

**Creación de una empresa de Brownies y Chocolatería artesanal en la ciudad de
Bucaramanga**

Sara Arias Flórez

Trabajo de grado para optar por el título de Ingeniera Industrial

Director

Edwin Flórez

Magister en Administración

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ingenierías y Arquitectura

Facultad de Ingeniería Industrial

2024

Agradecimientos

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a Dios por haberme guiado y permitido culminar con éxito esta importante etapa de mi vida. Esta experiencia ha estado llena de enseñanzas y aprendizajes tanto a nivel académico como personal, los cuales sin duda han fortalecido mi crecimiento integral.

Agradezco de manera especial a mi familia, quienes han sido mi pilar fundamental durante este trayecto. Su incondicional apoyo, tanto emocional como financiero, ha sido fundamental para alcanzar mis metas y convertir este proyecto en una realidad. Gracias por creer en mí y en este emprendimiento académico.

También quiero extender mi gratitud a mi alma mater, Universidad Santo Tomas, por brindarme las herramientas necesarias para formarme como profesional. Los conocimientos adquiridos y el ambiente académico han sido cruciales en mi desarrollo tanto intelectual como personal.

Agradezco de manera especial a mi director de tesis, Edwin Flórez, por su invaluable orientación, apoyo constante y dedicación a lo largo de este proceso. Su guía experta y su presencia han sido fundamentales para superar los desafíos y alcanzar este logro académico.

Queda en mí el compromiso de seguir aprendiendo y contribuyendo al campo de la ingeniería industrial.

Contenido

Introducción	14
1. Objetivos	16
1.1 Objetivo general.....	16
1.2 Objetivos específicos.....	16
2. Plan de Negocio Nazara Brownies	16
2.1 Antecedentes del modelo de negocio	16
2.1.1 Descripción inicial de la oportunidad de negocio a satisfacer	16
2.2 Antecedentes investigativos.....	17
3. Plan de Negocio	20
3.1 Estudio de mercado	20
3.1.1 Segmentación de mercado.....	20
3.2 Investigación de mercado	22
3.2.1 Resultados	28
3.2.2 Principales hallazgos.....	35
3.3 Proyección de oferta y demanda	35
3.4 Tendencia de mercado	39
3.5 4p (producto, precio, punto de venta y promoción)	41
3.5.1 Producto	41
3.5.1.1 Minipaletas.....	41
3.5.1.2 Corazones.....	42

3.5.1.3 Clásicos.....	42
3.5.2 Precio	43
3.5.3 Punto de venta	44
3.5.4 Promoción	44
3.6 Estudio técnico.....	44
3.6.1 Producción y equipos necesarios	44
3.6.2 Diagrama de flujo	45
3.6.3 Componente innovador	46
3.6.4 Validación del negocio.....	48
3.7 Estudio administrativo.....	49
3.7.1 Misión	49
3.7.2 Visión.....	50
3.7.3 DOFA.....	50
3.7.4 Estructura organizacional.....	52
3.8 Requerimientos para el área administrativa.....	55
4. Estudio legal.....	56
4.1 Tipo de empresa	56
4.2 Normatividad	56
5. Estudio financiero.....	57
5.1 Ingresos.....	58

5.2 Egresos	58
5.3 Flujo de Caja	58
5.4 Flujo de Caja a 5 años	61
5.5 Indicadores de Evaluación Financiera.....	62
5.5.1 VAN, TIR, PRI.....	62
5.6 KPI	63
6. Plan de contingencia	64
6.1 Cronograma	65
7. Ejecución del plan de Negocios	67
7.1 Legalización de la Empresa.	67
7.1.1 Proceso de consulta.....	67
7.1.2 Inscripción en la Cámara de Comercio de Bucaramanga	69
7.1.3 Investigación Registro Sanitario (RSA), Permiso Sanitario (PSA) y Notificación Sanitaria (NSA) INVIMA	70
7.2 Avances Comerciales	73
7.2.1 Estrategias de Mercado y Promoción	73
7.2.2 Anuncios y pago de promociones Facebook Ads.....	74
7.2.3 Posicionamiento de Marca	77
7.2.4 Nuevos productos	80
7.2.4.1 Letras.	81

7.2.4.2 Paletas.....	81
7.2.4.3 Chocoreos.	82
7.2.5 Actualización Catálogo Nazara Brownies	82
7.2.6 Aceptación y opiniones de Nazara Brownies en el mercado	83
7.3 Avances técnicos.....	84
7.4 Análisis financiero	89
7.5 Lecciones aprendidas	95
7.5.1 Próximos pasos de Nazara Brownies.....	97
8. Conclusiones	99
Referencias.....	100
Apéndices.....	102

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Perfil del consumidor</i>	22
Tabla 2. <i>Población de Bucaramanga y su área Metropolitana</i>	24
Tabla 3. <i>Conformación Población por Estratos</i>	26
Tabla 4. <i>Población segmentada de Bucaramanga y su área Metropolitana</i>	26
Tabla 5. <i>Conformación segmentada Población por Estratos</i>	27
Tabla 6. <i>Producción y equipos necesarios</i>	45
Tabla 7. <i>Descripción del cargo Gerente/ Contabilidad</i>	53
Tabla 8. <i>Descripción del cargo Jefe de Producción</i>	53
Tabla 9. <i>Descripción del cargo Auxiliar de producción</i>	54
Tabla 10. <i>Descripción del cargo Ventas</i>	54
Tabla 11. <i>Requisitos área administrativa</i>	55
Tabla 12. <i>Flujo de Caja Acumulado PRI</i>	63
Tabla 13. <i>Plan de Contingencia</i>	64
Tabla 14. <i>Cronograma de Actividades</i>	66
Tabla 15. <i>Ventas y costos diciembre 2023 - mayo 2024</i>	89
Tabla 16. <i>P&G</i>	90
Tabla 17. <i>Activos y Códigos PUC de Nazara Brownies</i>	91
Tabla 18. <i>Balance General Nazara Brownies</i>	93
Tabla 19. <i>Análisis Vertical</i>	94

Lista de figuras

Figura 1. <i>Ventas Confitería y chocolate globalmente</i>	19
Figura 2. <i>Proyecciones de Población 2022</i>	24
Figura 3. <i>Ficha técnica de la encuesta</i>	28
Figura 4. <i>¿Con que frecuencia consumes productos de pastelería y chocolatería?</i>	29
Figura 5. <i>¿Qué tanto te gustan los Brownies?</i>	29
Figura 6. <i>¿Con que salsas te gustaría acompañar un Brownie?</i>	30
Figura 7. <i>¿En cuales ocasiones compras productos como Brownies y Chocolates?</i>	31
Figura 8. <i>Al momento de la compra, ¿Cuál sería el establecimiento de tu preferencia?</i>	32
Figura 9. <i>¿Qué características te gustaría encontrar en el establecimiento?</i>	32
Figura 10. <i>Indica cuál aspecto es más importante al elegir un producto</i>	33
Figura 11. <i>¿Con qué medio realizas el pago de tus compras?</i>	34
Figura 12. <i>¿Cómo preferirías realizar la compra de tu producto?</i>	34
Figura 13. <i>Stock de empresas según rama de actividad económica</i>	37
Figura 14. <i>Empresas con código 1081 en Bucaramanga.</i>	38
Figura 15. <i>Media Movil</i>	38
Figura 16. <i>Tamaño y tendencia de mercado chocolatería en Colombia</i>	40
Figura 17. <i>Minipaletas</i>	41
Figura 18. <i>Corazones</i>	42
Figura 19. <i>Brownies Clásicos</i>	43
Figura 20. <i>Precios de productos Nazara Brownies</i>	43
Figura 21. <i>Diagrama de flujo</i>	46
Figura 22. <i>Papel Antigrasa 100% Biodegradable</i>	47

Figura 23. <i>Diseño de empaque del producto</i>	48
Figura 24. <i>Perfil de Instagram Nazara Brownies</i>	49
Figura 25. <i>Matriz DOFA</i>	51
Figura 26. <i>Estructura organizacional</i>	52
Figura 27. <i>Requisitos área administrativa</i>	55
Figura 28. <i>Flujo de Caja año 2023</i>	60
Figura 29. <i>Flujo de Caja Proyección a 5 años</i>	61
Figura 30. <i>Flujo de Caja Proyección a 5 años</i>	62
Figura 31. <i>Segmentación campaña Publicitaria</i>	74
Figura 32. <i>Campañas publicitarias</i>	75
Figura 33. <i>Facturación Meta</i>	76
Figura 34. <i>Facturación Meta</i>	76
Figura 35. <i>Inicios Instagram</i>	77
Figura 36. <i>Resultado de campañas</i>	78
Figura 37. <i>Publicación promocionada</i>	79
Figura 38. <i>Visitas del perfil</i>	79
Figura 39. <i>Alcance mayor por género</i>	80
Figura 40. <i>Alcance mayor por edad</i>	80
Figura 41. <i>Letras</i>	81
Figura 42. <i>Paletas</i>	82
Figura 43. <i>Chocoreos</i>	82
Figura 44. <i>Opiniones clientes</i>	83
Figura 45. <i>Moldes de Acero Letras</i>	84

Figura 46. <i>Proceso producción Letras de Brownie</i>	86
Figura 47. <i>Primeras letras de Brownie</i>	87
Figura 48. <i>Nuevas letras</i>	87
Figura 49. <i>Nuevo Proceso producción Letras de Chocolate</i>	88
Figura 50. <i>Feed Instagram</i>	97
Figura 51. <i>Ejemplo Promociones de productos</i>	97

Lista de apéndices

Apéndice A. <i>Catálogo actualizado Nazara Brownies 2024</i>	102
Apéndice B. <i>Aceptación y opiniones de Nazara Brownies en el mercado</i>	104
Apéndice C. <i>RUT</i>	105
Apéndice D. <i>Cámara de Comercio</i>	108
Apéndice E. <i>Formulario Expedición Notificación Sanitaria</i>	111
Apéndice F. <i>Formulario Ficha Técnica</i>	115
Apéndice G. <i>Tarifa Notificación Sanitaria</i>	118
Apéndice H. <i>Base de datos ventas</i>	119
Apéndice I. <i>Base de datos compra de insumos</i>	121

Resumen

El proyecto tiene como objetivo establecer una empresa de Brownies y Chocolatería en Bucaramanga mediante la elaboración de un plan de negocios que confirme su viabilidad técnica, económica y de mercado. La empresa Nazara Brownies, se destaca por sus productos personalizados en cuanto a color, sabor y diseño. El plan de negocios contiene un análisis comercial, técnico, administrativo y financiero, evidenciando la puesta en marcha de los diferentes planes formulados. Actualmente Nazara Brownies está creciendo de manera orgánica, llegando a nuevos clientes, complementada con campañas de publicidad y promoción en Facebook Ads. Nazara Brownies se destaca en el mercado local por la calidad de sus productos, elaborados de forma artesanal, sin conservantes y con los mejores insumos del país. Esta producción orgánica, artesanal y personalizada ha permitido a la empresa diferenciarse en el mercado y continuar su crecimiento sostenido.

Palabras clave: emprendimiento, chocolatería, mejoramiento, brownies, negocio

Abstract

The objective of the project is to establish a brownies and chocolate company in Bucaramanga through the development of a business plan that confirms its technical, economic and market feasibility. The company Nazara Brownies, stands out for its customized products in terms of color, flavor and design. The business plan contains a commercial, technical, administrative and financial analysis, showing the implementation of the different plans formulated. Currently Nazara Brownies is growing organically, reaching new customers, complemented with advertising campaigns and promotion on Facebook Ads. Nazara Brownies stands out in the local market for the quality of its products, handmade, without preservatives and with the best inputs in the country. This organic, handmade and personalized production has allowed the company to differentiate itself in the market and continue its sustained growth.

Key words: entrepreneurship, chocolaterie, improvement, brownies, business

Introducción

La industria de la comida y los postres ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años en todo el mundo, y Colombia no es la excepción. En particular, la ciudad de Bucaramanga ha visto una gran demanda de productos de panadería y pastelería de alta calidad, y dentro de ese mercado, los brownies y los productos de chocolatería personalizados se han convertido en una opción popular entre los consumidores locales.

Los consumidores buscan productos menos dulces y más naturales, es por eso por lo que el consumidor de hoy en día se propone que los productos de pastelería y chocolatería dejen de ser vistos únicamente para el consumo diario y pasen a ser parte para consumo de fechas especiales e ideas para regalo.

Dentro de este contexto, surge la idea de crear una empresa de brownies y chocolatería artesanal y personalizada en la ciudad de Bucaramanga. Esta empresa se enfocará en producir brownies y chocolates de alta calidad y personalizados para eventos especiales, regalos y celebraciones, además de ofrecer una variedad de productos de alta calidad para los clientes locales.

Uno de los objetivos principales de esta empresa es proporcionar a los consumidores una experiencia única y personalizada. Trabjará en estrecha colaboración con los clientes para crear productos de chocolate personalizados que reflejen su estilo y gustos personales. Esto incluirá una amplia gama de opciones de diseño y sabor

Además de la personalización, la empresa se centrará en la producción artesanal de sus productos, utilizando ingredientes naturales y de alta calidad, y siguiendo recetas tradicionales que han sido perfeccionadas con el tiempo. Otro aspecto importante de la empresa será su compromiso

con la sostenibilidad y el medio ambiente. Se utilizarán empaques biodegradables y se procurará adquirir los ingredientes de proveedores locales y sostenibles en la medida de lo posible.

Este proyecto de grado se enfoca en la creación y gestión de una empresa en el mercado creciente de la ciudad de Bucaramanga basado en la investigación y análisis de las diferentes estrategias y procesos necesarios determinados desde el entorno externo con la dinámica del mercado potencial y demandas actuales, y desde lo interno con los costos y los recursos necesarios para la producción y comercialización de estos productos de alta calidad.

1. Creación de una empresa de Brownies y Chocolatería artesanal en la ciudad de Bucaramanga

1.1 Objetivo general

Crear una empresa de brownies y chocolatería en la ciudad de Bucaramanga, a partir de la elaboración de un plan de negocios que demuestre la viabilidad técnica, económica y de mercado para ofrecerles a los usuarios productos que se puedan personalizar, en cuanto a color y diseño

1.2 Objetivos específicos

Formular un plan de negocios a través de un análisis comercial, técnico, administrativo y financiero, para la creación de una empresa de brownies y chocolatería en la ciudad de Bucaramanga

Implementar el plan de negocios evidenciando la puesta en marcha de los diferentes planes formulados

2. Plan de Negocio Nazara Brownies

2.1 Antecedentes del modelo de negocio

2.1.1 Descripción inicial de la oportunidad de negocio a satisfacer

La creación de una empresa de brownies y chocolatería personalizados puede ser una oportunidad lucrativa debido a la popularidad de los productos de repostería y chocolates

personalizados en la actualidad. Además, la pandemia ha llevado a un aumento en la demanda de productos de repostería y alimentos para llevar, lo que puede ser una oportunidad para la empresa. Además, los brownies y chocolates personalizados tienen una ventaja competitiva única en comparación con los productos de repostería y chocolates convencionales, ya que se pueden personalizar según las preferencias de los clientes, lo que aumenta la satisfacción y la fidelidad del cliente.

Otra justificación para la creación de esta empresa es que el mercado objetivo es amplio y diverso. Los brownies y chocolates personalizados pueden ser utilizados como regalos para ocasiones especiales, como bodas, cumpleaños, eventos corporativos, y pueden ser vendidos en línea, en tiendas físicas y entrega a domicilio.

Además, el costo de producción de los brownies y chocolates personalizados es relativamente bajo, lo que puede aumentar la rentabilidad de la empresa. Los ingredientes son comunes y fáciles de conseguir, y los productos se pueden fabricar en lotes pequeños o grandes según la demanda.

La ciudad de Bucaramanga ha experimentado un auge en la creación de empresas dedicadas a la producción y venta de productos artesanales y naturales en los últimos años. La demanda de productos de alta calidad, personalizados y sabor único ha llevado a la creación de nuevas marcas en diferentes sectores, incluyendo la chocolatería.

Esto demuestra que la idea de ofrecer y presentar productos con diferentes sabores, formas y diseños se han convertido en una necesidad para las personas, en el momento de compartir un rato en familia o realizar un obsequio

2.2 Antecedentes investigativos

La historia del cacao y del chocolate en Colombia se remonta a la época precolombina, cuando las culturas indígenas utilizaban el cacao como moneda y bebida ceremonial. Durante la época colonial, los españoles introdujeron la producción de cacao en la región de Santander, donde se encuentra Bucaramanga, y comenzaron a exportar el producto a Europa. [1]

En los últimos años, ha habido un renacimiento de la industria del chocolate en Colombia, con un creciente interés en el chocolate de alta calidad y de origen. Los productores de cacao y chocolateros artesanales han ganado reconocimiento a nivel nacional e internacional por la calidad de sus productos. En la ciudad de Bucaramanga, también ha habido un aumento en la oferta de productos de pastelería y confitería artesanales y personalizados, lo que sugiere una demanda potencial para una empresa de brownies y chocolatería artesanal y personalizada en la ciudad. [2]

Según Angela Montenegro, directora del Instituto Colombiano de Panadería y Pastelería para la revista La Barra, menciona que este subsegmento que es la repostería y pastelería se encuentra en constante evolución y crecimiento en el país, indica que este surgimiento en Colombia ha generado la existencia de más de 25.000 panaderías y pastelerías, de igual manera, registran ventas por más de tres billones de pesos y más de 400.000 empleos directos. [3]

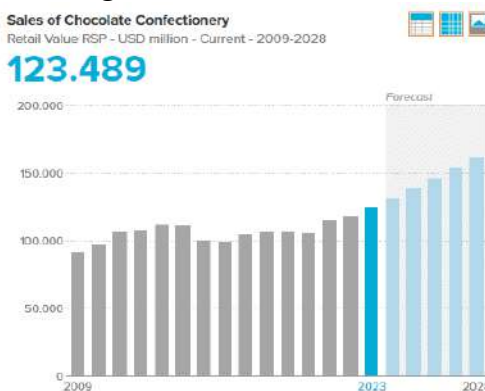
Así mismo, según el DANE en el año 2018, entre los años 2017 y 2018 el sector pastelero creció un 3,2% por encima del PIB del país que fue un 2,6% en 2018. Del mismo modo, un estudio que realizó el Instituto Colombiano de Panadería y Pastelería en el 2019 mostró que las treinta empresas más grandes de dicho sector tuvieron un incremento del 13,9% en sus ingresos operaciones en 2018 frente al año anterior. Estas cifras muestran la importancia y el dinamismo que tiene este sector en la economía colombiana

En los últimos años, ha habido un aumento en la popularidad de los productos de repostería artesanal, especialmente en la categoría de brownies y chocolatería. De acuerdo con el reporte "El

mercado de postres en América Latina" de Euromonitor International, se espera que el mercado de postres en América Latina alcance los US\$8.000 millones para 2023, impulsado en gran parte por la demanda de productos de repostería de alta calidad y artesanales. [2]

A nivel mundial las ventas de Confitería de chocolate y derivados, desde el año 2015 hasta el año 2020 se mantuvieron constantes, no hubo crecimiento ni decrecimiento de este, pero en el año 2021 se pudo observar un crecimiento y se prevé que crezca un 5.6% anualmente hasta el año 2028, actualmente en el año 2023 las ventas de confitería y chocolate tienen un alcance de US\$123.489 millones [4], como se puede observar en la siguiente grafica de Euromonitor

Figura 1. *Ventas Confitería y chocolate globalmente*



Tomado de: Passport Euromonitor International.

En la ciudad de Bucaramanga, también se ha visto un aumento en la oferta de productos de repostería artesanal en los últimos años. Hay una serie de pequeñas empresas y emprendimientos que se dedican a la elaboración de brownies y chocolatería artesanal y personalizada, lo que indica una demanda creciente por parte de los consumidores locales.

Todo esto indica que la creación de una empresa de brownies y chocolatería artesanal en la ciudad de Bucaramanga puede ser una oportunidad interesante, ya que puede aprovechar el mercado local, así como la calidad de los ingredientes locales.

3. Plan de Negocio

3.1 Estudio de mercado

El enfoque comercial comprende individuos con edades entre los 15 y 65 años, prescindiendo de distinciones de género. El ámbito geográfico de interés se circunscribe a la ciudad de Bucaramanga y sus alrededores, dado que, en la actualidad, la distribución de productos se restringe a esta localidad y no contempla envíos a otras regiones del país. No se establece ninguna restricción con respecto a la ocupación profesional de los potenciales consumidores.

Las preferencias y afinidades de la audiencia objetivo se orientan hacia el gusto por el brownie y el chocolate, evidenciando una apreciación por productos artesanales y sin conservantes. Este segmento se caracteriza por su búsqueda de experiencias más particulares y personalizadas, mostrando interés tanto en la adquisición de detalles para ocasiones especiales como en la indulgencia sin atender a una fecha específica. Se identifica como cliente potencial a aquellos individuos en relaciones afectivas, así como a padres y madres que compartan el gusto por el brownie y el chocolate con sus hijos.

Además, se reconoce como oportunidad de mercado a empresas que buscan obsequios corporativos de alta calidad. Este nicho empresarial valora la posibilidad de personalizar los productos, a la par de priorizar una excelente relación entre la calidad ofrecida y el precio, elementos que configuran un atractivo distintivo en la propuesta comercial en la ciudad de Bucaramanga.

3.1.1 Segmentación de mercado

- *Geográficos*: la segmentación del mercado geográficamente debe ser en la ciudad de Bucaramanga y alrededores como, el municipio de Floridablanca, Girón y Piedecuesta. Sectores en la ciudad como: Cañaveral, Cabecera, Real de Minas, Cacique, Diamante, Lagos, Ritoque, San Alonzo, San Francisco, Sotomayor, Provenza, Villabel, El Bosque, entre otros.
- *Demográfico*: La segmentación demográfica del mercado se dirige a personas cuyas edades están entre los 15 y 65 años. Esta elección se justifica en la medida en que las personas comprendidas en este rango de edad manifiestan un mayor grado de interacción en redes sociales y tienden a realizar compras en línea, especialmente a través de dichas redes. En este contexto, no se establecen restricciones basadas en el género de los potenciales consumidores.

Se considera relevante el factor socioeconómico en la segmentación, especificando que el estatus social se valora a partir de un estrato 3-5. Esta elección se fundamenta en el reconocimiento de que, para ciertos grupos de personas, el costo asociado a productos como chocolates y brownies puede percibirse como elevado, sin considerar el proceso meticuloso que implica su elaboración. En consecuencia, la estratificación socioeconómica se convierte en un criterio pertinente para entender y abordar las percepciones de valor y accesibilidad que influyen en la decisión de compra de la audiencia

- *Psicográficos*: La segmentación del mercado psicográfico se dirige hacia personas que buscan opciones de regalos únicos y personalizados, como medio de expresión personal. Este grupo demográfico específico abarca a aquellos que se encuentran en relaciones afectivas o con pareja, destacando la relevancia de la emotividad y la atención al detalle en la celebración de fechas especiales.

Asimismo, se identifica como parte integral de este segmento a padres y madres cuyos hijos comparten el gusto por el brownie. La lealtad, tanto hacia el producto como hacia la marca, se constituye como una característica definitoria dentro de este panorama psicográfico, evidenciando la importancia de la fidelización en la preferencia de consumidores que atribuyen un valor sentimental a la experiencia proporcionada por los productos.

