4,167%
Salud	8,500%
Pensión	12,000%
ARL	0,500%
SENA	2,000%
ICBF	3,000%
Caja de compensación	4,000%
Dotación	5,000%

5. ESTUDIO FINANCIERO

Es un estudio cuantitativo donde se evalúa la viabilidad y/o factibilidad económica de un proyecto.

5.1. INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA

Son todos los aportes en dinero o en especie, que deben realizar los socios para iniciar la idea de negocio. Este tipo de inversión se divide en tres categorías: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

5.1.1. Inversión Fija. Corresponde a los activos fijos que dispondrá la empresa para que pueda realizar sus actividades diarias; dentro de ellos se encuentran los siguientes:

5.1.1.1. Equipo de Oficina. Son los equipos que requiere el área administrativa para poder desarrollar sus actividades diarias.

Cuadro 41. Equipo de oficina

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Ventiladores de pared	5	\$ 164.900	\$ 824.500	\$ 164.900	\$ 0
Cafetera eléctrica	1	\$ 99.900	\$ 99.900	\$ 19.980	\$ 0
UPS	2	\$ 214.900	\$ 429.800	\$ 85.960	\$ 0
Regulador de voltaje	2	\$ 149.900	\$ 299.800	\$ 59.960	\$ 0
Cámaras de seguridad	3	\$ 179.900	\$ 539.700	\$ 107.940	\$ 0
TOTALES			\$ 2.193.700	\$ 438.740	\$ 0

5.1.1.2. Equipo de Computación y comunicación: Corresponde a los equipos de computación y de comunicaciones que el proyecto necesita para realizar sus actividades.

Cuadro 42. Equipo de computación y comunicación

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Computadores	2	\$ 1.499.030	\$ 2.998.060	\$ 599.612	\$ 0
Impresora	1	\$ 698.900	\$ 698.900	\$ 139.780	\$ 0
Impresora recibos POS	1	\$ 204.900	\$ 204.900	\$ 40.980	\$ 0
Celular	1	\$ 549.900	\$ 549.900	\$ 109.980	\$ 0
TOTALES			\$ 4.451.760	\$ 890.352	\$ 0

5.1.1.3. Maquinaria y equipo. Hacen parte de este grupo la maquinaria y equipos que se requieren para el área de producción.

Cuadro 43. Maquinaria y Equipo

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Horno industrial	1	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 160.000	\$ 0
Batidora industrial	1	\$ 1.099.900	\$ 1.099.900	\$ 219.980	\$ 0
Mesa acero inoxidable	2	\$ 340.000	\$ 680.000	\$ 136.000	\$ 0
Carro para bandejas	2	\$ 230.000	\$ 460.000	\$ 92.000	\$ 0
Máquina fechadora	1	\$ 510.459	\$ 510.459	\$ 102.092	\$ 0
Báscula electrónica	1	\$ 184.900	\$ 184.900	\$ 36.980	\$ 0
TOTALES			\$ 3.735.259	\$ 747.052	\$ 0

5.1.1.4. Muebles y enseres. Son todos los muebles y utensilios que necesita la empresa para poder desarrollar sus operaciones.

Cuadro 44. Muebles y enseres área operativa y/o de ventas

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Archivador	1	\$ 584.900	\$ 584.900	\$ 116.980	\$ 0
Botiquín	3	\$ 59.900	\$ 179.700	\$ 35.940	\$ 0
Camilla de emergencias	1	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ 28.000	\$ 0
Escritorios	2	\$ 499.900	\$ 999.800	\$ 199.960	\$ 0
Sillas para oficina	2	\$ 159.900	\$ 319.800	\$ 63.960	\$ 0
Sillas para visitantes	2	\$ 134.900	\$ 269.800	\$ 53.960	\$ 0
Punto ecológico	1	\$ 198.000	\$ 198.000	\$ 39.600	\$ 0

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Señalización	1	\$ 149.900	\$ 149.900	\$ 29.980	\$ 0
Punto ecológico	1	\$ 119.900	\$ 119.900	\$ 23.980	\$ 0
Vitrina para panadería	2	\$ 1.526.427	\$ 3.052.854	\$ 610.571	\$ 0
Sillas para operarios	2	\$ 79.900	\$ 159.800	\$ 31.960	\$ 0
Muebles exhibición	2	\$ 1.465.032	\$ 2.930.064	\$ 586.013	\$ 0
Estantes metálicos	4	\$ 158.900	\$ 635.600	\$ 127.120	\$ 0
TOTALES			\$ 9.740.118	\$ 1.948.024	\$ 0

5.1.1.5. Herramientas. Corresponde a utensilios de menor cuantía, que se requieren para la elaboración de los panes saludables.

Cuadro 45. Herramientas

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Bandejas aluminio	1	\$ 370.500	\$ 370.500	\$ 74.100	\$ 0
Utensilios de cocina	1	\$ 119.900	\$ 119.900	\$ 23.980	\$ 0
Recipientes plásticos	1	\$ 109.900	\$ 109.900	\$ 21.980	\$ 0
Cernidor	1	\$ 21.349	\$ 21.349	\$ 4.270	\$ 0
TOTALES			\$ 621.649	\$ 124.330	\$ 0

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

Cuadro 46. Total inversión Fija

ACTIVO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	\$ 2.193.700
Equipo de computación y comunicación	\$ 4.451.760
Maquinaria y equipo	\$ 3.735.259
Muebles y enseres operativos	\$ 9.740.118
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 621.649
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 20.742.486

5.1.2. Inversión Diferida. Son aquellos gastos en que la empresa debe incurrir, para iniciar sus actividades como son: gastos de constitución y registro, adecuaciones, softwares, estudio ambiental (ver [Anexo 2](#)), diseño del SG-SST (ver [Anexo 3](#)), software contable (ver [Anexo 33](#)), publicidad, entre otros, y que se amortizan a cinco años:

Cuadro 47. Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR
Licencia de funcionamiento	\$ 300.000
Escritura de Constitución	\$ 500.000
Registro de libros y documentos	\$ 276.000
Estudio impacto ambiental	\$ 600.000
Diseño del SG-SST	\$ 600.000
Software contable	\$ 1.839.920
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 2.500.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 525.000
Diseño de identidad corporativa	\$ 400.000
Diseño del sitio web o tienda virtual	\$ 300.000
Registro de marca	\$ 550.000
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 8.390.920
Amortización anual	\$ 1.678.184
Amortización mensual	\$ 139.849

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 panes saludables:

Cuadro 48. Prorratio ente costos y gastos

RUBRO	PORCENTAJE COSTO	PORCENTAJE GAV	VALOR MES
Arriendo	60%	40%	\$ 500.000
Acueducto	70%	30%	\$ 50.000
Energía	70%	30%	\$ 240.000
Gas	90%	10%	\$ 180.000
Teléfono	30%	70%	\$ 27.000
Mitigación impacto ambiental	80%	20%	\$ 75.000

RUBRO	PORCENTAJE COSTO	PORCENTAJE GAV	VALOR MES
Internet	25%	75%	\$ 50.000
Seguros	50%	50%	\$ 50.000

5.2.1.1. Costos Fijos. De este rubro hacen parte los salarios fijos de los colaboradores que influyen directamente en la elaboración del pan, asimismo el arriendo, servicios, seguros, entre otros.

Cuadro 49. Nómina Mano de Obra Directa (MOD)

CARGO	PORCENTAJE	PANADERO	PANADERO AUXILIAR
SUELDO		\$ 1.700.000	\$ 1.423.500
SUB.TRANSP		\$ 200.000	\$ 200.000
Cesantías	8,333%	\$ 158.327	\$ 135.286
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 19.000	\$ 16.235
Prima de servicios	8,333%	\$ 158.327	\$ 135.286
Vacaciones	4,167%	\$ 79.164	\$ 67.643
Salud	8,500%	\$ 144.500	\$ 120.998
Pensión	12,000%	\$ 204.000	\$ 170.820
ARL	0,500%	\$ 8.500	\$ 7.118
SENA	2,000%	\$ 34.000	\$ 28.470
ICBF	3,000%	\$ 51.000	\$ 42.705
Caja de compensación	4,000%	\$ 68.000	\$ 56.940
Dotación	5,000%	\$ 85.000	\$ 71.175
SALARIO REAL		\$ 2.909.818	\$ 2.476.176
Nº DE PUESTOS		1	1
COSTO TOTAL MOD	\$ 66.513.908	\$ 34.917.810	\$ 29.714.108

Cuadro 50. Costos Fijos

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Arriendo	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Seguros	\$ 25.000	\$ 300.000
Teléfono	\$ 8.100	\$ 97.200
Internet	\$ 12.500	\$ 150.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 60.000	\$ 720.000
Depreciación operativa	\$ 234.950	\$ 2.819.405
TOTALES	\$ 640.550	\$ 7.686.605

5.2.1.2. Costos Variables. Corresponde a aquellos costos que varían de acuerdo a la cantidad de unidades a producir. Entre ellas están las materias primas e insumos, los servicios públicos, entre otros.

Cuadro 51. Materias primas e insumos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Harina integral	Gramos	18.006.840	\$ 7	\$ 118.845.144
Sal	Gramos	400.152	\$ 2	\$ 904.344
Levadura seca instantánea	Gramos	160.061	\$ 23	\$ 3.617.374
Aceite de Oliva 2 Lts.(2000 grs)	Gramos	400.152	\$ 54	\$ 21.588.200
Nueces	Gramos	3.601.368	\$ 107	\$ 385.706.513
COSTO TOTAL INSUMOS O MATERIA PRIMA				\$ 530.661.575

Cuadro 52. Materiales Indirectos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Bolsa pan (8x16x2) grande	Unidad	80.030	\$ 140	\$ 11.204.256
Cinta Blanca Cierre Bolsa Selladora 50 Mts. Ancho 12 MM	Unidad	64	\$ 3.570	\$ 228.567
Caja de cartón de colores	Unidad	80.030	\$ 1.000	\$ 80.030.400
COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS				\$ 91.463.223

Cuadro 53. Costos variables

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 5.385.993	\$ 64.631.918
Materiales directos	\$ 44.221.798	\$ 530.661.575
Materiales indirectos	\$ 7.621.935	\$ 91.463.223
Acueducto	\$ 35.000	\$ 420.000
Energía	\$ 168.000	\$ 2.016.000
Gas	\$ 162.000	\$ 1.944.000
Asesor técnico	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Mantenimiento de maquinaria y equipo (5%)	\$ 58.738	\$ 704.851
TOTALES	\$ 57.853.464	\$ 694.241.567

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

Cuadro 54. Costos totales

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 640.550	\$ 7.686.605
COSTOS VARIABLES	\$ 57.853.464	\$ 694.241.567
TOTALES	\$ 58.494.014	\$ 701.928.172

5.2.2. Gastos de Administración y Ventas

5.2.2.1. Gastos Fijos de Administración y ventas. Son aquellos gastos que 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 55. Nómina administrativa

CARGO	PORCENTAJE	GERENTE
SUELDO		\$ 2.000.000
SUB.TRANSP		\$ 200.000
Cesantías	8,333%	\$ 183.326
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 22.000
Prima de servicios	8,333%	\$ 183.326
Vacaciones	4,167%	\$ 91.663
Salud	8,500%	\$ 170.000
Pensión	12,000%	\$ 240.000
ARL	0,500%	\$ 10.000
SENA	2,000%	\$ 40.000
ICBF	3,000%	\$ 60.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 80.000
Dotación	5,000%	\$ 100.000
SALARIO REAL		\$ 3.380.315
Nº DE PUESTOS		1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 40.563.780	\$ 40.563.780

Cuadro 56. Gastos Fijos de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 3.380.315	\$ 40.563.780
Arriendo	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Acueducto	\$ 15.000	\$ 180.000
Energía	\$ 72.000	\$ 864.000
Gas	\$ 18.000	\$ 216.000
Teléfono	\$ 18.900	\$ 226.800
Internet	\$ 37.500	\$ 450.000
Administración redes sociales	\$ 25.000	\$ 300.000
Mantenimiento del sitio web o tienda virtual	\$ 25.000	\$ 300.000
Nombre de dominio	\$ 7.499	\$ 89.990
Hosting o servidor	\$ 11.900	\$ 142.800
Certificado de seguridad (SSL)	\$ 33.333	\$ 400.000
Licencias tecnológicas	\$ 55.275	\$ 663.300
Seguros	\$ 25.000	\$ 300.000
Publicidad operativa	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Contador	\$ 800.000	\$ 9.600.000
Asesoría SG-SST	\$ 160.000	\$ 1.920.000
Papelería	\$ 50.000	\$ 600.000
Cafetería	\$ 50.000	\$ 600.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 15.000	\$ 180.000
Matrícula mercantil	\$ 25.000	\$ 300.000
Amortización de diferidos	\$ 139.849	\$ 1.678.184
Depreciaciones administrativas	\$ 110.758	\$ 1.329.092
TOTALES	\$ 5.375.329	\$ 64.503.946

5.2.2.2. Gastos variables de administración y ventas. Son los gastos en que incurre la empresa por el pago de salarios del área de ventas.

Cuadro 57. Nómina del área de ventas

CARGO	PORCENTAJE	VENDEDOR
SUELDO		\$ 1.423.500
SUB.TRANSP		\$ 200.000
Cesantías	8,333%	\$ 135.286
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 16.235
Prima de servicios	8,333%	\$ 135.286
Vacaciones	4,167%	\$ 67.643
Salud	8,500%	\$ 120.998
Pensión	12,000%	\$ 170.820
ARL	0,500%	\$ 7.118
SENA	2,000%	\$ 28.470
ICBF	3,000%	\$ 42.705

CARGO	PORCENTAJE	VENDEDOR
Caja de compensación	4,000%	\$ 56.940
Dotación	5,000%	\$ 71.175
SALARIO REAL		\$ 2.476.176
Nº DE PUESTOS		1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 29.714.108	\$ 29.714.108

Cuadro 58. Gastos variables de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina de ventas	\$ 2.476.176	\$ 29.714.108
TOTALES	\$ 2.476.176	\$ 29.714.108

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

Cuadro 59. Total Gastos totales

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 5.375.329	\$ 64.503.946
Gastos variables	\$ 2.476.176	\$ 29.714.108
TOTALES	\$ 7.851.504	\$ 94.218.054

5.3. CAPITAL DE TRABAJO

5.3.1. Período de capital de trabajo. Es el dinero en efectivo que la empresa necesita para cubrir las operaciones para poner en marcha la idea de negocio.

5.3.2. Estructura del crédito. Para tener suficientes fondos de capital de trabajo, la empresa solicitará un crédito con la entidad financiera Crediservir, por un valor de \$ 50.000.000 a una tasa mensual del 1,50% por un periodo de 60 meses, tasa efectiva anual del 19,56% y con una cuota mensual de \$ 1.270.001.

