



Modelo de Plan de negocio aplicado a una Tienda de Regalos Personalizados:

Caso Encanto

LEIDY CAROLINA BEDOYA CIFUENTES

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Centro Universitario Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

mayo de 2025

Modelo de Plan de negocio aplicado a una Tienda de Regalos Personalizados:

Caso Encanto

LEIDY CAROLINA BEDOYA CIFUENTES

Plan de negocio Presentado para otorgar el título de Administrador de Empresas

CARLOS ANDRES RAMIREZ DENIS

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Centro Universitario Bello (Antioquia)

Programa Administración de Empresas

mayo de 2025

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de grado a mi hijo, motor de mi vida, inspiración constante y razón principal de cada uno de mis esfuerzos. A mi familia, por su amor incondicional, su apoyo en los momentos más difíciles y por creer siempre en mí.

También lo dedico a mí misma, por no rendirme, por cada desvelo, cada reto superado y por apostar por mis sueños a través de este proyecto que representa no solo una meta académica, sino también un sueño emprendido con pasión y entrega

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios por darme la fuerza, la salud y la sabiduría necesarias para culminar esta etapa.

A mi familia, por su apoyo constante, sus palabras de aliento y por estar siempre presentes en este proceso.

A mi asesor/a de práctica, por su guía, sus aportes valiosos y su compromiso con mi formación.

A cada persona que ha hecho parte de Encanto tienda de regalos, desde clientes hasta aliados, gracias por confiar en mi proyecto y hacerlo crecer.

A mis docentes, por compartir sus conocimientos y motivarme a ir más allá de lo esperado.

Y finalmente, agradezco a mí misma por no rendirme, por trabajar con amor y constancia, y por hacer de esta experiencia un paso firme hacia mis metas profesionales y personales.

## Tabla de Contenido

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>8</b>
<b>1. NATURALEZA DEL PROYECTO .....</b>	<b>10</b>
1.1 DATOS GENERALES.....	10
1.2 PERFIL EMPRENDEDOR .....	10
1.3 TRAYECTORIA DEL NEGOCIO .....	11
<i>1.3.2 Trayectoria.....</i>	<i>11</i>
1.4 MISIÓN .....	12
1.5 VISIÓN .....	12
1.6 IMPACTO ESPERADO A NIVEL ECONÓMICO, SOCIOCULTURAL Y AMBIENTAL .....	13
<b>2. ANÁLISIS DEL SECTOR .....</b>	<b>14</b>
2.1 TENDENCIAS.....	14
2.2 PRINCIPALES PRODUCTOS / SERVICIOS .....	15
2.3 PRECIOS Y CIFRAS DE VENTA .....	16
2.4 CLIENTES .....	17
2.5 COMPETENCIA .....	18
2.6 OTROS.....	20
<b>3. ANÁLISIS DEL MERCADO .....</b>	<b>21</b>
3.1 OPORTUNIDAD, PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA .....	21
3.2 SEGMENTOS DE MERCADO .....	22
3.3 MEZCLA DE MERCADEO .....	25

<b>4. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO.....</b>	<b>27</b>
<b>5. TÉCNICA EMPLEADA: OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE.....</b>	<b>27</b>
<b>6. NORMATIVIDAD .....</b>	<b>31</b>
6.1 NORMATIVIDAD EMPRESARIAL .....	31
6.2 NORMATIVIDAD TRIBUTARIA .....	31
4.3 NORMATIVIDAD TÉCNICA.....	32
6.3 NORMATIVIDAD AMBIENTAL .....	33
6.5 NORMATIVIDAD LABORAL.....	35
6.5.1 <i>Legislación laboral, de seguridad social y seguridad y salud en el trabajo.....</i>	35
6.5.2 <i>Estructura organizacional.....</i>	37
6.5.3 <i>Organigrama .....</i>	38
<b>7. ANÁLISIS TÉCNICO .....</b>	<b>39</b>
7.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO.....	39
7.2 DIAGRAMA DE FLUJO .....	42
<b>7.3 RECURSOS REQUERIDOS PARA LA PUESTA EN MARCHA .....</b>	<b>44</b>
<b>8. ANÁLISIS FINANCIERO.....</b>	<b>45</b>
8.1 INVERSIONES Y FINANCIACIÓN .....	45
8.1.2 <i>Inversiones.....</i>	45
8.1.2 <i>Financiación.....</i>	46
8.2 NÓMINA.....	46
8.3 HONORARIOS .....	47
8.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS .....	47

8.5 VALOR MINUTO.....	48
8.6 FICHAS DE COSTOS .....	49
8.7 PROYECCIÓN DE VENTAS .....	52
8.8 COSTO MATERIAS PRIMAS / INSUMOS .....	53
8.9 ANÁLISIS DE RESULTADOS FINANCIEROS .....	54
9.9.1 Estado de resultados.....	54
9.9.2 Flujo de caja proyectado.....	54
<b>10. CONCLUSIONES.....</b>	<b>55</b>
<b>11. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>57</b>

## Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de grado se desarrolla como un plan de mejoramiento para Encanto tienda de regalos, una tienda de regalos con sede física en Copacabana y cobertura desde Caldas hasta Barbosa, incluyendo Medellín y su área metropolitana. El negocio ofrece productos personalizados como desayunos sorpresa, arreglos florales, anchetas y detalles temáticos para fechas especiales, combinando innovación en empaque, calidad en ingredientes y experiencias memorables para el cliente.

La decisión de realizar este proyecto nace del deseo de fortalecer una unidad productiva propia, nacida en 2019, y llevarla a un nivel más estructurado en términos administrativos y estratégicos. Al ser la única persona que actualmente gestiona todas las áreas del negocio (inventarios, marketing, ventas, diseño y entregas), el proyecto busca implementar herramientas que faciliten la toma de decisiones, mejoren los procesos internos y potencien el crecimiento sostenible de la empresa.

Durante el desarrollo del plan de negocios, se analizaron diversos componentes clave:

- Análisis de entorno: Se identificaron oportunidades de mercado relacionadas con la demanda creciente de productos personalizados y experiencias emocionales, así como amenazas propias del sector informal y la competencia.
- Estudio de mercado: Se realizó un diagnóstico del perfil del cliente ideal, comportamiento de compra, canales de venta efectivos y preferencias por fechas especiales, revelando la importancia de campañas por temporadas y estrategias visuales en redes sociales.
- Estrategias de marketing y ventas: Se propusieron acciones específicas como alianzas con marcas de repostería y cafeterías, fortalecimiento de la presencia en redes, uso de contenido audiovisual y la implementación de promociones y campañas dirigidas a empresas para fechas clave.

- Gestión de inventarios y costos: Se desarrolló una estructura básica para el control de inventarios, categorización de productos, costos directos e indirectos, y fijación de precios con márgenes sostenibles, lo cual permitirá mejorar la rentabilidad y la eficiencia operativa.
- Proyección financiera: Se estimaron ingresos y egresos en función de la estacionalidad y la capacidad actual de producción y entrega, proyectando un crecimiento progresivo mediante la automatización de procesos y una mejor planificación de recursos.

Como conclusión, el proyecto evidencia que Encanto tienda de regalos tiene un alto potencial de crecimiento al combinar creatividad, personalización y cercanía con el cliente. Sin embargo, se requiere una gestión más técnica y sistemática para garantizar su sostenibilidad en el tiempo. Este trabajo representa un paso importante hacia la consolidación del emprendimiento como una empresa formal, rentable y diferenciada en el mercado de regalos personalizados.

## 1. Naturaleza del Proyecto

### 1.1 Datos Generales

Nombre:	LEIDY CAROLINA BEDOYA CIFUENTES	Etapa:	Unidad Productiva
Actividad económica:	4719		
Sector /Subsector	Comercio al por mayor y al por menor	Fecha de Inicio:	15/11/2019
Dirección:	CRA 66 #48-03		
Correo	ENCANTOTIENDADEREGALOSS@GMAIL.COM	Teléfono:	3126925648

### 1.2 Perfil Emprendedor

Soy una emprendedora apasionada por la creación de experiencias significativas a través de los detalles. Desde 2019 lidero mi tienda de regalos, un emprendimiento que nació de mi amor por sorprender y alegrar a los demás. Mi perfil se caracteriza por la creatividad, la empatía y la capacidad de identificar oportunidades en el mercado. A lo largo de estos años, he desarrollado habilidades en atención al cliente, marketing digital y elaboración de productos personalizados.

Actualmente, estoy culminando mi carrera en Administración de Empresas, lo que me ha permitido aplicar conocimientos estratégicos en mi negocio, fortaleciendo su crecimiento y sostenibilidad. Me defino como una persona persistente, con gran capacidad de adaptación, cualidades que considero claves para enfrentar los desafíos del mundo emprendedor.

### **1.3 Trayectoria del Negocio**

La idea de crear una tienda de regalos nació de mi pasión por sorprender y brindar momentos especiales a las personas a través de detalles significativos. Desde muy joven he disfrutado organizar celebraciones, preparar sorpresas y buscar formas creativas de expresar afecto. Esta motivación personal, unida a la necesidad de generar ingresos propios y aprovechar mis habilidades manuales y de atención al cliente, me impulsó a emprender en el año 2019.