Tabla 1. *Perfil del consumidor*

PERFIL DEL CONSUMIDOR	
Ubicación geográfica	Bucaramanga y su área metropolitana (Floridablanca, Girón y Piedecuesta)
Género	Mujeres y hombres
Nivel socioeconómico	Empleados, independientes y estudiantes.
Rango de edad	De 15 a 65 años.
	Estratos socioeconómicos entre 3 y 5
Conducta de compra	Facilidades de acceso a internet desde su propio dispositivo, buscan opciones de regalos únicos y personalizados para expresarse, personas en una relación amorosa o con pareja, que celebran fechas especiales y sean detallistas, gusto por el brownie y chocolate, personas con hijos que les guste el brownie, lealtad hacia el producto y marca

3.2 Investigación de mercado

- *Metodología usada.* Para la investigación del mercado del negocio se va a utilizar una investigación descriptiva, de igual manera, se va a usar una técnica cuantitativa para identificar gustos y preferencias de los clientes potenciales de la empresa

- Instrumentos de recolección. El instrumento que se va a utilizar según el enfoque de la investigación corresponde a una encuesta como herramienta para obtener la información solicitada por medio de preguntas

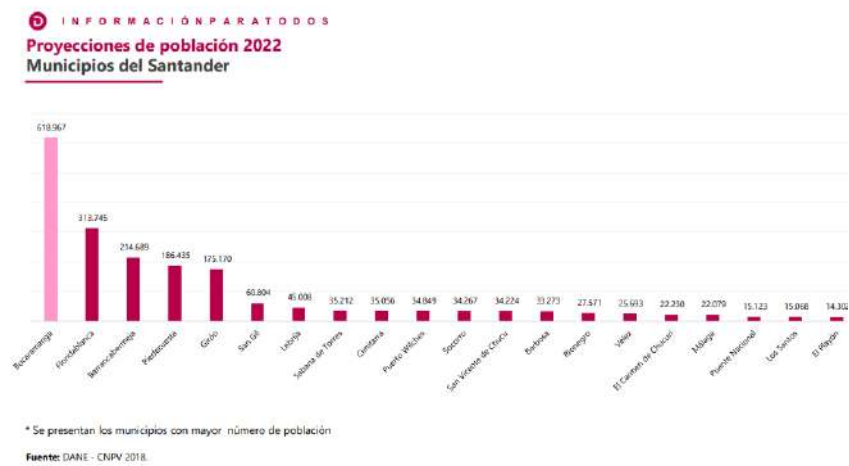
Esta encuesta se realizará una única vez, con la ayuda de Google Forms, de esta forma es más fácil su distribución y desarrollo ya que se aplica de manera digital.

- *Ficha técnica de la encuesta.* Se diligencia la ficha técnica de la encuesta que permite incluir el cálculo y tamaño de la muestra de la población. La población estudiada comprendió individuos residentes en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, con edades comprendidas entre los 15 y 65 años y su estrato socioeconómico entre 3 y 5.

Con el fin de conocer los gustos y preferencias sobre el producto a los posibles consumidores y clientes, con el objetivo de diseñar nuevas estrategias de mercado y crear un mejor producto con los resultados obtenidos y atraer a más público con nuestros productos y atención al público

Según el DANE [5], en Bucaramanga y su área metropolitana, la proyección de población en el año 2022 fue de 618.967 en la ciudad de Bucaramanga, 313.745 en el municipio de Floridablanca, 186.435 en el municipio de Piedecuesta y 175.170 para el municipio de Girón, dicho esto, el total de proyección de la población para el año 2022 fue de 1.294.317.

Figura 2. Proyecciones de Población 2022



Tomado de: Proyecciones del DANE para 2022 con base en el censo de 2018

La siguiente tabla presenta la población de Bucaramanga y su área metropolitana en el año 2022, organizada por grupos de edad y sexo.

Tabla 2. Población de Bucaramanga y su área Metropolitana

Población de Bucaramanga y su Área Metropolitana			
Edades	Mujeres	Hombres	Total
Menos de 12 años	105.067	96.985	188.405
12 a 17 años	58.225	53.746	104.699
18 a 24 años	83.776	77.332	151.595
25 a 29 años	64.470	59.511	117.468
30 a 34 años	56.544	52.195	104.199

Población de Bucaramanga y su Área Metropolitana			
Edades	Mujeres	Hombres	Total
35 a 39 años	50.731	46.828	94.977
40 a 44 años	44.563	41.135	86.163
45 a 49 años	39.276	36.255	78.791
50 a 54 años	38.729	35.750	79.981
55 a 59 años	36.639	33.821	77.136
60 a 64 años	30.406	28.068	64.851
65 años o más	64.618	59.648	146.052
Total	673.045	621.272	1.294.317

Tomado de: Proyecciones del DANE para 2022 con base en el censo de 2018
De acuerdo con el informe de la Alcaldía de Bucaramanga sobre Política Pública de

Vivienda y Hábitat [6], la composición demográfica por estratos en la ciudad revela que el 28% de los hogares se encuentran en los estratos 1 y 2, mientras que el 61% pertenece a los estratos 3 y 4. El restante 11% se distribuye entre los estratos 5 y 6.

Tabla 3. *Conformación Población por Estratos*

Conformación Población por Estratos		
Estrato	% Conformación Poblacional	
1-2.	28%	362.409
3-4.	61%	789.533
5-6.	11%	142.375

Tomado de: Alcaldía de Bucaramanga

Según lo mencionado anteriormente, se puede observar cómo se ha segmentado la población de Bucaramanga y su área metropolitana en función de la edad y el estrato socioeconómico. Para este proyecto, se han tomado únicamente individuos con edades comprendidas entre los 15 y 65 años y pertenecientes a los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5. Con base en estos criterios, se estima que la población aproximada que será objeto de análisis es de 662.303 personas, las cuales cumplen con los requisitos establecidos para la clasificación, como se puede evidenciar en las siguientes tablas

Tabla 4. *Población segmentada de Bucaramanga y su área Metropolitana*

Población de Bucaramanga y su área Metropolitana			
Edades	Mujeres	Hombres	Total
12 a 17 años	58.225	53.746	104.699
18 a 24 años	83.776	77.332	151.595
25 a 29 años	64.470	59.511	117.468
30 a 34 años	56.544	52.195	104.199
35 a 39 años	50.731	46.828	94.977
40 a 44 años	44.563	41.135	86.163
45 a 49 años	39.276	36.255	78.791

Población de Bucaramanga y su área Metropolitana			
Edades	Mujeres	Hombres	Total
50 a 54 años	38.729	35.750	79.981
55 a 59 años	36.639	33.821	77.136
60 a 64 años	30.406	28.068	64.851
Total	503.359	464.639	959.860

Tomado de: Alcaldía de Bucaramanga

Tabla 5. *Conformación segmentada Población por Estratos*

Conformación Población por Estratos		
Estrato	% Conformación Poblacional	
3-4.	61%	585.514
5	8%	76.789
Total	662.303	

Tomado de: Alcaldía de Bucaramanga

- *Características de la encuesta.* A continuación, en la figura 3, se va a presentar la ficha técnica de la encuesta, donde se pueden evidenciar todas sus características, la ficha técnica se logró realizar gracias a la universidad Santo Tomas seccional Bucaramanga, la cual nos proporcionó dicho formato

Figura 3. Ficha técnica de la encuesta

 FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA			
Nombre de la encuesta		Encuesta Trabajo de grado creación de una empresa de Brownies y Chocolatería artesanal en la ciudad de Bucaramanga	
Ámbito geográfico		Población que se encuentra entre los 15 y 65 años, de estratos socioeconómicos entre 3 y 5 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana	
Cuestionario		El contenido de este cuestionario son 9 preguntas acerca del trabajo de grado sobre la creación de una empresa de Brownies y Chocolatería artesanal en la ciudad de Bucaramanga, se realizó el cuestionario gracias a la plataforma de Formularios de Google. El tiempo de respuesta del cuestionario es de máximo 8 minutos.	
DATOS MUESTRALES			
Universo objetivo (N):	662.303	OBJETIVO DE LA ENCUESTA: el objetivo de este cuestionario es con el fin de saber los gustos y preferencias por los Brownies de nuestros posibles clientes y consumidores. De esta manera, poder prestar el mejor servicio en cuanto calidad del producto y atención al cliente	
Nivel de confianza (Z)	95 %		
Probabilidad a favor (p)	0,5		
Probabilidad en contra (q)	0,5		
Error de estimación (e)	5 %	Muestreo Aleatorio Estratificado $n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$	
TAMAÑO MUESTRA (n):	90,20		
Tipo de encuestas:	Cuestionario estructurado vía on-line	Fecha de realización:	15 DE NOVIEMBRE DE 2023
PREGUNTAS QUE SE FORMULARON			
1	¿Con que frecuencia consumes productos de pastelería y chocolatería?		
2	¿Qué tanto te gustan los Brownies?		
3	¿Con que salsas te gustaría acompañar un Brownie? (Puedes escoger varias opciones)		
4	¿En cuales ocasiones compras productos como Brownies y Chocolates? (Puedes escoger varias opciones)		
5	Al momento de la compra, ¿Cuál sería el establecimiento de tu preferencia? (Puedes escoger varias opciones)		
6	¿Qué características te gustaría encontrar en el establecimiento? (Puedes escoger varias opciones)		
7	Indica cuál aspecto es más importante al elegir un producto (Puedes escoger varias opciones)		
8	¿Con qué medio realizas el pago de tus compras? (Puedes escoger varias opciones)		
9	¿Cómo preferirías realizar la compra de tu producto? (Puedes escoger varias opciones)		

Tomado de: Universidad Santo Tomás

3.2.1 Resultados

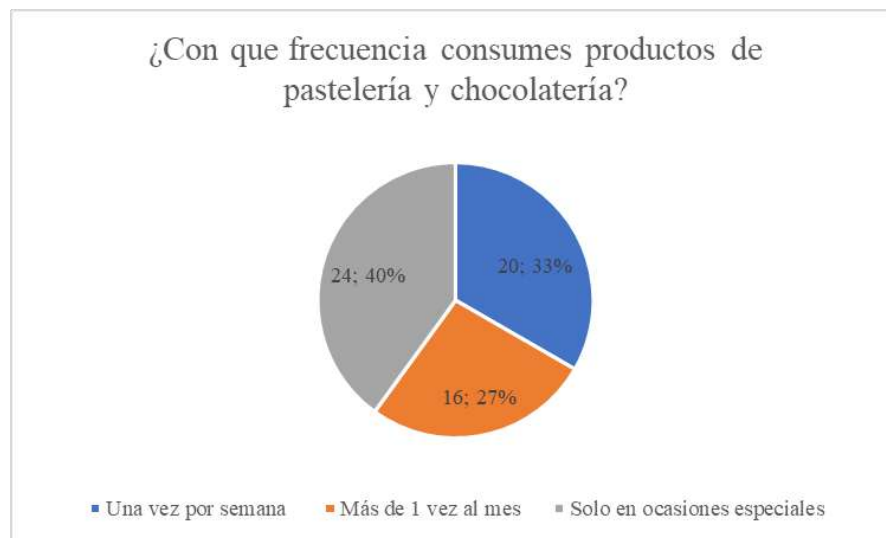
Se van a exponer los resultados y los análisis para la formulación del plan de negocio para la Creación de una empresa de Brownies y Chocolatería artesanal en la ciudad de Bucaramanga. Se ha realizado la investigación de mercados, la cual evaluó el comportamiento de compra tanto del potencial cliente como el consumidor, se pudieron analizar sus preferencias nutricionales y de

consumo, de igual manera, sus canales de distribución y medios de pago que prefieren utilizar para adquirir su producto

- *Interpretación de los resultados*

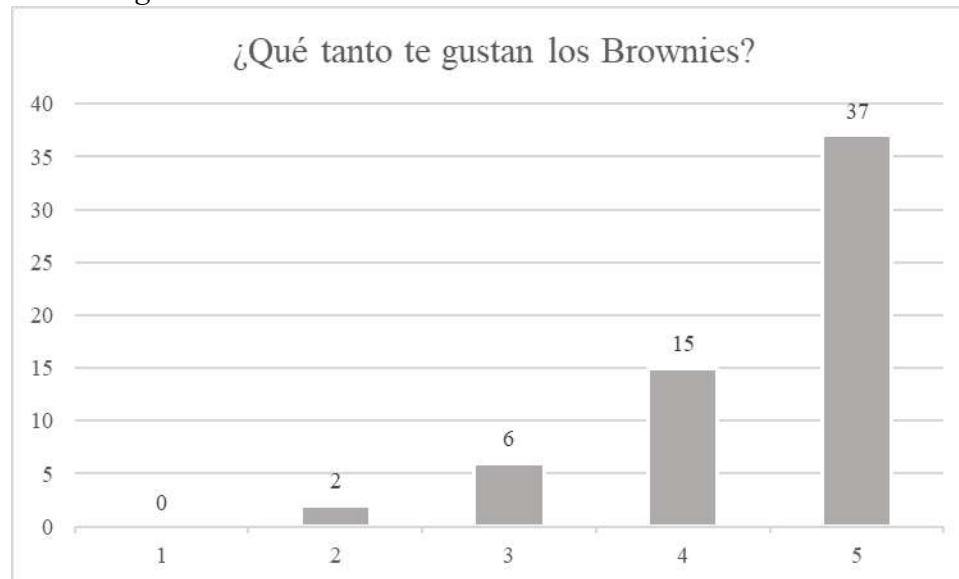
Pregunta 1. ¿Con que frecuencia consumes productos de pastelería y chocolatería?

Figura 4. *¿Con que frecuencia consumes productos de pastelería y chocolatería?*



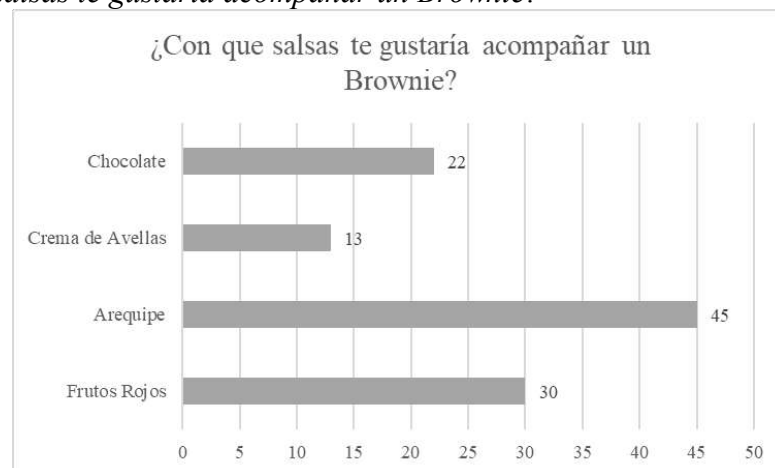
Se puede observar en el gráfico 4, que la mayoría de los estudiantes consumen productos de pastelería y chocolatería solo en ocasiones especiales con un 40% y el 33% de los encuestados consumen una vez por semana.

Pregunta 2. ¿Qué tanto te gustan los Brownies?

Figura 5. *¿Qué tanto te gustan los Brownies?*

Se puede observar en el gráfico 5, que 37 estudiantes sienten un gran nivel de agrado frente al gusto por los Brownies siendo un 61,7% de los encuestados, a diferencia de solo 2 estudiantes que no sienten tanto agrado al Brownie, que apenas pertenece al 3,3% de la población

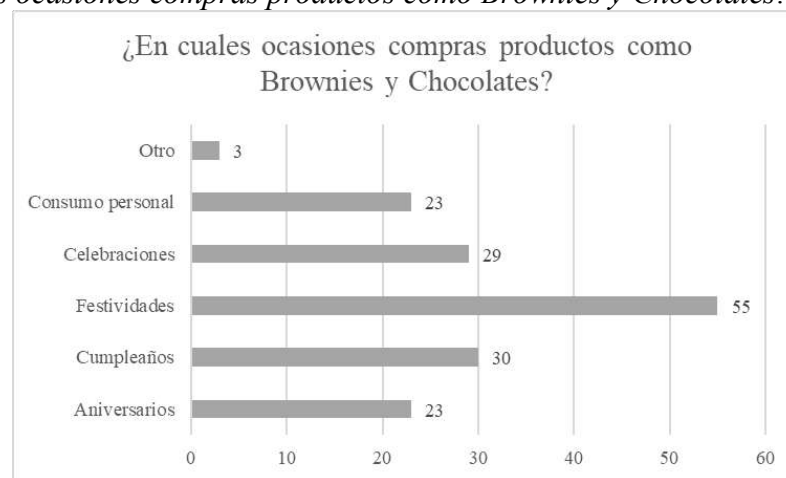
Pregunta 3. *¿Con que salsas te gustaría acompañar un Brownie? (Puedes escoger varias opciones)*

Figura 6. *¿Con que salsas te gustaría acompañar un Brownie?*

A la mayoría de los estudiantes con un 76,3% les gustaría acompañar el brownie con salsa de arequipe, seguido a este al 50,8% les gustaría con salsa de frutos rojos y solamente a 13 estudiantes les gustaría acompañarlo con crema de avellanas

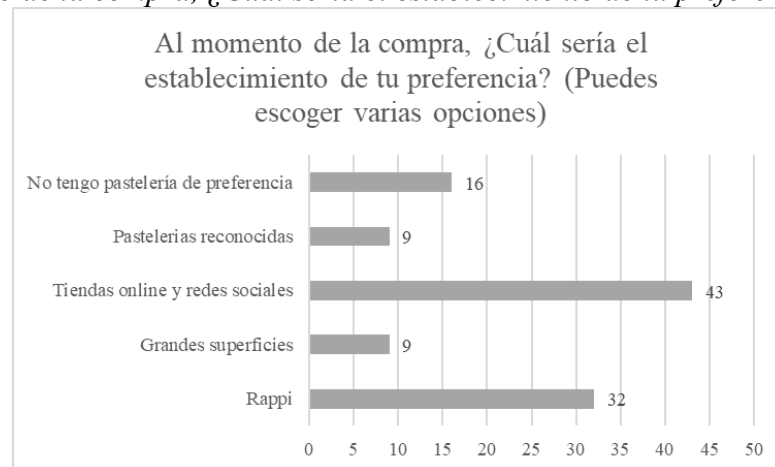
Pregunta 4. ¿En cuales ocasiones compras productos como Brownies y Chocolates?
(Puedes escoger varias opciones)

Figura 7. *¿En cuales ocasiones compras productos como Brownies y Chocolates?*



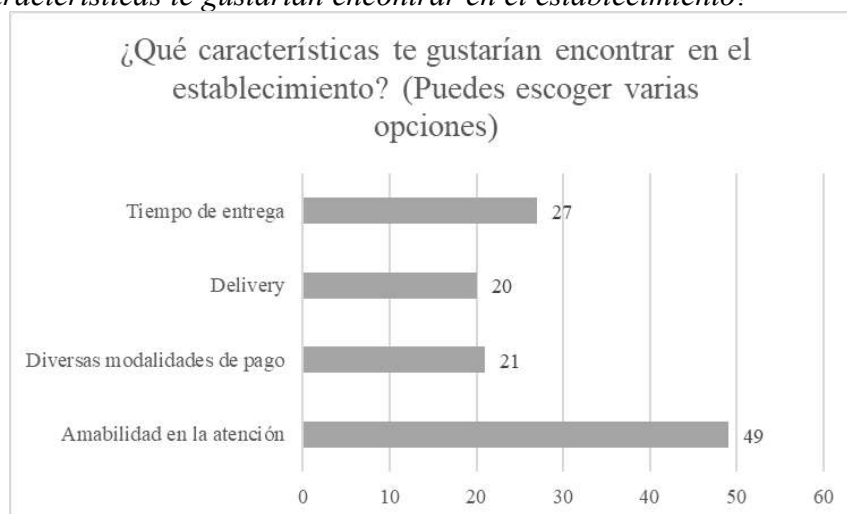
En el grafico 7, se puede observar mayor preferencia por lo estudiantes de compra para festividades como el día de la madre, amor y amistad, día del padre, etc. A diferencia de comprar para una ocasión de cumpleaños, que fueron en total 30 estudiantes y 3 estudiantes indicaron que otra opción para compra seria para eventos empresariales

Pregunta 5. Al momento de la compra, ¿Cuál sería el establecimiento de tu preferencia?
(Puedes escoger varias opciones)

Figura 8. *Al momento de la compra, ¿Cuál sería el establecimiento de tu preferencia?* (Puedes escoger varias opciones)

El grafico 8, muestra que los estudiantes prefieren una tienda online y redes sociales para realizar sus compras con un 71,7%, seguido de que a 32 estudiantes prefieren como establecimiento de compra por la plataforma de domicilios de Rappi, el 26,7% de los estudiantes no tiene una pastelería de referencia y 9 estudiantes prefieren compra en pastelerías reconocidas y al igual que en grandes superficies.