Cuadro 60. Estructura del crédito

Concepto	Valores	Concepto	Valores
Préstamo	\$ 50.000.000	Interés mensual	1,50%
Periodo	60	Valor cuota mensual	\$ 1.270.001

5.3.2.1. Amortización del crédito. Son los abonos o pagos que gradualmente se deben realizar para disminuir el valor del crédito (ver [Anexo 34](#))

Cuadro 61. Amortización del crédito en Crediservir

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 519.496	\$ 750.505	\$ 1.270.001	\$ 49.480.504
2	\$ 527.294	\$ 742.707	\$ 1.270.001	\$ 48.953.210
3	\$ 535.208	\$ 734.793	\$ 1.270.001	\$ 48.418.002
4	\$ 543.242	\$ 726.759	\$ 1.270.001	\$ 47.874.760
5	\$ 551.396	\$ 718.605	\$ 1.270.001	\$ 47.323.364
6	\$ 559.673	\$ 710.328	\$ 1.270.001	\$ 46.763.691
7	\$ 568.073	\$ 701.928	\$ 1.270.001	\$ 46.195.618
8	\$ 576.600	\$ 693.401	\$ 1.270.001	\$ 45.619.018
9	\$ 585.255	\$ 684.746	\$ 1.270.001	\$ 45.033.763
10	\$ 594.040	\$ 675.961	\$ 1.270.001	\$ 44.439.723
11	\$ 602.956	\$ 667.045	\$ 1.270.001	\$ 43.836.767
12	\$ 612.007	\$ 657.994	\$ 1.270.001	\$ 43.224.760
	\$ 6.775.240	\$ 8.464.772	\$ 15.240.012	
13	\$ 621.193	\$ 648.808	\$ 1.270.001	\$ 42.603.567
14	\$ 630.517	\$ 639.484	\$ 1.270.001	\$ 41.973.050
15	\$ 639.981	\$ 630.020	\$ 1.270.001	\$ 41.333.069
16	\$ 649.588	\$ 620.413	\$ 1.270.001	\$ 40.683.481
17	\$ 659.338	\$ 610.663	\$ 1.270.001	\$ 40.024.143
18	\$ 669.235	\$ 600.766	\$ 1.270.001	\$ 39.354.908
19	\$ 679.280	\$ 590.721	\$ 1.270.001	\$ 38.675.628
20	\$ 689.476	\$ 580.525	\$ 1.270.001	\$ 37.986.152
21	\$ 699.825	\$ 570.176	\$ 1.270.001	\$ 37.286.327
22	\$ 710.330	\$ 559.671	\$ 1.270.001	\$ 36.575.997
23	\$ 720.992	\$ 549.009	\$ 1.270.001	\$ 35.855.005
24	\$ 731.814	\$ 538.187	\$ 1.270.001	\$ 35.123.191
	\$ 8.101.569	\$ 7.138.443	\$ 15.240.012	
25	\$ 742.798	\$ 527.203	\$ 1.270.001	\$ 34.380.393
26	\$ 753.948	\$ 516.053	\$ 1.270.001	\$ 33.626.445
27	\$ 765.265	\$ 504.736	\$ 1.270.001	\$ 32.861.180
28	\$ 776.751	\$ 493.250	\$ 1.270.001	\$ 32.084.429
29	\$ 788.411	\$ 481.590	\$ 1.270.001	\$ 31.296.018
30	\$ 800.245	\$ 469.756	\$ 1.270.001	\$ 30.495.773

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
31	\$ 812.256	\$ 457.745	\$ 1.270.001	\$ 29.683.517
32	\$ 824.448	\$ 445.553	\$ 1.270.001	\$ 28.859.069
33	\$ 836.823	\$ 433.178	\$ 1.270.001	\$ 28.022.246
34	\$ 849.384	\$ 420.617	\$ 1.270.001	\$ 27.172.862
35	\$ 862.134	\$ 407.867	\$ 1.270.001	\$ 26.310.728
36	\$ 875.074	\$ 394.927	\$ 1.270.001	\$ 25.435.654
	\$ 9.687.537	\$ 5.552.475	\$ 15.240.012	
37	\$ 888.209	\$ 381.792	\$ 1.270.001	\$ 24.547.445
38	\$ 901.541	\$ 368.460	\$ 1.270.001	\$ 23.645.904
39	\$ 915.074	\$ 354.927	\$ 1.270.001	\$ 22.730.830
40	\$ 928.809	\$ 341.192	\$ 1.270.001	\$ 21.802.021
41	\$ 942.750	\$ 327.251	\$ 1.270.001	\$ 20.859.271
42	\$ 956.901	\$ 313.100	\$ 1.270.001	\$ 19.902.370
43	\$ 971.264	\$ 298.737	\$ 1.270.001	\$ 18.931.106
44	\$ 985.843	\$ 284.158	\$ 1.270.001	\$ 17.945.263
45	\$ 1.000.641	\$ 269.360	\$ 1.270.001	\$ 16.944.622
46	\$ 1.015.661	\$ 254.340	\$ 1.270.001	\$ 15.928.961
47	\$ 1.030.906	\$ 239.095	\$ 1.270.001	\$ 14.898.055
48	\$ 1.046.380	\$ 223.621	\$ 1.270.001	\$ 13.851.675
	\$ 11.583.979	\$ 3.656.033	\$ 15.240.012	
49	\$ 1.062.086	\$ 207.915	\$ 1.270.001	\$ 12.789.589
50	\$ 1.078.028	\$ 191.973	\$ 1.270.001	\$ 11.711.561
51	\$ 1.094.209	\$ 175.792	\$ 1.270.001	\$ 10.617.352
52	\$ 1.110.633	\$ 159.368	\$ 1.270.001	\$ 9.506.719
53	\$ 1.127.304	\$ 142.697	\$ 1.270.001	\$ 8.379.415
54	\$ 1.144.225	\$ 125.776	\$ 1.270.001	\$ 7.235.190
55	\$ 1.161.400	\$ 108.601	\$ 1.270.001	\$ 6.073.790
56	\$ 1.178.833	\$ 91.168	\$ 1.270.001	\$ 4.894.957
57	\$ 1.196.527	\$ 73.474	\$ 1.270.001	\$ 3.698.430
58	\$ 1.214.487	\$ 55.514	\$ 1.270.001	\$ 2.483.943
59	\$ 1.232.717	\$ 37.284	\$ 1.270.001	\$ 1.251.226
60	\$ 1.251.220	\$ 18.781	\$ 1.270.001	\$ 0
	\$ 13.851.669	\$ 1.388.343	\$ 15.240.012	
	50.000.000			

5.3.2.2. Gastos Financieros. Corresponden a los intereses generados por el crédito otorgado en Crediservir y que fue solicitado para cubrir parte del capital de trabajo. Por tanto, los gastos financieros corresponden a los primeros seis meses de intereses y equivalen a \$ 4.383.697.

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 62. Capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 313.238.281
Gastos de administración y ventas	\$ 46.372.032
Gastos financieros	\$ 4.383.697
Menos Depreciaciones	-\$ 2.074.249
Menos Amortización diferidos	-\$ 839.092
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 361.080.669

5.4. INVERSIÓN TOTAL

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

Cuadro 63. Inversión Total

Concepto	Valor
Inversión fija	\$ 20.742.486
Inversión diferida	\$ 8.390.920
Inversión capital de trabajo	\$ 399.543.469
INVERSIÓN TOTAL	\$ 428.676.875

5.5. ESTRUCTURA DE CAPITAL

Esta conformado por los aportes que realizan los socios fundadores, los nuevos accionistas y el crédito bancario, recursos necesarios para poner en marcha la empresa.

Cuadro 64. Estructura de capital

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$ 228.676.875	53,34%
Nuevos socios	\$ 150.000.000	34,99%
Crédito bancario	\$ 50.000.000	11,66%

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
TOTAL	\$ 428.676.875	100,00%

5.5.1. Recursos propios. Son los aportes en dinero o en especie, que realizan los socios fundadores al momento de crear la empresa. Para “Dulces Momentos”, los primeros accionistas deben aportar \$228.676.875 es decir el 53,34% de la inversión total.

5.5.2. Recursos de Financiación. Corresponden al crédito que se realizará en Crediservir, una entidad financiera cooperativa, que presta a con mayor facilidad y muy bajo interés, a emprendedores y microempresarios, a través de la línea de crédito crecer (libre inversión) y con garantía de codeudores o hipoteca.

Para financiar el proyecto se solicitará un crédito por \$ 50.000.000 equivalente al 12,81% la inversión total (ver [Anexo 34](#)).

5.6. PRECIO DE VENTA

Para determinar el precio de venta de un pan saludable, 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 año 1. A esto se le suma el 23% de margen de utilidad y se compara con los precios promedios del mercado, tal como lo muestra el numeral 2.3.11 pregunta 7, el cual equivale a \$ 11.120 (pan de 300 gr).

Cuadro 65. Precio de venta

Descripción	Valores
Costos totales de producción	\$ 701.928.172
Gastos de administración y ventas totales	\$ 94.218.054
Costos y gastos totales	\$ 796.146.225
Capacidad utilizada año 1	80.030
Costos y gastos totales unitarios	\$ 9.948
Margen de utilidad	23%
Precio de venta	\$ 12.920

Descripción	Valores
Margen para el intermediario	
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 12.920
Tasa de IVA o Impuesto al consumo	0%
Precio al consumidor	\$ 12.920

Por lo anterior, el precio de venta al consumidor de un pan saludable de 400 gr. es de \$12.920, valor que está ligeramente por encima del precio promedio de compra de los consumidores. Sin embargo, hay que destacar que este tipo de producto contiene 400 gr. Es decir tiene 100 gramos adicionales, es natural, sin aditivos, ni conservantes y además el empaque es muy particular, lo cual son atributos diferenciadores que los clientes valoran al momento de adquirir un producto.

5.7. ESTADOS FINANCIEROS

5.7.1. Estados de resultados proyectados. Este estado refleja la utilidad del ejercicio durante los próximos cinco años, de ejecución del proyecto.

Cuadro 66. Estado de resultados proyectados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 1.033.992.768	\$ 1.059.842.587	\$ 1.085.692.406	\$ 1.111.542.226	\$ 1.137.392.045
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$ 1.033.992.768	\$ 1.059.842.587	\$ 1.085.692.406	\$ 1.111.542.226	\$ 1.137.392.045
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$ 530.661.575	\$ 543.928.114	\$ 557.194.654	\$ 570.461.193	\$ 583.727.732
MOD	\$ 64.631.918	\$ 64.631.918	\$ 64.631.918	\$ 64.631.918	\$ 64.631.918
CIF	\$ 106.634.679	\$ 109.108.381	\$ 111.582.083	\$ 114.055.785	\$ 116.529.487
UTILIDAD BRUTA	\$ 332.064.596	\$ 342.174.174	\$ 352.283.752	\$ 362.393.330	\$ 372.502.908
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 40.563.780	\$ 40.563.780	\$ 40.563.780	\$ 40.563.780	\$ 40.563.780
Gastos generales	\$ 53.654.274	\$ 54.397.126	\$ 55.139.979	\$ 55.882.832	\$ 56.625.684
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 237.846.543	\$ 247.213.268	\$ 256.579.993	\$ 265.946.718	\$ 275.313.444
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 8.464.772	-\$ 7.138.443	-\$ 5.552.475	-\$ 3.656.033	-\$ 1.388.343
Menos 4x1000	-\$ 4.135.971	-\$ 4.239.370	-\$ 4.342.770	-\$ 4.446.169	-\$ 4.549.568
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 225.245.800	\$ 235.835.455	\$ 246.684.749	\$ 257.844.517	\$ 269.375.533
Menos Impuesto de Renta (35%)	-\$ 78.836.030	-\$ 82.542.409	-\$ 86.339.662	-\$ 90.245.581	-\$ 94.281.436
Menos Impuesto de Industria y Comercio (0,003)	-\$ 3.101.978	-\$ 3.179.528	-\$ 3.257.077	-\$ 3.334.627	-\$ 3.412.176
UTILIDAD NETA	\$ 143.307.791	\$ 150.113.518	\$ 157.088.009	\$ 164.264.309	\$ 171.681.920
Menos Reserva Legal	-\$ 14.330.779	-\$ 15.011.352	-\$ 15.708.801	-\$ 16.426.431	-\$ 17.168.192
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 128.977.012	\$ 135.102.166	\$ 141.379.208	\$ 147.837.878	\$ 154.513.728

5.7.2. Flujo de fondos proyectados. Es un instrumento financiero (también llamado flujo de caja) donde se registran las entradas y salidas de dinero en un período determinado. Su objetivo es prever que la empresa tenga posibles riesgos de iliquidez.

Cuadro 67. Flujo de caja proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 399.543.469	\$ 623.840.710	\$ 775.463.268	\$ 932.565.224	\$ 1.095.055.704
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$ 1.033.992.768	\$ 1.059.842.587	\$ 1.085.692.406	\$ 1.111.542.226	\$ 1.137.392.045
Operacionales		\$ 1.033.992.768	\$ 1.059.842.587	\$ 1.085.692.406	\$ 1.111.542.226	\$ 1.137.392.045
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$ 794.455.515	-\$ 892.980.017	-\$ 913.350.439	-\$ 933.811.734	-\$ 954.381.696
Materiales		\$ 530.661.575	\$ 543.928.114	\$ 557.194.654	\$ 570.461.193	\$ 583.727.732
MOD		\$ 64.631.918	\$ 64.631.918	\$ 64.631.918	\$ 64.631.918	\$ 64.631.918
CIF		\$ 106.634.679	\$ 109.108.381	\$ 111.582.083	\$ 114.055.785	\$ 116.529.487
Nómina administrativa		\$ 40.563.780	\$ 40.563.780	\$ 40.563.780	\$ 40.563.780	\$ 40.563.780
Gastos generales		\$ 53.654.274	\$ 54.397.126	\$ 55.139.979	\$ 55.882.832	\$ 56.625.684
Menos depreciaciones		-\$ 4.148.497	-\$ 4.148.497	-\$ 4.148.497	-\$ 4.148.497	-\$ 4.148.497
Menos amortizaciones		-\$ 1.678.184	-\$ 1.678.184	-\$ 1.678.184	-\$ 1.678.184	-\$ 1.678.184
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 78.836.030	\$ 82.542.409	\$ 86.339.662	\$ 90.245.581
Impuesto de Industria y Comercio		\$ 0	\$ 3.101.978	\$ 3.179.528	\$ 3.257.077	\$ 3.334.627
4 x 1000		\$ 4.135.971	\$ 4.239.370	\$ 4.342.770	\$ 4.446.169	\$ 4.549.568
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 239.537.253	\$ 166.862.571	\$ 172.341.968	\$ 177.730.492	\$ 183.010.349
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 378.676.875	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital social	\$ 378.676.875					
Valor de salvamento						\$ 0
-EGRESOS	-\$ 29.133.406	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 2.193.700					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 4.451.760					
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 3.735.259					

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 9.740.118					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 621.649					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 8.390.920					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 349.543.469	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 50.000.000					
Préstamo bancario	\$ 50.000.000					
-EGRESOS		-\$ 15.240.012	-\$ 15.240.012	-\$ 15.240.012	-\$ 15.240.012	-\$ 15.240.012
Abono a capital		\$ 6.775.240	\$ 8.101.569	\$ 9.687.537	\$ 11.583.979	\$ 13.851.669
Gastos financieros		\$ 8.464.772	\$ 7.138.443	\$ 5.552.475	\$ 3.656.033	\$ 1.388.343
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 50.000.000	-\$ 15.240.012	-\$ 15.240.012	-\$ 15.240.012	-\$ 15.240.012	-\$ 15.240.012
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$ 399.543.469	\$ 224.297.241	\$ 151.622.559	\$ 157.101.956	\$ 162.490.480	\$ 167.770.337

5.7.3. Estado de posición financiera inicial y proyectado. Muestra los recursos con los que dispone la empresa (activo), las deudas (pasivo) y lo que realmente pertenece a los propietarios (patrimonio). La información se toma del balance general y se compara con los períodos correspondientes.