En el año 2020 vivimos una situación que para muchos fue demasiado difícil, la pandemia en el país. tenemos que resaltar que para encanto tienda de regalos fue una oportunidad de crecimiento, ya que todos nos encontrábamos aislados tuvimos la oportunidad de ofrecer al público tener cercanía mediante uno de nuestros regalos.

Dicha oportunidad nos brindó el capital suficiente herramientas necesarias y el crecimiento en redes sociales con el que logramos obtener más ventas y llegar al punto de abrir nuestro punto físico.

Identifiqué una oportunidad en el mercado local para ofrecer regalos personalizados como desayunos sorpresa, arreglos florales, peluches y demás, con un enfoque en el amor, la cercanía y la experiencia del cliente. Así nació mi emprendimiento, con el propósito de convertir cada regalo en un gesto inolvidable.

#### **1.3.2 Trayectoria**

Mi emprendimiento inició en el año 2019 como una propuesta de regalos personalizados, elaborados con esmero y dedicación. Comencé ofreciendo desayunos sorpresa y pequeños detalles desde casa. Con el tiempo, gracias al compromiso constante y a la positiva acogida por parte de los clientes, el negocio fue creciendo y diversificando su portafolio de productos. En la actualidad, ofrecemos una amplia variedad de opciones que incluyen arreglos florales, peluches, obsequios personalizados y, más recientemente, productos artesanales como agendas hechas a mano, algunas de ellas con un enfoque especial en el propósito y el bienestar.

En el año 2023, logramos la apertura de nuestro punto de venta físico, el cual ya completa dos años de operación. Este espacio se ha consolidado como un lugar donde los clientes pueden interactuar directamente con nuestros productos y vivir una experiencia más cercana con la marca. Además, nuestra presencia ha trascendido fronteras, logrando establecer vínculos con clientes en Estados Unidos y Europa, quienes confían en nosotros para sorprender y conectar con sus seres queridos en Colombia.

Uno de los logros más significativos ha sido el crecimiento en redes sociales, alcanzando una comunidad de más de 10.000 seguidores en Instagram. Este desarrollo ha contribuido significativamente a la visibilidad de la marca y a la fidelización de nuestra clientela. Actualmente, contamos con una base sólida de clientes recurrentes, especialmente en fechas conmemorativas, y nos hemos posicionado en el mercado por la calidad, la presentación y el alto nivel de personalización de nuestros productos.

#### **1.4 Misión**

En Encanto tienda de regalos diseñamos y entregamos experiencias únicas a través de regalos personalizados, desayunos sorpresa, arreglos florales, anchetas y kits temáticos para fechas especiales. Lo hacemos porque creemos en el poder de los detalles para fortalecer vínculos, generar emociones y transformar momentos cotidianos en recuerdos inolvidables. Atendemos tanto a personas que desean sorprender a sus seres queridos, como a empresas que buscan reconocer a sus colaboradores. Nos diferenciamos por ofrecer productos creativos, hechos a mano, adaptados a cada ocasión y acompañados de un servicio cálido, confiable y cercano.

#### **1.5 Visión**

Para el año 2027, seremos reconocidos como la tienda de regalos líder en nuestra ciudad, con una presencia sólida en redes sociales y canales digitales. Aspiramos a expandir nuestra cobertura a toda el área metropolitana de Medellín a través de una tienda virtual robusta, incrementar nuestras ventas en un 50 % y establecer al menos tres alianzas estratégicas con negocios locales, fortaleciendo así nuestra oferta de desayunos y experiencias personalizadas.

## **1.6 Impacto Esperado a Nivel Económico, Sociocultural y Ambiental**

### **Económico**

El negocio tiene como objetivo continuar generando ingresos sostenibles que contribuyan tanto al desarrollo personal y familiar, como a la dinamización del comercio local. A mediano plazo, se proyecta aumentar la capacidad de producción, generar nuevos empleos directos e indirectos, y consolidar alianzas estratégicas con proveedores a nivel nacional.

“Emprender ha sido la oportunidad de transformar mi talento en una fuente de crecimiento personal y bienestar para quienes me rodean.” — Fundadora de Encantotiaderegals

### **Sociocultural**

La tienda de regalos promueve valores fundamentales como el amor, la empatía, el afecto y la celebración de momentos significativos, fortaleciendo así los vínculos familiares y sociales. A través de productos personalizados y temáticos, se busca rescatar tradiciones, fomentar la expresión emocional y respaldar fechas culturales relevantes, tales como el Día de la Madre, San Valentín, cumpleaños y aniversarios.

“Cada producto que creamos lleva un mensaje: celebrar el amor y las emociones que nos conectan como seres humanos.” — Fundadora de Encantotiaderegals

### **Ambiental**

Se continuará implementando prácticas responsables enfocadas en la sostenibilidad, tales como el uso de empaques reutilizables, materiales biodegradables y procesos artesanales de bajo impacto ambiental. Asimismo, se busca generar conciencia entre los clientes sobre la importancia de adoptar hábitos respetuosos con el entorno, promoviendo un modelo de negocio más sostenible y comprometido con el cuidado del medio ambiente.

“Creemos en la belleza de regalar sin dañar, por eso apostamos por un negocio que abrace tanto al cliente como al planeta.” — Fundadora de Encantotiaderegals

## 2. Análisis del Sector

### 2.1 Tendencias

#### Análisis del sector comercio al por mayor y al por menor en Colombia (2020-2024)

##### Crecimiento y tendencias del sector:

##### **1. Impacto de la pandemia y recuperación subsecuente (2020-2021):**

En 2020, la pandemia de COVID-19 afectó significativamente al sector del comercio, dando como resultado una contracción de las ventas debido a las restricciones y cambios en el comportamiento del consumidor.

Durante 2021, se observó una recuperación gradual en las ventas, impulsada por la adaptación de los negocios al comercio electrónico y la flexibilización de las medidas sanitarias.

##### **2. Crecimiento sostenido y transformación digital (2022-2024):**

En 2022, el sector mostró signos de crecimiento sostenido, con un aumento en las ventas reales y una recuperación en el empleo.

Para 2023 y 2024, se consolidó la transformación digital en el comercio, con un incremento notable en las ventas en línea y la adopción de tecnologías que mejoraron la experiencia del cliente y optimizaron las operaciones logísticas.

##### **3. Desempeño reciente (enero 2025):**

Según el DANE (2025) reporta “las ventas reales del comercio minorista aumentaron un 10,2 % en comparación con el mismo mes del año anterior, mientras que el personal ocupado decreció un 1,4 %. Excluyendo el comercio de combustibles, la variación de las ventas reales fue del 12,8%. “

##### **Factores que han influido en el sector:**

- Digitalización y comercio electrónico: La aceleración en la adopción de plataformas digitales ha permitido a las empresas llegar a un público más amplio y mejorar la eficiencia en sus operaciones.

- Cambios en el comportamiento del consumidor: Los consumidores han mostrado una mayor preferencia por las compras en línea y por productos y servicios que ofrecen conveniencia y seguridad.
- Políticas gubernamentales: Iniciativas como los “Días sin IVA” y otros incentivos fiscales han estimulado el consumo y apoyado la recuperación del sector.

### **Bibliografía**

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Encuesta Mensual de Comercio (EMC).

Recuperado de

Banco de la República. Boletín Económico. Recuperado de

Este análisis refleja las principales tendencias y el comportamiento del sector comercio al por mayor y al por menor en Colombia durante los últimos cinco años, basándose en fuentes oficiales y datos actualizados.

## **2.2 Principales Productos / Servicios**

### **Principales productos y servicios en el sector comercio al por mayor y al por menor:**

#### **1. Alimentos y bebidas:**

- Incluye productos como frutas, verduras, carnes, productos lácteos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas.
- Según la Encuesta Anual de Comercio (EAC) del DANE, en 2022, el comercio al por mayor de productos alimenticios representó una parte significativa de las ventas totales del sector.

#### **2. Productos textiles y prendas de vestir:**

- Comprende la venta de ropa, calzado y accesorios de moda.
- Este segmento ha mostrado una recuperación en los últimos años, impulsada por el crecimiento del comercio electrónico y las ventas en línea.

### **3. Electrodomésticos y equipos electrónicos:**

- Incluye la venta de televisores, refrigeradores, lavadoras, teléfonos móviles y otros dispositivos electrónicos.
- La demanda de estos productos ha crecido con la adopción de nuevas tecnologías y la renovación de equipos.

### **4. Materiales de construcción y ferretería:**

- Comprende la venta de cemento, ladrillos, herramientas y otros insumos para la construcción.
- Este segmento ha sido impulsado por el crecimiento del sector de la construcción en el país.

## **2.3 Precios y Cifras de Venta**

### **Precios promedios y volúmenes de ventas:**

Es importante destacar que los precios y volúmenes de ventas pueden variar considerablemente según el producto, la región y el canal de distribución. A continuación, se presentan algunas estimaciones generales:

#### **1. Alimentos y bebidas:**

- El precio promedio de una canasta básica de alimentos para una familia puede oscilar entre \$500.000 y \$1.000.000 de pesos colombianos mensuales, dependiendo de los hábitos de consumo y la región.
- Las ventas anuales en este segmento representan una proporción significativa del total del comercio minorista, dado que los alimentos son bienes de consumo esencial.

#### **2. Productos textiles y prendas de vestir:**

- El precio de una prenda de vestir puede variar desde \$20.000 hasta \$200.000 pesos colombianos o más, dependiendo de la marca y la calidad.