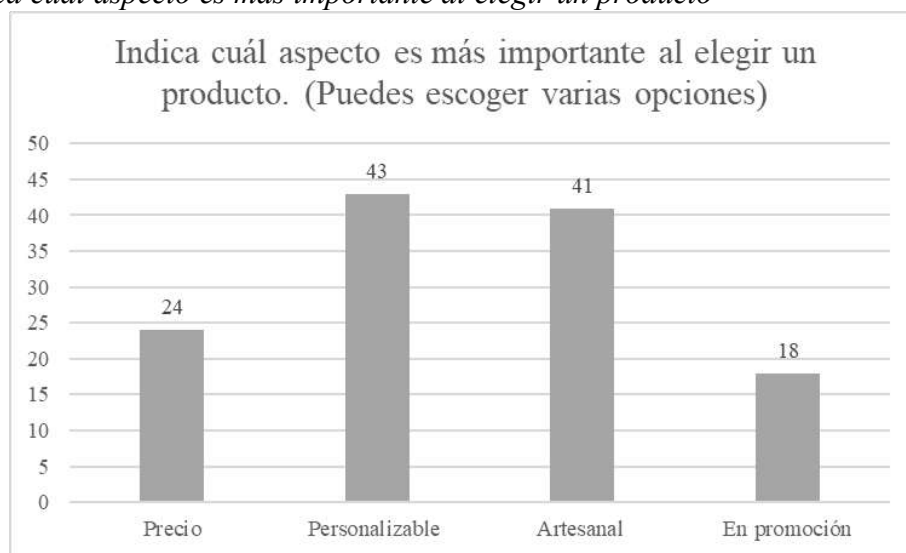
Pregunta 6. ¿Qué características te gustaría encontrar en el establecimiento? (Puedes escoger varias opciones)

Figura 9. *¿Qué características te gustaría encontrar en el establecimiento?*

Según el grafico 9, la característica más importante para los estudiantes encuestados al momento de ser atendido fue un servicio amable con el 81,7%, seguido de la rapidez de entrega del pedido con un 45%, contar diversas modalidades de pago con un 35% y por último que el establecimiento cuente con servicio delivery con un 33,3%

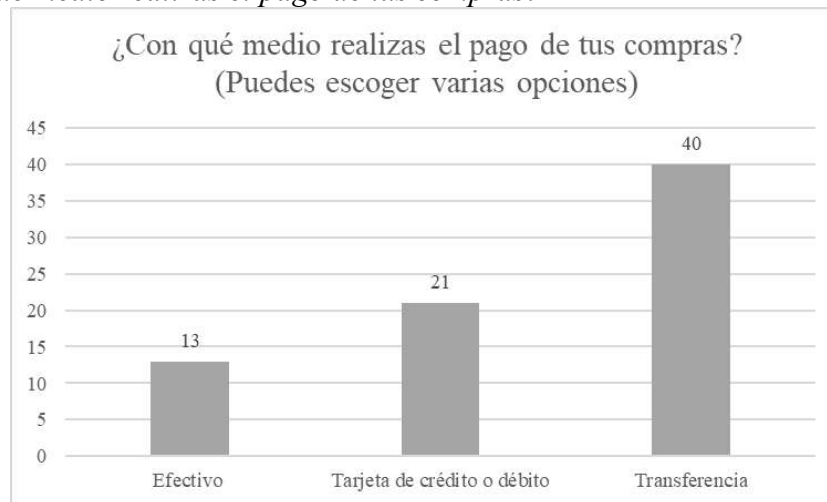
Pregunta 7. ¿Qué características te gustaría encontrar en el establecimiento? (Puedes escoger varias opciones)

Figura 10. Indica cuál aspecto es más importante al elegir un producto



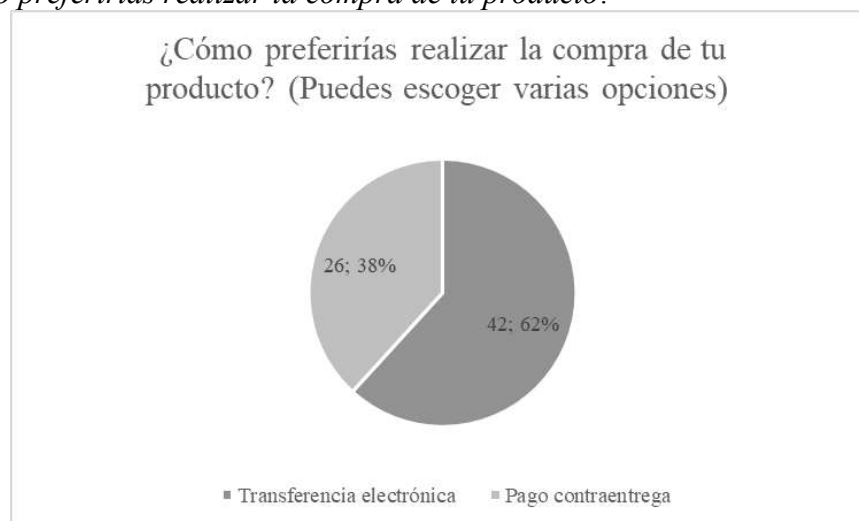
El grafico 10, evidencia que a 43 estudiantes les parece importante poder personalizar el producto, seguido de esto, a 41 estudiantes que sea un producto artesanal y sin conservantes, a 24 estudiantes les parece importante al momento de elegir un producto su precio y por último con un 30% de encuestados les interesa que el producto este en promoción

Pregunta 8. ¿Con qué medio realizas el pago de tus compras? (Puedes escoger varias opciones)

Figura 11. *¿Con qué medio realizas el pago de tus compras?*

En la gráfica 11, se logra observar que 40 estudiantes tienen como costumbre realizar compras de productos de chocolatería y pastelería con transferencia, seguido de esto 21 estudiantes prefieren usar tarjetas de crédito o débito y por último solamente 13 estudiantes prefieren el efectivo como medio de pago

Pregunta 9. ¿Cómo preferirías realizar la compra de tu producto? (Puedes escoger varias opciones)

Figura 12. *¿Cómo preferirías realizar la compra de tu producto?*

En el grafico 12, se puede evidenciar que el 62% de los estudiantes prefieren realizar sus compras por medio de transferencia electrónica y el 38% de los estudiantes prefieren realizar pago contraentrega

3.2.2 Principales hallazgos

- Los resultados obtenidos revelan un optimista grado de aceptación entre los encuestados con respecto a la creación de una empresa dedicada a la producción de Brownies y chocolatería en la ciudad de Bucaramanga. Se destaca que los mismos de igual forma serían utilizados no solo en un contexto cotidiano o de consumo personal, sino también en la celebración de festividades significativas
- Para las personas encuestadas destacaron aspectos como: amabilidad, opción de personalizar el producto, que el producto sea artesanal y sin conservantes, lo que constituye una ventaja competitiva para el proyecto
- Actualmente las redes sociales y tiendas online juegan un papel importante para la oferta de productos y servicios actuales, ya que son el medio de comunicación preferido de las personas encuestadas, así conocen de manera rápida el catálogo y logran realizar su pedido más rápido y eficiente
- El incremento observado en las transacciones mediante plataformas en línea tras el periodo del COVID-19 ha fortalecido la confianza de los usuarios en la compra de productos a través de páginas web o tiendas de redes sociales, de esta manera, se refleja una creciente preferencia por los métodos de pago digital

3.3 Proyección de oferta y demanda

- *Oferta*

La empresa Nazara Brownies se enmarca en la actividad económica de código CIIU 1081 que forma parte del sector de la industria manufacturera. Esta actividad económica se centra en la elaboración de productos de pastelería y bizcochos empacados, así como en la preparación de aperitivos dulces y salados.

Según la Cámara de Comercio de Bucaramanga en el 2023, a nivel sectorial el 44,4% del stock de empresas inscritas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga en 2023 correspondieron a el sector de Comercio, la industria manufacturera con un 12,4% y servicios de comida y alojamiento un 10,7%, estas tres grandes actividades económicas representaron el 67,5% del tejido empresarial en el año 2023. [7]

El sector de mayor importancia en la región fue el Comercio, con un total de 38.233 empresas en el 2023, con un total de más de 27.533 unidades económicas más que en la industria manufactura, la cual cuenta con 10.700 empresas y 28.989 más que el sector de Servicios de comida y alojamiento, con 9.244 empresas. De esta manera, se puede evidenciar que estos dos grandes sectores impactan notablemente a la economía del país, como se puede observar en la siguiente ilustración

Figura 13. *Stock de empresas según rama de actividad económica*

Actividad económica	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Comercio	43,8%	43,5%	43,8%	43,6%	45,0%	45,0%	44,6%	44,4%
Industria manufacturera	13,4%	13,1%	12,9%	12,8%	12,4%	12,3%	12,4%	12,4%
Servicios de comida y alojamientos	9,4%	9,9%	10,3%	10,5%	9,7%	10,1%	10,4%	10,7%
Construcción	5,6%	5,5%	5,3%	5,2%	4,9%	4,9%	4,9%	4,8%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	5,9%	5,9%	5,7%	5,6%	5,5%	5,6%	5,7%	5,7%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	3,2%	3,1%	3,0%	3,1%	3,0%	2,9%	3,0%	3,0%
Transporte y Almacenamiento	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,7%	3,3%	3,0%	2,9%
Otras actividades de servicio	4,2%	4,3%	4,3%	4,5%	4,4%	4,4%	4,4%	4,3%
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,8%	1,8%	1,8%	1,8%	1,9%	2,0%	2,2%	2,2%
Información y Comunicaciones	2,1%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	1,8%	1,8%
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	1,3%	1,5%	1,5%	1,5%	1,3%	1,4%	1,5%	1,5%
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	1,6%	1,6%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%
Educación	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%	0,8%	0,8%	0,9%	0,9%
Actividades inmobiliarias	1,5%	1,5%	1,4%	1,4%	1,4%	1,5%	1,5%	1,5%
Actividades financieras y de seguros	1,6%	1,6%	1,6%	1,7%	1,7%	1,5%	1,5%	1,4%
Distribución de agua, saneamiento ambiental	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%

Tomado de: Cámara de Comercio de Bucaramanga

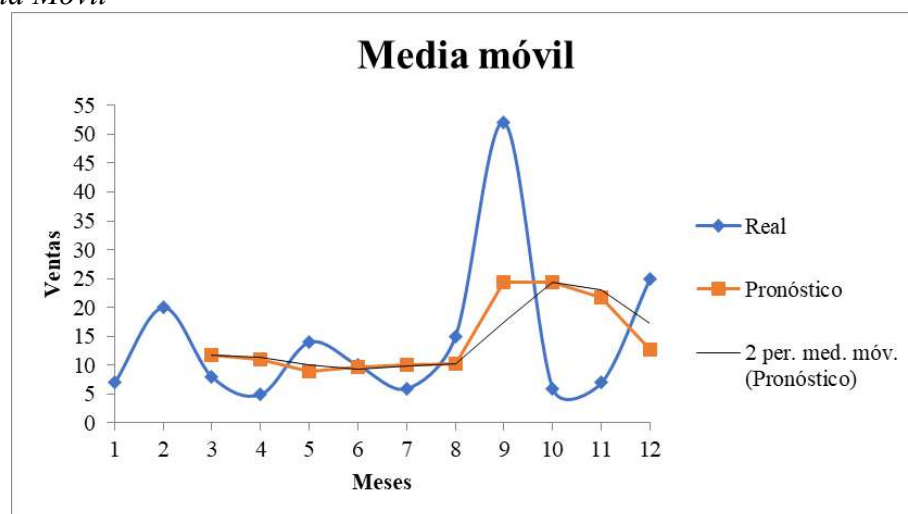
Según los datos proporcionados por Compite 360, plataforma la cual ofrece a empresarios una amplia gama de información prácticos y fiables, para brindar y fortalecer ideas de emprendimiento, de igual manera, tiene como objetivo estimular la competencia y realizar análisis del entorno económico. Se evidencia que en el país hay un total de 1.008.620 empresas inscritas, de las cuales 101.321 están ubicadas en la región de Santander y 67.719 en el área metropolitana de Bucaramanga.

De las anteriores empresas, 851 se dedican al sector de la industria manufacturera, del código 1081 el cual habla sobre la elaboración de productos de pastelería, dichos números reflejan un mercado con una oferta considerable de productos similares. Sin embargo, es importante destacar que nuestra empresa se diferenciará al ofrecer productos 100% artesanales y personalizables, como se puede observar en el gráfico 12

Figura 14. *Empresas con código 1081 en Bucaramanga.*

Tomado de: Compite 360

- *Demanda.* La proyección de la demanda se llevó a cabo utilizando el historial de ventas del año 2023. Se aplicó el método de promedio móvil, analizando los datos de los 12 meses del año para obtener una previsión precisa para el año 2024. Es importante destacar que, durante ciertos meses, como febrero, septiembre y diciembre, se registran picos en el volumen de ventas debido a la celebración de diversas festividades, lo que incrementa la demanda en el sector. Esto se refleja claramente en el gráfico adjunto, donde se observa la tendencia alcista durante estos períodos específicos.

Figura 15. *Media Móvil*

Las ventas reales de Brownies y chocolatería en el año 2023 muestran una tendencia general creciente y la mayor cantidad de ventas se concentran en los últimos meses del año, como se puede observar en la gráfica anterior, de igual manera se espera que la tendencia continúe creciendo en el año 2024, con un pronóstico de ventas superior en el segundo y tercer trimestre del año, como se logra observar en el gráfico 15

3.4 Tendencia de mercado

La empresa de brownies y chocolatería se encontraría en un sector económico de la repostería y la chocolatería en Colombia. La pastelería se ha convertido en una constante innovación a nivel mundial, los consumidores buscan productos menos dulces y más naturales, es por eso que el consumidor de hoy en día, se propone que los productos de pastelería dejen de ser vistos únicamente para consumo en fechas especiales y pasen a ser parte del consumo diario de las personas, es por ello que se busca que este tipo de productos sean de mayor calidad, que se promueva el uso de ingredientes naturales y menos industrializados y que se puedan personalizar.

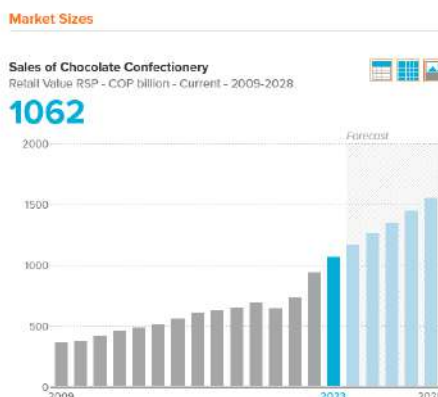
Asimismo, se evidencia una notable evolución e innovación en el ámbito de la repostería tradicional, donde la presentación estética de los productos adquiere una relevancia significativa. En consonancia con la marcada presencia de las redes sociales en nuestra cotidianidad, resulta imperativo que los productos exhiban una estética visual que los haga más atractivos desde la perspectiva de compartir en las redes sociales. Dada la influencia de la imagen en la decisión de compra y el hecho de que los consumidores actualmente valoran la capacidad de exhibir sus adquisiciones de manera enaltecedora en sus perfiles en línea, se plantea la necesidad de que los productos culminados y ya despachados sean concebidos de manera que resulten visualmente

atractivos, estimulando así el interés del consumidor y fomentando la difusión orgánica de estas experiencias gastronómicas a través de las redes sociales

- *Tendencia nivel nacional.* Actualmente el mercado de Chocolatería en Colombia facturó 722 billones de pesos en el 2020 y creció un 4% en valor comparado con el año 2019. Un ejemplo para demostrar dicho crecimiento de la industria en Colombia es La Compañía Nacional de Chocolates dominó el mercado de este producto en Colombia con un 57% de participación en el 2020, según Euromonitor International (líder mundial de inteligencia comercial global, análisis de mercado estratégico y percepciones de los consumidores).

En Colombia, la industria de la repostería y chocolatería han experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, con un aumento en la oferta de productos artesanales y personalizados. De acuerdo con el informe estadístico de Euromonitor International, la tendencia y tamaño del mercado en el país ha tenido un alcance significativo durante los años, donde se prevista para el 2024 tener un tamaño de mercado de aproximadamente COP \$1200 billones, y en el 2028 un alcance del tamaño de mercado de más de COP\$1500 billones [8]; según como se muestra en el siguiente gráfico

Figura 16. *Tamaño y tendencia de mercado chocolatería en Colombia*



Tomado de: Passport Euromonitor International

3.5 4p (producto, precio, punto de venta y promoción)

3.5.1 *Producto*

La empresa de brownies y chocolatería debe contar con variedad de chocolates para su cobertura, una amplia gama de sabores para acompañar el relleno del producto y así satisfacer las preferencias del cliente o consumidor, además que cuenta con ingredientes naturales y sin conservantes.

De igual manera, debe permitir a los clientes personalizar sus brownies y chocolates con mensajes, diseños y sabores, así añadiendo un toque único a sus productos.

Los productos que maneja en este momento Nazara Brownies son:

3.5.1.1 Minipaletas. Las minipaletas son recubiertas de chocolate y vienen rellenas de nuestro Brownie y una salsa de la elección del cliente. Cada cliente puede personalizar sus minipaletas como más le guste, en cuanto el sabor de chocolate para su cobertura (chocolate de leche y chocolate blanco), el color del chocolate, el diseño y crear el mensaje que desee ponerle a las minipaletas y tienen un peso aproximado de 35g cada unidad

Figura 17. *Minipaletas*



3.5.1.2 Corazones. Los corazones son recubiertos de chocolate y vienen rellenos de nuestro Brownie y una salsa de la elección del cliente. Cada cliente puede personalizar sus corazones como más le guste, en cuanto el sabor de chocolate para su cobertura (chocolate de leche y chocolate blanco), el color del chocolate, el diseño y tienen un peso aproximado de 35g cada unidad

Figura 18. *Corazones*



3.5.1.3 Clásicos. Los brownies clásicos vienen rellenos de una salsa de elección del cliente, las siguientes opciones de salsas que pueden escoger nuestros clientes son: Frutos Rojos, Chocolate, Arequipe y crema de avellanas.

En la parte superior vienen con un Topping, las siguientes opciones de Toppings son: Oreo, Milky Way, Kinder Bueno y Hersheys blanca y el peso aproximado de cada Brownie clásico es de 70g.

Figura 19. Brownies Clásicos

3.5.2 Precio

El precio debe ser competitivo con el mercado, a su vez con el precio se refleja la calidad y valor de los productos que son artesanales y personalizables

Figura 20. Precios de productos Nazara Brownies

PRECIOS DE PRODUCTOS NAZARA BROWNIES			
Producto	Descripción	Precio/Unidad	Imagen de referencia
Corazones	Corazones cubiertos de Chocolate artesanal, rellenos de nuestro Brownie y una salsa de elección del cliente (Arequipe, Crema de Avellanas, Chocolate y Frutos Rojos)	\$ 5.800	
Mini Paletas	Mini Paletas cubiertas de Chocolate artesanal, rellenas de nuestro Brownie y una salsa de elección del cliente (Arequipe, Crema de Avellanas, Chocolate y Frutos Rojos)El cliente puede adicionarle mini Letras a las Mini paletas	\$ 5.800	
Clásicos	¡Nuestro Brownie en su forma Clásica no tan clásica! En la mitad trae una salsa de elección del cliente (Arequipe, Crema de Avellanas, Chocolate y Frutos Rojos), en la parte de arriba más salsa y acompañado por un Topping de elección del cliente (Oreo, Hershey's Blanca, Kinder Bueno y Milky Way)	\$ 6.000	

3.5.3 Punto de venta

Los puntos de venta o de distribución del producto deben ser por medio de redes sociales (WhatsApp e Instagram), página web y los pedidos se realizarían en línea y se entregarían directamente al cliente por medio de domicilios o el cliente podría recoger su pedido directamente en el punto de fábrica.

Los puntos de venta que tiene Nazara Brownies en este momento son Instagram y WhatsApp Business, de igual manera, no cuenta con punto de venta físico, ya que es Delivery y trabajan bajo la modalidad de sobre pedidos

3.5.4 Promoción

Se utilizarían estrategias de promoción por medio de Facebook Ads, de esta manera se configura la publicidad a la segmentación de mercado correspondiente y de esta manera se distribuye en redes sociales como Facebook e Instagram principalmente, se promociona contenido relevante de los productos para atraer a potenciales clientes

3.6 Estudio técnico

3.6.1 Producción y equipos necesarios

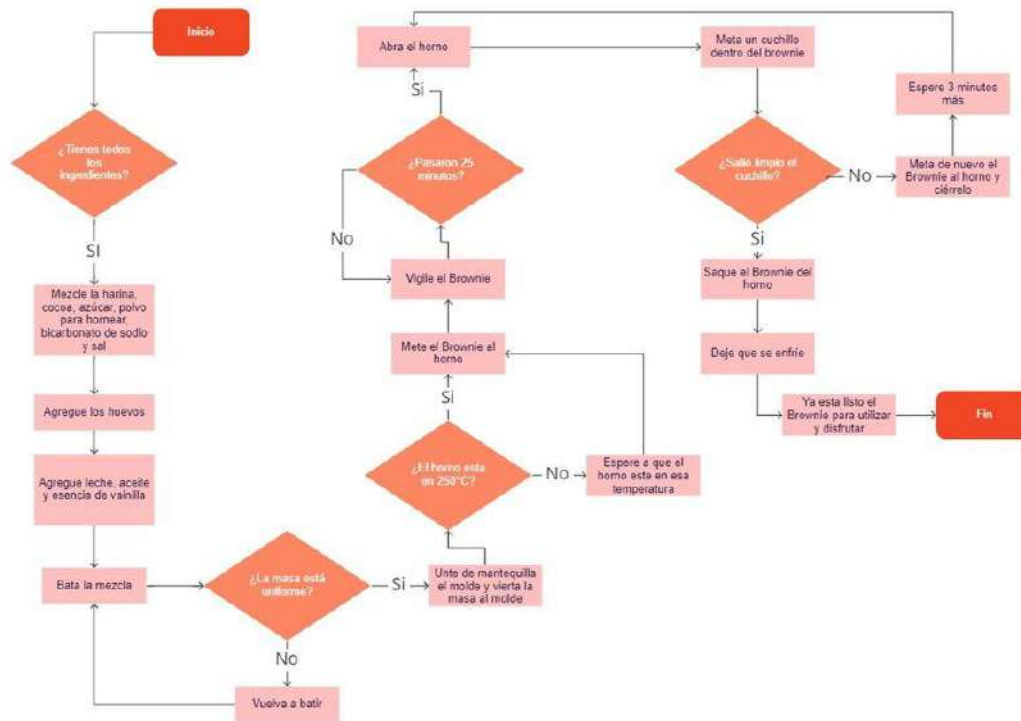
Para realizar la producción de Brownies clásicos, corazones rellenos, letras rellenas, minipaletas rellenas y chocoreos, se necesitarían los siguientes implementos con el fin de garantizar la mejor calidad de los productos que se entregan al consumidor final, como se puede observar en la siguiente tabla

Tabla 6. *Producción y equipos necesarios*

Producción y equipos necesarios				
Elemento	Unidad	Precio	Total	Uso
Bowl	4	\$19.000	\$76.000	Se necesita para incorporar los ingredientes de la mezcla de brownies y derretir chocolate
Batidora	1	\$500.000	\$500.000	Se necesita para realizar la mezcla de brownies
Horno	1	\$1.000.000	\$1.000.000	Hornear la mezcla
Balanza	1	\$20.000	\$20.000	Pesar la cantidad de ingredientes para realizar la mezcla
Refractaria	3	\$25.000	\$75.000	Molde para hornear
Espátula	6	\$11.000	\$66.000	Elemento para verter la mezcla a la refractaria y para uso del chocolate
Refrigerador	1	\$1.300.000	\$1.300.000	Elemento necesario para chocolatería
Molde mini paletas silicona	2	\$20.000	\$40.000	Molde para realización de mini paletas
Molde corazones silicona	2	\$15.000	\$30.000	Molde para realización de corazones rellenos
Molde letras silicona	2	\$35.000	\$70.000	Molde para realización de letras rellenas
termómetro	1	\$50.000	\$50.000	Necesario para templar el chocolate
Ollas baño maría	3	\$35.000	\$105.000	Necesario para templar y derretir el chocolate
Molde Chocoreos	2	\$15.000	\$30.000	Molde para realización de Chocoreos
TOTAL			\$3.362.000	

3.6.2 Diagrama de flujo

A continuación, se anexa el diagrama de flujo del proceso de realización de la materia prima del presente proyecto, el cual es la masa de Brownie, esta es necesaria para producir y hacer absolutamente todos los productos

Figura 21. Diagrama de flujo

3.6.3 Componente innovador

La empresa de brownies y chocolatería debe ofrecer productos artesanales, sin conservantes y naturales. Productos totalmente personalizados en cuanto a sabor y diseño del producto. Actualmente sus productos solo estarían disponibles para su distribución en la ciudad de Bucaramanga; ofreciendo productos de excelente calidad, en cuanto a sabor, presentación y una buena relación entre calidad-precio.

El componente innovador y factor diferenciador del producto es que todo el catálogo de los productos se puede personalizar, en cuanto a color y diseño

De igual manera, contaría con dos productos que muy pocas empresas de repostería y chocolatería tienen, que son las letras y paletas de chocolate rellenas de brownie, empresas de chocolatería manejan las mismas letras y paletas, pero solo con chocolate, en cambio nuestro producto viene relleno de Brownie y una salsa de la elección del cliente

Por otro lado, el compromiso de la empresa con el medio ambiente sería esencial para empezar un cambio, se pensó en una nueva propuesta de empaques a base de bagazo de caña de azúcar; el producto contaría con un empaque hecho a base de bagazo de caña de azúcar, este no necesita plastificado por dentro ya que este material se utiliza para la utilización de alimentos

La forma de embalaje del producto es mediante una caja a base de bagazo de caña de azúcar, se coloca y se guarda el producto, en este caso que son brownies y chocolates, trae en su interior un papel antigrasa personalizado y marcado 100% biodegradable para mayor absorción de grasa y mejor presentación; para entregar el producto al cliente o consumidor la caja se envuelve y se guarda en una bolsa de papel Kraft, como se puede evidenciar en las siguientes ilustraciones

Figura 22. *Papel Antigrasa 100% Biodegradable*



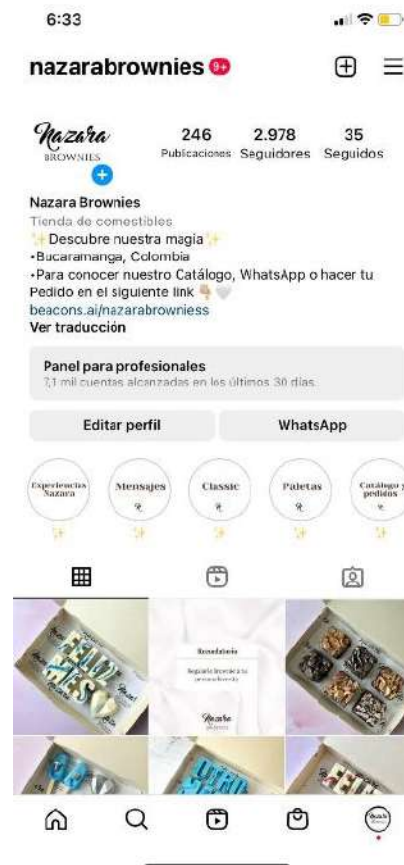
Figura 23. *Diseño de empaque del producto*

3.6.4 Validación del negocio

La validación de negocio ya se realizó, dando lugar al lanzamiento de Nazara Brownies en el mercado de la ciudad de Bucaramanga. Se especializa en la producción y comercialización de brownies y chocolatería artesanales, los cuales se ofrecen con una variedad de salsas y toppings personalizables según la elección del cliente.