Cuadro 68. Estado de la situación financiera

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Fondos en caja						
Fondos en bancos	\$ 399.543.469	\$ 623.840.710	\$ 775.463.268	\$ 932.565.224	\$ 1.095.055.704	\$ 1.262.826.041

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 399.543.469	\$ 623.840.710	\$ 775.463.268	\$ 932.565.224	\$ 1.095.055.704	\$ 1.262.826.041
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 2.193.700	\$ 2.193.700	\$ 2.193.700	\$ 2.193.700	\$ 2.193.700	\$ 2.193.700
Equipo de computación y comunicación	\$ 4.451.760	\$ 4.451.760	\$ 4.451.760	\$ 4.451.760	\$ 4.451.760	\$ 4.451.760
Maquinaria y equipo	\$ 3.735.259	\$ 3.735.259	\$ 3.735.259	\$ 3.735.259	\$ 3.735.259	\$ 3.735.259
Muebles y enseres	\$ 9.740.118	\$ 9.740.118	\$ 9.740.118	\$ 9.740.118	\$ 9.740.118	\$ 9.740.118
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 621.649	\$ 621.649	\$ 621.649	\$ 621.649	\$ 621.649	\$ 621.649
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 4.148.497	-\$ 8.296.994	-\$ 12.445.492	-\$ 16.593.989	-\$ 20.742.486
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 20.742.486	\$ 16.593.989	\$ 12.445.492	\$ 8.296.994	\$ 4.148.497	\$ 0
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 8.390.920	\$ 8.390.920	\$ 8.390.920	\$ 8.390.920	\$ 8.390.920	\$ 8.390.920
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 1.678.184	-\$ 3.356.368	-\$ 5.034.552	-\$ 6.712.736	-\$ 8.390.920
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 8.390.920	\$ 6.712.736	\$ 5.034.552	\$ 3.356.368	\$ 1.678.184	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 428.676.875	\$ 647.147.435	\$ 792.943.312	\$ 944.218.587	\$ 1.100.882.385	\$ 1.262.826.041
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 6.775.240	\$ 8.101.569	\$ 9.687.537	\$ 11.583.979	\$ 13.851.669	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 78.836.030	\$ 82.542.409	\$ 86.339.662	\$ 90.245.581	\$ 94.281.436
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 3.101.978	\$ 3.179.528	\$ 3.257.077	\$ 3.334.627	\$ 3.412.176
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 6.775.240	\$ 90.039.577	\$ 95.409.474	\$ 101.180.718	\$ 107.431.876	\$ 97.693.613
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 43.224.760	\$ 35.123.191	\$ 25.435.654	\$ 13.851.675	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 43.224.760	\$ 35.123.191	\$ 25.435.654	\$ 13.851.675	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 50.000.000	\$ 125.162.768	\$ 120.845.128	\$ 115.032.393	\$ 107.431.876	\$ 97.693.613

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 378.676.875	\$ 378.676.875	\$ 378.676.875	\$ 378.676.875	\$ 378.676.875	\$ 378.676.875
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 14.330.779	\$ 29.342.131	\$ 45.050.932	\$ 61.477.363	\$ 78.645.555
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 128.977.012	\$ 135.102.166	\$ 141.379.208	\$ 147.837.878	\$ 154.513.728
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 128.977.012	\$ 264.079.178	\$ 405.458.387	\$ 553.296.265
PATRIMONIO TOTAL	\$ 378.676.875	\$ 521.984.666	\$ 672.098.184	\$ 829.186.193	\$ 993.450.503	\$ 1.165.132.423
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 428.676.875	\$ 647.147.435	\$ 792.943.312	\$ 944.218.587	\$ 1.100.882.379	\$ 1.262.826.035

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

Permite analizar si un proyecto es viable, rentable y sostenible económicamente. Con ello se busca prever riesgos y determinar si se destinan los recursos para la inversión.

5.8.1. Razones Financieras

5.8.1.1. Razones de liquidez. Indican la capacidad que tiene el proyecto o la empresa para responder financieramente por sus obligaciones a corto plazo.

Cuadro 69. Indicadores de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corriente	No veces	6,93	8,13	9,22	10,19	12,93
Prueba acida	No veces	6,93	8,13	9,22	10,19	12,93
Capital de trabajo neto	unidades \$\$	\$ 533.801.133	\$ 680.053.795	\$ 831.384.506	\$ 987.623.827	\$ 1.165.132.429

Con base en el cuadro anterior, la “ Panaderia Saludable Dulces Momentos” para el primer año, por cada peso que adeuda cuenta con \$6,93 para cubrir sus obligaciones (pasivos) a corto plazo. Asimismo, el capital de trabajo disponible resulta positivo ya que para el año 1 es de \$ 533.801.133, mostrando un crecimiento sostenido en los años subsiguientes lo cual indica una sólida posición financiera.

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

Cuadro 70. Razón de Operación

RAZONES DE OPERACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	No veces	1,66	1,37	1,16	1,02	0,90
Rotación activo fijo	No veces	62,31	85,16	130,85	267,94	-
Rotación activo total	No veces	1,60	1,34	1,15	1,01	0,90

De acuerdo con el análisis anterior, “Dulces Momentos” para el primer año tiene una rotación del activo fijo de 62,31 veces, indicando el uso eficiente 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 71. Indicadores de rentabilidad

RAZONES RENTABILIDAD	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	%	32,11%	32,29%	32,45%	32,60%	32,75%
Margen utilidad neta	%	13,86%	14,16%	14,47%	14,78%	15,09%
Rendimiento de activos	%	22,14%	18,93%	16,64%	14,92%	13,60%

De acuerdo al análisis anterior, el margen de utilidad neta para el primer año es de 13,86%; esto indica que “Dulces Momentos” 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 panes saludables es del 23%.

Los activos en relación con la utilidad neta para el primer año, generan una rentabilidad del 22,14%, esto significa que por cada peso invertido en activos se ha generado una utilidad del 22,14% indicando el uso eficiente de sus activos para generar ingresos.

5.8.1.4. Razones de endeudamiento. También llamada razones de apalancamiento, indican el nivel de riesgo financiero que tiene la empresa frente a sus activos y patrimonio.

Cuadro 72. Indicadores de endeudamiento

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	%	19,34%	15,24%	12,18%	9,76%	7,74%
Cobertura intereses	No veces	28,10	34,63	46,21	72,74	198,30
Índice participación patrimonial	%	80,66%	84,76%	87,82%	90,24%	92,26%

Para “Dulces Momentos” el nivel de endeudamiento total es del 19,34% para el primer año y para el año 2 es de 15,24%, con tendencia a disminuir en los años subsiguientes. Esto indica que la empresa está en riesgo bajo ya que solo el 19,34% de los activos están siendo financiados por terceros.

Para la cobertura de intereses, por cada peso que la empresa adeuda cuenta con \$ 28,10 para respaldar los intereses financieros; esto indica que no tiene problemas de liquidez y sus utilidades operativas son suficientes para cubrir los intereses.

5.8.2. Indicadores de viabilidad. Como su nombre lo indica, permite determinar si un proyecto es viable, y para ello se debe calcular la Tasa Mínima Atractiva de Retorno Mixta Deflactada que dio en 11,11%, a partir de una prima de riesgo del 8,69% y una inflación promedio (2020-2024) de 6,97%.

Cuadro 73. Cálculo de la tasa mínima de retorno mixta deflactada

Descripción	Porcentajes
Prima de riesgo a 30/09/2025 ²⁹	8,69%
Inflación promedio 2020-2024 ³⁰	6,97%
TMAR recursos propios	16,27%
Recursos crédito	19,58%
TMAR Banco	27,91%
Porcentaje aportación recursos propios	88,34%
Porcentaje aportación Banco	11,66%
TMAR MIXTA	17,62%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	11,11%

²⁹ DATOSMACRO.COM [Sitio web]. Prima de riesgo de Colombia. [Consultado el 8 octubre de 2025]. Disponible en: <https://datosmacro.expansion.com/prima-riesgo/colombia>

³⁰ PRESIDENCIA. [Sitio web]. Inflación de 2024 siguió en descenso y cerró en 5,2 %. [Consultado el 31 de marzo 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>

5.8.2.1. Tasa Interna Retorno (TIR). Este indicador financiero permite evaluar cuál es la tasa de retorno que obtendrán los socios, por la inversión realizada en un proyecto.

Para “Dulces Momentos” la **TIR es de 38,26%**, el cual comparada con la tasa Efectiva Anual (EA) de Crediservir (19,58), TMAR del Banco (27,91%), TMAR Mixta (17,62%) y la TMAR Mixta Deflactada (11,11%), esta supera dichas tasas.

Por lo anterior, se puede determinar que, por aportar recursos al proyecto, a los **inversionistas se les retornará una tasa (TIR) del 38,26%**.

5.8.2.2. Valor Presente Neto (VPN). También conocido como Valor Actual Neto (VAN), es una herramienta financiera que permite traer a valor presente, todos los flujos de caja esperados, en el cual si el resultado es mayor a cero el proyecto es rentable.

Para “Dulces Momentos” el VPN es de \$ 266.255.684, resultado positivo en el que se puede invertir sin ningún problema.

5.8.2.3. Período de recuperación. Es el tiempo que le toma a una empresa recuperar su inversión inicial. Para calcular el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) se tiene en cuenta los siguientes datos:

Cuadro 74. Valor recuperado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 378.676.875	\$ 224.297.241	\$ 151.622.559	\$ 157.101.956	\$ 162.490.480	\$ 167.770.337
VNA	-\$ 378.676.875	\$ 190.690.151	\$ 109.590.393	\$ 96.537.175	\$ 84.887.794	\$ 74.513.821
VALOR RECUPERADO		\$ 190.690.151	\$ 300.280.544	\$ 396.817.719	\$ 481.705.513	\$ 556.219.334

Por lo anterior, el Periodo de Recuperación de la Inversión se dará a los tres (3) años aproximadamente.

5.8.2.4. Punto de Equilibrio. Permite 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:

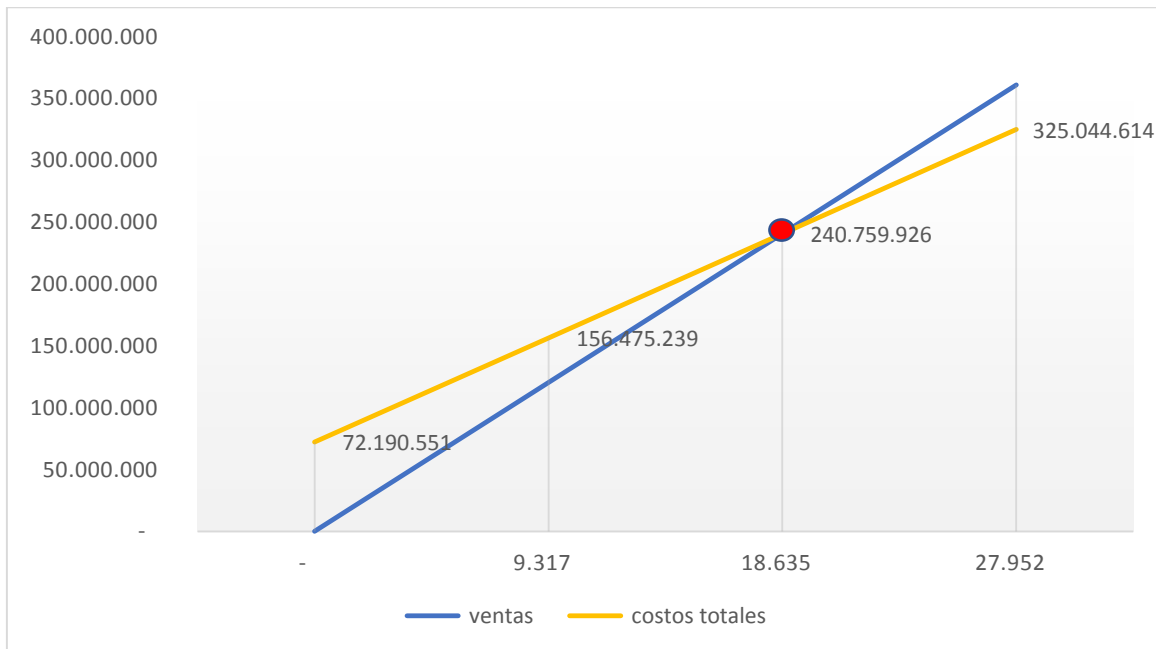
Cuadro 75. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF / (IT - CV)$	23,28%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF / (Pu - CVu)$	18.635
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 240.759.926
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	85

Cuadro 76. Variables para hallar Punto de equilibrio

Descripción	Valores
CF: costos fijos	\$ 72.190.551
CV: costo variable	\$ 723.955.674
CT: costos totales	\$ 796.146.225
IT: ingreso total	\$ 1.033.992.768
Pu: precio unitario	\$ 12.920
CVu: costo variable unitario	\$ 9.046
VT: ventas totales	\$ 1.033.992.768
N: número días año	365
Capacidad utilizada año 1	80.030

Figura 21. Punto de equilibrio



De acuerdo al análisis anterior y teniendo en cuenta la capacidad instalada, “Dulces Momentos”. alcanzará el punto de equilibrio cuando se obtenga el 23,28% de la producción, es decir 18.635 panes saludables; ventas por valor de \$ 240.759.926 o a los 85 días de puesto en marcha la idea de negocio.

5.9. TAMAÑO DEL PROYECTO

Teniendo en cuenta que los ingresos de la idea de negocio, no superan los 23.563 UVT (Unidad de Valor Tributario), es decir \$ 1.108.992.595 y conforme al Decreto 957 de 2019, expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que define los rangos por ingresos para clasificar el tamaño de la empresa, se concluye que el proyecto corresponde a la categoría de Microempresa.

