



Plan de negocio para la Creación y personalización de **Ale & Gift Shop**

Patiño Castrillón, Rudy Alejandra

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración Financiera

Febrero 14 de 2026

**Plan de negocio: La creación de Ale & Gift Shop**

Patiño Castrillón, Rudy Alejandra

Plan de negocio (emprendimiento) presentado como requisito para optar al título de Administración

Financiera

Asesor(a)

Ana María Bustos Zapata

Magister en gestión de organizaciones

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Administración Financiera

Febrero 14 del 2026

## Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO .....	6
1. NATURALEZA DEL PROYECTO.....	7
1.1 DATOS GENERALES .....	7
1.2 PERFIL EMPRENDEDOR.....	7
1.3 TRAYECTORIA DEL NEGOCIO.....	7
1.3.1 Origen del negocio .....	7
1.3.2 Trayectoria.....	7
1.4 MISIÓN.....	8
1.5 VISIÓN .....	8
1.6 IMPACTO ESPERADO A NIVEL ECONÓMICO, SOCIOCULTURAL Y AMBIENTAL.....	8
2. ANÁLISIS DEL SECTOR .....	10
2.1 TENDENCIAS .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
2.2 PRINCIPALES PRODUCTOS / SERVICIOS .....	13
2.3 PRECIOS DE VENTA .....	14
2.4 CIFRAS DE VENTAS .....	14
2.5 CLIENTES .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
2.6 COMPETENCIA.....	17
2.7 OTROS .....	18
3. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	19
3.1 OPORTUNIDAD, PROBLEMA O NECESIDAD DETECTADA.....	19
3.2 SEGMENTOS DE MERCADO .....	20
3.3 MEZCLA DE MERCADEO .....	22

3.4 VALIDACIÓN DEL MERCADO .....	24
<b>4. NORMATIVIDAD .....</b>	<b>33</b>
4.1 NORMATIVIDAD EMPRESARIAL.....	33
4.2 NORMATIVIDAD TRIBUTARIA .....	34
4.3 NORMATIVIDAD TÉCNICA .....	35
4.4 NORMATIVIDAD AMBIENTAL .....	36
4.5 NORMATIVIDAD LABORAL .....	36
4.5.1 Legislación laboral, de seguridad social y seguridad y salud en el trabajo .....	36
4.5.2 Estructura organizacional .....	36
4.5.3 Organigrama .....	38
<b>5. ANÁLISIS TÉCNICO .....</b>	<b>38</b>
5.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO .....	38
5.2 DIAGRAMA DE FLUJO.....	39
5.3 RECURSOS REQUERIDOS PARA LA PUESTA EN MARCHA .....	42
<b>6. ANÁLISIS FINANCIERO.....</b>	<b>44</b>
6.1 INVERSIONES Y FINANCIACIÓN .....	44
6.1.1. Inversiones .....	44
6.1.2 Financiación.....	44
6.2 NÓMINA.....	45
6.3 HONORARIOS .....	45
6.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS .....	46
6.5 VALOR MINUTO.....	47
6.6 FICHAS DE COSTOS.....	47
6.7 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	49

<b>6.8 COSTO MATERIAS PRIMAS / INSUMOS.....</b>	<b>49</b>
<b>6.9 ANÁLISIS DE RESULTADOS FINANCIEROS .....</b>	<b>51</b>
<b>6.9.1 Estado de resultados .....</b>	<b>51</b>
<b>6.9.2 Flujo de caja proyectado .....</b>	<b>51</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>51</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>53</b>

## **Resumen ejecutivo.**

El presente trabajo tiene como tema principal la formulación de un plan de negocio para la creación de Ale & Gift Shop, un emprendimiento el cual está enfocado en la elaboración y comercialización de anchetas, desayunos sorpresa y regalos personalizados. Esta idea de negocio se desarrolla dentro del comercio minorista de ventas al por mayor y menor.

La realización de este trabajo surge como una respuesta a la necesidad de generar no solo alternativas de sostenibilidad sino también como autoempleo, además de aplicar de una manera práctica los conocimientos adquiridos dentro de la formación académica en Administración financiera. Asimismo, se identifica un entorno de oportunidad frente a un mercado en crecimiento con consumidores que buscan precios asequibles y con valores emocionales en fechas y celebraciones especiales.