Además, Nazara Brownies introduce una línea de productos de chocolatería, que incluye corazones y mini paletas de chocolate rellenos de brownie, junto con una selección de salsas también personalizables. La validación del negocio se llevó a cabo principalmente a través de plataforma digital “Instagram”, esta red social es donde la marca realiza sus publicaciones (fotos de sus productos, promociones de temporada y catálogo de sus productos) y promociones.

Durante los primeros tres meses de operación, la empresa logró atraer aproximadamente a 2900 clientes a través de esta plataforma, lo que confirma la viabilidad y aceptación del negocio en el mercado local. En la siguiente imagen se puede evidenciar el perfil de la marca en la red social Instagram

Figura 24. Perfil de Instagram Nazara Brownies

3.7 Estudio administrativo

3.7.1 Misión

Nazara Brownies se dedica a crear Brownies y chocolates artesanales de alta calidad, utilizando solo los mejores ingredientes y técnicas tradicionales. Ofrece a sus clientes un producto único y personalizado que le agrade a sus sentidos y satisfaga sus antojos más dulces. La misión es crear experiencias memorables a través de los productos, para que los clientes siempre se conviertan en fieles seguidores. Además, se compromete a mantener altos estándares de calidad, innovación y servicio al cliente, para ser reconocida como líderes en el mercado del Brownie y la chocolatería artesanal en la ciudad de Bucaramanga

3.7.2 *Visión*

Se visualiza como la mejor opción de chocolatería y brownisería artesanal y personalizada en la ciudad de Bucaramanga y sus alrededores, reconocida por la calidad y originalidad de nuestros productos y servicios. Ser líder en la innovación y el desarrollo de nuevos productos y técnicas en la chocolatería artesanal, ofreciendo a los clientes una experiencia única e inolvidable. Se aspira a consolidarse como una empresa socialmente responsable y comprometida con el desarrollo sostenible, apoyando a la comunidad y promoviendo prácticas amigables con el medio ambiente en todas las operaciones.

3.7.3 *DOFA*

Figura 25. Matriz DOFA

MATRIZ DOFA		FACTORES INTERNOS	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		Valor agregado	Competencia de precios
		Habilidades y experiencia del equipo	Dependencia de proveedores clave
		Capacidad de personalizacion de los productos	Costos de produccion
FACTORES EXTERNOS		Potencial de fidelizacion	Limitacion geografica
OPORTUNIDADES		Estrategias FO	Estrategias DO
O1	Demanda creciente	F4O1: Establecer un programa de fidelizacion para premiar clientes recurrentes, como descuentos exclusivos, membresias vip, puntos para canjear en productos, etc.	D1O1: Aplicar metodo calidad y valor, en lugar de competir únicamente en precio, enfocarnos en ofrecer productos de alta calidad con ingredientes superiores y un valor agregado único, así comunicar los beneficios y la artesanía detrás de los brownies para justificar precios ligeramente más altos si se llegara a presentar este caso.
O2	Tendencia hacia productos artesanales y naturales		
O3	Impacto de las redes sociales	F3O4:Seguimiento a los clientes para obtener retroalimentacion y adaptar constantemente los productos y servicios a sus preferencias cambiantes.	D2O2:Crear alianzas con multiples proveedores y aplicar una evaluación continua en estos para asegurar precios competitivos, si se mantiene la calidad de los ingredientes y saber si se estos pueden proveher insumos en tendencia.
O4	Influencia de la temporada y eventos especiales	F2O3:Implementar estrategias de marketing centradas en la diferenciacion, destacando las habilidades del equipo y capacidad de personalizacion de los productos	
	AMENAZAS	Estrategias FA	Estrategias DA
A1	Competencia en el mercado	F1A1:Utilizar el valor agregado como Inovacion constante en ingredientes,decoracion,tematica, para el posicionamiento en el mercado.	D3A3: Se debe buscar la optimización de procesos, como reducir costos, que ingredientes pueden ser sustituidos sin comprometer la calidad de los productos.
A2	Cambios en las preferencias	F2A2:Aplicación de métodos de investigación del mercado manteniéndonos así al tanto de las últimas tendencias.	
A3	Posibles fluctuaciones en los costos de los ingredientes		

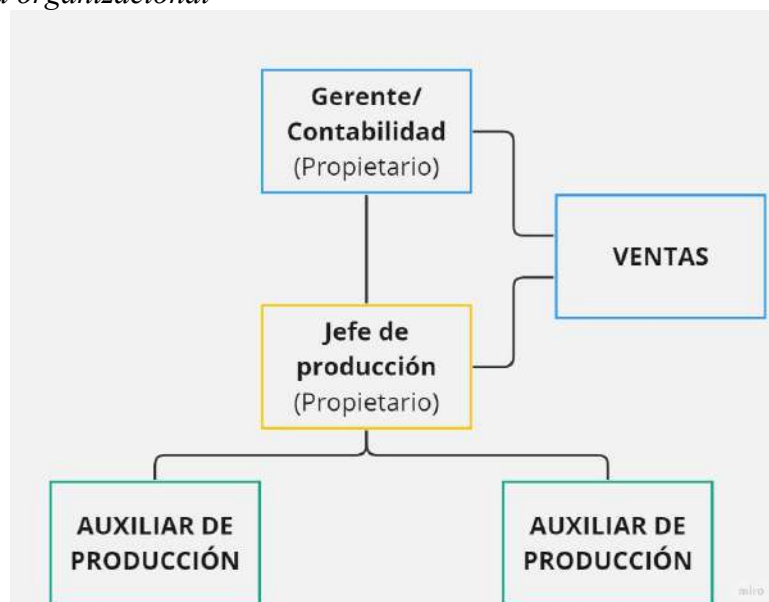
3.7.4 Estructura organizacional

La estructura organizacional es muy importante en las empresas, y más en esta que apenas está iniciando en el mercado, esta ayuda a proporcionar claridad en las responsabilidades de cada empleado y evita la confusión sobre quien es el responsable de cada tarea, permitir la escalabilidad y promover la eficiencia y rendimiento general de la empresa

Para el diseño del organigrama se tuvo en cuenta las responsabilidades que debía tener cada colaborador para lograr satisfactoriamente el cumplimiento de la producción y comercialización de Nazara Brownies

A continuación, se encuentran los puestos de trabajo según su jerarquía

Figura 26. Estructura organizacional



A continuación, se describen las funciones a nivel general que realizará cada uno de los puestos de trabajo

Tabla 7. *Descripción del cargo Gerente/ Contabilidad*

NAZARA BROWNIES	
Descripción del cargo	Gerente/ contabilidad
Jefe directo	Socios
Cargo	Gerencia
Contrato	Contrato a término indefinido
Formación Académica	Estudios en administración
Tiempo de experiencia	1 año en adelante
Objetivos del opuesto	Realizar varias funciones tales como gestión de recursos, pago de nómina y disposición para el área de ventas
Conocimiento o competencias	Capacidad de análisis y toma de decisiones
Habilidades deseables	Compromiso, liderazgo, actitud para ventas

Tabla 8. *Descripción del cargo jefe de Producción*

NAZARA BROWNIES	
Descripción del cargo	Jefe de Producción
Jefe directo	Gerencia
Cargo	Jefe de producción
Contrato	Contrato a término indefinido
Formación Académica	Máster en dirección de alimentos
Tiempo de experiencia	1 año en adelante
Objetivos del opuesto	Organización de la producción y cada una de las actividades requeridas en la obtención de los productos y manejo de personas
Conocimiento o competencias	Producción diaria y ser consciente de las necesidades del cliente para el producto terminado
Habilidades deseables	Apasionado, liderazgo y organizado

Tabla 9. *Descripción del cargo Auxiliar de producción*

NAZARA BROWNIES	
Descripción del cargo	Auxiliar de Producción
Jefe directo	Jefe de producción
Cargo	Auxiliar de producción
Contrato	Contrato a Obra o labor
Formación Académica	Técnico en repostería o chocolatería
Tiempo de experiencia	1 año en adelante
Objetivos del opuesto	Ejecución de las labores asignadas por el jefe de producción
Conocimiento o competencias	Conocimiento y experiencia en repostería y técnicas avanzadas de chocolatería
Habilidades deseables	Agilidad, atento a órdenes y organizado

Tabla 10. *Descripción del cargo Ventas*

NAZARA BROWNIES	
Descripción del cargo	Ventas
Jefe directo	Jefe de producción y Gerente
Cargo	Área de ventas
Contrato	Contrato a término indefinido
Formación Académica	Técnico en mercadeo
Tiempo de experiencia	Sin experiencia
Objetivos del opuesto	Ejecución de las labores asignadas para atención al cliente y marketing
Conocimiento o competencias	Atención al cliente, marketing digital, manejo de Facebook Ads
Habilidades deseables	Amable, creativo y asertividad

3.8 Requerimientos para el área administrativa

Los requerimientos necesarios para el área administrativa de Nazara Brownies deben ser los siguientes, como se puede observar en la siguiente tabla

Figura 27. *Requisitos área administrativa*

REQUISITOS ÁREA ADMINISTRATIVA NAZARA BROWNIES				
DETALLE	CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Computador Portátil LENOVO- Intel Core i5 - RAM 8GB 256GB	Es necesario para el área de Gerencia y Ventas	1	\$ 1.899.000	\$ 1.899.000
Escritorios	Es necesario para el área de Gerencia y Ventas	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Impresora	Es necesario para el área de Gerencia y Ventas	1	\$ 750.000	\$ 750.000
TOTAL				\$ 2.949.000

De igual manera, para poder cumplir con las estrategias planteadas de gerencia y ventas, es necesario el uso de un plan de telefonía móvil e internet de banda ancha.

Tabla 11. *Requisitos área administrativa*

Requisitos área administrativa Nazara brownies				
Detalle	Concepto	Cantidad	Valor	Total
Plan internet	Internet banda ancha	1	\$ 64.300	\$ 64.300
Plan móvil	móvil	1	\$ 57.990	\$ 57.990
TOTAL, MENSUALIDAD				\$ 122.290

4. Estudio legal

4.1 Tipo de empresa

- *Persona natural*

Según la Cámara de Comercio de Bogotá (2023). La persona natural comerciante es aquella que ejerce esta actividad de manera habitual y profesional a título personal, de dicha forma, asume a título personal todos los derechos obligatorios y obligaciones de la actividad comercial que ejerce

- *Documentos requeridos para efectuar la matricula mercantil como persona natural:*

I. Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES)

II. Formulario del Registro Único Tributario (RUT). Se deben seleccionar cuales son las responsabilidades, calidades y atributos tributarios que tendrá a cargo la sociedad

III. Documentos de identidad

IV. Pago de derechos de inscripción e impuestos

Las personas naturales deben presentar la solicitud de matrícula en la Cámara de Comercio, ubicada en la jurisdicción o lugar donde se desarrollará la actividad comercial o donde funcionarán los establecimientos de comercio

4.2 Normatividad

Dando cumplimiento con la normativa de requisitos para tener en cuenta en una pastelería y chocolatería están bajo el decreto 1879 de 2008 son:

- *Matricula Mercantil Vigente:*

Se debe realizar el registro ante la Cámara de Comercio en la respectiva ciudad donde se realizará la actividad, se debe verificar antes que su nombre no se encuentre ya registrado en el Registro Único Empresarial y Social (RUES), la inscripción se debe realizar máximo 1 mes después del inicio de actividades.

- *Registro sanitario:*

Es obligatorio obtener un registro sanitario de la Secretaría de Salud o del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) para la elaboración y venta de alimentos

- *Normas de manipulación de alimentos:*

Debe cumplir con las normas de manipulación de alimentos establecidas por el INVIMA y la Secretaría de Salud para garantizar la seguridad alimentaria. Para una correcta preparación de alimentos o bebidas el uso de materias primas debe ser bastante riguroso respecto a su condición higiénico-sanitaria. La ubicación de los elementos propios de la cocina debe permitir su correcta desinfección y limpieza de manera fácil y práctica. Se debe realizar su renovación anualmente y se puede realizar en las diferentes instalaciones autorizadas por el gobierno

- *Ley 100 de 1993:*

Incluye lo referente a las obligaciones de los empleadores, con referencia a la seguridad social de los empleados, en aspectos de salud, pensiones y aseguramiento sobre riesgos laborales (ARL)

5. Estudio financiero

5.1 Ingresos

Al momento de empezar un emprendimiento los ingresos de la empresa serían sus ventas de productos, es el flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado, en este caso, los ingresos serían por la venta de Brownies clásicos, mini paletas, corazones rellenos, letras rellenas y Chocoreos, los cuales son los productos terminados con las propuestas de valor ofrecidas.

5.2 Egresos

Para determinar los egresos es necesario conocer los costos de la materia prima, los ingredientes necesarios para la producción de los diferentes productos que se van a ofrecer en el mercado, de igual manera, es necesario comprender los gastos relacionados con la producción de los brownies y chocolates

Por otra parte, no se puede omitir el costo de mano de obra ni los gastos de comercialización y publicidad, los cuales son muy importantes para poder llegar a posibles clientes y así llegar a más partes del mercado

De igual manera, se debe tener en cuenta detalladamente cada ítem para poder hallar correctamente los egresos de la empresa

5.3 Flujo de Caja

El flujo de caja es esencial para la gestión financiera, ya que esta herramienta nos permite realizar un seguimiento detallado de nuestros ingresos y egresos, de esta manera la empresa puede

anticipar y planificar su actividad financiera, para cubrir gastos, planificar inversiones y cumplir con sus obligaciones financieras

El flujo de caja de Nazara Brownies se fundamenta en los datos históricos de ventas recopilados durante el año 2023. Estos datos revelan que los meses de febrero, mayo, junio, julio, septiembre y diciembre representan los periodos de mayor generación de ingresos y ventas para la empresa.

En la siguiente figura, se puede evidenciar el flujo de caja de Nazara Brownies en el periodo del año 2023

Figura 28. *Flujo de Caja año 2023***Flujo de caja**

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
Saldo inicial						\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	
Ingresos	\$ 194.040	\$ 805.200	\$ 583.704	\$ 372.840	\$ 566.760	\$ 1.080.288	\$ 1.060.416	\$ 541.080	\$ 1.496.004	\$ 233.280	\$ 193.320,00	\$ 1.555.512,00	\$ 8.682.444,00
Ventas en efectivo	\$ 194.040	\$ 805.200	\$ 583.704	\$ 372.840	\$ 566.760	\$ 1.080.288	\$ 1.060.416	\$ 541.080	\$ 1.496.004	\$ 233.280	\$ 193.320,00	\$ 1.555.512,00	\$ 8.682.444,00
Total Ingresos	\$ 194.040	\$ 805.200	\$ 583.704	\$ 372.840	\$ 566.760	\$ 1.080.288	\$ 1.060.416	\$ 541.080	\$ 1.496.004	\$ 233.280	\$ 193.320	\$ 1.555.512	\$ 8.682.444,00
Egresos													
Compra de mercancía	\$ 45.129	\$ 50.190	\$ 107.205	\$ 63.525	\$ 44.100	\$ 163.244	\$ 159.737	\$ 86.993	\$ 310.538	\$ 100.034	\$ 36.099	\$ 261.629	\$ 1.428.420
Pago de nómina	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Pago de publicidad	\$ 20.000	\$ 50.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 20.000	\$ 100.000			\$ 100.000	\$ 480.000
Total Egresos	\$ 365.129	\$ 400.190	\$ 427.205	\$ 383.525	\$ 394.100	\$ 513.244	\$ 509.737	\$ 406.993	\$ 710.538	\$ 400.034	\$ 336.099	\$ 661.629	\$ 5.508.420
Flujo de caja económico	-\$ 171.089	\$ 405.010	\$ 156.499	-\$ 10.685	\$ 172.660	\$ 667.045	\$ 650.680	\$ 234.088	\$ 885.467	-\$ 66.754	-\$ 42.779	\$ 993.884	\$ 3.174.024

5.4 Flujo de Caja a 5 años

Según el análisis histórico de ventas del año 2023 y los dos primeros meses del año 2024, Nazara Brownies ha experimentado un notable crecimiento en sus ventas, alcanzo un incremento del 15% en comparación con los mismos periodos del año anterior. Este aumento se atribuye a la efectiva estrategia de publicidad implementada por la empresa

Basándonos en el crecimiento del 15% en las ventas de Nazara Brownies durante el período analizado, así como en el aumento del Índice de Precios al Consumidor (IPC) del año 2023, que fue del 9,28%, se llevó a cabo una proyección del flujo de caja a 5 años

Figura 29. Flujo de Caja Proyección a 5 años

AÑOS	INVERSIÓN	EGRESOS	INGRESOS	FLUJO DE CAJA
0	\$ 6.311.000			-\$ 6.311.000
1		\$ 6.508.420	\$ 8.682.444	\$ 2.174.024
2		\$ 9.416.683	\$ 10.790.541	\$ 1.373.858
3		\$ 10.268.296	\$ 13.410.484	\$ 3.142.188
4		\$ 12.273.270	\$ 16.666.550	\$ 4.393.280
5		\$ 15.273.270	\$ 20.713.189	\$ 5.439.919

5.5 Indicadores de Evaluación Financiera

5.5.1 VAN, TIR, PRI

Figura 30. *Flujo de Caja Proyección a 5 años*

FORMULACIÓN DE DATOS	
0	-\$ 6.311.000,00
1	\$ 2.174.024,00
2	\$ 1.373.858,40
3	\$ 3.142.188,00
4	\$ 4.393.280,00
5	\$ 5.439.919,00
I	11%
IO	\$ 6.311.000
Valor Actual Neto	\$ 5.182.492,03
TIR	34%

La inversión inicial del proyecto se puede evidenciar en los requisitos del área administrativa, de producción y equipos necesarios, esta inversión es de \$6.311.000, los cuales se reflejan en el periodo 0, que corresponde a la etapa de inversión inicial del proyecto

El Valor Actual Neto (VAN) del proyecto, calculado es de \$5.182.492, este indicador nos demuestra la importancia de evaluar la viabilidad financiera de la inversión. Un VAN positivo indica que el proyecto es capaz de tener y generar un retorno financiero que supera la inversión inicial y capaz de generar una ganancia neta adicional

Por otro lado, la TIR (Tasa Interna de Retorno) del proyecto es del 34%, es la tasa de rendimiento esperada del proyecto, la cual significa que el proyecto tiene rentabilidad y tiene el potencial de generar una rentabilidad del 34% anual sobre la inversión inicial

Tabla 12. *Flujo de Caja Acumulado PRI*

Periodo	Flujo de caja	Flujo de caja acumulado descontado
0	-	-\$6.311.000
	\$6.311.000	
1	\$2.174.024	-\$4.136.976
2	\$1.373.858	-\$2.763.118
3	\$3.142.188	\$379.070
4	\$4.393.280	\$4.772.350
5	\$5.439.919	\$10.212.269
PRI=		2,87

De igual manera, es importante conocer el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) en un proyecto, ya que este indicador muestra cual es tiempo necesario para recuperar la inversión inicial realizada, el PRI da un valor de 2,87 años. En la tabla 12, se evidencia que el flujo de caja se vuelve positivo en el periodo 3, con un valor de \$379.070, lo que indica que el proyecto empieza a generar un excedente de efectivo.

5.6 KPI

Para este tipo de empresa, se pueden considerar los siguientes KPI (Indicadores Clave de Desempeño) para evaluar el rendimiento y el éxito del negocio:

- *Ventas totales*

Con este indicador de Ventas Totales, se lograr identificar patrones de compra, períodos de mayor demanda y oportunidades de crecimiento, de esta manera, se pueden tomar decisiones para impulsar el crecimiento del negocio y así lograr generar mayor cantidad de ventas

De igual manera, en periodos de mayor demanda, logra proporcionar información valiosa para la toma de decisiones, como la asignación de recursos y la planificación financiera a corto y largo plazo.

- *Nuevos clientes adquiridos*

Este KPI, mide el número de nuevos clientes que se han adquirido en un periodo específico, permite evaluar la efectividad de las estrategias de marketing y ventas para atraer a nuevos clientes

6. Plan de contingencia

Al momento de crear una empresa, es importante tener en cuenta los posibles riesgos y desafíos que podrían afectar a la empresa, así que en este proyecto también se deben tener en cuenta los factores de riesgo para la creación de una empresa de brownies y chocolates en la ciudad de Bucaramanga, como se puede evidenciar en la tabla 13.

Tabla 13. *Plan de Contingencia*

Variable	Riesgo	Mitigación
Comercial	Fallas de estrategias de Marketing	Cualificarse en métodos de comunicación directa con los clientes. Además de implementar nuevas estrategias en redes sociales (Facebook e Instagram)
	Competencia en el mercado	Diferenciar la oferta de productos, mediante nuevos sabores o productos exclusivos o de temporada

Técnico	Fallas en la elaboración del producto	Implementar un procedimiento de control de calidad previo al sellado final de la caja de embalaje
Distribución	Entrega del producto defectuosa	Optar con garantías para el cliente si el pedido llega en mal estado (físico) y nuevas formas de envío
	Problemas de Logística	Establecer acuerdos con empresas de logística confiables y cuidadosas
Social	Cambios en los gustos y preferencias del consumidor	Realizar investigaciones de mercado periódicas para identificar tendencias nuevas y adaptar la oferta
	Estacionalidad en el consumo y compra	En periodos de menor demanda, es necesario implementar estrategias de Marketing y promociones para estimular ventas

6.1 Cronograma

El cronograma previsto para los próximos 4 meses desempeña un papel fundamental en la planificación y ejecución del proyecto, ya que proporciona la estructura temporal clara y definida para todas las tareas y actividades que se llevarán a cabo, lo que facilita la organización, coordinación y seguimiento del progreso del proyecto.

El cronograma planificado para Nazara Brownies, abarca la constitución de la empresa, así como la creación de nuevos productos y la actualización del catálogo.

Además, el cronograma también contempla la implementación de nuevas estrategias de marketing con el objetivo de aumentar el tráfico y la conversión de clientes, lo que eventualmente generará un incremento en las ventas.

Tabla 14. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES		MESES			
		1	2	3	4
Objetivo General	El objetivo general de la creación de una empresa de Brownies y Chocolatería en la ciudad de Bucaramanga es desarrollar un modelo de negocio viable y sostenible que permita ofrecer un producto de alta calidad y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, generando rentabilidad para la empresa				
ETAPA 1	Investigar diferentes variedades de personalización de los productos en cuanto colores y diseños; sabores de chocolates y recetas de brownies, con el fin de innovar en cuanto competencia	■			
ETAPA 2	Perfeccionar cada producto innovador		■		
ETAPA 3	Diseñar nuevas estrategias de Marketing y Publicidad para atraer mayor tráfico y conversión de clientes, utilizando herramientas como redes sociales, publicidad en línea y offline, entre otras cosas		■		
ETAPA 4	Diligenciar y obtener el Registro único Tributario (RUT)			■	
ETAPA 5	Diligenciar Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES)			■	
ETAPA 6	Realizar el registro ante Cámara de Comercio de Bucaramanga			■	
ETAPA 7	Crear la empresa bajo Persona Natural			■	
ETAPA 8	Investigar sobre Registro Sanitario INVIMA			■	
ETAPA 9	Lanzar nuevo catálogo con nuevos productos innovadores en el mercado		■		
ETAPA 10	Realizar un estudio de tráfico y conversión de clientes después del lanzamiento del nuevo catálogo				■

7. Ejecución del plan de negocios

A continuación, se presenta la implementación del plan de negocios correspondiente al proyecto Nazara Brownies, abarcando el período comprendido entre diciembre y mayo del año 2024.