6. CONCLUSIONES

Se realizaron cuatro estudios, en cuales se pudo determinar lo siguiente: el estudio de mercados estableció que el 72% del mercado objetivo (población entre los 18 y 85 años) consumen pan y lo hacen con una frecuencia de 118,58 veces al año. La demanda efectiva anual es de 1.542.355 panes al año, lo cual indica que existe un segmento del mercado al cual se les puede cubrir su necesidad. El canal de comercialización a utilizar es el directo, ya que la empresa no requerirá de intermediarios.

Con el estudio técnico se definió la capacidad diseñada el cual fue de 134.769 panes al año y el tiempo de producción de un pan saludable es de 1,3 minutos. La capacidad instalada es de 100.038 panes al año, iniciando en el primer año con el 80% incrementándose en un 2% anual.

Se determinó constituir una Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S., ya que su naturaleza y funcionamiento es más sencilla y flexible. La Gerencia en su estructura jerárquica es el órgano más importante de la organización, quien a su vez tendrá a cargo los operarios y el vendedor y sus funciones serán apoyadas con asesores externos como el contador, ingeniero ambiental y el SG-SST.

Para dar inicio al proyecto, se requiere de una inversión total de \$ 428.676.875, de los cuales el 53,34% serán financiados con recursos de los socios fundadores, y el 11,66% a través de crédito bancario a cinco años, que se solicitará a Crediservir con una tasa de interés del 19,58% anual. El margen de utilidad será del 23% y el precio de venta al consumidor por cada pan saludable de 400 gramos es de \$12.920 valor que está un poco por encima del precio promedio de compra del mercado objetivo, ya que es un pan con 100 gramos más de peso, tiene un empaque especial y además el producto es fresco y natural, diferenciándolo claramente de los productos industriales.

Con la evaluación financiera el estudio estableció, que la razón corriente fue de 6,93, la rotación del activo total de 1,60; el margen de utilidad neta del 13,86%; el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) se dará aproximadamente a los tres (3) años. El punto de equilibrio en función de la capacidad instalada se alcanzará cuando se obtenga el 23,28%, es decir cuando se produzcan 18.635 panes saludables y un volumen de ventas de \$ 240.759.926, o a los 85 días de iniciar actividades operativas. El valor Presente Neto (VPN) es de \$ 266.255.684 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) fue del 38,26%.

7. RECOMENDACIONES

A partir de la puesta en marcha de la idea de negocio, se pueden desarrollar nuevos productos saludables para incluir en el portafolio, como son cupcakes, galletas integrales, muffins de frutas, snaks horneados, entre otros., que permitan incrementar las ventas y diversificar los productos.

Realizar actividades que vinculen los gimnasios, centros de entrenamiento físico, recreación y deporte comunitario, etc., donde se les de charlas de alimentación saludable a las personas que entrenan, con el apoyo de personal médico como son nutriólogos, psicólogos, nutricionista, etc., con el objetivo de impulsar la marca y las ventas.

Desarrollar estrategias de marketing agresivas, a través de las redes sociales con el apoyo de influencers o profesionales idóneos, que logren persuadir al mercado objetivo.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDIA DE SAN MARTÍN CESAR. [Sitio Web]. Municipio de San Martín Cesar. [Consultado: 22 Octubre de 2024]. Disponible en: anmartin-cesar.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Como-Llegar-al-Municipio.aspx

AZOFRA Valentín. La teoría financiera de la empresa. [En Línea]. [Consultado 10 de mayo de 2024] Disponible en: <https://nocionesdeeconomaiayempresa.wordpress.com/2013/04/01/la-teoria-financiera-de-la-empresa>

COBOS, Diego. [En línea]. Estudio de factibilidad para la creación de una panadería tradicional y pastelería en el centro de San Gil, Santander. [Consultado el 27 de junio de 2024]. Disponible en: <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/1784>

CUEVA, Timoteo; JARA, Otoniel; ARIAS, José; FLOREZ, Antonio; BALMACEDA, Carlo. [En línea]. Métodos Mixtos de investigación para principiantes. Primera edición, Perú. Instituto Universitario de Innovación, Ciencia y Tecnología, 2023. Pág. 77. Disponible en: <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/119/161/190?inline=1>

DATOSMACRO.COM [Sitio web]. Prima de riesgo de Colombia. [Consultado el 8 octubre de 2025]. Disponible en: <https://datosmacro.expansion.com/prima-riesgo/colombia>

DIARIO ABC. [Sitio web]. Cómo hacer pan casero con harina de almendra: el alimento de moda en 2023. [Consultado 19 junio de 2025]. Disponible en: https://www.abc.es/gurme/recetas/sevi-como-hacer-pan-casero-harina-almendra-alimento-moda-2023-202308080907_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Fgurme%2Frecetas%2Fsevi-como-hacer-pan-casero-harina-almendra-alimento-moda-2023-202308080907_noticia.html

DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES (DIAN). [Sitio Web]. Bogotá: Código CIU 1081 Actividades Económicas DIAN. [Consultado 22 Octubre de 2024]. Disponible en: <https://dian-rut.com/codigo-ciu/1081/>

FUNDACIÓN CLÍNICA DE LA FAMILIA. [Sitio web]. La influencia de la alimentación en el estado de ánimo. [Consultado el 24 octubre de 2024]. Disponible en: <https://www.fundacionclinicadelafamilia.org/la-influencia-de-la-alimentacion-en-el-estado-de-animo/>

GOOGLE MAPS [Sitio web]. San Martín Cesar. [Consultado 18 julio de 2025]. Disponible en www.googlemaps.com

HAZ DE OROS. [Sitio Web]. Cali: Historia del pan. [Consultado el 22 octubre de 2024]. Disponible en: <https://hazdeoros.com/industrial/blog-panadero/la-historia-del-pan/>

INFOBAE. [Sitio web]. Receta de pan de chía casero, una alternativa fácil y rica en omega-3 con todos los beneficios de esta semilla. [Consultado el 25 de julio 2025]. Disponible en: <https://www.infobae.com/espana/2025/04/24/receta-de-pan-de-chia-casero-una-alternativa-facil-y-rica-en-omega-3-con-todos-los-beneficios-de-esta-semilla/>

INFORME DE EXPERTOS. [Sitio Web]. Mercado de Pan. [Consultado el 23 de octubre 2024]. Disponible en: <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-pan>

LA REPÚBLICA. [Sitio Web]. Bogotá: 60% de la población colombiana tiene malas costumbres a la hora de alimentarse. [Consultado el 16 Octubre 2024]. Disponible en: <https://www.larepublica.co/consumo/seis-de-cada-10-colombianos-no-saben-alimentarse-bien-2971569>

LA REPÚBLICA. [Sitio Web]. Bogotá: El consumo per cápita de pan de los colombianos asciende hasta los 22 kilogramos. [Consultado 23 octubre de 2024]. Disponible en: <https://www.larepublica.co/empresas/consumo-de-pan-en-colombia-3977301>

MAHAT AYURVEDA. [Sitio web]. Receta de pan rápido de avena y almendras. [Consultado 17 Julio 2025]. Disponible en <https://www.mahatayurveda.com/receta-rapida-pan-de-avena-y-almendras/>

MINDMEISTER. Evolución teoría administrativa. [En línea]. [Consultado el 9 de mayo de 2024] Disponible en: <https://www.mindmeister.com/es/88405419/evolucion-de-la-teoria-administrativa>

POSTRES ORIGINALES. [Sitio web]. Pan de avellanas y almendras. [Consultado el 23 de julio de 2025]. Disponible en: <https://postresoriginales.com/pan-de-avellanas-y-almendras/>

PRESIDENCIA. [Sitio web]. Inflación de 2024 siguió en descenso y cerró en 5,2 %. [Consultado el 31 de marzo 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>

REVISTA PAN CALIENTE. [Sitio Web]. Bogotá. Nuevas tendencias de consumo en las panaderías colombianas. [Consultado 23 de Octubre 2024]. Disponible en: <https://www.revistapancaliente.co/nuevas-tendencias-de-consumo-en-las-panaderias-colombianas/>

REVISTA PAN CALIENTE. [Sitio Web]. Nuevas tendencias en panadería y pastelería. [Consultado el 24 octubre 2024]. Disponible en: <https://www.revistapancaliente.co/nuevas-tendencias-en-panaderia-y-pasteleria/>

SECTORIAL. [Sitio Web]. Bogotá: El Negocio Panadero en Colombia: Oportunidades y Desafíos. [Consultado 22 octubre 2024]. Disponible es: <https://sectorial.co/articulos-especiales/la-produccion-de-pan-disminuyo-107-entre-enero-y-abril-de->

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta de investigación de mercados

1. **¿Habitualmente se consume pan en su hogar?**
 - a. Si
 - b. No

2. **¿Con que frecuencia compran pan en su hogar?**
 - a. Diario
 - b. Semanal
 - c. Quincenal
 - d. Mensual

3. **¿Qué clase de pan les gusta consumir en su hogar?**
 - a. Pan Dulce
 - b. Pan Integral
 - c. Pan Saludable (masa madre)
 - d. Pan tajado

4. **¿Qué presentación de pan compra?**
 - a. 40 gr. (Pan de \$ 500)
 - b. 210 gr. (Pan de \$ 2.000)
 - c. 300 gr. (Pan de \$ 3.000)
 - d. 420 gr. (Pan de \$ 5.000)

5. ¿Qué tamaño de pan en gramos les gusta comprar en su hogar?

- a. 40 gr. (pan de \$ 500)
- b. 210 gr. (pan de \$2.000)
- c. 300 gr. (pan de \$ 3.000)
- d. 400 gr. (pan de \$ 5.000)

6. ¿Cuál es el factor más importante al momento de comprar pan?

- a. Calidad
- b. Precio
- c. Tamaño
- d. Servicio

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pan saludable?

- a. Menos de \$ 5.000
- b. Entre \$ 5.001 y \$ 10.000
- c. Entre \$ 10.001 y \$ 15.000
- d. Más de \$ 15.001

8. ¿Con qué ingredientes prefiere el pan saludable?

- a. Almendras
- b. Nueces
- c. Avellanas
- d. Chía

9. ¿Qué medios de pago prefiere al momento de comprar?

- a. Efectivo
- b. Transferencia electrónica
- c. Tarjeta de crédito

10. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse sobre los productos de pan saludable?

- a. Redes Sociales
- b. Radio
- c. Volantes
- d. Perifoneo

11. ¿Al momento de comprar pan saludable que empaque le gustaría recibir?

- a. Bolsa de papel Kraft
- b. Bolsa plástica ecológica
- c. Bolsa de aluminio

12. ¿Si se crea una empresa productora de pan saludable en el municipio de San Martín Cesar, compraría sus productos?

- a. Si
- b. No

Anexo 2. Cotización honorarios de Estudio Ambiental

JESSICA MAVERELI RINCÓN LÓPEZ
Ingeniera y Ambiental
Especialista Seguridad y Salud en el Trabajo
E.P. 121021-04415512 NTS

San Alberto Cesar, 02 de octubre de 2020

Señores:
PANADERÍA SALUDABLE DULCES MOMENTOS
San Martín Cesar

Asunto: Cotización Estudio de impacto ambiental

Cordial saludo,

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


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-biética;
- Identificación de impactos ambientales positivos/negativos;
- Soluciones y recomendaciones;

Cant.	Descripción	Valor Unitario	Total Año
1	Diseño e implementación del estudio de impacto ambiental	\$ 400.000	\$ 400.000
2 años	Mitigación de Impacto Ambiental (servicio mensual)	\$ 450.000	\$ 900.000
TOTAL			\$ 1.300.000

En espera de una pronta y positiva respuesta.

Atentamente


JESSICA MAVERELI RINCÓN LÓPEZ
Ingeniera Ambiental
Especialista Seguridad y Salud en el Trabajo
121021-04415512 NTS

Calle 1 E 43-7 Barrio Villa Paray
Celular 305 - 2867400
San Alberto Cesar

Anexo 3. Cotización honorarios de SG-SST

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

San Alberto Cesar, 02 de octubre de 2025

Señores:
PANADERIA SUSTENTABLE DULCES MOMENTOS
San Martín Cesar

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


Cantidad cobrada:

A continuación, se permite presentar la propuesta de servicios 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 Reglamentos e Higiene
- Verificar la Matriz de Requisitos Legales
- Programa de Capacitación
- Verificación de Condiciones de Salud de los Empleados
- Comité Promotor SST
- Elaboración del Procedimiento de Trabajo
- Plan de Promoción, Preparación y Respuesta 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 (\$ 40.000 por # trabajadores)	\$ 160.000	\$ 1.920.000
TOTAL			\$ 2.520.000

Acreditación:


JERDI MAYERLI RINCÓN LÓPEZ
Ingeniera Ambiental
Especialista Seguridad y Salud en el Trabajo
121021-0641552 NTS

Calle 1 E 40-7 Barrio Villa Parroquia
Código 125 – 204 56-00
San Alberto Cesar

Anexo 4. Cotización honorarios de Contador

SERVIAFIS
Servicio y Asesoría Financiera
Guillermo León Osuna
Contador Público
Carnet 044374257
C.F. 04437 - 1

San Alberto Cesar, 07 de octubre de 2025

Señores
PANADERIA SALUDABLE "DULCES MOMENTOS"
San Martín Cesar

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 P y G 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 Ochocientos mil pesos Milite (800.000)

Cordialmente,


GUILLELMO LEÓN OSUNA
Contador Público

Cra. 6 # 5-22 Centro San Alberto Cesar
E-mail: guillermoosuna@gmail.com
304 42 07 - 305 760 22 97

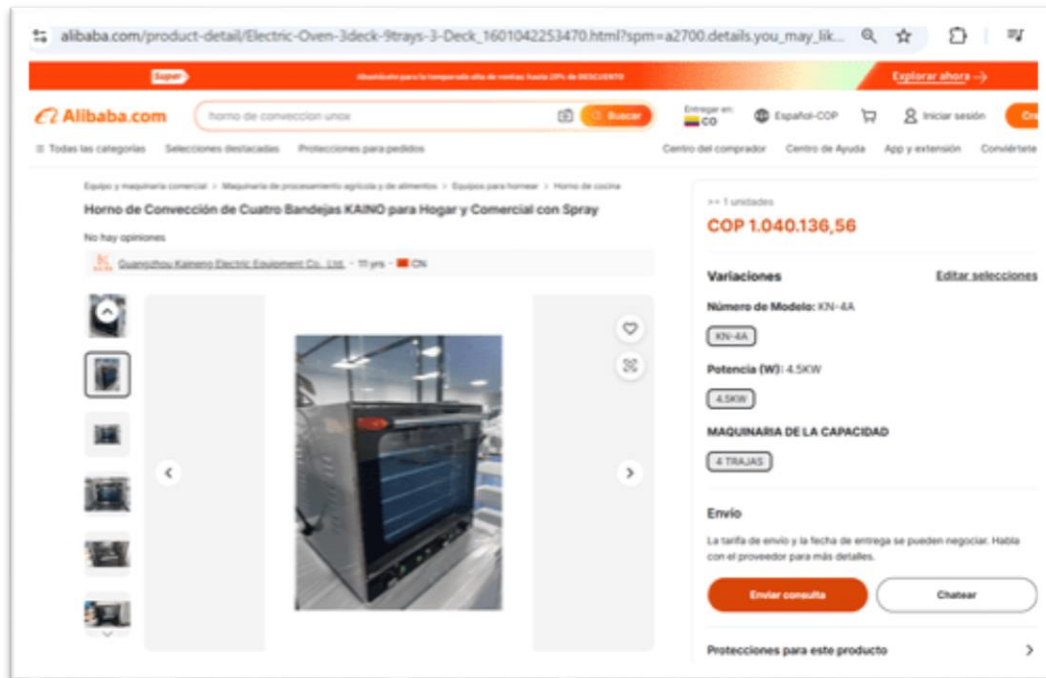
Anexo 5. Cotización Vitrina para panadería

The screenshot shows the Alibaba.com product page for a wall-mounted bread display cabinet. The URL is alibaba.com/product-detail/Runse-Wall-mounted-Bread-Display-Cabinet_1601495361274.html?spm=a2700.galleryofferlist.... The page features a search bar with the text "exhibidor de donas" and a "Buscar" button. The product title is "Vitrina de pan montada en la pared Runse Vitrina de panadería bien diseñada para pasteles y pan Vitrinas de grado comercial". The price is listed as COP 1.526.426,72 for 1-10 units and COP 883.720,73 for 11-20 units. The page includes a gallery of images showing the cabinet filled with bread, a "Variaciones" section with options for "Personalización" and "Vidrio", and a "Envío" section with a note that shipping and delivery dates are negotiable.