El trabajo se estructura de una manera organizada donde se permite analizar la viabilidad del proyecto. En primer lugar, está la naturaleza del proyecto, seguida del análisis del sector y el análisis del mercado, aquí se identifican clientes potenciales, oportunidades y competencias dentro del mercado. Seguido del análisis normativo y financiero en el cual se evalúa inversiones, costos y proyecciones a futuro.

En cuanto al método empleado, se utilizó un enfoque descriptivo y analítico, apoyado en la recolección de información mediante encuestas aplicadas a una muestra de 100 personas, así como en fuentes secundarias como informes del DANE, Fenalco y otras entidades.

No obstante, el desarrollo del trabajo presenta algunas limitaciones, entre las cuales se destacan el poco tiempo de investigación sobre el desarrollo a largo plazo del sector, la variabilidad de los precios en el mercado, conocer más afondo sobre la competencia, las condiciones económicas y los precios en el mercado sobre los insumos y productos. A pesar de ello, con la información obtenida se permite establecer que hay una viabilidad en la creación, desarrollo y ejecución del proyecto.

## 1. Naturaleza del proyecto

### 1.1 Datos generales

Nombre:	Ale & Gift Shop	Etapas:	Ideación
Actividad económica:	comercio y servicios		
Sector /Subsector	Comercio al por mayor y al por menor	Fecha de Inicio:	10 de enero del 2026
Dirección:	Diagonal 58 #47-34		
Correo	rudy.patino@uniminuto.edu.co	Teléfono:	3203949616

### 1.2 perfil emprendedor

Estudiante de 10 cuatrimestre de Administración financiera, con interés en aplicar y ejecutar los conocimientos adquiridos durante la etapa de formación académica mediante la creación de un emprendimiento donde el enfoque, es la idealización, desarrollo, creatividad, empeño, compromiso además de la motivación en generar ingresos sostenibles alcanzando estabilidad y manteniendo el equilibrio entre el desarrollo personal, familiar y académico.

### 1.3 Trayectoria del negocio

#### 1.3.1 Origen del negocio

Ale & Gift Shop surge como una idea de emprendimiento en etapa de ideación, está impulsada como una oportunidad de mercado en el sector de regalos personalizados y ante la búsqueda de una alternativa de autoempleo flexible. La idea se fortalece a partir de los conocimientos adquiridos en temas

como modelos de negocio, análisis de mercado, gestión administrativa entre otras. temas que fueron vistos durante la formación universitaria.

### **1.3.2 Trayectoria**

Actualmente, Ale & Gift Shop se encuentra en fase de ideación y estructuración, se está definiendo aspectos como portafolio de productos, modelo de negocio, estrategias de comercialización y objetivos del plan de negocios y el mercado objetivo al cual se espera llegar.

### **1.4 Misión.**

Ser un emprendimiento reconocido a nivel local por la creatividad, la personalización y la satisfacción del cliente en el mercado de regalos y detalles personalizados, con proyección de crecimiento y consolidación como una marca confiable y sostenible.

### **1.5 Visión.**

Para el año 2029, Ale & Gift Shop se ve proyectado como un emprendimiento reconocido en el mercado local del municipio de bello, destacado por el diseño, comercialización y personalización de anchetas, desayunos sorpresa y productos decorativos. Asimismo, busca consolidar un punto de venta físico que fortalezca la cercanía y comunicación con los clientes, generando experiencias memorables mediante alternativas creativas, accesibles y de buena calidad, además de lograr crear una comunidad grande de embajadores de marca a través del uso de redes sociales

### **1.6 Impacto esperado a nivel económico, sociocultural y ambiental.**

#### **Impacto Económico.**

Ale & Gift Shop tiene como impacto económico principal la generación de ingresos propios, el autoempleo y una adecuada solvencia financiera familiar. Adicionalmente, el emprendimiento aporta al

fortalecimiento en la economía local del municipio de bello mediante la adquisición de insumos a proveedores y distribuidores de la región, incentivando de esta manera el comercio, al tratarse de un negocio con costos operativos controlados además de muy bajos, se convierte en una alternativa viable y sostenible a través del tiempo además una flexibilidad laboral adecuada.

### **Impacto sociocultural.**

Ale & Gift Shop promueve el reconocimiento de los detalles personalizados como una forma de expresión emocional, donde se puedan fortalecer vínculos afectivos entre las personas a través de regalos significativos. fomentando la creatividad, la originalidad y el diseño artesanal, elementos que aportan un valor cultural y simbólico a cada producto elaborado y distribuido a un consumidor final.