- Este segmento ha experimentado fluctuaciones en las ventas, influenciadas por temporadas y tendencias de moda.
- 2. *Electrodomésticos y equipos electrónicos:***
- Los precios de los electrodomésticos varían ampliamente; por ejemplo, un televisor puede costar entre \$800.000 y \$3.000.000 de pesos colombianos.
  - Las ventas en este segmento suelen estar influenciadas por promociones y lanzamientos de nuevos productos.
- 4. *Materiales de construcción y ferretería:***
- El precio de materiales como el cemento puede rondar los \$25.000 pesos colombianos por bolsa de 50 kg.
  - Las ventas en este sector están estrechamente ligadas al desempeño de la industria de la construcción y proyectos de infraestructura.

### **Bibliografía**

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Encuesta Anual de Comercio (EAC).

Recuperado de

#### **2.4 Clientes**

- 1. Segmento de consumidores finales (comercio al por menor): Este grupo incluye a personas que compran productos para su uso personal o familiar.**
  - Edad: Entre 20 y 60 años, con mayor participación de adultos jóvenes (25 a 45 años).
  - Género: Tanto hombres como mujeres, aunque ciertas categorías como moda, decoración o regalos tienden a tener mayor participación femenina.

- Estratos socioeconómicos: Principalmente, estratos 2 a 4. Los estratos 5 y 6 suelen comprar en comercios especializados o premium.
- Profesiones: Estudiantes, empleados, emprendedores y amas de casa.
- Nivel de ingresos: Entre 1 y 4 salarios mínimos mensuales, dependiendo del tipo de producto.
- Comportamiento de compra: Buscan promociones, experiencias personalizadas, calidad y facilidad de acceso (envíos, pagos digitales, etc.).

## **2. Segmento empresarial (comercio al por mayor):**

Clientes que compran para revender o para abastecer sus negocios.

- Tipo de empresa: Tiendas de barrio, papelerías, floristerías, cafeterías, peluquerías, negocios de regalos, entre otros.
- Tamaño de empresa: Micro y pequeñas empresas.
- Ubicación: Mayormente en zonas urbanas o semiurbanas.
- Frecuencia de compra: Semanal o mensual, dependiendo de la rotación de productos.
- Interés principal: Precios competitivos, compras por volumen, cumplimiento en tiempos de entrega y calidad constante

## **2.5 Competencia**

### **1. La Cositeria**

- Posicionamiento: Reconocida por ofrecer regalos personalizados y detalles únicos para diversas ocasiones especiales.
- Productos o servicios ofrecidos: Desayunos sorpresa, arreglos florales, anchetas personalizadas y kits temáticos adaptados a celebraciones como amor y amistad, cumpleaños y aniversarios.

- Ubicación: Medellín, Antioquia.
- Logística de distribución: Ofrecen servicio de entrega a domicilio en Medellín y municipios cercanos como Envigado, Itagüí, Bello, Sabaneta, Copacabana, La Estrella y Caldas. Además, brindan atención personalizada y permiten realizar pedidos en línea a través de su página web

## **2. Amore Tienda de Regalos**

- Posicionamiento: Con 19 años de experiencia, Amore se ha consolidado como una tienda especializada en ofrecer detalles y regalos sorpresa para diversas ocasiones.
- Productos o servicios ofrecidos: Desayunos y regalos sorpresa personalizados para eventos como cumpleaños, aniversarios y celebraciones especiales.
- Ubicación: Carrera 48 # 35 A sur 24, Envigado, Antioquia.
- Logística de distribución: Ofrecen entregas a domicilio en Medellín y el área metropolitana. Los pedidos se pueden realizar a través de su perfil de Instagram o por WhatsApp.

## **3. Cajita Feliz Medellín**

- Posicionamiento: Reconocida por enviar desayunos sorpresa a domicilio, brindando experiencias únicas a sus clientes.
- Productos o servicios ofrecidos: Desayunos sorpresa y regalos personalizados para diversas ocasiones.
- Ubicación: Medellín, Antioquia.
- Logística de distribución: Realizan entregas en Medellín y el área metropolitana, con pedidos que se pueden realizar en línea y pagos electrónicos.

## 2.6 Otros

### 1. Fortalezas del negocio:

- Presencia activa en redes sociales con más de 10.000 seguidores en Instagram, lo que ha permitido una conexión constante con los clientes.
- Atención personalizada y enfoque emocional en cada detalle entregado, lo que ha fidelizado a muchos compradores.
- Capacidad de innovación constante, incluyendo lanzamientos en fechas especiales, lo que permite diversificación del portafolio.
- Experiencia de más de 5 años en el mercado, con un punto físico establecido desde hace 2 años.

### 2. Reconocimiento y crecimiento:

- Se ha logrado llegar a clientes internacionales que confían en la tienda para sorprender a sus familiares en Colombia.
- Participación en eventos locales y ferias de emprendimiento que han permitido fortalecer la marca y abrir nuevas alianzas comerciales.

### 3. Canales de venta y estrategia digital:

- Las ventas se canalizan principalmente a través de Instagram, WhatsApp y el punto físico.
- Se utilizan herramientas de marketing digital como reels, historias, sorteos y campañas temáticas para fechas especiales (Día de la Madre, Amor y Amistad, Navidad, etc.).
- Implementación de pagos electrónicos, transferencias y código QR para facilitar el proceso de compra.

#### **4. Proyección y visión a futuro:**

- Se proyecta ampliar el catálogo de productos, optimizar la gestión de inventario y mejorar la logística de entregas.
- Se busca consolidar el canal digital con una tienda en línea propia para automatizar procesos y ampliar cobertura nacional.
- Plan de alianzas con otros emprendimientos (panaderías, floristerías, marcas artesanales) para crear paquetes conjuntos y fortalecer el ecosistema emprendedor local.

### **3. Análisis del Mercado**

#### **3.1 Oportunidad, Problema o Necesidad Detectada**

En el mercado de Copacabana y sus alrededores se evidencia una tendencia creciente hacia el consumo de experiencias de regalo que sean significativas, accesibles y auténticamente personalizadas. Los consumidores, especialmente aquellos entre los 20 y 40 años, valoran cada vez más la posibilidad de expresar emociones y fortalecer vínculos afectivos a través de detalles únicos y memorables. Sin embargo, la oferta actual se caracteriza, en su mayoría, por productos genéricos que no logran establecer una conexión emocional real con el destinatario, ni reflejar la intención genuina del cliente. A esto se suma la escasez de alternativas locales que combinen personalización, calidad y cumplimiento en la entrega, lo que limita la capacidad de los compradores para sorprender a sus seres queridos de forma efectiva y oportuna.

Este panorama revela una oportunidad estratégica para desarrollar una propuesta de valor basada en desayunos sorpresa y regalos personalizados que respondan directamente a esta necesidad insatisfecha. Al brindar experiencias emotivas, adaptadas a los gustos y contextos de cada cliente, se puede ocupar un espacio relevante en el mercado, generando diferenciación y fidelización a través de la conexión emocional.

### **Soporte con Información Secundaria**

1. Tendencia hacia la personalización: La personalización en regalos ha demostrado ser una estrategia efectiva para crear conexiones emocionales. “los regalos personalizados crean una conexión emocional instantánea y demuestran un nivel de cuidado y consideración que es altamente apreciado”
2. Crecimiento del mercado de regalos personalizados: El sector de regalos personalizados está en auge, con una creciente demanda por parte de consumidores que buscan productos únicos y significativos.

Se destaca que “los consumidores valoran cada vez más los regalos promocionales personalizados, que conectan emocionalmente con sus intereses y necesidades”

3. Popularidad de los desayunos sorpresa: Los Desayunos Sorpresa se han convertido en una opción popular para expresar afecto y celebrar ocasiones especiales. Desayunos Sorpresa Colombia señala que “regalar unos desayunos sorpresa es brindar amor a todas aquellas personas que son especiales, siendo un regalo muy popular y más en las últimas fechas”.

### **3.2 Segmentos de Mercado**

#### **Perfil:**

- Edad: Principalmente entre 20 y 40 años.
- Género: Ambos, aunque con una ligera inclinación hacia las mujeres, quienes suelen ser las principales compradoras de regalos personalizados.
- Estrato socioeconómico: Medios y medios-altos (estrato 3 y 4).
- Nivel de ingresos: Ingresos medios a altos, que permitan destinar un porcentaje de su dinero a experiencias y detalles especiales.
- Ubicación: Copacabana y áreas cercanas de Medellín (zona metropolitana), con posibilidad de expandir a otras áreas de Antioquia mediante ventas online.

- Gustos y estilo de vida: Buscan regalar experiencias más que productos genéricos. Tienen un estilo de vida moderno, disfrutan de las sorpresas y valoran la personalización. Se sienten atraídos por lo exclusivo y único.
- Hábitos de compra: Prefieren realizar compras a través de canales digitales (redes sociales, WhatsApp.) pero también tenemos venta en el punto físico en Copacabana. Tienden a elegir regalos personalizados para ocasiones especiales como cumpleaños, aniversarios, Día de la Madre, entre otros. Están dispuestos a pagar un precio superior por regalos únicos que transmitan emociones y pensamientos personalizados.
- Motivación para comprar: Buscan crear momentos inolvidables, transmitir afecto, amor y aprecio a través de regalos especiales. Prefieren experiencias que conecten emocionalmente con los destinatarios.