Esta sección inicia con la exposición de los avances legales obtenidos durante este tiempo, incluyendo todas las gestiones y cumplimientos normativos realizados. Posteriormente, se abordan los progresos comerciales, destacando las estrategias de mercado implementadas y los resultados obtenidos en términos de ventas y posicionamiento de marca en redes sociales. De igual manera, se describen los desarrollos técnicos, que comprenden las mejoras en los procesos de producción e innovación en productos. Seguido de esto, se analizan los aspectos financieros, presentando un balance de resultados.

Finalmente, se cierra con un apartado de lecciones aprendidas, donde se reflexiona sobre los desafíos enfrentados al momento de emprender y crear una empresa en la ciudad de Bucaramanga y las soluciones aplicadas.

7.1 Legalización de la empresa

7.1.1 Proceso de consulta

Para comenzar, se realizó la consulta correspondiente en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) a través de la página web <https://www.rues.org.co/?old=true> para verificar la disponibilidad del nombre "Nazara Brownies" como denominación para la empresa como persona natural. Después de la búsqueda, se constató que dicho nombre no estaba en uso por ninguna otra empresa, por lo que se seleccionó para la empresa.

Una vez confirmada la disponibilidad del nombre de la empresa, se procedió a confirmar el código CIIU previamente investigado en el apartado correspondiente del proyecto, el código CIIU para la empresa es 1081, el cual abarca diversas actividades relacionadas con la elaboración de productos de panadería y pastelería.

Esto incluye la elaboración de pan, panecillos, pasteles, tortas, pasteles de frutas, tartas, así como la producción de tostadas, galletas y otros productos secos de panadería. También cubre la fabricación de productos de pastelería y bizcochos empacados, aperitivos dulces o salados, tortillas de maíz o trigo, rollos, buñuelos, arepas, y productos de panadería congelados como panqueques y waffles.

Seguido de esto, otro aspecto para tener en cuenta fue al momento del registro de la matrícula mercantil, el cual se realizó bajo la figura de persona natural. La persona natural puede entenderse como la persona que decide ejercer actividades comerciales o profesionales a título personal, debido a esto, asume todas las obligaciones y responsabilidades que conlleva; es directamente responsable por el cumplimiento de todas sus obligaciones financieras presentes y futuras

Asumiendo que debe ser responsable del cumplimiento financiero de la empresa, es una decisión que implica gran responsabilidad, ya que el patrimonio personal y empresarial se consideran un mismo conjunto, en caso de quiebra o deudas, los bienes y propiedades de la persona natural, de acuerdo con la ley, serán garantía para el cumplimiento de sus obligaciones.

Esta estructura legal permite a Nazara Brownies operar bajo un marco jurídico claro, donde la transparencia y la responsabilidad personal son fundamentales para el desarrollo y crecimiento sostenible del negocio.

7.1.2 Inscripción en la Cámara de Comercio de Bucaramanga

En la Cámara de Comercio de Bucaramanga se llevaron a cabo todos los pasos necesarios para realizar el registro de la empresa Nazara Brownies. Primero, se escogió el nombre de Nazara Brownies, el cual ya se había verificado previamente en el RUES para asegurar su disponibilidad en el momento del registro. Luego, se confirmó con el asesor de la Cámara de Comercio la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), asignada con el código 1081.

Posteriormente, se definió el tipo de empresa, determinando que sería una empresa individual registrada como persona natural comerciante, este proceso incluyó la radicación del RUT de la persona natural, a nombre de Sara Arias, como se puede evidenciar en el Apéndice C

De igual manera, mientras se realizaba el registro mercantil de la empresa, un asesor de la Cámara de Comercio de Bucaramanga asistió a la obtención del NIT (Número de Identificación Tributaria). Este número, que consta de nueve dígitos y se otorga por la DIAN, es utilizado para registrar la administración tributaria. El NIT es esencial para llevar un registro detallado de los impuestos que deben pagar las empresas y personas que ejercen alguna actividad económica en el país; para poder completar este paso y obtener el NIT se adjuntó el RUT, después de obtener el NIT, es necesario mantenerlo actualizado y renovarlo periódicamente para evitar sanciones y multas por parte de la DIAN

Para finalizar, después de radicar y obtener todos los documentos anteriormente expuestos, como son el RUT y el NIT con ayuda de la Cámara de Comercio, el siguiente paso fue inscribir Nazara Brownies y obtener la matrícula mercantil del establecimiento. Se expuso la ubicación donde iba a operar el comercio, que es en Floridablanca, Santander.

Además, se incluyó la clasificación de actividades económicas, la información financiera (Activos y Pasivos) y el tamaño de la empresa, indicando que es una microempresa

Finalmente, se obtuvo la matrícula mercantil, como se evidencia en el Apéndice D, con el número de matrícula 05-672716-01, con una fecha de matrícula del 08 de mayo de 2024 y el grupo NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera), el cual es el grupo No. 3 Microempresas.

7.1.3 Investigación Registro Sanitario (RSA), Permiso Sanitario (PSA) y Notificación Sanitaria (NSA) INVIMA

En este apartado, se presenta la investigación y requisitos necesarios para obtener el registro INVIMA de Nazara Brownies. El registro INVIMA es un documento expedido por la autoridad sanitaria colombiana, Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica a fabricar, envasar e importar alimentos destinados al consumo humano

El INVIMA es responsable de la vigilancia y control sanitario de los siguientes productos: Alimentos y bebidas Alcohólicas (Alimentos y otras bebidas, Bebidas Alcohólicas, Carnes, Pesca y Acuicultura), Medicamentos y Productos Biológicos (Medicamentos de uso humano y productos biológicos y biotecnológicos), Dispositivos Médicos (Equipos y dispositivos médicos y productos médicos de diagnóstico), Cosméticos, Aseo y Plaguicidas (Productos cosméticos, productos de aseo y plaguicidas de uso doméstico e industrial)

El Instituto nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, establece una clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública. Esta clasificación permite categorizar los productos alimenticios según su potencial impacto en la salud de los consumidores

Nazara Brownies, según la Resolución 719 de 2015, se encuentra en la categoría 7, denominada “Pan y productos de pastelería”. Dentro de esta categoría, el subgrupo específico aplicable a los productos son del subgrupo 7.1.3, que incluye “Productos de panadería dulce; tortas, galletas dulces, pasteles, bizcochos, donuts y panecillos dulces”. Esta clasificación se refiere a productos que presentan un riesgo bajo para la salud pública; de acuerdo con la normativa del Ministerio de Salud y Protección Social. Al ser parte de un grupo de riesgo bajo, los procedimientos de riesgo y control son menos rigurosos comparados con los productos clasificados con riesgos más altos.

Una vez identificada la clasificación, Nazara Brownies por ser un producto de riesgo bajo requiere NSA (Notificación Sanitaria), según el INVIMA [9].

La Notificación Sanitaria, según la resolución 2674 de 2013, tiene una vigencia de 10 años y puede ser renovada sucesivamente por periodos iguales, los requisitos para la expedición de Notificación Sanitaria son:

-Para alimentos nacionales:

Formato de notificación sanitaria que establezca el INVIMA, este debe ser suscrito por el propietario del producto cuando se trata de una persona natural y, además, una ficha técnica del producto según el formato establecido por el INVIMA

A continuación, se va a exponer los contenidos que debe tener el formulario de información básica y el formato de solicitud de Notificación Sanitaria según el INVIMA [10].

-Formulario de Expedición de Notificación Sanitaria:

1. Inscribir el comercio en el INVIMA, por medio de un formulario el cual se debe diligenciar con los siguientes datos: Nombre del establecimiento y del propietario, dirección del establecimiento, nombrar las actividades que se van a desarrollar en el establecimiento, etc.

En el siguiente enlace <https://www.invima.gov.co/sites/default/files/alimentos-y-bebidas-alcoholicas/entidades-territoriales/documentos-de-apoyo/DOCUMENTO-GUIA-PARA-INSCRIPCION-V-01-2017.pdf> se puede observar la estructura del formulario a completar para poder inscribir el comercio en la plataforma

2. Después de inscribir el comercio en el INVIMA, el paso siguiente es, diligenciar el formulario para la expedición de la Notificación Sanitaria de productos alimenticios, este se debe llenar con la siguiente información: Nombre del producto, Marcas, Nombre, NIT, teléfono y ubicación del titular de la empresa. De igual manera, se debe adjuntar una documentación soporte de manera foliada, la cual contenga la siguiente información (en el apéndice E se adjunta el formulario de expedición de Notificación Sanitaria):

- Recibo de pago de la Notificación Sanitaria
- Formulario de información básica y formulario de expedición
- Ficha técnica por variedad de producto, donde contenga: los nombres de cada producto, composición de cada producto, presentaciones comerciales, tipo de envase, material del envase, condiciones de conservación, proceso de elaboración de cada producto, vida útil estimada, porción recomendada y el grupo poblacional. En el Apéndice F, se puede evidenciar la ficha técnica que se debe llenar según el formato que exige el INVIMA

Seguido de esto, el precio de para realizar la Notificación Sanitaria está dentro del Código 2300, el cual dice “Notificación Sanitaria y renovación de alimentos NSA de bajo riesgo, de 1 a 10 variedades tiene una tarifa de \$3.835.478, como se puede evidenciar en el Apéndice G

Actualmente, Nazara Brownies se encuentra en una etapa de planificación para obtener la Notificación Sanitaria necesaria para la comercialización a gran escala. La Notificación Sanitaria es un requisito indispensable para la distribución de productos en cadenas de grandes superficies

y garantiza que los productos cumplen con todos los estándares de calidad y seguridad establecidos por las autoridades sanitarias

Cabe recordar, que la inversión necesaria para obtener dicho certificado sanitario se estima en aproximadamente \$4.000.000, este monto cubre los costos administrativos y las tarifas correspondientes al proceso de registro ante el INVIMA y en este momento la empresa no cuenta con el capital suficiente para la inversión de la Notificación Sanitaria.

7.2 Avances Comerciales

7.2.1 Estrategias de Mercado y Promoción

Las estrategias de mercado implementadas para Nazara Brownies se llevaron a cabo a través de Facebook Ads (Meta), así permitiendo una configuración detallada y precisa de la publicidad y promoción dirigida a la segmentación de mercado correspondiente al nicho de mercado previamente estudiado y analizado. Las campañas publicitarias se desplegaron tanto en Instagram como en Facebook, aprovechando las ventajas de ambas plataformas para maximizar el alcance.

La segmentación que se ha usado para diferentes tipos de campaña en Facebook Ads ha sido:

- Lugares: Bucaramanga, Piedecuesta, Floridablanca y Girón
- Intereses (Esta sección está diseñada para abarcar los intereses de los posibles clientes. De este modo, a las personas que busquen este tipo de producto o servicio, se les presentará la promoción en su red social, asegurando así una mayor efectividad en la captación de potenciales compradores y un incremento en la visibilidad del producto): Regalos,

Halloween, postres, chocolate, pastelería, cumpleaños, aniversario, Brownie, Pasteles, Pastel de chocolate, mundo postres, regalos personalizados, matrimonio, fiestas y cumpleaños, comida, regalos originales, amistad, Chocolate Lovers, familia

- Edad y Sexo: Todos|15-65 años

Como se puede observar en la siguiente imagen, el tamaño y alcance del publico estimado con esta segmentación es de aproximadamente entre 456.200 personas y 536.700 personas

Figura 31. Segmentación campaña Publicitaria



7.2.2 Anuncios y pago de promociones Facebook Ads

A continuación, se presentan las campañas publicitarias realizadas desde el 1 de diciembre del año 2023 hasta el 31 de mayo de 2024. Estas promociones se llevaron a cabo en la plataforma de Facebook (Meta) Ads, utilizando post o publicaciones importadas desde Instagram

Con un presupuesto promedio de \$35.000 por campaña, se logró alcanzar un impacto considerable con cada promoción realizada, de igual manera, el presupuesto de cada campaña es variable, ya que, en meses como diciembre, debido a la celebración de Navidad, febrero con motivo de San Valentín y mayo el Día de la Madre, se incrementaba el presupuesto para satisfacer la alta demanda de pedidos generada por estas festividades; en la siguiente imagen se puede evidenciar por medio de Facebook Ads las campañas realizadas

Figura 32. Campañas publicitarias

Campañas

Sara Arias Flórez (416315935654214)

Actualizado hace un momento

Descartar borradores

Revisar y publicar

Buscar y filtrar

1 dic 2023 - 31 may 2024

Campañas

Conjuntos de anuncios

Anuncios

+ Crear

Editar

Más

Ver configuración

Columnas: Eliminado

Desglose

Informes

Exportar

	Activo	Campaña	Entrega	Presupuesto	Resultados	Alcance	Impresiones	Costo por resultado	In g
		Publicación de Instagram...	Desactivado	\$47.454 Total	— Clic en el enlace	—	—	— Por clic en el enlace	—
		Publicación de Instagram...	Desactivado	\$18.026 Total	2 Clic en el enlace	167	171	\$511 Por clic en el enlace	—
		Publicación de Instagram...	Desactivado	\$39.110 Total	27 Clic en el enlace	1.271	1.452	\$312 Por clic en el enlace	—
		Publicación de Instagram...	Desactivado	\$47.958 Total	137 Clic en el enlace	6.097	8.194	\$223 Por clic en el enlace	—
		Publicación de Instagram...	Desactivado	\$16.328 Total	— Clic en el enlace	—	—	— Por clic en el enlace	—
		Publicación de Instagram...	Desactivado	\$45.065 Total	— Clic en el enlace	—	—	— Por clic en el enlace	—

Asimismo, se adjuntan como evidencia los informes suministrados por Meta, como los recibos de pago de publicidad correspondientes, con fechas de corte entre el 1 de diciembre de 2023 y el 31 de mayo de 2024, a nombre de la empresa Nazara Brownies con NIT: 10006121821

Figura 33. Facturación Meta

Meta
Meta Performance Limited
Monero Road
Suite 1
004-2047
Ingram
VAT Reg No. K360308F
Informe de facturación: 30/11/2023 - 31/05/2024

Cuentas: 41631533050214
Negocio: Nueva Dirección
NIT: 3000121421

Pago de Anuncios de Meta

Fecha	Identificador de la transacción	Método de pago	Importe	Estado del pago
13/05/2024	7635326847022331-14548795	No disponible	\$ 3.317 COP	Pagado
12/05/2024	7636834147086321-14545595	No disponible	\$ 9.437 COP	Pagado
11/05/2024	7636330613268064-14541433	No disponible	\$ 8.921 COP	Pagado
10/05/2024	772430548885565-14536959	No disponible	\$ 9.940 COP	Pagado
09/05/2024	7714115242367499-14523383	No disponible	\$ 12.833 COP	Pagado
09/05/2024	774956822887533-14528319	Master card - 6570	\$ 400 COP	Finalizado
09/05/2024	7655750543022789-14526570	Master card - 6570	\$ 2.303 COP	Finalizado
09/05/2024	7949334786325895-14526570	Master card - 6570	\$ 5.000 COP	Finalizado
09/05/2024	7459754245026581-14523383	No disponible	\$ 8.819 COP	Pagado
07/05/2024	75341612868695-14523383	No disponible	\$ 42.988 COP	Finalizado
12/05/2024	7212554672187289-14763955	No disponible	\$ 2.621 COP	Pagado
10/05/2024	710183764998866,14765308	No disponible	\$ 9.970 COP	Pagado
10/05/2024	7245509030965275-14451100	No disponible	\$ 3.181 COP	Pagado
10/05/2024	7211703498543683,14761110	No disponible	\$ 5.545 COP	Pagado
11/05/2024	7233327944445945-14444340	Visa - 4718	\$ 1.220 COP	Finalizado
11/05/2024	733139640698934,14764342	Visa - 4718	\$ 1.000 COP	Finalizado
11/05/2024	7178979845426875-14444341	Visa - 4718	\$ 42.510 COP	Finalizado
29/10/2023	7138746278543265,13862887	No disponible	\$ 4.487 COP	Pagado
24/10/2023	693327143386032-13867319	No disponible	\$ 9.737 COP	Pagado

Figura 34. Facturación Meta

23/12/2023	7109380234451384-13881819	No disponible	\$ 4.883 COP	Pagado
22/12/2023	7176381295516275-13877368	Visa - 4718	\$ 13.171 COP	Finalizado
22/12/2023	68845776176168172-13874369	No disponible	\$ 8.472 COP	Pagado
21/12/2023	7064764372872975-13873983	No disponible	\$ 8.923 COP	Pagado
20/12/2023	6900454824737265-13881388	No disponible	\$ 9.530 COP	Pagado
16/12/2023	7064783247304719-13854342	No disponible	\$ 10.329 COP	Pagado
16/12/2023	7072723857362795-13848493	No disponible	\$ 9.968 COP	Pagado
17/12/2023	70571737071388760-13842503	No disponible	\$ 6.718 COP	Pagado
16/12/2023	6906302235318055-13649591	Visa - 4718	\$ 2.000 COP	Finalizado
16/12/2023	6906881812750323-13837595	Visa - 4718	\$ 54.008 COP	Finalizado
06/12/2023	6846711515544325-13778262	No disponible	\$ 3.578 COP	Pagado
03/12/2023	6977789845670715-13771518	No disponible	\$ 9.978 COP	Pagado
06/12/2023	6947321612009091-13794369	No disponible	\$ 7.487 COP	Pagado
05/12/2023	6946113172271425-13793969	Visa - 4718	\$ 1.000 COP	Finalizado
05/12/2023	7063497453775332-13791999	No disponible	\$ 10.358 COP	Pagado
04/12/2023	6974531655985489-13791179	No disponible	\$ 10.574 COP	Pagado
03/12/2023	696278787189547-13745334	No disponible	\$ 9.519 COP	Pagado
02/12/2023	7052413804871077-13739591	No disponible	\$ 3.583 COP	Pagado
01/12/2023	6965283600254285-13733764	Visa - 4718	\$ 800 COP	Finalizado
01/12/2023	6965799629536385-13733769	Visa - 4718	\$ 61.741 COP	Finalizado
			Importe total facturado	\$ 204.145 COP
			Total de fondos agregado	\$ 210.721 COP

7.2.3 Posicionamiento de Marca

En las siguientes imágenes se puede comparar y observar el impacto logrado por estas campañas, evidenciando un aumento significativo en los seguidores de Nazara Brownies en su red social de Instagram, este enfoque estratégico no solo incrementó la visibilidad de la marca, sino que también facilitó una mayor conexión con el nicho objetivo, contribuyendo al crecimiento del negocio

Figura 35. Inicios Instagram



Figura 36. *Resultado de campañas*

De igual manera, el alcance de las publicaciones con esta segmentación ha demostrado ser bastante efectivo. Tal como se muestra, una sola publicación logró alcanzar a 17.985 cuentas, de las cuales 872 visitaron e interactuaron con el perfil y 54 personas siguieron la página gracias a la promoción de la publicación. Además, se observa que el 82% de las personas que visitaron la página fueron mujeres. El rango de edad que más interactuó con la cuenta fue 18 a 24 años con un 49.4% de participación y, por último, el lugar principal de la promoción fue Santander, alcanzando el 100% de las interacciones registradas.

Figura 37. *Publicación promocionada***Figura 38.** *Visitas del perfil*

Figura 39. *Alcance mayor por género***Figura 40.** *Alcance mayor por edad*

7.2.4 Nuevos productos

Al inicio del proyecto, como se ha mencionado, Nazara Brownies comenzó con tres productos en el mercado: Mini Paletas, Corazones y Clásicos. Según lo previsto en el cronograma,

se realizaron ajustes y actualizaciones al catálogo de productos, De esta manera, se incluyeron nuevos productos al catálogo, los cuales incluyen: Letras, Paletas y Chocoreos

7.2.4.1 Letras. Las Letras son recubiertas de chocolate y vienen rellenas de nuestro Brownie y una salsa de la elección del cliente. Cada cliente puede personalizar sus Letras como más le gusten, en cuanto el sabor de chocolate para su cobertura (chocolate de leche y chocolate blanco), el color del chocolate, el diseño y crear el mensaje que desee con las letras y tienen un peso aproximado de 42g cada unidad.

Figura 41. *Letras*



7.2.4.2 Paletas. Las Paletas son recubiertas de chocolate y vienen rellenas de nuestro Brownie y una salsa de la elección del cliente. Cada cliente puede personalizar sus Paletas como más le guste, en cuanto el sabor de chocolate para su cobertura (chocolate de leche y chocolate blanco), el color del chocolate, el diseño y crear el mensaje que desee ponerle a las Paletas y tienen un peso aproximado de 65g cada unidad

Figura 42. Paletas

7.2.4.3 Chocoreos. Las Chocoreos son galletas Oreo recubiertas de chocolate. El cliente puede personalizar sus Chocoreos como más le guste, en cuanto el sabor de chocolate para su cobertura (chocolate de leche y chocolate blanco), el color del chocolate, el diseño y crear el mensaje que desee ponerle a las Chocoreos y tienen un peso aproximado de 28g unidad

Figura 43. Chocoreos

7.2.5 Actualización Catálogo Nazara Brownies

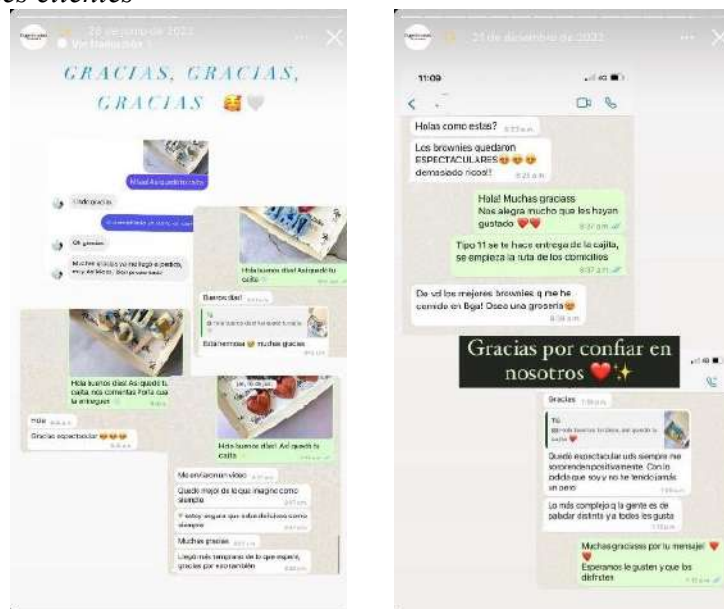
A continuación, en el Apéndice A, se presentará el catálogo actualizado de Nazara Brownies, que incluye un instructivo detallado para el cliente de como personalizar y realizar su

pedido, se encuentran todos los productos con su respectiva imagen de referencia, precios y especificaciones; los potenciales clientes pueden acceder a este catálogo a través de la página de Instagram y mediante WhatsApp Business

7.2.6 Aceptación y opiniones de Nazara Brownies en el mercado

Gracias al nuevo catálogo implementado, a la incorporación de nuevos productos y la publicidad por medio de Facebook Ads, se ha evidenciado una notable aceptación por parte de los clientes. Estos han expresado una gran satisfacción con la calidad, sabor y la presentación de los productos y la atención brindada por el equipo de Nazara Brownies; uno de los principales indicadores del éxito de Nazara en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana han sido la gran cantidad de comentarios positivos en redes sociales, donde cada vez más clientes nos recomiendan. A continuación, se presentarán unos ejemplos de estos comentarios positivos y, en el Apéndice B, se adjuntan más evidencias sobre los testimonios de los clientes.