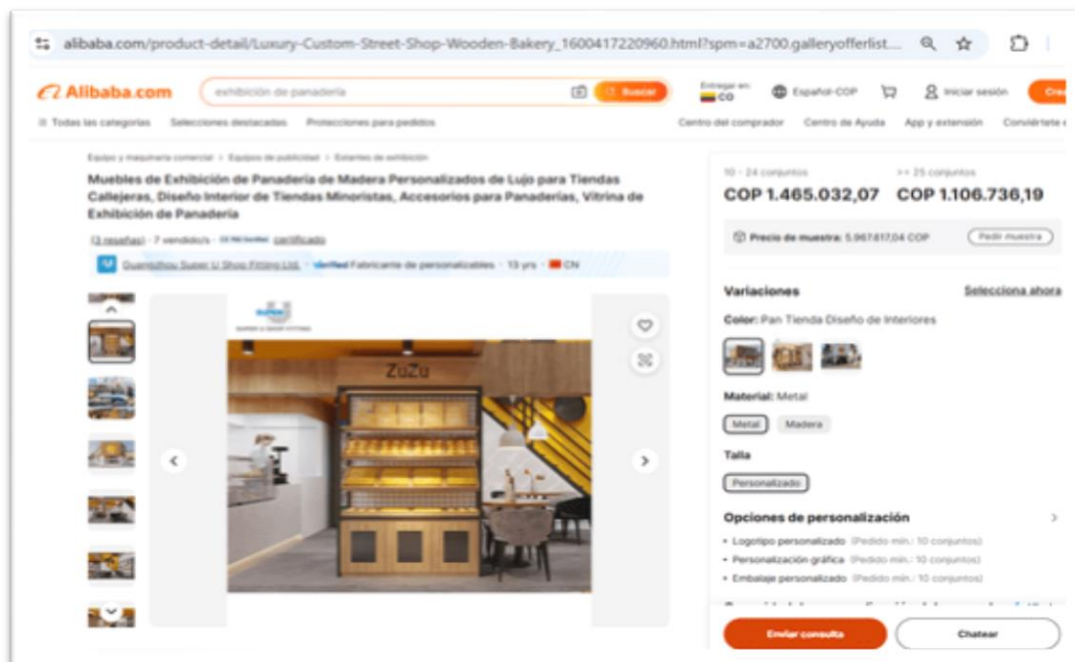
Anexo 6. Cotización Batidora industrial

The screenshot shows the KitchenAid website product page for a Classic 4.2 L White stand mixer. The URL is kitchenaid.com/batidora-clasica-blanca-y-tazon-4-2lt/p?idsku=458&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=.... The page features a search bar with the text "Batidora" and a "Buscar" button. The product title is "Batidora Classic 4.2 L White". The price is listed as \$ 1.099.900 with a 42% OFF discount. The page includes a large image of the mixer, a "PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS" section with a "Molino para Carnes" (Meat Grinder), and a "Necesitas asistencia?" (Need assistance?) button.

Anexo 7. Cotización Horno para panadería



Anexo 8. Cotización mueble exhibidor para panadería



Anexo 9. Cotización codificadora de fecha y lote

mercadolibre.com.co/mini-impresora-de-codificacion-de-fecha-2-127mm-1-cartucho/p/MCO20178303817pdp_filters=item...
mercado libre
Buscar productos, marcas y más... en todo Mercado Libre
ENVÍO GRATIS EN TU PRIMERA COMPRA EXCLUIDO EN APP
Categorías · Ofertas · Cupones · Supermercado · Moda · Vender · Ayuda / PQR
Crea tu cuenta · Ingresar · Mis compras
Volver · Industrias y Oficinas · Gráfica e Impresión · Codificadoras y Fechafechas · Vender uno tual · Compartir

Visita la tienda de Compra Internacional
Nuevo 1 +5 vendidos

Mini Impresora De Codificación De Fecha 2-12.7mm 1 Cartucho

\$ 510.459
9 cuotas de \$ 56.718 con 0% interés
Ver los medios de pago

COMPRA INTERNACIONAL
Envío gratis
Calcular cuánto llega
Sin costos de importación
Stock disponible
Cantidad: 1 unidad (150 disponibles)
Puedes comprar hasta 3 unidades

Comprar ahora
Agregar al carrito

Vendido por CNYUSHUANGSHIANGCOOR

Anexo 10. Cotización carro para bandejas

tunegocio.com.co/product/carro-para-bandejas/?srsltid=AfmBOopVK6qhMBJR-1DvOjHpZ7Yh4V1uI_w7YUUEWRdUzLW/FqE...
Tunegocio.com
INICIO TUNEGOCIO.COM TIENDA INFORMATE PRIMERO CONTACTO PQR INSTALACION Y MANTENIMIENTO DE COCINAS

INICIO | HORNOS INDUSTRIALES | CARRO PARA BANDEJAS

OFERTA

CARRO PARA BANDEJAS

¡PIDE MÁS INFORMACIÓN!
9-252-101 \$ 230.000

ESCALILADERO EN TUBO, ES UN CARRO PARA BANDEJAS DE 65 X 45 CM O 85 X 45 CM, PARA 12 UNIDADES, INCLUYE RUEDAS.

1 Añadir al carrito

CATEGORIAS: EQUIPOS DE PANADERIA, HORNOS INDUSTRIALES
ETIQUETAS: CARRO BANDEJERO, CARRO PARA BANDEJAS, ESCALILADERO

Anexo 11. Cotización mesón en acero inoxidable

mercadolibre.com.co/meson-en-acero-inoxidable-120cm-de-largo/up/MCOU2406795557pdp_filters=seller_id%3A1470192566#p... Finalizar actualizad

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

Ingresar ubicación Categorias - Ofertas Cupones Supermercado Moda Vender Ayuda / PQR Crea tu cuenta Ingresar Mis compras

También puede interesarte: vitrina en aluminio y vidrio - mesas en acero inoxidable usadas - tubería acero inoxidable - pasamanos en vidrio

Volver | Industrias y Oficinas > Gastronomía y Hotelería > Otros Vender uno igual | Compartir

Nuevo | +5 vendidos

Mesón En Acero Inoxidable 120cm De Largo

\$ 340.000

6 cuotas de \$ 56.667 con 0% interés

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor Ciudad Bolívar, Bogotá D.C. Ver formas de entrega

Stock disponible

Cantidad: 1 unidad (+50 disponibles)

Comprar ahora

Vendido por DAVIDM20M04 +100 ventas

Anexo 12. Cotización Báscula electrónica

HOMECENTER ¿Qué estás buscando? Ingresar ubicación Programa CMR Puntos

Envío 48 hrs

Fuller Machinery Báscula Electrónica Digital 40 Kg Código 455667

★★★★★ 5.0 (1)

PRECIO INTERNET -1%

\$184.900 und

Ahorra \$3.000

~~\$187.900 und~~

Llega mañana

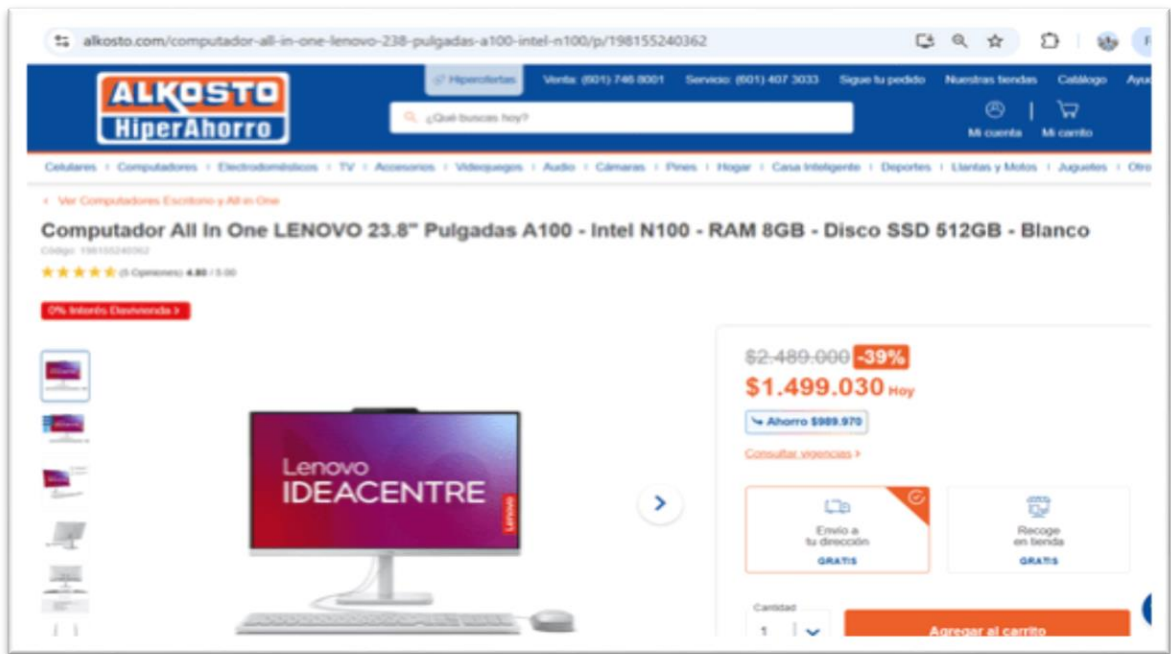
Precio válido desde 24/09/2025 hasta 24/10/2025

- 1 + Agregar al carrito

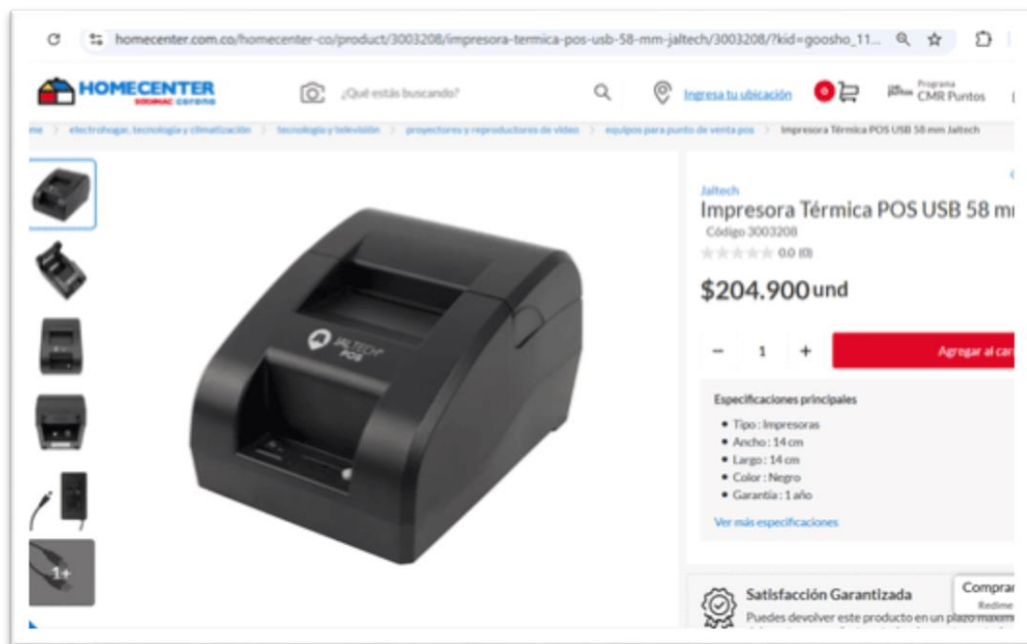
Especificaciones principales

- Tipo: Balanzas y grameras
- Ancho: 34 cm
- Alto: 12 cm

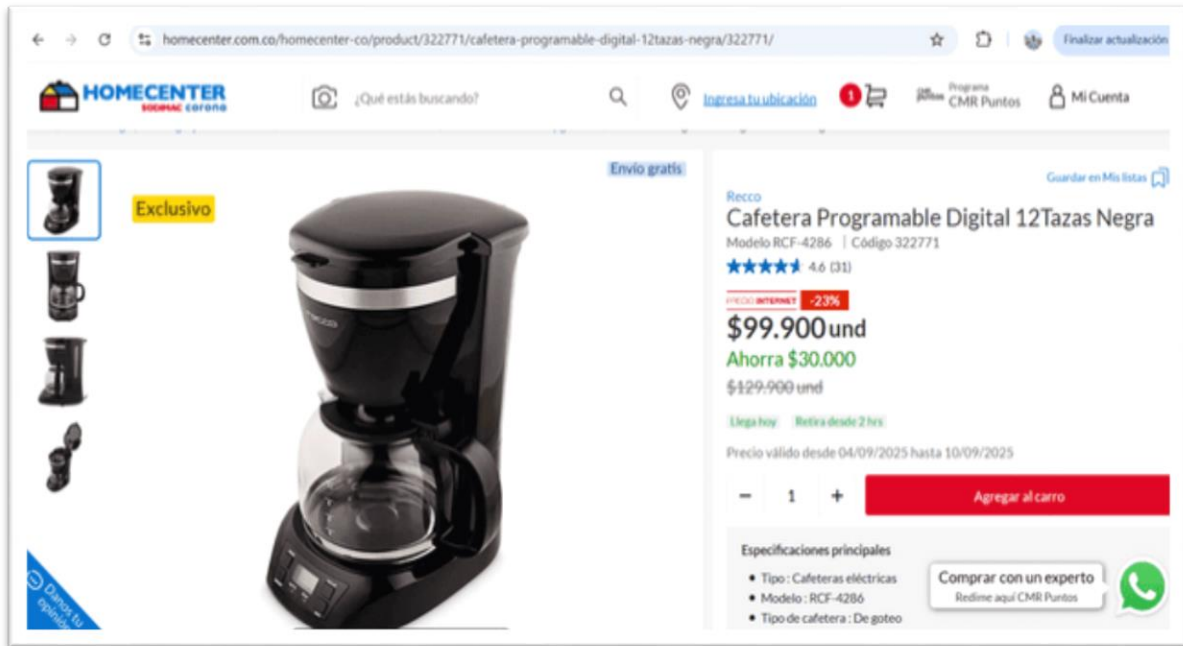
Anexo 13. Cotización computador



Anexo 14. Cotización Impresora POS



Anexo 15. Cotización Cafetera



The screenshot displays the product page for a 'Cafetera Programable Digital 12Tazas Negra' (Modelo RCF-4286) on the Homecenter website. The page features a large image of the black coffee maker, a 'Recco' badge, and a '23%' discount tag. The price is listed as \$99.900 und, with a savings of \$30.000 from the original price of \$129.900 und. The product has a 4.6 star rating from 31 reviews. The page also includes a 'Comprar con un experto' button and a WhatsApp chat icon.

homecenter.com.co/homecenter-co/product/322771/cafetera-programable-digital-12tazas-negra/322771/

HOMECENTER
SOMAC CORONA

¿Qué estás buscando?