### **Clientes (Personas)**

#### **Perfil:**

- Edad: Igual que los usuarios/consumidores, aunque en este caso se destacan los compradores que no siempre son los receptores de los regalos (ej. personas que compran para otras).
- Género: Principalmente mujeres, aunque los hombres también compran para sus parejas o familiares.
- Nivel de ingresos: Como los usuarios, de clase media a media-alta.
- Ubicación: Principalmente en Copacabana y Medellín, con un enfoque en la venta online para captar más clientes a nivel regional.
- Motivación para comprar: Buscan sorprender a seres queridos, empleados o colegas con un regalo que refleje el aprecio por ellos de una manera especial. Pueden ser personas

que celebran fechas como cumpleaños, aniversarios, o simplemente desean dar un detalle personal.

### **Segmento de Mercado:**

#### **Clientes (Empresas)**

##### **Perfil:**

- **Tamaño:** Pequeñas y medianas empresas (PYMES) que buscan productos personalizados para eventos especiales, como cumpleaños de empleados, celebraciones de aniversario de la empresa o reconocimientos de equipo.
- **Ubicación:** Empresas ubicadas en Copacabana y Medellín (zona metropolitana de Antioquia). La posibilidad de extender la oferta a empresas de otras ciudades a través de ventas en línea.
- **Sector económico:** Principalmente sector de servicios, pequeñas empresas, tiendas locales, cafeterías, floristerías, empresas de tecnología o startups.
- **Tipo de empresa:** Empresas privadas
- **Necesidades o problemas:** Las empresas requieren productos únicos para reforzar el sentido de pertenencia y agradecimiento hacia sus empleados. Buscan regalos personalizados para transmitir valores como el aprecio, la motivación o el reconocimiento.
- **Proceso de compra:** Suelen comprar de manera recurrente para ocasiones especiales o eventos programados. Se interesan en pedidos al por mayor o personalizados, con entrega puntual y sin complicaciones. Prefieren proveedores confiables y con capacidad de personalización.
- **Motivación para comprar:** Generar una cultura corporativa de reconocimiento a través de regalos personalizados que puedan ser entregados a empleados o clientes. Buscan

opciones que se adapten a sus necesidades particulares, como kits de oficina o desayunos para eventos especiales.

### 3.3 Mezcla de Mercadeo

<p style="text-align: center;"><b>Producto /Servicio</b></p> <p style="text-align: center;"><i>Descripción del producto o servicio a ofrecer con sus principales características y beneficios</i></p>	<p style="text-align: center;"><b>Precio</b></p> <p style="text-align: center;"><i>Explicación sobre cómo se establece el precio</i></p>
<p style="text-align: center;">Ofrecemos desayunos sorpresa y arreglos florales personalizados con empaques creativos e innovadores, elaborados con ingredientes deliciosos y distintos a los comunes. Cada producto está diseñado para generar una experiencia memorable y emotiva. Contamos con opciones temáticas y colecciones especiales, como el Día de la Madre, con alianzas con marcas de repostería para ampliar el valor del regalo.</p> <p style="text-align: center;">Características</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desayunos personalizados con opciones dulces, saladas y gourmet. - Arreglos florales con estilos modernos y creativos. - Empaques originales que encantan desde el primer momento. - Posibilidad de ajustar los productos al gusto y presupuesto del cliente.</li> </ul>	<p>Nuestros precios se adaptan a cada cliente, con opciones desde \$20.000 hasta \$400.000. Aplicamos una estrategia de precios flexibles: el cliente puede personalizar su producto de acuerdo con su presupuesto. En temporadas clave, como el Día de la Madre o amor y amistad se ofrecen productos exclusivos con temática a la ocasión con valores agregados. Se maneja un enfoque basado en valor percibido y exclusividad, más que en competencia por precio bajo.</p>

<p style="text-align: center;"><b>Plaza</b></p> <p style="text-align: center;"><i>Definición de cómo se realiza la entrega real del producto/servicio al cliente</i></p>	<p style="text-align: center;"><b>Promoción</b></p> <p style="text-align: center;"><i>Descripción de cómo se va a comunicar con el cliente, para ofrecer y promocionar los productos/servicios</i></p>
<p>Contamos con tienda física en Copacabana, Antioquia, donde los clientes pueden recoger sus pedidos. Además, realizamos entregas a domicilio desde las 7:00 a.m. hasta las 7:00 p.m., cubriendo Caldas, Barbosa, Medellín y todo el Área Metropolitana del Valle de Aburrá. Las entregas son cuidadosas para garantizar la calidad y presentación del producto.</p>	<p>Promocionamos nuestros productos mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- WhatsApp Business, con atención personalizada y catálogos actualizados.</li> <li>- Instagram y Facebook, con publicaciones, reels y anuncios pagos dirigidos a nuestro público objetivo.</li> <li>- Estamos desarrollando alianzas con marcas locales, como reposterías, para potenciar colecciones especiales (ej. Día de la Madre).</li> </ul> <p>También incluimos frases emotivas, fotografías atractivas y testimonios para conectar emocionalmente con los clientes</p>

#### 4. Objetivo del instrumento

Validar el interés del mercado objetivo hacia los productos de Encanto tienda de regalos mediante la observación directa de comportamientos e interacciones en redes sociales, especialmente Instagram, Facebook y WhatsApp, durante el periodo abril - mayo de 2025.

#### 5. Técnica empleada: Observación no participante

Se aplicó una observación no participante y sistemática sobre:

- Reacciones a publicaciones (me gusta, comentarios, compartidos)
- Visualizaciones e interacciones en historias.
- Mensajes y consultas en WhatsApp.
- Participación en encuestas o dinámicas interactivas.
- Aumento en el número de seguidores y mensajes por campaña.

<p><b>Instrumento de validación aplicado</b></p>	<p>Observación en redes sociales</p>	<p><b>Tamaño de muestra:</b></p>	<p>Dado que la base de seguidores en Instagram es de aproximadamente 10.000 usuarios, se estimó el tamaño de muestra referencial para garantizar representatividad estadística utilizando la fórmula para poblaciones finitas:</p>
--	--------------------------------------	----------------------------------	--

		$n = \frac{(N * Z^2 * p * q)}{(e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q)}$ <p>Donde:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N = 10.000</li> <li>- Z = 1.96 (95% de confianza)</li> <li>- p = 0.5</li> <li>- q = 0.5</li> <li>- e = 0.05</li> </ul> <p>Resultado: Se consideraron representativas al menos 300 interacciones en publicaciones, historias y Likes para el analisis</p>
<p><b>Principales resultados y conclusiones</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las publicaciones asociadas a fechas especiales (como Día de la Madre) y mensajes emocionales generaron mayor interacción, con un promedio de 1000 vistas y 20 likes</li> <li>• Las historias con encuestas y preguntas alcanzaron tasas de respuesta del 20% del público que visualiza.</li> <li>• WhatsApp demostró alta conversión, con aproximadamente 6 ventas por cada 10 consultas recibidas.</li> </ul>	

- Los reels que muestran procesos artesanales duplicaron el alcance y la participación respecto a imágenes estáticas.
- El mayor grupo interactivo está compuesto por personas entre 25 y 35 años, con mayor actividad entre miércoles y domingos.

### **Conclusiones**

- La observación validó la existencia de un mercado altamente interesado en productos personalizados y con carga emocional, especialmente en fechas conmemorativas.
  - Las redes sociales no solo son canales de promoción, sino también una fuente de información clave sobre preferencias, comportamiento de compra y percepción del cliente.
  - WhatsApp se consolida como el canal más efectivo para conversión directa y fidelización.
  - El componente emocional sigue siendo el mayor diferencial competitivo del emprendimiento.

"Observar el comportamiento del cliente en redes sociales nos permitió confirmar que el valor emocional es el principal motor de compra en nuestro modelo de negocio."

-Fundadora de Encantotiendaderegalos

## Evidencias

(Imágenes, links con acceso a videos, encuestas, formularios, etc.)



### Próximos pasos



9:42 📶 23%

### Estadísticas

Reel Anuncio

### Interacción ⓘ

Reproducciones de 3 s	1,020
Me gusta y reacciones	16
Veces que se guardó	8
Veces compartido	3

### Actividad del perfil ⓘ

Visitas al perfil	125
Seguidores	33
Conversaciones con mensajes iniciadas	3

### Objetivo ⓘ

<b>125</b>	
Visitas al perfil	
Costo por visita al perfil	\$ 158



Reel Anuncio



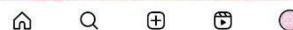
### Resumen del anuncio ⓘ

Visualizaciones	5,683
<b>Objetivo</b>	
Visitas al perfil	125

### Visualizaciones ⓘ

**5,683**

Alcance	3,108
---------	-------



## 6. Normatividad

### 6.1 Normatividad Empresarial

<b>Código</b> <b>CIU 1</b>	4719	<b>Código</b> <b>CIU 2</b>	8230	<b>Código</b> <b>CIU 3</b>	5621
<b>Tipo</b> <b>societario</b>	Persona Natural			<b>No. de</b> <b>socios</b>	

### 6.2 Normatividad Tributaria

#### Persona Natural

Como persona natural comerciante debes:

- Inscribirte en el Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN.
- Inscribirte en la Cámara de Comercio como establecimiento de comercio.
- Llevar contabilidad si superas los topes establecidos por la DIAN

#### Régimen ordinario

Declaración de renta como persona natural obligada (Formulario 210).