Figura 44. Opiniones clientes



7.3 Avances técnicos

Como avance técnico, se logró realizar un cambio significativo para Nazara Brownies, un cambio en el proceso y resultado final del producto “Letras”.

Al inicio, la producción de 10 letras de Brownie tomaba aproximadamente 1 hora y 42 minutos, con una productividad de 9,8%. Gracias a la nueva forma de producción de letras de chocolate, se logró reducir el tiempo de elaboración unos 22 minutos, permitiendo así realizar la producción de 10 letras en 1 hora y 20 minutos. Esta optimización del proceso no solo redujo el tiempo de producción, sino que también incrementó la productividad un 2,7%, llegando a un 12,5%.

Inicialmente las letras se realizaban utilizando un molde de acero, cuyo propósito original era el de un cortador de galletas. Este proceso y molde requería formar manualmente cada letra con los cortadores, lo que afectaba las manos del operario ocasionando posibles cortes por la fuerza y presión que se debía aplicar para que la masa adoptara la forma deseada, en la imagen 45 se puede apreciar un ejemplo de los moldes o cortadores que se utilizaban para el proceso de Letras

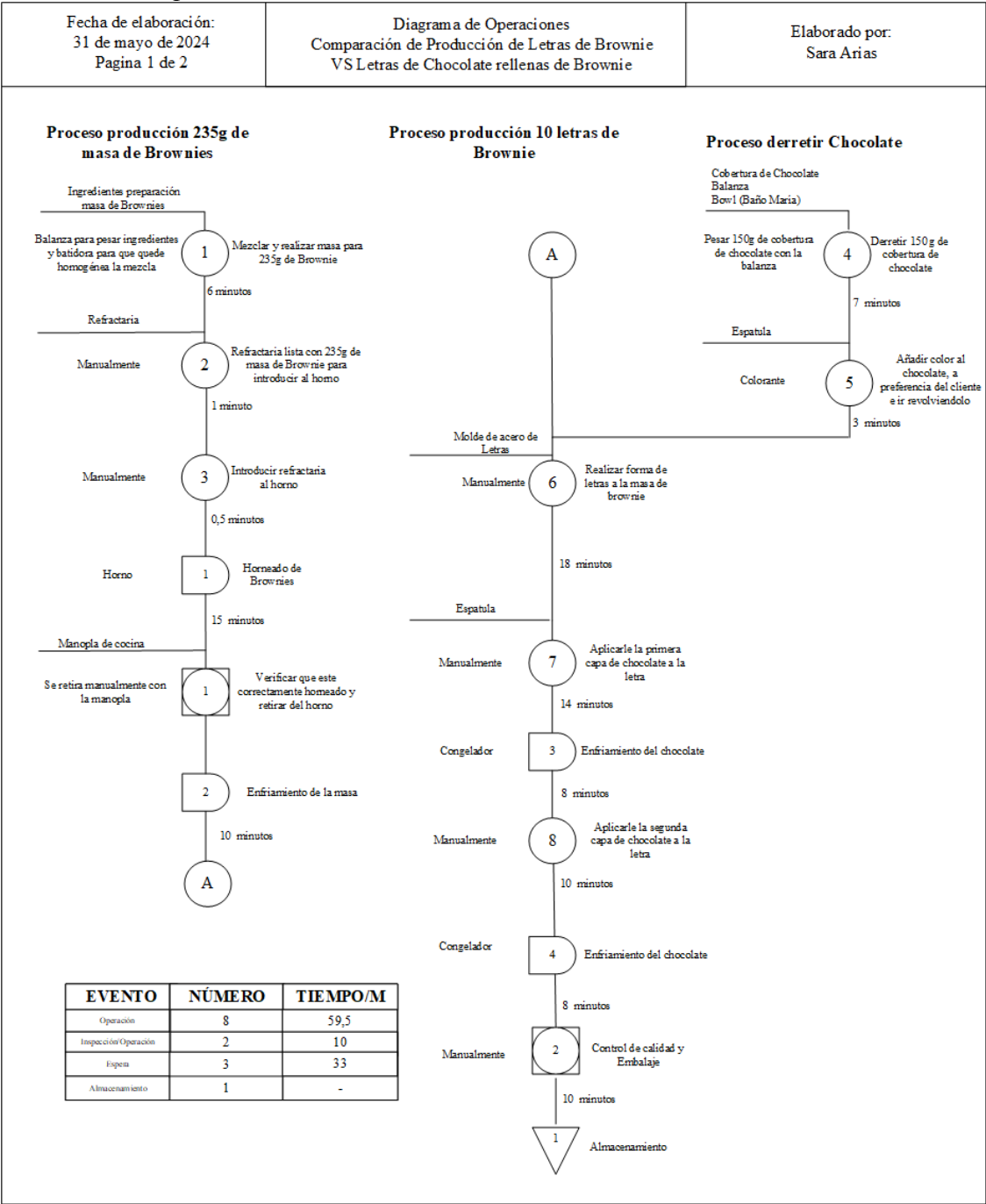
Figura 45. *Moldes de Acero Letras*



Además, era necesario esperar a que la masa se enfriara al menos por 10 minutos, pues no se podía manipular recién sacada del horno, debido a que la masa se agrietaba y resultaba difícil de manejar por su alta temperatura. Al momento de la entrega del pedido, por ser un producto tan delicado, las letras frecuentemente se rompían durante el envío del pedido, lo que provocaba que los clientes optaran por no pagar el producto o solicitaran una garantía

Como se puede evidenciar en el siguiente diagrama de procesos, el tiempo total de operación para realizar 10 letras de Brownie, proceso que se ejecuta desde el horneado de la masa de Brownie hasta el embalaje y empaque del producto, es de aproximadamente 1 hora y 42 minutos, un proceso muy largo. Además, este tiempo no contempla las ocasiones en que las letras se rompían en el momento de empacarlas en la caja, generando pérdidas económicas

Figura 46. Proceso producción Letras de Brownie



Debido a todos los problemas anteriormente expuestos, se buscó una nueva alternativa para la producción de este producto, con el fin de optimizar el proceso, mejorar la calidad del producto y garantizar la satisfacción del cliente.

Después de varios días de búsqueda en diferentes sucursales y lugares de venta de insumos e implementos para pastelerías y panaderías, se logró encontrar un molde de letras hecho de silicona. Este material era el óptimo para el uso de chocolatería y no era un cortador, como el anterior insumo que se utilizaba, a raíz de este hallazgo, se iniciaron pruebas para crear letras de chocolate rellenas de Brownie y una salsa de elección del cliente.

Tras varios días de pruebas, se lograron producir exitosamente las letras, alcanzando una mayor calidad a comparación de las letras que anteriormente se producían. Las letras no se rompían con facilidad y presentaban una apariencia mucho más atractiva, a continuación, en la imagen 47 y 48, se puede ver la comparación de ambos productos respectivamente, las antiguas letras que se realizaban con moldes de acero y las nuevas letras de chocolate rellenas de Brownie

Figura 47. *Primeras letras de Brownie*

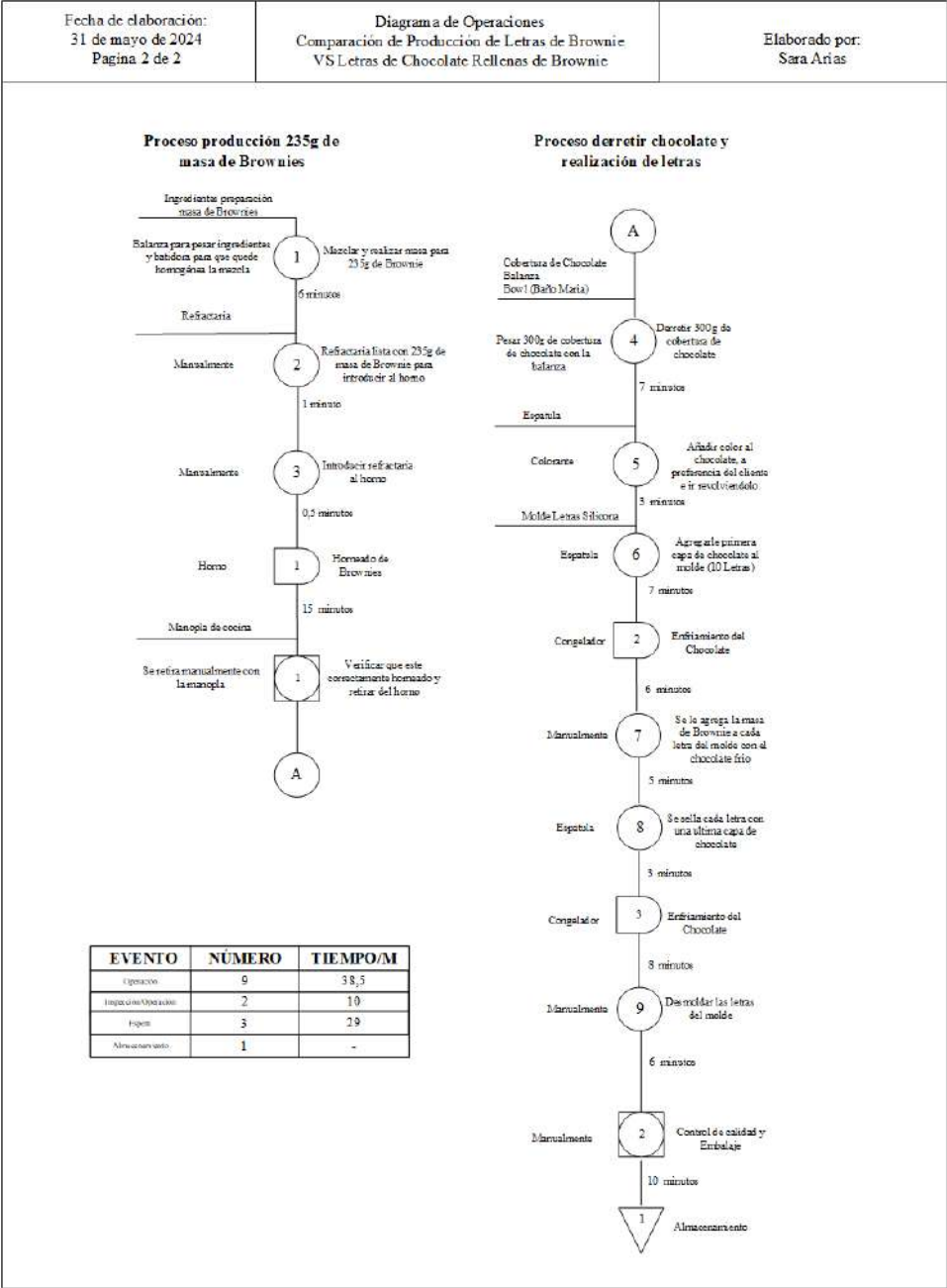


Figura 48. *Nuevas letras*



Además, un aspecto fundamental es que el nuevo proceso resultó ser más rápido y eficiente. El tiempo necesario para producir 10 letras se redujo a aproximadamente 1 hora y 20 minutos, desde la preparación de la masa de Brownie hasta el embalaje de las letras para la entrega al cliente, como se puede observar en el siguiente diagrama de procesos

Figura 49. Nuevo Proceso producción Letras de Chocolate



Este avance no solo mejoro la calidad y estética del producto final, sino que también optimizó el proceso de producción, reduciendo el tiempo y el esfuerzo necesario. Así se garantizó una mayor satisfacción del cliente y se mejoró la eficiencia operativa de Nazara Brownies

7.4 Análisis financiero

En este apartado, se va a exponer el balance general de Nazara Brownies correspondiente al periodo del 1 de diciembre de 2023 al 31 de mayo de 2024. Es importante realizar este estudio, ya que es un estado financiero fundamental que proporciona una visión más clara y precisa de la situación económica y financiera de la empresa

A continuación, en la tabla 15 se detallan las ventas y costos realizados entre los periodos mencionados anteriormente. Asimismo, en el Apéndice H, se presenta un desglose detallado de las compras de insumos por cada mes, especificando el producto, el costo y el lugar de adquisición

Tabla 15. *Ventas y costos diciembre 2023 - mayo 2024*

Mes	Total	Total Costo	Utilidad
	Ventas		
Diciembre	\$	\$347.080,00	\$
2023.	947.495		600.415
Enero 2024.	\$	\$38.300,00	\$
	142.400		104.100
Febrero	\$	\$92.280,00	\$
2024.	328.700		236.420
Marzo	\$	\$61.400,00	\$
2024.	418.355		356.955
Abril 2024.	\$	\$87.090,00	\$
	322.300		235.210
Mayo 2024.	\$	\$142.880,00	\$
	640.795		497.915

Adicionalmente, en el Apéndice H se logra evidenciar la base de datos de las ventas de los periodos estudiados, en la tabla se detallada la información relevante de cada transacción, incluyendo el número de celular del cliente, el producto adquirido, la cantidad comprada, el precio total, el costo asociado y la utilidad obtenida, de esta manera se realizó el siguiente análisis:

- Las cantidades vendidas reflejan la popularidad de cada producto y las preferencias de los clientes
- La información de los clientes, identificados por su número de celular, muestra una amplia base de clientes recurrentes y nuevos
- La variedad de productos vendidos, desde brownies clásicos hasta las nuevas letras de chocolate rellenas, destaca la diversificación del catálogo de Nazara Brownies

En el Apéndice H se detalla la información relevante de cada venta, incluyendo el número de celular del cliente, el producto adquirido, la cantidad comprada, el precio total, costo total asociado y la utilidad obtenida

Para realizar el balance general, es esencial e importante comenzar con el desarrollo del Estado de Pérdidas y Ganancias (P&G). Este informe es necesario ya que muestra los ingresos y gastos de la empresa durante un periodo específico, permitiendo determinar la utilidad neta, el periodo que se utilizo fue tomada de la tabla 15 de *Ventas y costos diciembre 2023 - mayo 2024*, en la siguiente tabla se puede observar el P&G realizado

Tabla 16. P&G

P&G			
Nazara Brownies			
Periodo	1/12/20	a	31/05/20
	23	1	24
Ventas Netas	\$2.800.045		
Costo de ventas (-)	\$769.030		

P&G	
Nazara Brownies	
Utilidad Bruta	\$2.031.015
Gastos Administrativos (-)	\$120.000
Gastos de ventas (-)	\$-
Resultado operativo	\$1.911.015
Ingresos no operacionales	\$-
Gastos no operacionales	\$-
Utilidad antes de impuesto	\$1.911.015
Provisión para impuesto de renta	\$-
(30%) (-)	
Provisión PTU (8%)	\$152.881
UTILIDAD NETA	\$1.758.134

Gracias al Estado de Pérdidas y Ganancias, se logró evidenciar que la utilidad neta de Nazara Brownies entre el periodo comprendido entre el 1 de diciembre de 2023 y el 31 de mayo de 2024 fue de \$1.758.134, ya que los costos generados en este periodo fueron muy bajos, con un total de \$769.030

En la tabla 17, que se presenta a continuación, se detallan los activos de la empresa, clasificados y asignados con sus correspondientes códigos del Plan Único de Cuentas (PUC). Con esta estructura, se busca ofrecer una representación detallada y comprensible de los recursos con los que cuenta Nazara Brownies y así facilitar si análisis

Tabla 17. Activos y Códigos PUC de Nazara Brownies

Cuenta	Código	Descripción	Valor
Activo	1528 (Equipo de computación y comunicación)	Computador portátil LENOVO	\$1.899.000
Activo	1529 (Equipo de computación y comunicación)	Impresora	\$750.000
Activo	1524 (Equipo de oficina)	Escritorios	\$300.000

Cuenta	Código	Descripción	Valor
Activo	171048 (Elementos de aseo y cafetería)	Bowl	\$76.000
Activo	1520 (Maquinaria y equipo)	Batidora	\$500.000
Activo	1520 (Maquinaria y equipo)	Horno	\$1.000.000
Activo	171048 (Elementos de aseo y cafetería)	Balanza	\$20.000
Activo	171048 (Elementos de aseo y cafetería)	Refractarias	\$75.000
Activo	171048 (Elementos de aseo y cafetería)	Espátulas	\$66.000
Activo	1520 (Maquinaria y equipo)	Refrigerador	\$1.300.000
Activo	171052 (Moldes y Troqueles)	Moldes silicona	\$70.000
Activo	1520 (Maquinaria y equipo)	Termómetro	\$50.000
Activo	171048 (Elementos de aseo y cafetería)	Ollas para baño maría	\$105.000
Activo	171052 (Moldes y Troqueles)	Molde acetato	\$30.000
Pasivo	2210 (Del exterior)	Proveedor de publicidad (Facebook Ads)	\$50.000
Patrimonio	3315 (Reservas ocasionales)	Adquisición de nuevos moldes y utensilios	\$500.000

De esta forma, ya se puede proceder con la elaboración del Balance General. Se cuenta con el estado de Pérdidas y Ganancias (P&G) y la tabla detallada de los activos de la empresa, datos esenciales para la realización del balance. Estos elementos permiten entender y analizar de manera más precisa su contenido.

La tabla 18 que se muestra a continuación es el Balance General de Nazara Brownies, que abarca el periodo del 1 de diciembre de 2023 al 31 de mayo de 2024.

Tabla 18. *Balance General Nazara Brownies*

Balance General Nazara Brownies			
Balance general del	1/12/2023	al	31/05/2024
ACTIVOS			
Activo Corriente			
Efectivo			\$1.000.000
Total Activo Corriente			\$1.000.000
Activo No Corriente			
Equipo de oficina			\$300.000
Moldes y troqueles			\$100.000
Elementos de aseo y cafetería			\$342.000
Maquinaria y equipo			\$2.850.000
Equipo de computación y comunicación			\$ 2.649.000
Total Activo No Corriente			\$6.241.000
TOTAL ACTIVOS			\$7.241.000
PASIVOS			
Pasivo No Corriente			
Proveedor publicidad			\$50.000
Total Pasivo No Corriente			\$50.000
TOTAL PASIVOS			\$50.000
PATRIMONIO			
Reservas			\$500.000
Utilidad Neta			\$1.758.134
TOTAL PATRIMONIO			\$2.258.134
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			\$2.308.134

Con base al anterior balance general, para una mayor explicación y análisis se va a realizar un análisis vertical, el cual consiste en expresar cada partida del balance como un porcentaje del total de activos y del total de pasivos más patrimonio, de esta manera, permite comprender como se distribuyen los ingresos y gastos en la empresa

Tabla 19. *Análisis Vertical*

Análisis vertical			
Activos			
Activo Corriente			
Efectivo	\$	13,8%	
	1.000.000		
Total Activo Corriente	\$	13,8%	
	1.000.000		
Activo No Corriente			
Equipo de oficina	\$ 300.000	4,1%	
Moldes y troqueles	\$ 100.000	1,4%	
Elementos de aseo y cafetería	\$ 342.000	4,7%	
Maquinaria y equipo	\$	39,4%	
	2.850.000		
Equipo de computación y comunicación	\$	36,6%	
	2.649.000		
Total Activo No Corriente	\$	86,2%	
	6.241.000		
TOTAL ACTIVOS	\$	100,0%	
	7.241.000		
Pasivos			
Pasivo No Corriente			
Proveedor publicidad	\$ 50.000	2,2%	
Total Pasivo No Corriente	\$ 50.000	2,2%	
TOTAL PASIVOS	\$ 50.000	2,2%	
Patrimonio			
Reservas	\$ 500.000	21,7%	
Utilidad Neta	\$	76,2%	
	1.758.134		
TOTAL PATRIMONIO	\$	97,8%	
	2.258.134		
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$2.308.134	100,0%	

Se puede concluir con esto que:

- El efectivo representa el 13,81% del total de activos

- Los activos no corrientes componen el 86,19% del total de activos, con la maquinaria y equipo de computación y comunicación siendo los componentes más significativos (39,37% y 36,57%, respectivamente)
- Los pasivos son relativamente bajos, ya que solo representan solo el 2,17% del total de pasivos más patrimonio
- El patrimonio es la mayor parte de los pasivos más patrimonio, representando el 97,83%

Este análisis muestra que Nazara Brownies tiene una estructura de activos con una alta inversión en activos no corrientes, y una sólida base de patrimonio en comparación con otros pasivos

7.5 Lecciones aprendidas

El camino de emprender y de crear una empresa no es sencillo; a diario se presentan problemas imprevistos, como la falta de insumos, deficiencias en la logística y entrega de productos, y una variedad de retos y desafíos constantes. Sin embargo, cada obstáculo superado genera un profundo sentido de orgullo tanto personal como hacía el emprendimiento. La satisfacción y gratitud de los clientes al recibir y disfrutar los productos ofrecidos proporciona una inmensa gratificación. Por eso, cada éxito en satisfacer al cliente logra reafirmar el propósito inicial de crear una empresa de Brownies en la ciudad de Bucaramanga, cumpliendo la necesidad que motivó la creación y el inicio de esta aventura empresarial.

Al comienzo de la operación, cuando recién se empezaron a realizar envíos y entregas de los pedidos, se enfrentaron grandes dificultades debido a lo delicado que son los productos. Los Brownies y Chocolates no pueden ser movidos bruscamente ni la caja donde van empacados se puede voltear, ya que se dañarían y hasta se podrían romper, así que las cajas al momento de la

entrega deben mantenerse en posición horizontal para que no se volteen; debido a esto, se generaron inconvenientes con las primeras entregas, ya que los repartidores en moto no manejaban ni transportaban los productos con la suficiente delicadeza y entregaban el producto al cliente desordenado o roto afectando la calidad de servicio. Para superar este problema, se optó por contratar servicios de entrega que se realizaran en automóvil, garantizando así que los productos llegarán y se entregaran en las mejores condiciones.

Por otra parte, como se había previsto e indicado anteriormente en el apartado de Contingencias; Nazara Brownies enfrentó un periodo de estacionalidad. En meses como enero y marzo, la demanda es demasiado baja, ya que este tipo de productos se necesitan o se compran para festividades o dar regalos, en estos meses no hay festividades que incentiven a los potenciales clientes a comprar regalos o detalles, a diferencia de meses como diciembre (Navidad), febrero (San Valentín) y mayo (Día de la Madres).

Para poder contrarrestar la baja demanda durante los meses de estacionalidad, se lanzaron promociones y descuentos en productos de menor demanda. Esto permitió aumentar las ventas durante esos periodos, de igual manera, se implementaron campañas promocionales a través de Facebook Ads para poder captar mayor interés y atraer potenciales clientes. En las siguientes imágenes se puede evidenciar el Feed de publicaciones de Nazara Brownies en Instagram, promocionando Minipaletas para un mes de estacionalidad

Figura 50. *Feed Instagram***Figura 51.** *Ejemplo Promociones de productos*

7.5.1 Próximos pasos de Nazara Brownies

Nazara Brownies en la actualidad esta creciendo de manera orgánica, se da a conocer y llega a nuevos clientes a través de la publicidad voz a voz, la cual es la estrategia más valorada, además, esta difusión de la marca se complementa con campañas de publicidad y promoción mediante Facebook Ads. Nazara Brownies ha logrado destacarse en el mercado y en la ciudad de

Bucaramanga por elaborar sus productos con la mejor calidad posible, utilizando métodos artesanales, sin conservantes y con los mejores insumos propios del país. De esta manera, se quiere continuar con la producción orgánica, artesanal y personalizada, la cual ha permitido diferenciarla en el mercado y así poder seguir creciendo.