Ingresar tu ubicación

Programa CMR Puntos

Mi Cuenta

Envío gratis

Guardar en Mis listas

Exclusivo

Recco

Cafetera Programable Digital 12Tazas Negra
Modelo RCF-4286 | Código 322771

★★★★★ 4.6 (31)

PRECIO INTERNET **-23%**

\$99.900 und
Ahorra \$30.000
~~\$129.900 und~~

Llega hoy Retira desde 2 hrs

Precio válido desde 04/09/2025 hasta 10/09/2025

- 1 + **Agregar al carro**

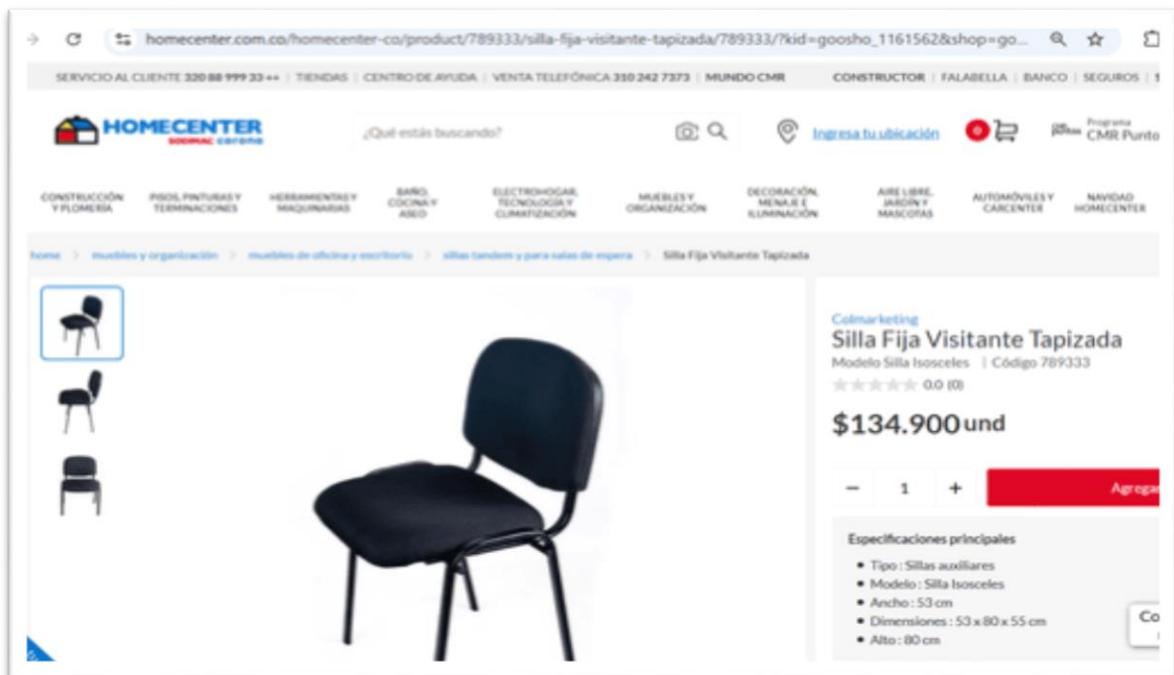
Especificaciones principales

- Tipo : Cafeteras eléctricas
- Modelo : RCF-4286
- Tipo de cafetera : De goteo

Comprar con un experto
Redime aquí CMR Puntos

WhatsApp icon

Anexo 16. Cotización silla visitantes



The screenshot displays the product page for a 'Silla Fija Visitante Tapizada' (Modelo Silla Isosceles) on the Homecenter website. The page features a large image of the black office chair, a 'Colmarketing' badge, and a '0.0' star rating. The price is listed as \$134.900 und. The page also includes a 'Comprar con un experto' button and a WhatsApp chat icon.

homecenter.com.co/homecenter-co/product/789333/silla-fija-visitante-tapizada/789333/?kid=goosho_1161562&shop=go...

SERVICIO AL CLIENTE 320 88 999 33 44 | TIENDAS | CENTRO DE AYUDA | VENTA TELEFÓNICA 320 242 7373 | MUNDO CMR

CONSTRUCTOR | FALABELLA | BANCO | SEGUROS

HOMECENTER
SOMAC CORONA

¿Qué estás buscando?

Ingresar tu ubicación

Programa CMR Punto

CONSTRUCCIÓN Y PLOMERÍA | PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES | HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS | BARRIO, COCINA Y ASEO | ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN | MUEBLES Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN, MUEBLES E ILUMINACIÓN | AIRE LIBRE, JARDÍN Y MACIZOS | AUTOMÓVILES Y CARCENTER | NAVIDAD HOMECENTER

home > muebles y organización > muebles de oficina y escritorio > sillas tandem y para salas de espera > Silla Fija Visitante Tapizada

Colmarketing

Silla Fija Visitante Tapizada
Modelo Silla Isosceles | Código 789333

☆☆☆☆ 0.0 (0)

\$134.900 und

- 1 + **Agregar al carro**

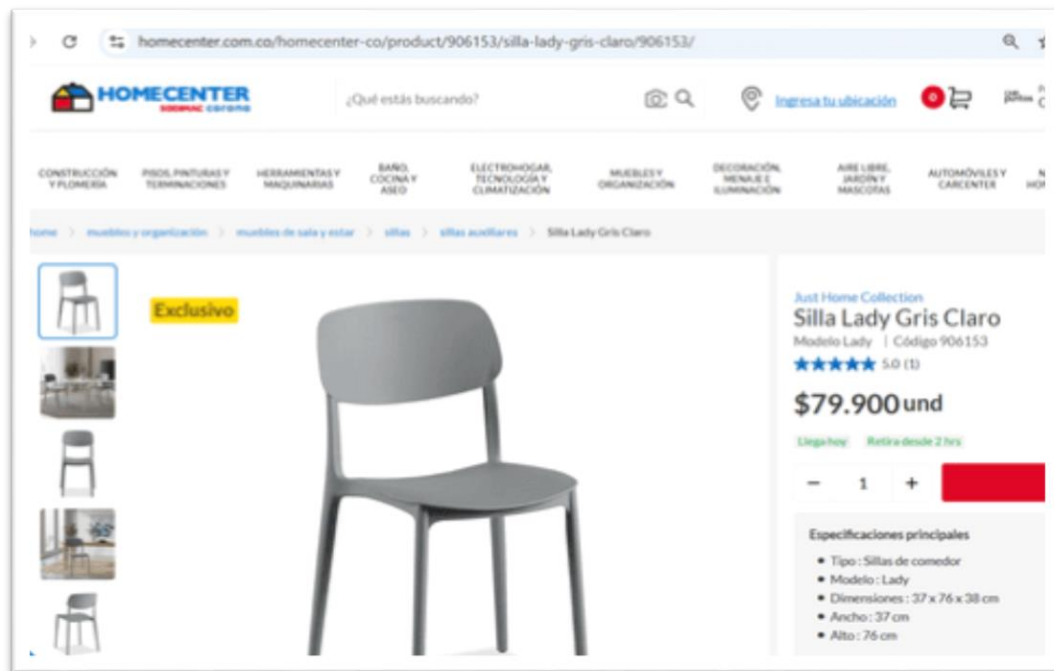
Especificaciones principales

- Tipo : Sillas auxiliares
- Modelo : Silla Isosceles
- Ancho : 53 cm
- Dimensiones : 53 x 80 x 55 cm
- Alto : 80 cm

Comprar con un experto

WhatsApp icon

Anexo 17. Cotización silla operarios



The screenshot shows the HomeCenter website product page for the 'Silla Lady Gris Claro'. The page features a large image of the chair, a 'Exclusivo' badge, and a list of smaller images showing the chair in different settings. The product details on the right include the name 'Silla Lady Gris Claro', model 'Lady', code '906153', a 5-star rating, and a price of \$79.900 und. The specifications list it as a dining chair with dimensions 37 x 76 x 38 cm.

homecenter.com.co/homecenter-co/product/906153/silla-lady-gris-claro/906153/

HOME CENTER

¿Qué estás buscando?

CONSTRUCCIÓN Y PLOMERÍA PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS BARRIO, COCINA Y ASEO ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN MUEBLES Y ORGANIZACIÓN DECORACIÓN, MUEBLES E ILUMINACIÓN AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS AUTOMÓVILES Y CARCENTER

home > muebles y organización > muebles de sala y estar > sillas > sillas auxiliares > Silla Lady Gris Claro

Exclusivo

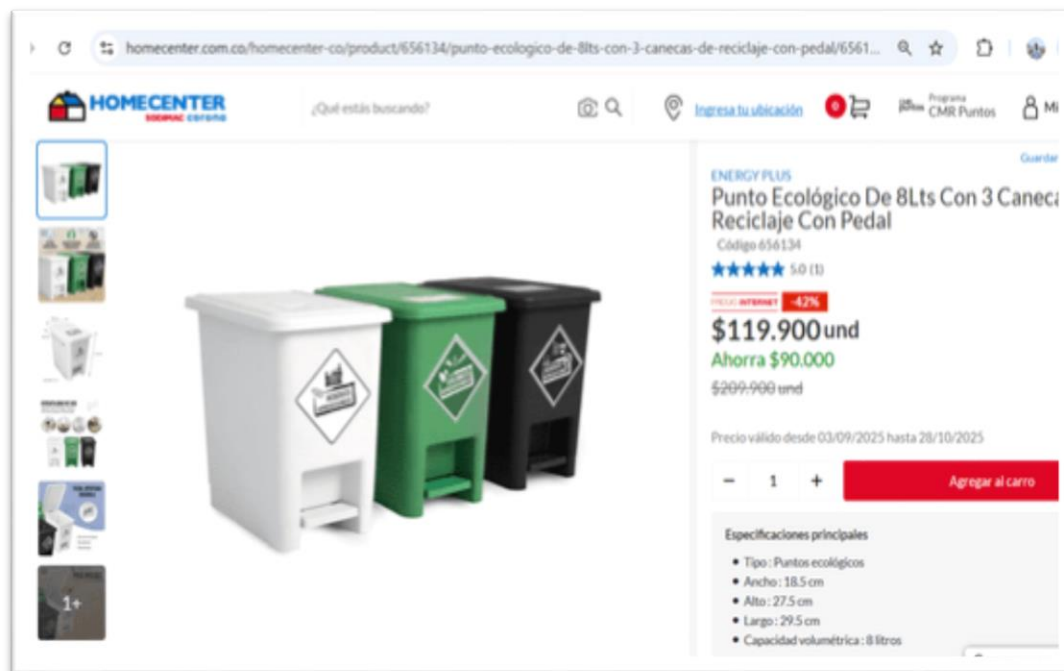
Just Home Collection
Silla Lady Gris Claro
Modelo Lady | Código 906153
★★★★★ 5.0 (1)
\$79.900 und
Llega hoy Retira desde 2 hrs

— 1 +

Especificaciones principales

- Tipo : Sillas de comedor
- Modelo : Lady
- Dimensiones : 37 x 76 x 38 cm
- Ancho : 37 cm
- Alto : 76 cm

Anexo 18. Cotización punto ecológico



The screenshot shows the HomeCenter website product page for the 'Punto Ecológico De 8Lts Con 3 Canecas de Reciclaje Con Pedal'. The page features a large image of the three-colored recycling bin (white, green, black) and a list of smaller images showing the bin in different settings. The product details on the right include the name 'Punto Ecológico De 8Lts Con 3 Canecas de Reciclaje Con Pedal', code '656134', a 5-star rating, and a price of \$119.900 und. The specifications list it as an ecological bin with dimensions 18.5 x 27.5 x 29.5 cm and a capacity of 8 liters.

homecenter.com.co/homecenter-co/product/656134/punto-ecologico-de-8lts-con-3-canecas-de-reciclaje-con-pedal/656134/

HOME CENTER

¿Qué estás buscando?

ENERGY PLUS

Punto Ecológico De 8Lts Con 3 Canecas de Reciclaje Con Pedal
Código 656134
★★★★★ 5.0 (1)
\$119.900 und
Ahorra \$90.000
~~\$209.900 und~~
Precio válido desde 03/09/2025 hasta 28/10/2025

— 1 + **Agregar al carro**

Especificaciones principales

- Tipo : Puntos ecológicos
- Ancho : 18.5 cm
- Alto : 27.5 cm
- Largo : 29.5 cm
- Capacidad volumétrica : 8 litros

Anexo 19. Cotización señalización

The screenshot shows a product page on the Homecenter website. The product is a "Kitx11 Señalización Fotoluminiscente para Oficinas y/o Locales Hasta 40Mts2" with code 337407. The price is \$149.900 und. The page features a grid of 11 different safety and emergency signs, including fire extinguisher, first aid, electrical hazard, and emergency exit signs. The main product image shows a stack of these signs. The right side of the page includes a price tag, a quantity selector (set to 1), and an "Agregar al carro" button. Below the price, there are "Especificaciones principales" (Main specifications) listed: Tipo: Señalización, Ancho: 24 cm, Alto: 0,06 cm, Largo: 35 cm, and Color: Multicolor. There is also a "Ver más especificaciones" link.