- Declarar y pagar IVA, si aplicas como responsable.
- Declarar y pagar retención en la fuente, si haces pagos a terceros que lo requieran.
- Declarar y pagar ICA en el municipio donde operas (en este caso, Copacabana).

#### Impuestos Principales

Renta (Aplica si superas topes de ingresos o patrimonio)

IVA (19%) Si vendes productos o servicios gravados. La mayoría de desayunos preparados o floristería pueden estar gravados.

ICA (Industria y Comercio) Impuesto municipal. Se paga en Copacabana.

Retención en la fuente Si realizas pagos a terceros (proveedores, empleados, etc.).

Sobretasa Bomberil y Publicidad Exterior Visual (si aplica) Según el municipio.

Obligaciones adicionales

- Factura electrónica: Obligatoria si estás en régimen ordinario o SIMPLE.
- Libros de contabilidad: No obligatorios si estás en SIMPLE, pero sí recomendables.

#### 4.3 Normatividad Técnica

##### **Registro en Cámara de Comercio: Cámara de Comercio de Aburrá Sur**

Inscripción del establecimiento como persona natural con actividad comercial. Obligatorio para formalizar legalmente el negocio.

##### **Registro Único Tributario (RUT)**

DIAN

Registro fiscal que identifica tu actividad económica. Incluye los códigos CIU 47.19, 82.30 y 56.21.

Es necesario para facturar, declarar impuestos y operar legalmente.

Uso de Suelo / Permiso de Funcionamiento

Alcaldía de Copacabana / Planeación Municipal

Verificación de que la dirección del establecimiento es compatible con la actividad comercial (ej. venta de desayunos o regalos).

Registro Sanitario / Concepto Sanitario: Secretaría de Salud de Copacabana o de Antioquia

Requiere visita técnica para verificar condiciones de manipulación de alimentos, limpieza, ventilación, utensilios, etc. Aplica especialmente por el manejo de desayunos preparados.

Curso de Manipulación de Alimentos: Secretaría de Salud / Instituciones autorizadas

Todo el personal que manipule alimentos debe tener este curso vigente. Es obligatorio por normatividad sanitaria.

### **Certificación INVIMA (si aplica)**

INVIMA: Aplica si vas a empacar alimentos con marca propia o distribuyes productos empacados bajo tu sello. Si solo preparas y vendes al instante, no es necesario, pero sí debes cumplir con normas sanitarias.

### **Facturación electrónica**

DIAN: Obligatoria si estás en régimen SIMPLE o eres responsable de IVA. Debes emitir factura electrónica con validación previa.

Registro ante Cámara de Comercio como Actividad Complementaria

Cámara de Comercio: Si organizas eventos u ofreces servicios de decoración o logística, deben registrarse como actividades adicionales (CIU 82.30).

Permiso de Publicidad Exterior Visual (si aplica)

Secretaría de Planeación del municipio: Aplica si tienes avisos luminosos, pancartas, vallas, etc., visibles al exterior.

### **6.3 Normatividad Ambiental**

Norma / Regulación	Entidad Responsable	Aplicación en tu negocio
Ley 99 de 1993	Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible	Crea el Sistema Nacional Ambiental (SINA). Toda actividad económica debe considerar la protección del ambiente y el manejo adecuado de residuos.
Ley 142 de 1994 (Servicios Públicos)	Empresas prestadoras / Alcaldía	Obliga a gestionar correctamente los residuos domiciliarios e industriales, como

		cartón, papel, empaques y restos orgánicos.
Decreto 1076 de 2015 (Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible)	Ministerio de Ambiente	Establece directrices sobre residuos sólidos, emisiones y control ambiental para actividades productivas, incluyendo las de alimentos.
Ley 1252 de 2008 (Gestión de Residuos Sólidos No Peligrosos)	Ministerio de Ambiente y Autoridades Locales	Regula la separación, recolección y disposición de residuos no peligrosos, como papel, cartón, plástico y desechos orgánicos.
Código Nacional de Recursos Naturales Renovables (Decreto 2811 de 1974)	Autoridades Ambientales Locales	Regula el uso de recursos naturales como flores, agua y materiales biodegradables. Aplica en el manejo de residuos florales y empaques.
Normas sobre empaques y plásticos de un solo uso (Ley 2232 de 2022)	Ministerio de Ambiente / INVIMA / Municipios	Promueve el uso de materiales biodegradables y prohíbe progresivamente algunos plásticos de un solo uso. Aplica a empaques y utensilios.

## 6.5 Normatividad Laboral

### 6.5.1 Legislación laboral, de seguridad social y seguridad y salud en el trabajo

Aspecto	Norma o Requisito	Aplicación al negocio
Tipos de contrato	Código Sustantivo del Trabajo (Art. 23 en adelante)	Contrato a término fijo (por temporadas como Día de la Madre) - Contrato a término indefinido - Contrato por obra o labor (para fechas específicas o producción puntual) Todos deben ser por escrito.
Afiliación a Seguridad Social	Ley 100 de 1993	Si contratamos trabajadores, debemos afiliarlos a: - EPS (salud) - ARL (riesgos laborales) - Fondo de pensiones - Caja de compensación (ICBF y SENA si hay empleados fijos)
Parafiscales	Ley 789 de 2002	Como empleador, si tienes trabajadores permanentes, debes aportar a: - SENA (2%) - ICBF (3%) - Cajas de compensación familiar (4%)

Salario mínimo y prestaciones	Decreto anual de salario mínimo + Código Sustantivo del Trabajo	Todo trabajador tiene derecho a: - Salario mínimo legal mensual (\$1.300.000 aprox. en 2025) - Auxilio de transporte (si gana hasta 2 SMMLV) - Prima de servicios - Cesantías y su interés - Vacaciones anuales
Seguridad y Salud en el Trabajo (SST)	Decreto 1072 de 2015 (Título 4, Cap. 6)	Debes implementar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Como mínimo: - Afiliación a ARL - Evaluación de riesgos en el lugar de trabajo - Capacitaciones básicas (uso de elementos de protección, manejo de alimentos, etc.)
Registro de empleados y nómina	Resolución 000013 de 2021 (DIAN)	Si tienes empleados, debes reportar la nómina electrónica mensualmente a la DIAN.
Normas de higiene y manipulación de alimentos	Decreto 3075 de 1997 y Resolución 2674 de 2013 (INVIMA)	Si manipulas alimentos (desayunos), quienes lo hagan deben tener certificado de

		manipulación de alimentos y aplicar normas de higiene, almacenamiento y conservación.
--	--	---

### 6.5.2 Estructura organizacional

CARGO	FORMACIÓN REQUERIDA	EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	PRINCIPALES FUNCIONES
DIRECCION GENERAL	Administrador de empresas		Toma de decisiones estratégicas, supervisión general del negocio y relaciones con aliados y proveedores
AREA DE PRODUCCION Y LOGISTICA	Experiencia en artes creativo		Elaboración de desayunos arreglos y kits coordinación de entregas, control de inventario
AREA DE VENTA Y ATENCIÓN AL CLIENTE	Técnico/tecnólogo en servicio al cliente		Gestión de pedidos por WhatsApp, Instagram y Facebook
AREA DE MARKETING Y PUBLICIDAD	Técnico/tecnólogo en marketing digital		Diseño y ejecución de campañas para fechas especiales, manejo de redes sociales y publicidad paga.

			Fotografía y contenido visual para redes
AREA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA	Técnico/tecnólogo en área de finanzas o afín		Control de ingresos, egresos y costos.  Manejo de presupuesto  Registro y análisis financiero.
DOMICILIARIO	N/A		Encargado de realizar las entregas.

### 6.5.3 Organigrama



Nota: *Elaboración propia*

## 7. Análisis Técnico

Para la construcción del análisis técnico es necesario que realice diversas cotizaciones de todos los recursos que necesita, para que la información esté bien soportada.