A corto plazo, se tiene planteado como objetivo estandarizar la producción de los Brownies Clásicos para poder distribuirlos en cafeterías, heladerías y restaurantes en las ciudades de Bucaramanga y Bogotá, esta nueva estrategia permitiría crear pedidos mensuales o semanales para cada local, siendo sus distribuidores oficiales.

A largo plazo, Nazara Brownies espera operar bajo el modelo de cocina oculta, un espacio de cocina profesional sin comedor ni atención al cliente en el lugar, solamente para su producción y distribución de los productos, este modelo permitiría optimizar el tiempo de ejecución del pedido y la entrega de los Brownies, sería exclusivamente para domicilios, lo que facilitaría la entrega de pedidos el mismo día que se reciban las órdenes de pedidos.

El enfoque siempre ha sido la satisfacción del cliente y gracias a la capacidad de adaptación a las demandas del mercado, ha permitido diferenciarnos y expandir la marca, en este momento, Nazara Brownies se encuentra bien posicionada para seguir creciendo, superar los retos que enfrenta a diario y alcanzar nuevos niveles de éxito en el futuro

8. Conclusiones

En conclusión, la creación de Nazara Brownies ha sido un proceso enriquecedor que ha confirmado la viabilidad del proyecto y su gran potencial, enfocado en la producción artesanal y personalizada de Brownies y productos de chocolatería en la ciudad de Bucaramanga. A través de la formulación de un plan de negocios, se abordaron los aspectos comerciales, técnicos, administrativos y financieros, permitiendo una implementación efectiva en el proyecto

La empresa ha logrado diferenciarse en un mercado amplio y competitivo gracias a su compromiso con la calidad, utilizando insumos nacionales y métodos de elaboración artesanales que preservan la autenticidad y el sabor de cada producto. Además, la estrategia de crecimiento orgánico, basada principalmente en el marketing Boca a Boca complementado con campañas en Facebook Ads, ha demostrado ser efectivas para aumentar la visibilidad y atraer a nuevos clientes

El proyecto no solo ha demostrado su capacidad para satisfacer la demanda local, sino que también ha abierto la posibilidad de expansión a corto y mediano plazo, a través de la poder estandarizar procesos, de igual manera, los resultados obtenidos hasta la fecha reflejan un negocio con una solida estructura operativa y financiera, la cual es capaz de adaptarse a las exigencias del mercado, a la competencia y a los consumidores.

Así, este proyecto ha puesto en evidencia la importancia de una planificación detallada y un enfoque centrado en la calidad y la satisfacción del cliente como pilares fundamentales para el éxito empresarial

Referencias

- Universidad Militar Nueva Granada, «Universidad Militar Nueva Granada,»
- 1] Bogotá, 2020.
- Universidad Católica del Norte, «El chocolate en Colombia: Historia, producción y
- 2] consumo,» *Revsita virtual Universidad Católica del Norte*, 2019.
- Revista La Barra, «Top de las panaderías con mayores ingresos operacionales,»
- 3] 2019. [En línea]. Available: <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/top-de-las-panaderias-con-mayores-ingresos-operacionales>.
- Passport Euromonitor International , «Passport Euromonitor International,» 18 12
- 4] 2023. [En línea]. Available: <https://www-portal-euromonitor-com.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/portal/analysis/tab>. [Último acceso: 18 12 2023].
- DANE, La información del DANE en la toma de decisiones regionales,
- 5] Bucaramanga - Santander, 2022.
- INVISBU Alcaldía de Bucaramanga, «Política pública de vivienda y hábitat de
- 6] Bucaramanga “Para superar el riesgo y construir ciudad sostenible”,» 2014. [En línea]. Available: <https://www.bucaramanga.gov.co/wp-content/uploads/2021/07/Documento-Politica-Publica-de-Vivienda-y-Habitat-de-Bucaramanga.pdf>.
- Cámara de Comercio de Bucaramanga, «Conexión,» 2023. [En línea]. Available:
- 7] https://www.camaradirecta.com/imagenes/vdo_conexion/cone_9d15dbe96e03dc8703c3a7e369a33814bf678181.pdf. [Último acceso: 28 Febrero 2024].
- Passport Euromonitor International , 2023.
- 8]

- INVIMA, «8 Pasos para obtener registro sanitario, permiso sanitario y notificación sanitaria,» 2024. [En línea]. Available: <https://www.invima.gov.co/sites/default/files/el-instituto/mercados-internacionales/Pasos-para-obtener-registro-sanitario-2016-final.pdf>.

- INVIMA, «Otros Alimentos y Otras Bebidas,» 2024. [En línea]. Available: <https://www.invima.gov.co/productos-vigilados/alimentos-y-bebidas-alcoholicas/otros-alimentos-y-otras-bebidas>.

Apéndices

Apéndice A. Catálogo actualizado Nazara Brownies 2024



OPCIONES PARA CREAR TU BROWNIE IDEAL

CHOCOLATE	SALSAS
-Blanco	Frutos Rojos
-De leche (Cafe)	Chocolate
	Crema de Avellanas
	Arequipe




CORAZONES



Vienen rellenos de nuestro Brownie y una salsa de tu elección.

PRECIO: \$5.800 C/U
-Cajita x6: 30.000

LETRAS



Vienen rellenas de nuestro Brownie y una salsa de tu elección. Puedes personalizar la frase como más te guste

PRECIO: \$5.400 C/U
Cajita mínimo x4

MINI PALETAS



Vienen rellenas de nuestro Brownie y una salsa de tu elección. Puedes personalizarlas con el color que más te guste

PRECIO: \$5.800 C/U
Cajita mínimo x3

PALETAS



Vienen rellenas de nuestro Brownie y una salsa de tu elección. Puedes personalizarlas con el color que más te guste.

PRECIO: \$7.900 C/U

CHOCOREOS



Galletas Oreo recubiertas con tu chocolate favorito, las puedes personalizar con el color y diseño que más te guste. Puedes Adicionarle letras a tus Chocoreos.

PRECIO: \$4.200 C/U

CLÁSICOS



¡Nuestro Brownie en su forma Clásica no tan clásica! En la mitad trae una salsa de tu elección, en la parte de arriba más salsa y acompañado por un Topping de tu elección.

OPCIONES PARA CREAR TU CLÁSICO

TOPPING

Oreo
Hersheys
Kinder Bueno
Milky Way

SALSAS

Frutos Rojos
Chocolate
Crema de Avellanas
Arequipe

Cajita X3 : \$17.500
Cajita X6 : \$33.000
Cajita X9 : \$48.000
Unidad : \$6.000

*Recuerda que tu cajita puede ser mixta

CAJITAS MIXTAS



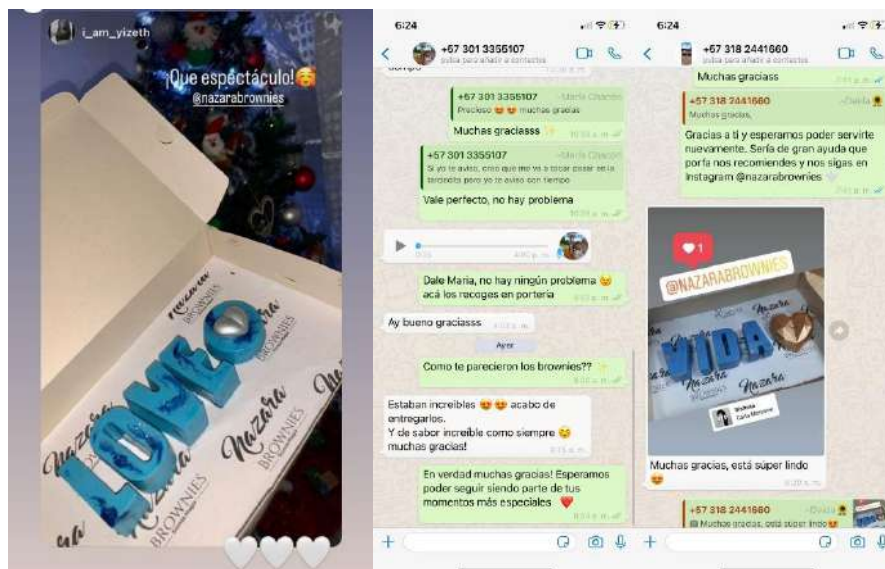
¡Crea tu cajita con los productos que más te gusten!

RECUERDA

Todas nuestras opciones de decoración y color las encuentras en nuestro Instagram @nazarabrownies

Haz tu pedido con mínimo 2 días de anticipación, si necesitas tu pedido antes nos comentas y miramos disponibilidad.

Los Brownies son delicados y en el camino se pueden desordenar

Apéndice B. Aceptación y opiniones de Nazara Brownies en el mercado

Apéndice C. RUT

		Formulario del Registro Único Tributario		001	
2. Concepto 0 1 Inscripción		4. Número de formulario 141039091647			
					
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 1 0 0 0 6 1 2 1 8 2		6. DV 1		12. Dirección seccional Impuestos y Aduanas de Bucaramanga	
14. Buzón electrónico 4					
IDENTIFICACIÓN					
24. Tipo de contribuyente Persona natural o sucesión ilíquida		25. Tipo de documento Cédula de Ciudadanía		26. Número de identificación 1 0 0 0 6 1 2 1 8 2	
27. Fecha expedición		28. País COLOMBIA		29. Departamento Santander	
30. Ciudad/Municipio Floridablanca		31. Primer apellido ARIAS		32. Segundo apellido FLOREZ	
33. Primer nombre SARA		34. Otros nombres CATALINA		35. Razón social	
36. Nombre comercial ARIAS FLOREZ SARA CATALINA		37. Sigla			
UBICACIÓN					
38. País COLOMBIA		39. Departamento Santander		40. Ciudad/Municipio Floridablanca	
41. Dirección principal AUT FLORIDABLANCA 149 164		42. Correo electrónico SARA.ARIASFZ11@GMAIL.COM		43. Código postal	
44. Teléfono 1 3 1 1 2 1 4 7 1 6 5		45. Teléfono 2			
CLASIFICACIÓN					
Actividad principal		Actividad económica		Ocupación	
46. Código 1 0 8 1		47. Fecha inicio actividad 2 0 2 4 0 5 0 8		48. Código	
49. Fecha inicio actividad		50. Código 1 2		51. Código	
52. Número establecimientos 1					
Responsabilidades, Calidades y Atributos					
53. Código 4 9					
49 - No responsable de IVA					
Usuarios aduaneros					
54. Código 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10					
11 12 13 14 15 16 17 18 19 20					
Exportadores					
55. Forma 56. Tipo Servicio 1 2 3					
57. Modo 58. CPC					
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación					
Para uso exclusivo de la DIAN					
59. Anexos SI NO X		60. No. de Folios 0		61. Fecha 2024 - 05 - 08 / 12 : 12: 03	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.6.1.2.8 del Decreto 1625 del 2016. De igual manera al formalizar el trámite el usuario fue informado y acepta la política de tratamiento de datos ley 1581 de 2012.			Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice:		
Firma del solicitante:			Firma autorizada:		
984. Nombre ARIAS FLOREZ SARA CATALINA			985. Cargo CONTRIBUYENTE		

		Formulario del Registro Único Tributario		001	
Espacio reservado para la DIAN			Página 2 de 3 Hoja 2		
			4. Número de formulario 141039091647		
 (415)7707212489984;8020;0000141039091647					
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 1 0 0 0 6 1 2 1 8 2		6. DV 1	12. Dirección seccional Impuestos y Aduanas de Bucaramanga		14. Buzón electrónico 4
Características y formas de las organizaciones					
62. Naturaleza 65. Fondos 68. Sin personería jurídica		63. Formas asociativas 66. Cooperativas 69. Otras organizaciones no clasificadas		64. Entidades o institutos de servicio público de orden nacional, departamental, municipal y despropietados 67. Sociedades y organismos extranjeros 70. Beneficio	
Constitución, Registro y Última Reforma					
Documento		1. Constitución		2. Reforma	
71. Clase		0 9			
72. Número					
73. Fecha					
74. Número de notaría					
75. Entidad de registro		0 3			
76. Fecha de registro		2 0 2 4 0 5 0 8			
77. No. Matricula mercantil		0 0 0 0 6 7 2 7 1 6			
78. Departamento		6 8			
79. Ciudad/Municipio		0 0 1			
Composición del Capital					
82. Nacional %					
83. Nacional público %					
84. Nacional privado %					
85. Extranjero %					
86. Extranjero público %					
87. Extranjero privado %					
Vigencia					
80. Desde					
81. Hasta					
Entidad de vigilancia y control					
88. Entidad de vigilancia y control					
Estado y Beneficio					
Item	89. Estado actual	90. Fecha cambio de estado	91. Número de Identificación Tributaria (NIT)	92. DV	
1					
2					
3					
4					
5					
Vinculación económica					
93. Vinculación económica	94. Nombre del grupo económico y/o empresarial			95. Número de Identificación Tributaria (NIT) de la matriz o controlante	96. DV
97. Nombre o razón social de la matriz o controlante					
170. Número de identificación tributaria otorgado en el exterior		171. País		172. Número de identificación tributaria sociedad o natural del exterior con EP	
173. Nombre o razón social de la sociedad o natural del exterior con EP					

		Formulario del Registro Único Tributario Establecimientos				001	
Espacio reservado para la DIAN				Página 3 de 3 Hoja 6			
				4. Número de formulario 141039091647			
 (415)7707212489984;8020;0000141039091647							
5. Número de Identificación Tributaria (NIT)		6. DV		12. Dirección seccional		14. Buzón electrónico	
1 0 0 0 6 1 2 1 8 2		1		Impuestos y Aduanas de Bucaramanga		4	
Establecimientos, agencias, sucursales, oficinas, sedes o negocios entre otros							
160. Tipo de establecimiento Establecimiento de comercio		161. Actividad económica Elaboración de productos de panadería		1 0 - 8 1			
162. Nombre del establecimiento NAZARA BROWNIES							
163. Departamento Santander		164. Ciudad/Municipio Floridablanca		2 7 8			
165. Dirección AUTOPISTA FLORIDABLANCA # 149 - 164							
166. Número de matrícula mercantil 0 0 0 0 6 7 2 7 1 7		167. Fecha de la matrícula mercantil 2 0 2 4 0 5 0 8					
168. Teléfono 3 1 1 2 1 4 7 1 6 5		169. Fecha de cierre					
2							
160. Tipo de establecimiento		161. Actividad económica					
162. Nombre del establecimiento							
163. Departamento		164. Ciudad/Municipio					
165. Dirección							
166. Número de matrícula mercantil		167. Fecha de la matrícula mercantil					
168. Teléfono		169. Fecha de cierre					
3							
160. Tipo de establecimiento		161. Actividad económica					
162. Nombre del establecimiento							
163. Departamento		164. Ciudad/Municipio					
165. Dirección							
166. Número de matrícula mercantil		167. Fecha de la matrícula mercantil					
168. Teléfono		169. Fecha de cierre					

Apéndice D. Cámara de Comercio



Cámara de Comercio de Bucaramanga
CERTIFICADO DE MATRICULA ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Fecha expedición: 09/07/2024 HORA: 16:20:8
Recibo No. 11640785, Valor: \$3.700

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 92UX29F8C3

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a WWW.CAMARADIRECTA.COM y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:

NOMBRE, DATOS GENERALES Y MATRÍCULA

Nombre: NAZARA BROWNIES
Matricula No.: 672717
Fecha de matrícula: 08 de Mayo de 2024
Último año renovado: 2024
Fecha de renovación: 08 de Mayo de 2024
Activos Vinculados: \$3.000.000,00

UBICACIÓN

Dirección Comercial: Autopista FLORIDABLANCA # 149 - 164
Municipio: Floridablanca
Correo electrónico: sara.ariasfz11@gmail.com
Teléfono comercial 1: 3112147165
Teléfono comercial 2: No reportó
Teléfono comercial 3: No reportó

CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS - CIIU

Actividad principal Código CIIU: 1081

Descripción de la actividad económica reportada en el Formulario del Registro Único Empresarial y Social -RUES-: PRODUCCION Y DISTRIBUCION DE BROWNIES Y CHOCOLATERIA ARTESANAL

PROPIETARIO

Nombre: ARIAS FLOREZ SARA CATALINA
Identificación: 1000612182-1
Domicilio: Floridablanca
Matricula No.: 0672716
Fecha de matrícula: 08 de Mayo de 2024

Página 1 de 3

Signature Not Verified

Firma
Electrónica

Cámara de Comercio de Bucaramanga
CERTIFICADO DE MATRICULA ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Fecha expedición: 09/07/2024 HORA: 16:20:8
Recibo No. 11640785, Valor: \$3.700

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 92UX29F8C3

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a WWW.CAMARADIRECTA.COM y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

Ultimo año renovado: 2024
Fecha de renovación: 08 de Mayo de 2024

RECURSOS CONTRA LOS ACTOS DE INSCRIPCIÓN

De conformidad con lo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo y la Ley 962 de 2005, los actos administrativos de registro, quedan en firme dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de inscripción, siempre que no sean objeto de recursos. Para estos efectos, se informa que para la Cámara de Comercio de Bucaramanga, los sábados NO son días hábiles.

Una vez interpuestos los recursos, los actos administrativos recurridos quedan en efecto suspensivo, hasta tanto los mismos sean resueltos, conforme lo prevé el artículo 79 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

A la fecha y hora de expedición de este certifica, NO se encuentra en trámite ningún recurso.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Este certificado refleja la situación jurídica registral del establecimiento de comercio, a la fecha y hora de su expedición.

Importante: la firma digital del secretario de la Cámara de Comercio de Bucaramanga contenida en este certificado electrónico se encuentra emitida por una entidad de certificación abierta autorizada y vigilada por la superintendencia de industria y comercio, de conformidad con las exigencias establecidas en la ley 527 de 1999.

En el certificado se incorporan tanto la firma mecánica que es una representación gráfica de la firma del secretario de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, como la firma digital y la respectiva estampa cronológica, las cuales podrá verificar a través de su aplicativo visor de documentos pdf.

No, obstante si usted expidió el certificado a través de la plataforma virtual puede imprimirlo desde su computador con la certeza de que fue expedido por la Cámara de Comercio de Bucaramanga. La persona o entidad a la que usted le va a entregar el certificado puede verificar, por una sola vez, su contenido ingresando a www.camaradirecta.com opción certificados electrónicos y digitando el código de verificación que se encuentra en el encabezado del presente documento. El certificado a validar corresponde a la imagen y contenido del certificado creado en el momento en que se generó en las ventanillas o a través de la plataforma virtual de la cámara.

Cámara de Comercio de Bucaramanga
CERTIFICADO DE MATRICULA ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
Fecha expedición: 09/07/2024 HORA: 16:20:8
Recibo No. 11640785, Valor: \$3.700

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 92UX29F8C3

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a WWW.CAMARADIRECTA.COM y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.



Lina María Rodríguez Buitrago

Apéndice E. Formulario Expedición Notificación Sanitaria

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS	
	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRAMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)			
	Código: ASS-RSA-FM098		Versión: 07	
Fecha de Emisión: 2024-03-05				
FORMULARIO DE EXPEDICIÓN DE REGISTRO SANITARIO O PERMISO SANITARIO O NOTIFICACIÓN SANITARIA FORMULARIO ÚNICO DE RENOVACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS				
RECUERDE QUE:				
DEBERÁ ALLEGAR LA INFORMACIÓN EN FÍSICO Y EN MEDIO MAGNÉTICO (CD) EN FORMATO WORD Y/O EXCELL EDITABLE				
TENGA EN CUENTA: Para mayor información consulte el formato "Instructivo de trámites", en donde aparece indicado como debe diligenciar este formulario en los campos que se encuentran numerados según las disposiciones contempladas en la Resolución 2674 de 2013 Artículo 38, 40 modificado por la Resolución 3168 de 2015; Presente la documentación en carpeta blanca, legajada y foliada (numerada), en carpeta blanca, diligencie, verifique la normatividad sanitaria aplicable a su producto y las disposiciones establecidas en la Resolución 2674 de 2013 modificada por la Resolución 3168 de 2015 y Resolución 719 de 2015. Diligencie los espacios sombreados según corresponda, sin tachaduras ni enmendaduras con letra clara y legible, con tinta de color negro, en computador o máquina de escribir.				
Existen algunos campos que tienen listas desplegables				
De conformidad con lo dispuesto en el artículo 50 de la Resolución 2674 de 2013, indique el código de asignación de inscripción de la fábrica (Ver numeral 34 del Instructivo de trámites)				
1081				
Si no se encuentra inscrito realícelo a través de la página web www.invima.gov.co en la ruta: Alimentos y Bebidas/Otros Alimentos y Bebidas/Formatos tramites guías - Otros Alimentos y Bebidas/Formato único de inscripción de establecimientos y bebidas Web.				
INFORMACIÓN PARA RENOVACIONES A LA NORMATIVIDAD VIGENTE (RESOLUCION 2674 DE 2013)				
Diligencie la información solicitada				
Número de expediente				
Número de Notificación Sanitaria				
Vigencia del Notificación Sanitaria a renovar (Fecha de vencimiento de la Notificación)				
Número de etiquetas o empaque en inventario a agotar ⁽⁴⁰⁾				
INFORMACION TARIFA				
Tipo de trámite		Notificación Sanitaria de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (Desde 11 a 20 variedades)		Descripción Aplicable a microempresas, incluyendo los pequeños productores de acuerdo con la tipificación actual en el marco del Decreto 691 de 2018 y a las microempresas definidas en el Decreto 957 de 2019 o la norma que lo modifique o sustituya y las cooperativas, las asociaciones mutuales y las asociaciones agropecuarias, étnicas y campesinas. Exceptuada de pago, en el marco del párrafo 2 del Art. 2 de Ley 2069 de 2020 y de la Resolución 2120 del 2023.
		Tarifa Exceptuada		
Código de la tarifa	90141	UVT	0	
		VALOR		
1. DATOS DEL PRODUCTO				
Modalidad de la Notificación Sanitaria (Ver numeral 5 del instructivo):				FABRICAR Y VENDER
Nombre del producto (Ver numeral 6 del Instructivo): (Nota: si el nombre es muy extenso, indicarlo en una hoja anexa al formulario y debe ser igual al declarado en la ficha técnica)				

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS
	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRAMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)		
	Código: ASS-RSA-FM099	Versión: 07	Fecha de Emisión: 2024-03-05
FORMULARIO DE EXPEDICION DE REGISTRO SANITARIO O PERMISO SANITARIO O NOTIFICACION SANITARIA FORMULARIO UNICO DE RENOVACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			
Marca(s) Ver numeral (23) del Instructivo de trámites: (Nota: Si los términos marcados exceden el espacio del campo, indicarlo en una hoja anexa al formulario, debiendo coincidir con lo declarado en la Ficha Técnica)			

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS	
	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRAMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)			
	Código: ASS-RSA-FM099		Versión: 07	Fecha de Emisión: 2024-03-05
FORMULARIO DE EXPEDICION DE REGISTRO SANITARIO O PERMISO SANITARIO O NOTIFICACION SANITARIA FORMULARIO UNICO DE RENOVACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS				
1. INFORMACION GENERAL				
TITULAR (es)		NIT	TELEFONO	UBICACIÓN (DIRECCIÓN/CIUDAD/PAIS)
FABRICANTE (es)		NIT	TELEFONO	UBICACIÓN (DIRECCIÓN/CIUDAD/PAIS)
ENVASADOR (es)		NIT	TELEFONO	UBICACIÓN (DIRECCIÓN/CIUDAD/PAIS)
IMPORTADOR (es)		NIT	TELEFONO	UBICACIÓN (DIRECCIÓN/CIUDAD/PAIS)