Anexo 20. Cotización bandejas de panadería

The screenshot shows a product page on the Mercado Libre website. The product is "Bandejas Panadería-restaurantes X12 65x45 Cm Troqueladas Plateado". The price is \$370.500, which is a 5% discount from the original price of \$390.000. The price per unit is \$30.875. The product is sold by EKOBANDEJASBOGOTA and has 25 sales. The page includes a stack of silver metal trays, a 5.0 star rating, and a "Comprar ahora" button. The right side of the page shows "Envío gratis a todo el país" (Free shipping to the whole country), "Stock disponible" (Stock available), and "Cantidad: 1 unidad" (Quantity: 1 unit). There is also an "Agregar al carrito" button.

Anexo 21. Cotización Cernidor o tamiz de harina

The screenshot shows a product listing on Mercado Libre. The product is a stainless steel flour sifter. The price is \$21,349, with a financing option of 3 installments of \$7,116 with 0% interest. The page includes a search bar, navigation menu, and a 'Comprar ahora' button.

mercadolibre.com.co/b-tamiz-de-harina-de-malla-fina-de-acero-para-homear-y-co/p/MCO2003145519#polycard_client=sea...
mercado libre
Buscar productos, marcas y más... en todo Mercado Lib...
ENVÍO GRATIS EN TU PRIMERA COMPRA EXCLUSIVO EN APP
Ingresar la ubicación
Categorías · Ofertas · Cupones · Supermercado · Moda · Vender · Ayuda / PQR
Crea tu cuenta · Ingresar · Mis compras

También puede interesarte: olla grande de aluminio - pesebre plástico grande - set x 2 Calderos Inusa de media y una libra
Volver al listado | Hogar y Muebles > Cocina > Utensilios de Preparación > Tamizadores > Colador
Vender uno igual | Compartir

Visitar la tienda de Compra Internacional
Nuevo | 1 vendido
(b) Tamiz De Harina De Malla Fina De Acero Para Horneear Y Co
\$ 21.349
3 cuotas de \$ 7.116 con 0% interés
Ver los medios de pago
Opciones de compra:
26 productos nuevos desde \$ 21.009

COMPRA INTERNACIONAL
Envío internacional
Calcular cuándo llega
Sin costos de importación
Stock disponible
Cantidad: 1 unidad (5 disponibles)
Puedes comprar hasta 3 unidades
Comprar ahora
Añorar al carrito

Anexo 22. Cotización utensilios y cuchillos de cocina

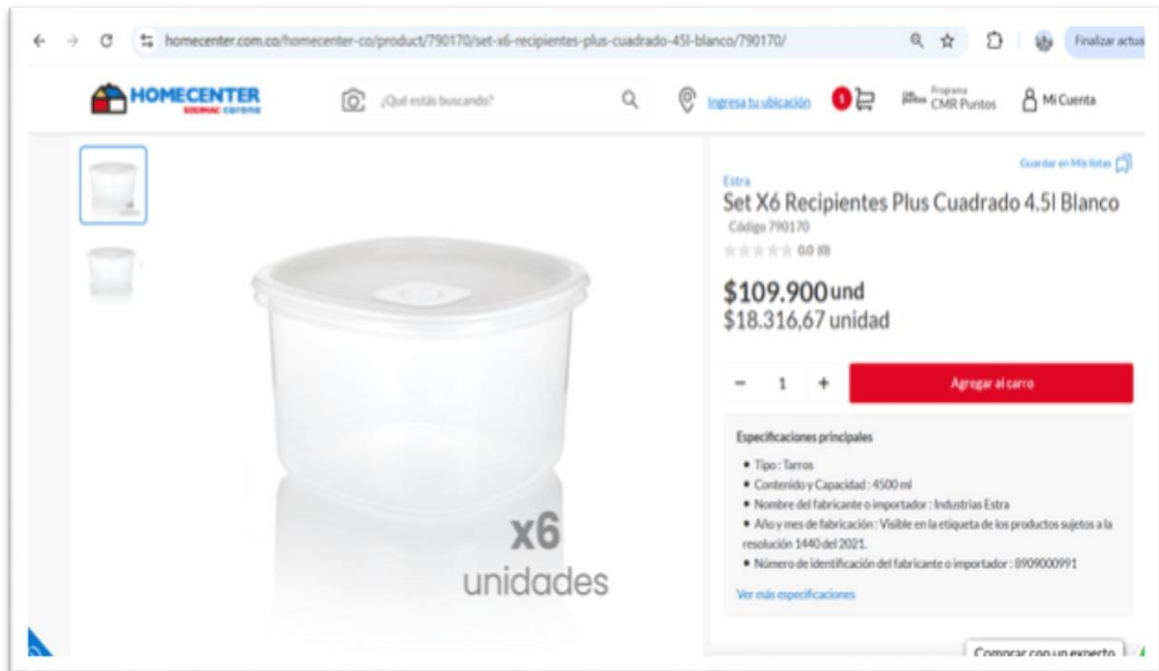
The screenshot shows a product listing on Homecenter. The product is a 19-piece kitchen utensil set. The price is \$119,900. The page includes a search bar, navigation menu, and an 'Agregar al carro' button.

homecenter.com.co/homecenter-co/product/3022965/set-de-utensilios-y-cuchillos-de-cocina-19-piezas-con-porta-accesori...
HOMECENTER
¿Qué estás buscando?
Ingresar la ubicación
Programa CMR Puntos
Mi Cuenta

baño, cocina y aseo > platos y utensilios > utensilios de cocina > Set de Utensilios y Cuchillos de Cocina 19 Piezas con Porta Accesorios Ref. Set-05

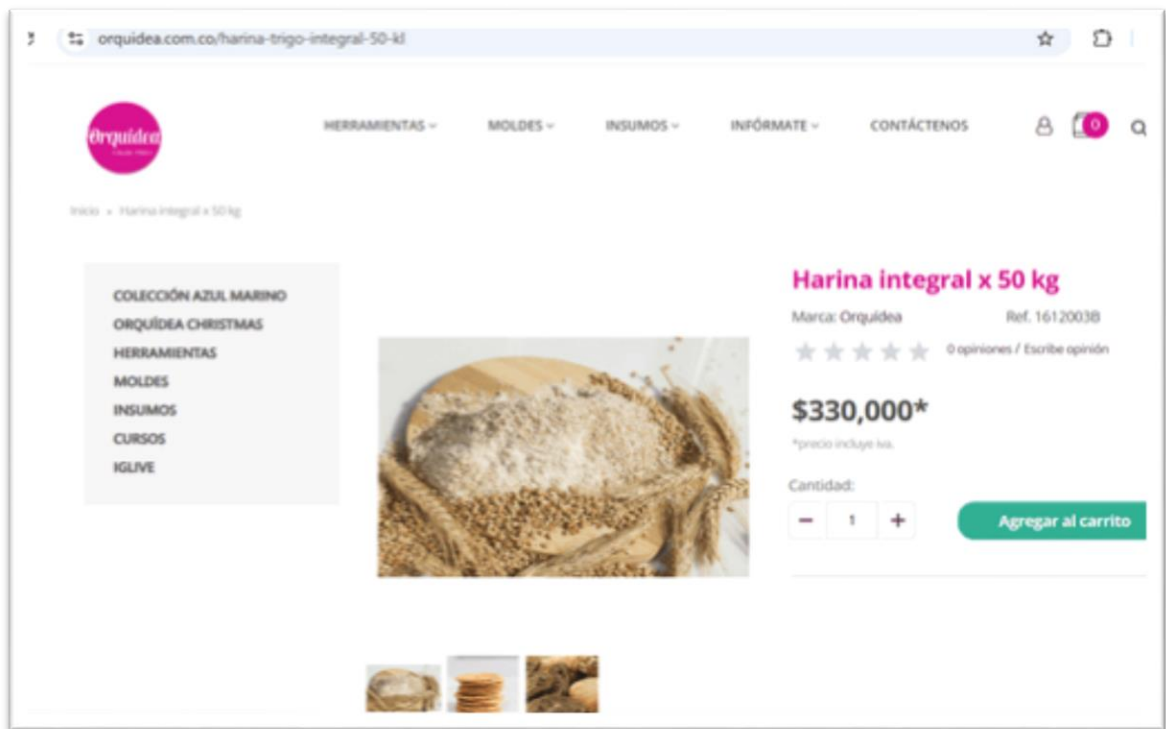
Guardar en Mis Notas
Dotvis
Set de Utensilios y Cuchillos de Cocina 19 Piezas con Porta Accesorios Ref. Set-05
Modelo SET-05 | Código 3022965
★★★★★ 0.0 (0)
\$119.900und
- 1 + Agregar al carro
Especificaciones principales
• Tipo: Utensilios de cocina
• Referencia del Producto en el Certificado/Empaque: SET-05
• Modelo: SET-05
• Ancho: 18 cm
• Alto: 33 cm
Ver más especificaciones
Comprar con un experto
Redime aquí CMR Puntos

Anexo 23. Cotización recipientes de cocina



The screenshot shows a product page on the Homecenter website. The URL is homecenter.com.co/homecenter-co/product/790170/set-x6-recipientes-plus-cuadrado-45l-blanco/790170/. The product is titled "Set X6 Recipientes Plus Cuadrado 4.5l Blanco" with code 790170 and a 0.0 rating. The price is listed as \$109,900 und and \$18,316.67 unidad. There is a red "Agregar al carro" button. The main image shows a single white square container with a lid, and a label "x6 unidades" is overlaid on the bottom right of the image. The specifications section includes: Tipo: Tarras; Contenido y Capacidad: 4500 ml; Nombre del fabricante o importador: Industrias Estra; Año y mes de fabricación: Visible en la etiqueta de los productos sujetos a la resolución 1440 del 2021; and Número de identificación del fabricante o importador: 0909000991.

Anexo 24. Cotización harina integral



The screenshot shows a product page on the Orquídea website. The URL is orquidea.com.co/harina-trigo-integral-50-kg. The product is titled "Harina integral x 50 kg" with reference 1612003B and 0 opinions. The price is \$330,000*. There is a green "Agregar al carrito" button. The main image shows a close-up of whole wheat flour in a wooden bowl. The left sidebar lists categories: COLECCIÓN AZUL MARINO, ORQUÍDEA CHRISTMAS, HERRAMIENTAS, MOLDES, INSUMOS, CURSOS, and IGLIVE. The top navigation bar includes: HERRAMIENTAS, MOLDES, INSUMOS, INFORMATE, and CONTÁCTENOS.

Anexo 25. Cotización sal

The screenshot shows the product page for 'Sal Refisal x 1 Kilo' on the website 'Tienda Horeca.co'. The page features a search bar at the top with the text 'Busca tus productos' and a 'Contáctanos' button. Below the search bar, there is a banner for 'ENVÍO A TODA COLOMBIA' with the subtext 'Pago online y asesoría por Whatsapp'. The product is displayed with a large image of a 'Brinsa' brand 'Sal Alta Pureza' bag, which has a '-6%' discount tag. To the right of the image, the product name 'Sal Refisal x 1 Kilo' is shown with its SKU '3060229' and a warning '¡Solo quedan 27 unidades!'. The price is listed as '\$2,408' with a large red price tag of '\$2,264'. Below the price, there is a section for payment methods, including 'Compra con tarjetas débito o crédito - PSE o en efectivo por medio de Efecty, Baloto, Gana o SuRed', and logos for 'gana', 'sistecredito', 'efecty', and 'VS. Escribenos'.

Anexo 26. Cotización levadura

The screenshot shows the product page for 'Levadura Instantánea Fabao' on the website 'coopasan.com.co/es'. The page features a search bar at the top with the text '¿Qué estás buscando?' and a search icon. Below the search bar, there is a navigation menu with 'CATEGORÍAS' and other options like 'INICIO', 'CURSOS', 'SEDES', 'RECETAS', and 'CAFETERÍA'. The product is displayed with a large image of a 'FABAO' brand 'INSTANT DRY YEAST' box, which is 500g. To the right of the image, the product name 'Levadura Instantánea Fabao' is shown with its weight 'x 500 gramos' and a description: 'Levadura seca instantánea, exclusiva para todo tipo de panes que requieran de una potente fermentación y volumen'. The price is listed as '\$11.300'. Below the price, there is a 'Cantidad' section with a quantity of '1' and a '+ AGREGAR AL CARRITO' button.

Anexo 27. Cotización aceite de oliva

articulo.mercadolibre.com.co/MCO-2375709166-aceite-de-oliva-la-espanola-JM#polycard_client=search-nordic&search_lay...

También puede interesarte: aceite de oliva la española - aceite de oliva - aceites de ajonjolí - aceite de oliva 5 litros - aceite de palma

Volver al listado | Alimentos y Bebidas > Almacén > Aceites y Vinagres > Aceites > Aceite de Oliva Vender uno igual | Copiar

Nuevo 1 +1000 vendidos ♡

Aceite De Oliva La Española
4.9 ★★★★★ (179)

\$129.500
\$107.940 16% OFF
3 cuotas de \$35.980 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)

[Agregar al carrito](#)

Anexo 28. Cotización de nueces

mercadolibre.com.co/nueces-de-macadamia-oslo-empaque-x-libra/up/MCOU24295380377?pdp_filters=item_id:MCO605624...

mercado libre [ENVÍO GRATIS](#) EN TU PRIMERA COMPRA EXCEPTO EN APP

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

También puede interesarte: café solo rojo por libras - panes por kilo - quinoa por kilo - gelatina por libras - almendras por kilo

Volver al listado | Alimentos y Bebidas > Almacén > Snacks > Frutos Secos > Avellanas Vender uno igual | Copiar

Nuevo 1 +5 vendidos ♡

Nueces De Macadamia Oslo - Empaque X Libra
5.0 ★★★★★ (2)

\$53.550
3 cuotas de \$17.850 con 0% interés
[Ver los medios de pago](#)

Lo que debes saber de este producto

- Unidades por pack: 1
- Mix de macadamia.