### 7.1 Ficha Técnica Del Producto / Servicio

<b>Nombre:</b>	DESAYUNO ALEGRIA MAÑANERA	
<b>Descripción:</b>	Desayuno sorpresa con productos frescos y presentación creativa, ideal para regalar en cumpleaños o fechas especiales	
<b>Medidas (Individual):</b>	Caja decorada de 30X25X15cm	<b>Peso (Individual):</b> N/A
<b>Presentación de venta:</b>	Caja temática con cinta, tarjeta personalizada y globo pequeño	
<b>Cantidad de venta:</b>	1 unidad por cliente	
<b>Vigencia / Vida útil:</b>	24 Horas (mantener en refrigeración)	
<b>Proceso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo requerido (En minutos)</b>
	Revisión del pedido	45 minutos
	Preparación de alimentos	
	Personalización de tarjeta y empaque	
	Ensamble y control de calidad	
	Entrega y despacho	
	Información Relevante:	

	Se recomienda realizar el pedido mínimo 24 horas de anticipación.	
--	---	--

<b>Nombre:</b>	ANCHETA DELUXE		
<b>Descripción:</b>	Ancheta premium con variedad de productos y presentación elegante, ideal para empresas o regalos formales		
<b>Medidas (Individual):</b>	Canasta de lujo de 40X30X25cm	<b>Peso (Individual):</b>	N/A
<b>Presentación de venta:</b>	Caja de lujo para empaque moño tarjeta y globos		
<b>Cantidad de venta:</b>	1 unidad por cliente (kits disponibles desde 5 unidades en compras corporativas)		
<b>Vigencia / Vida útil:</b>	Hasta 30 Días (según productos incluidos)		
<b>Proceso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo requerido (En minutos)</b>	
	Selección de productos	60 minutos	
	Ensamble de ancheta en la caja		
	Decoración y personalización		
	Etiquetado y control de calidad		
	Entrega o almacenamiento		

<b>Información relevante</b>	La Disponibilidad depende del stock de productos se recomienda realizar pedido 3 a 5 días de anticipación	

<b>Nombre:</b>	ARREGLO FLORAL ROMANCE PRIMAVERAL		
<b>Descripción:</b>	Arreglo floral con rosas y flores mixtas de temporada, en base decorativa ideal para aniversarios y fechas románticas.		
<b>Medidas (Individual):</b>	Caja 40cm x 30cm aproximado	<b>Peso (Individual):</b>	N/A
<b>Presentación de venta:</b>	Caja de lujo con tarjeta y globos personalizados		
<b>Cantidad de venta:</b>	1 unidad por cliente		
<b>Vigencia / Vida útil:</b>	5 a 7 Días (con cuidado y agua diaria)		
<b>Proceso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo requerido (En minutos)</b>	
	Selección y limpieza de flores	45 minutos	
	Diseño floral		
	Ensamble en base		
	Decoración final y tarjeta		
	Entrega y despacho		

<b>Información relevante:</b>	Las flores pueden variar según disponibilidad se ofrece opción de personalizar según color o tipo de flor.	

## 7.2 Diagrama de Flujo



Nota: *Elaboración propia*



Nota: *Elaboración propia*



Nota: *Elaboración propia*

### 7.3 Recursos Requeridos para la Puesta en marcha

Terrenos, construcciones, adecuaciones y mejoras			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
ADECUACIÓN DE VENTANA	1	\$ 1,200,000	\$ 1,200,000
			\$ -
			\$ -
<b>Total Terrenos, construcciones, adecuaciones y mejoras</b>			<b>\$ 1,200,000</b>

Maquinaria y Equipos			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
IMPRESORA EPSON	1	\$ 1,200,000	\$ 1,200,000
CAMEO 4	1	\$ 2,400,000	\$ 2,400,000
COMPUTADOR	1	\$ 2,300,000	\$ 2,300,000
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
<b>Total Maquinaria y Equipos</b>			<b>\$ 5,900,000</b>

Muebles y enseres			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
MUEBLE DE DECORACIÓN	1	\$ 400,000	\$ 400,000
ESTAN DE EXHIBICIÓN	3	\$ 200,000	\$ 600,000
VITRINA EXHIBIDORA	1	\$ 1,200,000	\$ 1,200,000
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
<b>Total Construcciones y edificaciones</b>			<b>\$ 2,200,000</b>

Vehículos para transporte y/o carga			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
			\$ -
			\$ -
			\$ -
<b>Total Vehículos</b>			<b>\$ -</b>

Diseño y publicidad			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
LETRERO AVISO LUMINOSO	1	\$ 1,700,000	\$ 1,700,000
LETRERO FRASE	1	\$ 400,000	\$ 400,000
CODIGOS QR	1	\$ 100,000	\$ 100,000
<b>Total Diseño y publicidad</b>			<b>\$ 2,200,000</b>

Otros			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
			\$ -
			\$ -
			\$ -
<b>Total Otros</b>			<b>\$ -</b>

<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL PARA LA PUESTA EN MARCHA</b>			<b>\$ 11,500,000</b>
---	--	--	----------------------

## 8. Análisis Financiero

### 8.1 Inversiones Y Financiación

#### 8.1.1. Inversiones

Descripción	Inversión Inicial	Inversión Año 1	Inversión Año 2	Inversión Año 3
Terrenos, construcciones, adecuaciones	1.200.000			
Maquinaria y equipos	5.900.000	600.000	1.500.000	
Muebles y enseres	2.200.000	300.000	2.000.000	500.000
Vehículos para transporte y/o carga				20.000.000
Diseño y publicidad	2.200.000			2.000.000
Otros				
<b>TOTAL</b> INVERSION ANUAL	11.500.000	900.000	3.500.000	22.500.000

### 8.1.2 Financiación

Descripción	Crédito 1	Crédito 2	Crédito 3
Año del crédito	2028		
Monto del crédito	\$ 22.500.000		
Tiempo diferido (meses)	48		
Tasa interés mensual	1,78%		
Cuota mensual con interese	\$ 716.672		
Cuota Anual	\$ 8.600.064	\$ -	\$ -

Amortización créditos	Año 1	Año 2	Año 3
Pago anual Crédito 1	\$ 8.600.064	\$ 8.600.064	\$ 8.600.064
Pago anual Crédito 2			
Pago anual Crédito 3			
Total Gastos financieros	\$ 8.600.064	\$ 8.600.064	\$ 8.600.064

### 8.2 Nómina

Cargo o Rol del personal	Nómina mensual Año 1			Nómina mensual Año 2			Nómina mensual Año 3		
	Salario mensual por cada cargo (Incluir Aux. transporte a quien	Cantidad	Salario total	Salario mensual por cada cargo (Incluir Aux. transporte a quien	Cantidad	Salario total	Salario mensual por cada cargo (Incluir Aux. transporte a quien	Cantidad	Salario total
DIRECTOR GENERAL	\$ 1,400,000	1	\$ 16,800,000	\$ 1,400,000	1	\$ 16,800,000	\$ 1,400,000	1	\$ 16,800,000
PRODUCCION			\$ -			\$ -	\$ 1,300,000	1	\$ 15,600,000
MARKETING			\$ -			\$ -			\$ -
DISEÑADORA GRAFICA			\$ -			\$ -			\$ -
FINANCIERO			\$ -			\$ -			\$ -
ATENCION DE VENTA			\$ -			\$ -			\$ -
DOMICILIARIO			\$ -	\$ 1,300,000	1	\$ 15,600,000	\$ 1,300,000	1	\$ 15,600,000
			\$ -			\$ -			\$ -
			\$ -			\$ -			\$ -
			\$ -			\$ -			\$ -
<b>SALARIOS</b>			\$ 16,800,000	<b>SALARIOS</b>		\$ 32,400,000	<b>SALARIOS</b>		\$ 48,000,000
Salud	8.50%		\$ 1,428,000	Salud	8.50%	\$ 2,754,000	Salud	8.50%	\$ 4,080,000
Pensión	12%		\$ 2,016,000	Pensión	12%	\$ 3,888,000	Pensión	12%	\$ 5,760,000
ARL			\$ -	ARL		\$ -	ARL		\$ -
Parafiscales	9%		\$ 1,512,000	Parafiscales	9%	\$ 2,916,000	Parafiscales	9%	\$ 4,320,000
Prima	8.33%		\$ 1,399,440	Prima	8.33%	\$ 2,698,920	Prima	8.33%	\$ 3,998,400
Cesantías	8.33%		\$ 1,399,440	Cesantías	8.33%	\$ 2,698,920	Cesantías	8.33%	\$ 3,998,400
Inetereses	1%		\$ 168,000	Inetereses	1%	\$ 324,000	Inetereses	1%	\$ 480,000
Vacaciones	4.17%		\$ 700,560	Vacaciones	4.17%	\$ 1,351,080	Vacaciones	4.17%	\$ 2,001,600
<b>NÓMINA TOTAL AÑO 1</b>			\$ 25,423,440	<b>NÓMINA TOTAL AÑO 2</b>		\$ 49,030,920	<b>NÓMINA TOTAL AÑO 3</b>		\$ 72,638,400



## 8.5 Valor Minuto

<b>TIEMPO DISPONIBLE MENSUAL</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Número de empleados directos</b> <i>(Los que efectivamente se emplean en la producción del producto/servicio)</i>	1	2	3
<b>Jornada Diaria (En minutos)</b> <i>(Multiplicar 60 x el número de horas diarias que trabaja un empleado)</i>	8	8	8
<b>Días hábiles / mes</b> <i>(Días al mes que efectivamente trabaja 1 empleado)</i>	26	26	26
<b>% Eficiencia del personal</b> <i>El % que efizcamente considera que trabajan los empleados. (En condiciones normales es entre 85 y 95%)</i>	95%	95%	95%
<b>TIEMPO DISPONIBLE MENSUAL</b>	<b>197.6</b>	<b>395.2</b>	<b>592.8</b>
<b>COSTOS Y GASTOS TOTALES</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Total Gastos de nómina</b>	\$ 25,423,440	\$ 49,030,920	\$ 72,638,400
<b>Total honorarios</b>	\$ 6,050,000	\$ 6,050,000	\$ 6,050,000
<b>Total gastos administrativos y de ventas</b>	\$ 10,826,000	\$ 11,367,300	\$ 11,935,665
<b>Total (Promedio anual)</b>	\$ <b>42,299,440</b>	\$ <b>66,448,220</b>	\$ <b>90,624,065</b>
<b>Promedio mensual</b>	\$ <b>3,524,953</b>	\$ <b>5,537,352</b>	\$ <b>7,552,005</b>
<b>VALOR MINUTO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
	<b>17839</b>	<b>14012</b>	<b>12740</b>