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS	
	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRAMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)			
	Código: ASS-RSA-FM099		Versión: 07	Fecha de Emisión: 2024-03-05
FORMULARIO DE EXPEDICIÓN DE REGISTRO SANITARIO O PERMISO SANITARIO O NOTIFICACIÓN SANITARIA FORMULARIO ÚNICO DE RENOVACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS				
Nota: Adicione una línea para incluir otro importador y/o fabricante				
2. DOCUMENTACIÓN SOPORTE (orden de foliado) <i>Allegar documentación debidamente foliada (enumerada), tomando como primer folio la consignación, los documentos deben venir foliados (numerados) en la parte superior derecha de la hoja y archivados en carpeta blanca con gancho legajador plástico. Si requiere presentar información mediante anexos, indique el número correspondiente del folio</i>				
PRODUCTOS NACIONALES			PRODUCTOS IMPORTADOS	
1. Recibo de pago (consignación original) o constancia de la consignación (Ver numeral 2-3 del Instructivo)			1. Recibo de pago (consignación original) o constancia de la consignación (Ver numeral 2-3 del Instructivo)	
2. Formulario de información básica y formulario de expedición de registro sanitario / permiso sanitario / notificación sanitaria debidamente diligenciado			2. Formulario de información básica y formulario de expedición de registro sanitario / permiso sanitario / notificación sanitaria debidamente diligenciado	
3. Ficha técnica por variedad de producto (Ver numeral 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14 (opcional), 25, 26, 27 del Instructivo); es necesario que si el producto usa "aditivos alimentarios" debe informar el DMU (Dosis máxima de uso) - consulte la normatividad sanitaria vigente en materia de uso de Aditivos Alimentarios. Tenga en cuenta que dentro de la información soporte del Registro Sanitario, Permiso Sanitario o Notificación Sanitaria, no se contempla lo relativo a tablas nutricionales y etiquetas, razón por la cual, si dado el caso se adjunta esta información, la Administración no emitirá pronunciamiento al respecto.			3. Ficha técnica por variedad de producto (Ver numerales 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14 (opcional), 25, 26, 27 del Instructivo); es necesario que si el producto usa "aditivos alimentarios" debe informar el DMU (Dosis máxima de uso) - consulte la normatividad sanitaria vigente en materia de uso de Aditivos Alimentarios. Tenga en cuenta que dentro de la información soporte del Registro Sanitario, Permiso Sanitario o Notificación Sanitaria, no se contempla lo relativo a tablas nutricionales y etiquetas, razón por la cual, si dado el caso se adjunta esta información, la Administración no emitirá pronunciamiento al respecto.	
4. Poder para actuar, si actúa mediante apoderado (Ver numeral 4 del Instructivo)			4. Certificado de venta libre del país de origen (Ver numeral 16 del Instructivo)	
			5. Carta de autorización del fabricante al importador (Ver numeral 17 del Instructivo)	
			6. Poder para actuar, si actúa mediante apoderado (Ver numeral 4 del Instructivo)	
Declaro que conozco y acato los reglamentos sanitarios vigentes que regulan las condiciones sanitarias de las fábricas de productos alimenticios y del producto para el cual solicito el Registro Sanitario / Permiso Sanitario / Notificación Sanitaria.				
Firma: (19)	Representante legal Apoderado		C.C.	
Nombre:	Representante legal Apoderado		C.C.	
OBSERVACIONES: (Notas aclaratorias a saber)				

Apéndice F. Formulario Ficha Técnica

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS
	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRAMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)		
	Código: ASS-RSA-FM099	Versión: 07	Fecha de Emisión: 2024-03-05
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
RECUERDE QUE: DEBERÁ ALLEGAR LA INFORMACIÓN EN FÍSICO Y EN MEDIO MAGNETICO (CD) EN FORMATO WORD Y/O EXCELL EDITABLE			
Presente su documentación sin tachaduras ni enmendaduras, legada y folada (numerada), en carpeta blanca, diligencie los formularios con letra clara y legible, con tinta de color negro, en computador o máquina de escribir, verifique la normatividad sanitaria aplicable a su producto y las disposiciones establecidas en la Resolución 2674 de 2013 modificada por la Resolución 3168 de 2015 y Resolución 719 de 2015. TENGA EN CUENTA : Para mayor información consulte el formato "Instructivo de trámites", en donde aparece indicado como debe diligenciar este formulario en los campos que se encuentran numerados según las disposiciones contempladas en la Resolución 2674 de 2013 Artículo 37, 38, 40 modificado por la Resolución 3168 de 2015			
			folios
SI REQUIERE PRESENTAR INFORMACIÓN ADICIONAL MEDIANTE ANEXOS, INDIQUE EL NÚMERO CORRESPONDIENTE DEL(OS) FOLIO(S).			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Ver numeral 6, 14 del Instructivo de trámites):			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
Ver numeral (7) del Instructivo de Trámites, tenga en cuenta informar el DMU (Dosis Máxima de Uso) de los aditivos alimentarios si el producto los contiene.			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES Ver numeral (8) del Instructivo de Trámites:			
D. TIPO DE ENVASE Ver numeral (8) del Instructivo de Trámites			

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS
	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRAMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)		
	Código: ASS-RSA-FM099	Versión: 07	Fecha de Emisión: 2024-03-05
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
E. MATERIAL DE ENVASE Ver numeral (8) del Instructivo de Trámites:			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION Ver numeral (11) del Instructivo de trámites:			
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION) Ver numeral (12) del Instructivo de trámites:			
H. VIDA UTIL ESTIMADA Ver numeral (13) del Instructivo de trámites:			
I. PORCION RECOMENDADA Ver numeral (25) del Instructivo de Trámites.			

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		REGISTROS SANITARIOS Y TRAMITES ASOCIADOS
	FORMATO ÚNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRAMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)		
	Código: ASS-RSA-FM099	Versión: 07	Fecha de Emisión: 2024-03-05
FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO			
J. GRUPO POBLACIONAL Ver numeral (26) del Instructivo de Trámites			
I. FIRMA DE FICHA TÉCNICA Ver numeral (27) del Instructivo de trámites			
Firma del responsable del producto:		JEFE DE PRODUCCION	
Nombre del Responsable del producto		Firma:	
* Declaro que conozco y acato los reglamentos sanitarios vigentes que regulan las condiciones sanitarias de las fábricas de alimentos y del producto para el cual se solicita el registro / permiso / notificación sanitaria.			

Apéndice G. Tarifa Notificación Sanitaria

 				
Resolución No. 2024004799 del 07 de febrero de 2024				
Mediante la cual se modifica parcialmente la Resolución 2023058719 del 18 de diciembre de 2023 "Por la cual se actualizan las tarifas en el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA"				
Código	Concepto	Opciones	UVB	TARIFA \$
2200	Permiso Sanitario Nuevo y renovación de Alimentos de Mediano Riesgo (Variedades de 1 a 10). (Mas ~~56,57 UVB~~ Variedades de 11 a 20) o (Mas ~~162,69 UVB~~ Variedades de 21 en adelante).	Desde 11 a 20 variedades	580,15	\$ 6.353.223
		Desde 21 variedades en adelante	686,27	\$ 7.515.343
30140	Permiso Sanitario Nuevo y renovación de Alimentos de Mediano Riesgo (Variedades de 1 a 10). (Mas 00,00 UVB Variedades de 11 a 20) o (Mas 00,00 UVB Variedades de 21 en adelante). Aplicable a las microempresas definidas en el Decreto 957 de 2019 o la norma que lo modifique o sustituya y las cooperativas, las asociaciones mutuales y las asociaciones agropecuarias, étnicas y campesinas. Exceptuada de pago, en el marco de la resolución 2128 del 2023 *Por la cual se reglamenta el parágrafo 2° del artículo 3° de la Ley 393 de 1997 modificado por el artículo 2° de la Ley 2069 de 2020*.	De 1 a 10 variedades	0,00	\$ -
		Desde 11 a 20 variedades	0,00	\$ -
		Desde 21 variedades en adelante	0,00	\$ -
2300	Notificación Sanitaria Nueva y renovación de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (variedades de 1 a 10). (Mas ~~35,37 UVB~~ Variedades de 11 a 20) o (Mas ~~109,63 UVB~~ Variedades de 21 en adelante)	De 1 a 10 variedades	350,24	\$ 3.835.478
		Desde 11 a 20 variedades	385,61	\$ 4.222.815
		Desde 21 variedades en adelante	459,87	\$ 5.036.036

Apéndice H. Base de datos ventas

Base de datos ventas diciembre 2023

										\$ 947.495,00	Diciembre
3112147165	15	IINI PALETAS NAVIDA	\$ 1.519,04	\$ 23.440,54	\$ 5.300,00		\$ 79.500,00	\$ 56.059,46			
3183724691	6	IINI PALETAS NAVIDA	\$ 1.519,04	\$ 9.769,21	\$ 5.300,00		\$ 31.800,00	\$ 22.030,79			
3175214840	6	IINI PALETAS NAVIDA	\$ 1.519,04	\$ 9.769,21	\$ 5.300,00		\$ 31.800,00	\$ 22.030,79			
3104814473	34	IINI PALETAS NAVIDA	\$ 1.519,04	\$ 52.302,21	\$ 5.300,00	15%	\$ 153.170,00	\$ 100.867,79			
3104814473	45	IINI PALETAS NAVIDA	\$ 1.519,04	\$ 69.011,61	\$ 5.300,00	15%	\$ 202.725,00	\$ 133.713,39			
3154098021	12	IINI PALETAS NAVIDA	\$ 1.519,04	\$ 18.883,43	\$ 5.300,00		\$ 63.600,00	\$ 44.716,57			
3167230130	4	IINI PALETAS NAVIDA	\$ 1.519,04	\$ 6.731,14	\$ 5.300,00		\$ 21.200,00	\$ 14.468,86			
3186036909	4	IINI PALETAS NAVIDA	\$ 1.519,04	\$ 6.731,14	\$ 5.300,00		\$ 21.200,00	\$ 14.468,86			
3107281139	1	CLASICO X 3	\$ 6.743,45	\$ 7.408,65	\$ 16.500,00		\$ 16.500,00	\$ 9.091,35			
3006042795	6	IINI PALETAS NAVIDA	\$ 1.519,04	\$ 9.769,21	\$ 5.300,00		\$ 31.800,00	\$ 22.030,79			
3208866831	2	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 5.186,74	\$ 5.500,00		\$ 11.000,00	\$ 5.813,26			
3208866831	11	LETRAS	\$ 2.019,47	\$ 22.879,40	\$ 5.000,00		\$ 55.000,00	\$ 32.120,60			
3175629986	11	LETRAS	\$ 2.019,47	\$ 22.879,40	\$ 5.000,00		\$ 55.000,00	\$ 32.120,60			
3183942510	2	IOMBRE DE JENGIBR	\$ 6.316,04	\$ 13.287,08	\$ 12.000,00		\$ 24.000,00	\$ 10.712,92			
2222222222	20	IINI PALETAS NAVIDA	\$ 1.519,04	\$ 31.035,71	\$ 5.300,00		\$ 106.000,00	\$ 74.964,29			
2222222222	2	Mini x6	\$ 6.851,33	\$ 14.357,66	\$ 21.600,00		\$ 43.200,00	\$ 28.842,34			

Base de datos ventas enero 2024

										\$ 142.400,00	Enero
3008662776	5	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 10.487,80	\$ 5.400,00		\$ 27.000,00	\$ 16.512,20			
3156912033	5	CLASICO UNIDAD	\$ 2.228,86	\$ 11.809,51	\$ 5.700,00		\$ 28.500,00	\$ 16.690,49			
3177884211	6	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 12.452,32	\$ 5.400,00		\$ 32.400,00	\$ 19.947,68			
3133845607	5	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 10.487,80	\$ 5.400,00		\$ 27.000,00	\$ 16.512,20			
3156912033	5	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 11.969,05	\$ 5.500,00		\$ 27.500,00	\$ 15.530,95			

Base de datos ventas febrero 2024

										\$ 328.700,00	Febrero
3178171247	1	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 2.925,97	\$ 5.500,00		\$ 5.500,00	\$ 2.574,03			
3178171247	11	LETRAS	\$ 2.019,47	\$ 22.879,40	\$ 5.000,00		\$ 55.000,00	\$ 32.120,60			
2222222222	2	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 5.186,74	\$ 5.500,00		\$ 11.000,00	\$ 5.813,26			
2222222222	9	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 18.345,88	\$ 5.400,00		\$ 48.600,00	\$ 30.254,12			
3008662776	2	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 5.186,74	\$ 5.500,00		\$ 11.000,00	\$ 5.813,26			
3008662776	10	CHOCOREO	\$ 1.811,50	\$ 18.780,20	\$ 3.500,00		\$ 35.000,00	\$ 16.219,80			
3173628476	4	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 8.523,28	\$ 5.400,00		\$ 21.600,00	\$ 13.076,72			
3166761839	5	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 10.487,80	\$ 5.400,00		\$ 27.000,00	\$ 16.512,20			
3166761839	1	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 2.925,97	\$ 5.500,00		\$ 5.500,00	\$ 2.574,03			
3138819351	1	CLASICO X 3	\$ 6.743,45	\$ 7.408,65	\$ 16.500,00		\$ 16.500,00	\$ 9.091,35			
3161966868	2	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 5.186,74	\$ 5.500,00		\$ 11.000,00	\$ 5.813,26			
3161966868	5	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 10.487,80	\$ 5.400,00		\$ 27.000,00	\$ 16.512,20			
3172353930	5	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 10.487,80	\$ 5.400,00		\$ 27.000,00	\$ 16.512,20			
3174414280	5	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 10.487,80	\$ 5.400,00		\$ 27.000,00	\$ 16.512,20			

Base de datos ventas marzo 2024

										\$ 418.355,00	Marzo
3178171247	8	CHOCOREO	\$ 1.811,50	\$ 15.157,20	\$ 3.500,00		\$ 28.000,00	\$ 12.842,80			
3178171247	2	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 4.594,24	\$ 5.400,00	15%	\$ 9.180,00	\$ 4.585,76			
3214919490	5	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 10.487,80	\$ 5.400,00	15%	\$ 22.950,00	\$ 12.462,20			
3214919490	10	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 20.310,40	\$ 5.400,00	15%	\$ 45.900,00	\$ 25.589,60			
3214919490	20	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 39.955,59	\$ 5.400,00	15%	\$ 91.800,00	\$ 51.844,41			
3214919490	15	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 34.576,75	\$ 5.500,00	15%	\$ 70.125,00	\$ 35.548,25			
2222222222	7	CHOCOREO	\$ 1.811,50	\$ 13.345,70	\$ 3.500,00		\$ 24.500,00	\$ 11.154,30			
3228508475	2	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 4.594,24	\$ 5.400,00		\$ 10.800,00	\$ 6.205,76			
3228508475	8	CHOCOREO	\$ 1.811,50	\$ 15.157,20	\$ 3.500,00		\$ 28.000,00	\$ 12.842,80			
3156719174	3	CHOCOREO	\$ 1.811,50	\$ 6.099,70	\$ 3.500,00		\$ 10.500,00	\$ 4.400,30			
3156719174	1	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 2.925,97	\$ 5.500,00		\$ 5.500,00	\$ 2.574,03			
3156719174	5	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 10.487,80	\$ 5.400,00		\$ 27.000,00	\$ 16.512,20			
3146336677	1	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 2.925,97	\$ 5.500,00		\$ 5.500,00	\$ 2.574,03			
3146336677	3	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 6.558,76	\$ 5.400,00		\$ 16.200,00	\$ 9.641,24			
3014753116	2	CLASICO UNIDAD	\$ 2.228,86	\$ 5.122,92	\$ 5.700,00		\$ 11.400,00	\$ 6.277,08			
3014753116	2	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 5.186,74	\$ 5.500,00		\$ 11.000,00	\$ 5.813,26			

Base de datos ventas abril 2024

										\$ 322.300,00	Abril
3155575057	4	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 9.708,28	\$ 5.500,00	10%	\$ 19.800,00	\$ 10.091,72			
3155575057	32	CHOCOREO	\$ 1.811,50	\$ 58.633,20	\$ 3.500,00		\$ 112.000,00	\$ 53.366,80			
3154993142	1	CLASICO X 9	\$ 18.291,62	\$ 18.956,82	\$ 41.000,00		\$ 41.000,00	\$ 22.043,18			
3125844161	15	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 30.133,00	\$ 5.400,00	10%	\$ 72.900,00	\$ 42.767,00			
3177771139	2	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 5.186,74	\$ 5.500,00		\$ 11.000,00	\$ 5.813,26			
3177771139	5	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 10.487,80	\$ 5.400,00		\$ 27.000,00	\$ 16.512,20			
3156502326	2	CLASICO UNIDAD	\$ 2.228,86	\$ 5.122,92	\$ 5.700,00		\$ 11.400,00	\$ 6.277,08			
3156502326	3	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 6.558,76	\$ 5.400,00		\$ 16.200,00	\$ 9.641,24			
3156502326	2	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 5.186,74	\$ 5.500,00		\$ 11.000,00	\$ 5.813,26			

Base de datos ventas mayo 2024

										\$ 640.795,00	Mayo
3162657276	1	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 2.925,97	\$ 5.500,00		\$ 5.500,00	\$ 2.574,03			
3162657276	6	LETRAS	\$ 2.019,47	\$ 12.782,04	\$ 5.000,00		\$ 30.000,00	\$ 17.217,96			
3162657276	3	CHOCOREO	\$ 1.811,50	\$ 6.099,70	\$ 3.500,00		\$ 10.500,00	\$ 4.400,30			
3183974669	7	LETRAS	\$ 2.019,47	\$ 14.801,51	\$ 5.000,00		\$ 35.000,00	\$ 20.198,49			
3164906734	2	CLASICO UNIDAD	\$ 2.228,86	\$ 5.122,92	\$ 5.700,00		\$ 11.400,00	\$ 6.277,08			
3164906734	2	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 5.186,74	\$ 5.500,00		\$ 11.000,00	\$ 5.813,26			
3164906734	2	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 4.594,24	\$ 5.400,00		\$ 10.800,00	\$ 6.205,76			
3154993142	1	CLASICO X 6	\$ 12.517,54	\$ 13.182,74	\$ 29.000,00		\$ 29.000,00	\$ 15.817,26			
3178171247	1	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 2.925,97	\$ 5.500,00		\$ 5.500,00	\$ 2.574,03			
3178171247	8	LETRAS	\$ 2.019,47	\$ 16.820,98	\$ 5.000,00		\$ 40.000,00	\$ 23.179,02			
3135279449	5	LETRAS	\$ 2.019,47	\$ 10.762,57	\$ 5.000,00	10%	\$ 22.500,00	\$ 11.737,43			
3166522036	1	CLASICO X 6	\$ 12.517,54	\$ 13.182,74	\$ 29.000,00	10%	\$ 26.100,00	\$ 12.917,26			
3152422443	2	MINI PALETAS	\$ 1.964,52	\$ 4.594,24	\$ 5.400,00	10%	\$ 9.720,00	\$ 5.125,76			
3152422443	5	LETRAS	\$ 2.019,47	\$ 10.762,57	\$ 5.000,00	10%	\$ 22.500,00	\$ 11.737,43			
3155575057	30	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 68.488,29	\$ 5.500,00	10%	\$ 148.500,00	\$ 80.011,71			
3155575057	7	CORAZONES	\$ 2.260,77	\$ 16.490,59	\$ 5.500,00	5%	\$ 36.575,00	\$ 20.084,41			
3155575057	56	CHOCOREO	\$ 1.811,50	\$ 102.109,20	\$ 3.500,00	5%	\$ 186.200,00	\$ 84.090,80			

Apéndice I. Base de datos compra de insumos

Base de datos compra de insumos diciembre 2023

1/12/2023	Facebook	Publicidad	\$ 70.000	1	\$ 70.000
1/12/2023	Centro	Chocolate Blanco	\$ 32.500	1 kilo	\$ 32.500
		Colorante	\$ 4.000	1	\$ 4.000
4/12/2023	Insupan	Cocoa	\$ 11.300	1 libra	\$ 11.300
		chocolate blanco	\$ 33.500	1 kilo	\$ 33.500
		harina de trigo	\$ 1.700	1 libra	\$ 1.700
9/12/2023	Insupan	Chocolate blanco	\$ 33.500	1 kilo	\$ 33.500
11/12/2023	Insupan	azucar	\$ 2.500	1 libra	\$ 2.500
13/12/2023	Insupan	Azucar	\$ 2.400	2 libras	\$ 4.800
		chocolate blanco	\$ 33.500	1 kilo	\$ 33.500
		Chocolate de leche	\$ 30.000	1 kilo	\$ 30.000
18/12/2023	Insupan	Chocolate Blanco	\$ 33.500	1 kilo	\$ 33.500
		Grajeas	\$ 7.000	1 -	\$ 7.000
20/12/2023	Insupan	Azucar	\$ 2.300	1 libra	\$ 2.300
		Chocolate blanco	\$ 33.500	1 kilo	\$ 33.500
		harina de trigo	\$ 1.700	1 libra	\$ 1.700
20/12/2023	D1	Cocoa	\$ 5.890	2 230 g	\$ 11.780
TOTAL INSUMOS DICIEMBRE 2023					\$ 347.080

Base de datos compra de insumos enero 2024

13/01/2024	Insupan	Chocolate Blanco	\$ 33.500	1 kilo	\$ 33.500
		Azucar	\$ 2.400	2 libras	\$ 4.800
TOTAL INSUMOS ENERO 2024					\$ 38.300

Base de datos compra de insumos febrero 2024

11/02/2024	Facebook	Publicidad	\$ 43.000	1	\$ 43.000
11/02/2024	Insupan	Cocoa	\$ 5.890	2 230 g	\$ 11.780
		Chocolate blanco	\$ 33.500	1 kilo	\$ 33.500
		harina de trigo	\$ 1.700	1 libra	\$ 1.700
		Azucar	\$ 2.300	1 libra	\$ 2.300
22/02/2024	Oxoo	Oreos	\$ 3.300	1 12	\$ 3.300
TOTAL INSUMOS FEBRERO 2024					\$ 92.280

Base de datos compra de insumos marzo 2024

8/03/2024	Insupan	harina de trigo	\$ 1.700	3 libra	\$ 5.100
		Arequipe	\$ 5.500	1	\$ 5.500
		harina de trigo	\$ 1.700	3 libra	\$ 5.100
		Chocolate blanco	\$ 15.700	1 libra	\$ 15.700
		Chocolate de leche	\$ 30.000	1 kilo	\$ 30.000
TOTAL INSUMOS MARZO 2024					\$ 61.400

Base de datos compra de insumos abril 2024

2/04/2024	Insupan	Chocolate blanco	\$ 36.500	1 kilo	\$ 36.500
		Cocoa	\$ 5.890	3 230 g	\$ 17.670
		harina de trigo	\$ 1.700	1 libra	\$ 1.700
7/04/2024	Éxito	Hersheys Blanca	\$ 3.360	2	\$ 6.720
		Kinder Bueno	\$ 7.300	2	\$ 14.600
19/04/2024	D1	Crema de avellanas	\$ 9.900	1 350 g	\$ 9.900
TOTAL INSUMOS ABRIL 2024					\$ 87.090

Base de datos compra de insumos mayo 2024

7/05/2024	Facebook	Publicidad	\$ 51.000	1	\$ 51.000
10/05/2024	Insupan	Chocolate blanco	\$ 37.500	2 kilo	\$ 75.000
		Cocoa	\$ 5.890	2 230 g	\$ 11.780
		harina de trigo	\$ 1.700	3 libra	\$ 5.100
TOTAL INSUMOS MAYO 2024					\$ 142.880