[Ver características](#)

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

Stock disponible
Cantidad: 1 unidad (10 disponibles)

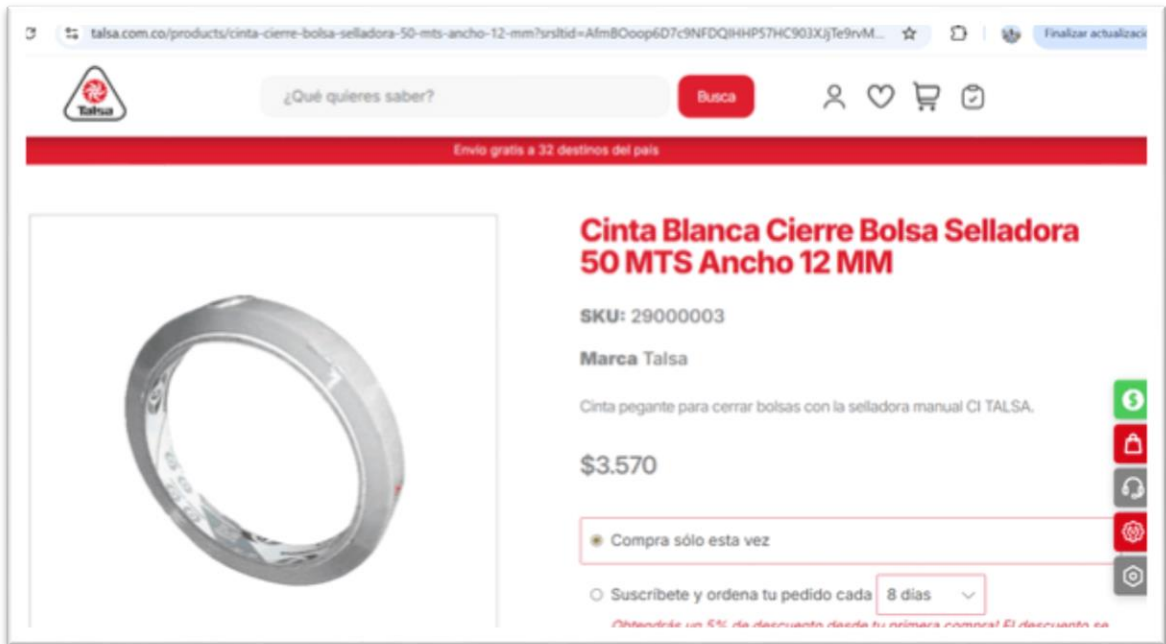
[Comprar ahora](#)

[Agregar al carrito](#)

Vendido por **HolboX STORE**
MercadoLibre +1000 ventas

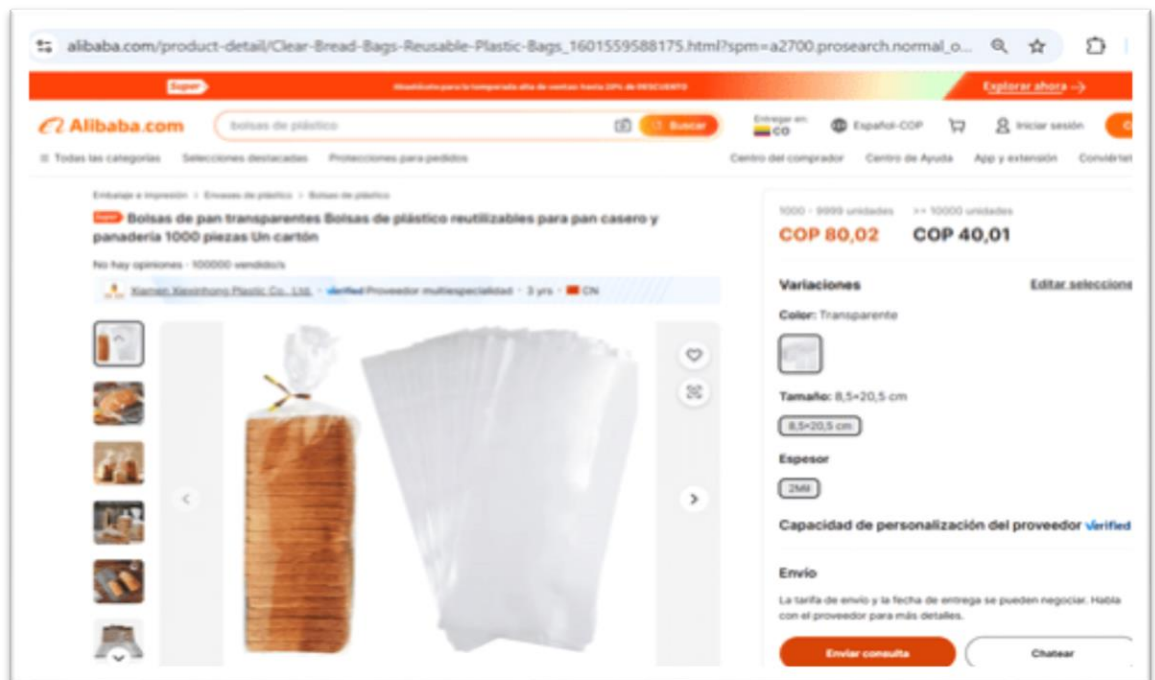
[Seguir](#)

Anexo 29. Cotización cinta para sellar bolsas



The screenshot shows the Talsa website product page for 'Cinta Blanca Cierre Bolsa Selladora 50 MTS Ancho 12 MM'. The page features a large image of the white adhesive tape on the left. On the right, the product title is displayed in red, followed by the SKU (29000003) and the brand (Talsa). A description states: 'Cinta pegante para cerrar bolsas con la selladora manual CI TALSA.' The price is listed as \$3.570. Below the price, there are two purchase options: 'Compra sólo esta vez' (selected) and 'Suscríbete y ordena tu pedido cada 8 días'. A red banner at the bottom of the product area reads: 'Obtén un 5% de descuento desde tu primera compra! El descuento es...'. The website header includes the Talsa logo, a search bar with the text '¿Qué quieres saber?', a 'Busca' button, and icons for user profile, heart, shopping cart, and a document icon. A red banner at the top of the page says 'Envío gratis a 32 destinos del país'. The URL in the browser is 'talsa.com.co/products/cinta-cierre-bolsa-selladora-50-mts-ancho-12-mm?srsltid=AfmBOoop6D7c9NFDQIHHP57HC903XjTe9vM...'.

Anexo 30. Cotización bolsa (empaque primario)



The screenshot shows the Alibaba.com product page for 'Bolsas de pan transparentes'. The page features a large image of a stack of bread in clear plastic bags on the left. On the right, the product title is displayed in red, followed by the description: 'Bolsas de pan transparentes Bolsas de plástico reutilizables para pan casero y panadería 1000 piezas Un cartón'. The price is listed as COP 80,02 for 1000 units and COP 40,01 for 10000 units. Below the price, there are two purchase options: 'Comprar sólo esta vez' (selected) and 'Suscríbete y ordena tu pedido cada 8 días'. A red banner at the bottom of the product area reads: 'Obtén un 5% de descuento desde tu primera compra! El descuento es...'. The website header includes the Alibaba.com logo, a search bar with the text 'bolsas de plástico', and icons for user profile, heart, shopping cart, and a document icon. A red banner at the top of the page says 'Envío gratis a 32 destinos del país'. The URL in the browser is 'alibaba.com/product-detail/Clear-Bread-Bags-Reusable-Plastic-Bags_1601559588175.html?spm=a2700.prosearch.normal_o...'.

Anexo 31. Cotización caja (empaques secundario)

The screenshot shows the Alibaba.com product page for a 'Caja de paquete de cartón de ventana transparente portátil Caja de color Cajas de cartón de embalaje para pan'. The main image is a blue and yellow bread box with a transparent window showing bread. The price is listed as COP 1,000,14 for quantities greater than 1000 units. The page includes a search bar with 'cajas para pastel', navigation links, and product specifications such as 'Color: Color mezclado', 'Tamaño: 24*24*9cm', and 'Grosor: 3mm'. There are also options for personalization like 'Personalización gráfica' and 'Embalaje personalizado'.

Anexo 32. Cotización estantes metálicos

The screenshot shows the Mercado Libre product page for an 'Estante Organizador Metálico 5 Niveles Ajustables Rack & Pac Plateado'. The main image is a silver metal rack with five wooden shelves. The price is \$158,900, with 3 installments of \$52,967 with 0% interest. The page includes a search bar, navigation links, and product details such as 'Color: Plateado', 'Profundidad: 40 cm', and 'Altura: 180 cm'. There are also buttons for 'Comprar ahora' and 'Agregar al carrito', and a 'Envío gratis' badge.

Anexo 33. Cotización software contable

The screenshot displays the Sligo software pricing page with three main plans. Each plan includes a list of features and a '¡Comprar ahora!' button. A 'Contacta a un asesor' button is located at the bottom of each plan's column.

Plan	Precio mensual	Precio anual	Usuarios
Profesional independiente	\$ 146.158 / mes*	\$ 1.403.120 / año	1
Emprendedor	\$ 191.658 / mes*	\$ 1.839.920 / año	3
Premium	\$ 221.742 / mes*	\$ 2.128.720 / año	5

*El pago es anual. Descuento aplica para cliente nuevo.

Features listed for all plans include: Documentos electrónicos limitados, Cobranza con Mercado Pago, Sligo App, Cotizaciones/CRM, Cartera seguimiento de cobranza, Gastos/cuentas por pagar, Contabilidad, and Inventarios/Compras y costo.

Anexo 34. Amortización del crédito

The screenshot shows the 'Simulador de Crédito' interface. The user has selected 'CRECER' as the credit line, entered a credit amount of \$50,000,000, and a term of 60 months. The calculated results are as follows:

Linea de Crédito	Valor solicitado
Crece hasta 108 Meses	\$ 50.000.000
Plazo mensual	Valor mensual seguro \$ 0
Cuota	Cuota total mensual \$ 1.270.000
Tasa efectiva anual	Tasa nominal mensual 1.5 %

Additional information: Tasa efectiva anual 19.56 %.

Plan de pagos

# CUOTA	ABONO CAPITAL	ABONO INTERÉS	CUOTA A PAGAR	SALDO CAPITAL
1	\$ 520.064	\$ 748.935	\$ 1.270.000	\$ 48.479.935
2	\$ 527.864	\$ 742.135	\$ 1.270.000	\$ 48.952.071
3	\$ 535.781	\$ 734.218	\$ 1.270.000	\$ 48.416.289
4	\$ 543.817	\$ 726.182	\$ 1.270.000	\$ 47.872.471
5	\$ 551.974	\$ 718.025	\$ 1.270.000	\$ 47.320.496
6	\$ 560.253	\$ 709.746	\$ 1.270.000	\$ 46.760.243
7	\$ 568.656	\$ 701.343	\$ 1.270.000	\$ 46.191.587
8	\$ 577.185	\$ 692.814	\$ 1.270.000	\$ 45.614.401
9	\$ 585.842	\$ 684.157	\$ 1.270.000	\$ 45.028.558
10	\$ 594.629	\$ 675.370	\$ 1.270.000	\$ 44.433.929
11	\$ 603.548	\$ 666.451	\$ 1.270.000	\$ 43.830.381
12	\$ 612.600	\$ 657.399	\$ 1.270.000	\$ 43.217.780
13	\$ 621.788	\$ 648.211	\$ 1.270.000	\$ 42.595.991
14	\$ 631.114	\$ 638.885	\$ 1.270.000	\$ 41.964.876
15	\$ 640.580	\$ 629.419	\$ 1.270.000	\$ 41.324.295
16	\$ 650.188	\$ 619.811	\$ 1.270.000	\$ 40.674.107
17	\$ 659.940	\$ 610.059	\$ 1.270.000	\$ 40.014.166
18	\$ 669.838	\$ 600.161	\$ 1.270.000	\$ 39.344.327
19	\$ 679.885	\$ 590.114	\$ 1.270.000	\$ 38.664.442
20	\$ 690.083	\$ 579.916	\$ 1.270.000	\$ 37.974.358

21	\$ 700,433	\$ 569,566	\$ 1,270,000	\$ 37,271,925
22	\$ 710,939	\$ 559,060	\$ 1,270,000	\$ 36,562,986
23	\$ 721,402	\$ 548,597	\$ 1,270,000	\$ 35,841,384
24	\$ 731,825	\$ 537,174	\$ 1,270,000	\$ 35,108,959
25	\$ 742,300	\$ 526,599	\$ 1,270,000	\$ 34,365,548
26	\$ 752,830	\$ 515,169	\$ 1,270,000	\$ 33,612,987
27	\$ 763,418	\$ 504,121	\$ 1,270,000	\$ 32,845,108
28	\$ 774,065	\$ 492,454	\$ 1,270,000	\$ 32,067,743
29	\$ 784,775	\$ 480,974	\$ 1,270,000	\$ 31,278,718
30	\$ 795,549	\$ 469,140	\$ 1,270,000	\$ 30,477,858
31	\$ 806,389	\$ 457,128	\$ 1,270,000	\$ 29,664,987
32	\$ 817,295	\$ 444,936	\$ 1,270,000	\$ 28,839,924
33	\$ 828,268	\$ 432,561	\$ 1,270,000	\$ 28,002,485
34	\$ 839,308	\$ 420,001	\$ 1,270,000	\$ 27,152,487
35	\$ 850,417	\$ 407,252	\$ 1,270,000	\$ 26,289,739
36	\$ 861,595	\$ 394,322	\$ 1,270,000	\$ 25,414,052
37	\$ 872,843	\$ 381,178	\$ 1,270,000	\$ 24,525,230
38	\$ 884,161	\$ 367,846	\$ 1,270,000	\$ 23,623,077
39	\$ 895,550	\$ 354,325	\$ 1,270,000	\$ 22,707,392
40	\$ 907,010	\$ 340,581	\$ 1,270,000	\$ 21,777,974
41	\$ 918,542	\$ 326,641	\$ 1,270,000	\$ 20,834,636
42	\$ 930,147	\$ 312,482	\$ 1,270,000	\$ 19,877,308
43	\$ 941,826	\$ 298,131	\$ 1,270,000	\$ 18,905,239

44	\$ 985,445	\$ 283,554	\$ 1,270,000	\$ 17,918,793
45	\$ 1,001,241	\$ 268,758	\$ 1,270,000	\$ 16,977,582
46	\$ 1,016,258	\$ 253,741	\$ 1,270,000	\$ 16,001,294
47	\$ 1,031,501	\$ 238,498	\$ 1,270,000	\$ 14,869,793
48	\$ 1,046,972	\$ 223,027	\$ 1,270,000	\$ 13,822,821
49	\$ 1,062,675	\$ 207,324	\$ 1,270,000	\$ 12,760,145
50	\$ 1,078,614	\$ 191,385	\$ 1,270,000	\$ 11,681,531
51	\$ 1,094,792	\$ 175,207	\$ 1,270,000	\$ 10,586,739
52	\$ 1,111,212	\$ 158,787	\$ 1,270,000	\$ 9,475,526
53	\$ 1,127,879	\$ 142,120	\$ 1,270,000	\$ 8,347,647
54	\$ 1,144,796	\$ 125,203	\$ 1,270,000	\$ 7,202,851
55	\$ 1,161,966	\$ 108,033	\$ 1,270,000	\$ 6,040,885
56	\$ 1,179,394	\$ 90,605	\$ 1,270,000	\$ 4,861,490
57	\$ 1,197,083	\$ 72,916	\$ 1,270,000	\$ 3,664,406
58	\$ 1,215,038	\$ 54,961	\$ 1,270,000	\$ 2,449,368
59	\$ 1,233,262	\$ 36,737	\$ 1,270,000	\$ 1,216,305
60	\$ 1,216,105	\$ 18,240	\$ 1,234,345	\$ 0
	\$ 50,000,000	\$ 26,164,345	\$ 76,164,345	