## 8.6 Fichas de Costos

<b>ARREGLO FLORAL</b>			
<b>Descripción del costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Cto unitario</b>	<b>Cto total</b>
ROSAS	12	\$ 3.000	\$ 36.000
HORTENCIAS	6	\$ 2.000	\$ 12.000
CLAVEL	1	\$ 15.000	\$ 15.000
CLAVELLINA	1	\$ 10.000	\$ 10.000
OASIS	2	\$ 3.000	\$ 6.000
FOLLAJE	1	\$ 4.000	\$ 4.000
CAJA DE LUJO	1	\$ 17.000	\$ 17.000
GLOBO BURBUJA	1	\$ 4.000	\$ 4.000
JP EN LATA	1	\$ 10.000	\$ 10.000
CHOCOLATES	1	\$ 15.000	\$ 15.000
MOÑO	1	\$ 1.500	\$ 1.500
ETIQUETAS	2	\$ 700	\$ 1.400
VINILO	1	\$ 4.000	\$ 4.000
			\$ -
			\$ -
<b>COSTO TOTAL INSUMOS</b>			<b>\$ 129.000</b>
<b>COSTO TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>\$ 6.900</b>
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO/ SERVICIO</b>			<b>\$ 135.900</b>
<b>Mg Utilidad</b>			<b>50%</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>			<b>\$ 271.800</b>

<b>DESAYUNO ALEGRIA MAÑANERA</b>			
<b>Descripción del costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Cto unitario</b>	<b>Cto total</b>
Sandwich Artesanal	1	\$ 8.000	\$ 8.000
zumo de naranja	1	\$ 2.000	\$ 2.000
recipiente de vidrio	1	\$ 1.700	\$ 1.700
porcion de fruta	1	\$ 4.000	\$ 4.000
chocolatina	1	\$ 2.500	\$ 2.500
milo	1	\$ 3.500	\$ 3.500
cereal	1	\$ 1.500	\$ 1.500
galletas	1	\$ 2.500	\$ 2.500
yogurth	1	\$ 2.000	\$ 2.000
waffle	1	\$ 6.000	\$ 6.000
globo personalizado	1	\$ 8.000	\$ 8.000
Caja decorada	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Tarjeta etiquetas	1	\$ 7.000	\$ 7.000
cintas moños	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Mano de obra Proceso 5			\$ -
<b>COSTO TOTAL INSUMOS</b>			<b>\$ 33.700</b>
<b>COSTO TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>\$ 28.000</b>
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO/ SERVICIO</b>			<b>\$ 61.700</b>
<b>Mg Utilidad</b>			<b>50%</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>			<b>\$ 123.400</b>

Descripción del costo	Cantidad	Cto unitario	Cto total
CHOCOLATE FERRERO	1	\$ 7.000	\$ 7.000
VARIEDAD DULCES	1	\$ 5.000	\$ 5.000
BARQUILLOS PIAZZA	1	\$ 3.500	\$ 3.500
CERVEZA CORONITA	1	\$ 2.900	\$ 2.900
GOMAS	1	\$ 1.700	\$ 1.700
MASMELOS	1	\$ 1.700	\$ 1.700
MUGS	1	\$ 10.000	\$ 10.000
PAPAS PRINGLES	1	\$ 5.800	\$ 5.800
VINILO	1	\$ 4.000	\$ 4.000
GLOBO BURBUJA	1	\$ 4.000	\$ 4.000
CAJA DE MADERA	1	\$ 10.000	\$ 10.000
MOÑOS	2	\$ 1.500	\$ 3.000
ICOPOR	1	\$ 4.000	\$ 4.000
SILICONA	1	\$ 1.000	\$ 1.000
PALOS Y ESTRUCTURA	1	\$ 4.000	\$ 4.000
<b>COSTO TOTAL INSUMOS</b>			<b>\$ 45.600</b>
<b>COSTO TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>\$ 22.000</b>
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO/ SERVICIO</b>			<b>\$ 67.600</b>
<b>Mg Utilidad</b>			<b>50%</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>			<b>\$ 135.200</b>

## 8.7 Proyección de Ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Tasa de crecimiento esperada</b>	1500%	20.0%	30.0%

<b>VENTAS PROYECTADAS (En unidades)</b>			
Producto / Servicio	Año 1	Año 2	Año 3
ARREGLO FLORAL	500	600	780
DESAYUNO	350	420	546
ANCHETA	250	300	390
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
<b>Ventas totales (En unidades)</b>	<b>1,100</b>	<b>1,320</b>	<b>1,716</b>

Inflación proyectada <i>(Los mismos valores usados en el punto 3.4 Gastos de administración y ventas)</i>	Año 1	Año 2	Año 3
	<b>5.0%</b>	<b>5.0%</b>	<b>5.0%</b>

<b>VENTAS PROYECTADAS (En pesos)</b>						
Producto / Servicio	Año 1		Año 2		Año 3	
	Precio	Valor	Precio	Valor	Precio	Valor
ARREGLO FLORAL	\$ 271,800	\$ 135,900,000	\$ 285,390	\$ 171,234,000	\$ 299,660	\$ 233,734,410
DESAYUNO	\$ 123,400	\$ 43,190,000	\$ 129,570	\$ 54,419,400	\$ 136,049	\$ 74,282,481
ANCHETA	\$ 135,200	\$ 33,800,000	\$ 141,960	\$ 42,588,000	\$ 149,058	\$ 58,132,620
0		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Ventas totales (En pesos)</b>	<b>\$</b>	<b>212,890,000</b>	<b>\$</b>	<b>268,241,400</b>	<b>\$</b>	<b>366,149,511</b>

## 8.8 Costo Materias Primas / Insumos

FLORES									
Unidades de venta proyectadas									
Año 1			Año 2			Año 3			
500			600			780			
Materias primas e insumos	Cantidad x insumo	Costo unitario	Costo total	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cantidad	Costo unitario	Costo total
ROSAS HORTENCIA Y CLAVEL	500	63000	\$ 31.500.000	600	63000	\$ 37.800.000	780	63000	\$ 49.140.000
CLAVELLINA	500	10000	\$ 5.000.000	600	10000	\$ 6.000.000	780	10000	\$ 7.800.000
OASIS	500	3000	\$ 1.500.000	600	3000	\$ 1.800.000	780	3000	\$ 2.340.000
FOLLAJE	500	4000	\$ 2.000.000	600	4000	\$ 2.400.000	780	4000	\$ 3.120.000
CAJA DE LUJO	500	17000	\$ 8.500.000	600	17000	\$ 10.200.000	780	17000	\$ 13.260.000
GLOBO	500	4000	\$ 2.000.000	600	4000	\$ 2.400.000	780	4000	\$ 3.120.000
JP EN LATA	500	10000	\$ 5.000.000	600	10000	\$ 6.000.000	780	10000	\$ 7.800.000
MOÑO ETIQUETA	500	2200	\$ 1.100.000	600	2200	\$ 1.320.000	780	2200	\$ 1.716.000
VINILO	500	4000	\$ 2.000.000	600	4000	\$ 2.400.000	780	4000	\$ 3.120.000
CHOCOLATE	500	15000	\$ 7.500.000	600	15000	\$ 9.000.000	780	15000	\$ 11.700.000
<b>Total Año 1</b>			<b>\$ 66.100.000</b>	<b>Total Año 2</b>		<b>\$ 79.320.000</b>	<b>Total Año 3</b>		<b>\$ 103.116.000</b>

DESAYUNO									
Unidades de venta proyectadas									
Año 1			Año 2			Año 3			
350			420			546			
Materias primas e insumos	Cantidad x insumo	Costo unitario	Costo total	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cantidad	Costo unitario	Costo total
SANDWISH	350	8000	\$ 2.800.000	420	8000	\$ 3.360.000	546	8000	\$ 4.368.000
WAFFLE	350	6000	\$ 2.100.000	420	6000	\$ 2.520.000	546	6000	\$ 3.276.000
PORCION DE FRUTA	350	4000	\$ 1.400.000	420	4000	\$ 1.680.000	546	4000	\$ 2.184.000
JUGO EN RECIPIENTE	350	3700	\$ 1.295.000	420	3700	\$ 1.554.000	546	3700	\$ 2.020.200
CHOCOLATINA	350	2500	\$ 875.000	420	2500	\$ 1.050.000	546	2500	\$ 1.365.000
MILO Y GALLETA	350	6000	\$ 2.100.000	420	6000	\$ 2.520.000	546	6000	\$ 3.276.000
GLOBO	350	8000	\$ 2.800.000	420	8000	\$ 3.360.000	546	8000	\$ 4.368.000
CAJA DECORADA	350	10000	\$ 3.500.000	420	10000	\$ 4.200.000	546	10000	\$ 5.460.000
TARJETA ETIQUETA	350	7000	\$ 2.450.000	420	7000	\$ 2.940.000	546	7000	\$ 3.822.000
CINTAS MOÑO	350	3000	\$ 1.050.000	420	3000	\$ 1.260.000	546	3000	\$ 1.638.000
<b>Total Año 1</b>			<b>\$ 20.370.000</b>	<b>Total Año 2</b>		<b>\$ 24.444.000</b>	<b>Total Año 3</b>		<b>\$ 31.777.200</b>

ANCHETA									
Unidades de venta proyectadas									
Año 1			Año 2			Año 3			
250			300			390			
Materias primas e insumos	Cantidad x insumo	Costo unitario	Costo total	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cantidad	Costo unitario	Costo total
VARIEDAD DULCERIA	250	14300	\$ 3.575.000	300	14300	\$ 4.290.000	390	14300	\$ 5.577.000
CERVEZA	250	2900	\$ 725.000	300	2900	\$ 870.000	390	2900	\$ 1.131.000
FERRERO	250	7000	\$ 1.750.000	300	7000	\$ 2.100.000	390	7000	\$ 2.730.000
MASMELO Y GOMAS	250	3400	\$ 850.000	300	3400	\$ 1.020.000	390	3400	\$ 1.326.000
MUGS	250	10000	\$ 2.500.000	300	10000	\$ 3.000.000	390	10000	\$ 3.900.000
GLOBO VINILO	250	8000	\$ 2.000.000	300	8000	\$ 2.400.000	390	8000	\$ 3.120.000
CAJA DE MADERA	250	10000	\$ 2.500.000	300	10000	\$ 3.000.000	390	10000	\$ 3.900.000
MOÑOS	250	3000	\$ 750.000	300	3000	\$ 900.000	390	3000	\$ 1.170.000
SILICONA Y ICOPOR	250	5000	\$ 1.250.000	300	5000	\$ 1.500.000	390	5000	\$ 1.950.000
PALOS ESTRUCTURA	250	4000	\$ 1.000.000	300	4000	\$ 1.200.000	390	4000	\$ 1.560.000
<b>Total Año 1</b>			<b>\$ 16.900.000</b>	<b>Total Año 2</b>		<b>\$ 20.280.000</b>	<b>Total Año 3</b>		<b>\$ 26.364.000</b>

**Total materias primas e insumos**

FLORES	\$ 66,100,000	\$ 79,320,000	\$ 103,116,000
DESAYUNO	\$ 20,370,000	\$ 24,444,000	\$ 31,771,200
ANCHETA	\$ 16,900,000	\$ 20,280,000	\$ 26,364,000
<b>Ttoal materias primas</b>	<b>\$ 103,370,000</b>	<b>\$ 124,044,000</b>	<b>\$ 161,251,200</b>

**8.9 Análisis de Resultados Financieros****9.9.1 Estado de resultados**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	\$ 212,890,000	\$ 268,241,400	\$ 366,149,511
Costo materias primas e insumos	\$ 103,370,000	\$ 124,044,000	\$ 161,251,200
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 109,520,000</b>	<b>\$ 144,197,400</b>	<b>\$ 204,898,311</b>
Gastos de nómina	\$ 25,423,440	\$ 49,030,920	\$ 72,638,400
Gastos por honorarios	\$ 6,050,000	\$ 6,050,000	\$ 6,050,000
Gastos de administración y venta	\$ 10,826,000	\$ 11,367,300	\$ 11,935,665
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-\$ 4,776,000</b>	<b>-\$ 5,317,300</b>	<b>-\$ 5,885,665</b>
Impuesto de renta	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad neta</b>	<b>-\$ 4,776,000</b>	<b>-\$ 5,317,300</b>	<b>-\$ 5,885,665</b>

**9.9.2 Flujo de caja proyectado**

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas		\$ 212.890.000	\$ 268.241.400	\$ 366.149.511
Desembolso créditos				\$ 22.500.000
<b>Flujo de caja bruto</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 212.890.000</b>	<b>\$ 268.241.400</b>	<b>\$ 388.649.511</b>
Inversiones		\$ 900.000	\$ 3.500.000	\$ 22.500.000
Compra materias primas		\$ 103.370.000	\$ 124.044.000	\$ 161.251.200
Gastos de nómina		\$ 25.423.440	\$ 49.030.920	\$ 72.638.400
Gastos por honorarios		\$ 6.550.000	\$ 6.550.000	\$ 6.550.000
Gastos de administración y ventas		\$ 10.826.000	\$ 11.367.300	\$ 11.935.665
Impuesto de renta por pagar				
<b>Flujo de caja neto del período</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 65.820.560</b>	<b>\$ 73.749.180</b>	<b>\$ 113.774.246</b>
<b>Saldo acumulado</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 65.820.560</b>	<b>\$ 139.569.740</b>	<b>\$ 187.523.426</b>

## 10. Conclusiones

A partir del desarrollo del presente trabajo de grado, se concluye que el mercado de regalos personalizados en Copacabana y su área metropolitana presenta una oportunidad significativa para emprendimientos que ofrezcan experiencias emocionales y productos diferenciados. “Detectar la necesidad de regalar con sentido ha sido clave para construir una propuesta que va más allá de lo comercial.” — Fundadora de Encantotiendaderegalos.

El análisis realizado evidencia que los consumidores entre 20 y 40 años valoran profundamente la personalización, la presentación creativa y la entrega puntual, lo cual representa un factor decisivo en su proceso de compra. A su vez, la diversificación de productos por temporadas ha demostrado ser una estrategia efectiva para mantener la demanda activa durante todo el año, permitiendo una planeación operativa y financiera más sólida.

“Cada fecha especial es una nueva oportunidad para conectar con las emociones del cliente y adaptar nuestra oferta con creatividad y sensibilidad.

La gestión de marketing, especialmente en redes sociales y canales como WhatsApp, se ha consolidado como uno de los pilares fundamentales para la promoción de los productos y el acercamiento con el cliente, aprovechando tanto las publicaciones orgánicas como las pautas pagas. A pesar de las limitaciones operativas al ser un negocio gestionado principalmente por una sola persona, esta estructura ha permitido mantener los costos bajos y tener un control total sobre cada detalle del proceso productivo.

“Estar presente en cada etapa del proceso me ha permitido conocer de cerca a mi cliente y fortalecer una relación basada en confianza y compromiso.”

En cuanto al componente financiero, las proyecciones muestran un crecimiento anual, lo cual refleja una evolución positiva del negocio y una capacidad de expansión hacia nuevos mercados si se

fortalece la estructura operativa. La evaluación de los costos y precios permite concluir que es posible mantener productos accesibles, sin sacrificar la calidad ni la propuesta de valor, lo cual fortalece la fidelización del cliente.

“Crecer sin perder la esencia ha sido uno de los mayores desafíos, pero también la mayor satisfacción.”

Adicionalmente, se identificó que en el escenario actual la empresa no supera el umbral de tributación bajo el régimen ordinario, lo cual representa una ventaja fiscal temporal. No obstante, el régimen simple podría convertirse en una alternativa más sencilla de manejar en el mediano plazo, debido a su estructura de pago sobre ingresos brutos y beneficios administrativos.

Finalmente, el desarrollo de este plan de negocios permitió no solo un análisis académico riguroso, sino también el diseño de estrategias concretas aplicables a la realidad del negocio. A través de herramientas como el análisis de mercado, el estudio de costos, la proyección financiera y la estandarización de procesos, se construyó una ruta clara para el crecimiento sostenible de Encanto tienda de regalos.

“Este proceso me permitió reafirmar que un emprendimiento no solo debe ser rentable, sino también emocionalmente significativo para quienes lo crean y lo reciben.”

## 11. Bibliografía

Banco de la República. (2023). Informe económico regional – Antioquia.

<https://www.banrep.gov.co/es/informes-economicos-regionales>

Cajita Feliz Medellín. (2024). Inicio. <https://www.cajitafelizmedellin.com>

DANE. (2023). Boletín técnico: Producto Interno Bruto – PIB, cuarto trimestre 2023. Departamento

Administrativo Nacional de Estadística. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/pib>

DIAN. (2023). Clasificación de actividades económicas CIIU – Resolución 000139 de 2012. Dirección de

Impuestos y Aduanas Nacionales. <https://www.dian.gov.co/Transaccional/Paginas/Clasificacion-CIIU.aspx>

La Cositería. (2024). Tienda oficial. <https://lacositeria.com>

Revista Dinero. (2023). Comercio al por menor se adapta al cambio digital: informe sectorial 2023.

<https://www.dinero.com>

Revista Semana. (2023). Así se ha comportado el comercio en Colombia en los últimos cinco años.

<https://www.semana.com/economia>

Tienda Amore. (2024). Instagram de Amore Tienda de Regalos.

[https://www.instagram.com/amore\\_regalos](https://www.instagram.com/amore_regalos)

Proinco Souvenirs. (2023, noviembre 3). El futuro de los regalos corporativos: tendencias emergentes y

oportunidades innovadoras. Proinco Souvenirs. Recuperado de

<https://proinco.com.co/2023/11/03/el-futuro-de-los-regalos-corporativos-tendencias-emergentes-y-oportunidades-innovadoras/>

Wanamos. (2024, febrero 13). ¿Sabes cuáles son las tendencias de regalos promocionales en 2024 –

2025? Wanamos. Recuperado de <https://wanamos.com/sabes-cuales-son-las-tendencias-de-regalos-promocionales-en-2024-2025/>

Desayunos Sorpresa Colombia. (s.f.). Desayunos sorpresa a domicilio en Colombia. Desayunos Sorpresa.

Recuperado de <https://desayunossorpresa.com.co/>