Además de ser un ejemplo de superación personal. Ale & Gift Shop puede generar un impacto positivo en la comunidad al motivar a otras personas, especialmente mujeres cabezas de hogar, a desarrollar iniciativas emprendedoras como alternativa de crecimiento personal y económico.

### **Impacto ambiental.**

Ale & Gift Shop busca minimizar su impacto mediante el uso responsable de materiales y la optimización de recursos durante el proceso de elaboración de los productos. Donde se Priorice el uso responsable de empaques reutilizables, reciclables, y en lo posible biodegradables. Contribuyendo a la reducción de residuos Ale & Gift es un emprendimiento operado desde casa lo cual disminuye el consumo de recursos además de la reutilización de elementos decorativos como son las cajas de madera los globos etc., promoviendo una cultura de responsabilidad ambiental alineada con las tendencias actuales de consumo sostenible.

## 2. Análisis del sector.

El comercio de anchetas y regalos personalizados en Colombia se clasifica dentro del comercio al por menor (sector minorista). En este contexto, el comercio minorista en Antioquia registró un crecimiento del 16,6% en las ventas reales durante agosto de 2025, de acuerdo con la Encuesta Mensual de Comercio (EMC) del departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), posicionando al departamento en el segundo motor del comercio nacional, con una contribución de 2,5 puntos porcentuales al resultado total, superado por Bogotá (Antioquia Amanece, 2025)

Actualmente, Medellín cuenta con 37.456 empresas asociadas al comercio al por mayor y al por menor, que representan un tejido distribuido en todas las comunas y corregimientos y que concentran su actividad, especialmente, en La Candelaria, El Poblado y Belén. Con ellas, el Distrito trabaja en la consolidación en sus procesos de crecimiento, a través de la oferta institucional. (Alcaldía de Medellín, 2024)

Según la imagen tomada del anuario estadístico del municipio de bello en el año 2022, el mayor número de personas matriculadas como comerciantes son de micro y pequeñas empresas. (Anuario estadístico municipio de bello 2022)

**Tabla # 1:**

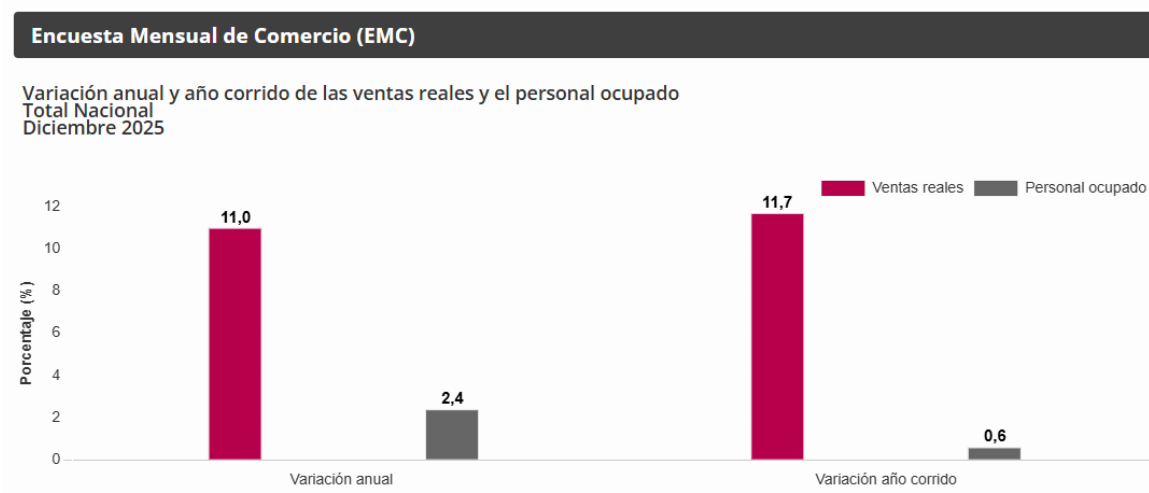
Comerciantes matriculados y renovados por tamaño, en el municipio de Bello.

Tamaño	Número
Grande	18
Mediana	45
Micro	8.567
Pequeña	291
Total	8.921
FUENTE: Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia – Registro Mercantil.	

**Fuente:** Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (s.f.). Datos de comerciantes matriculados y renovados en el municipio de Bello, Registro Mercantil.

Según la encuesta mensual de comercio (EMC) que realiza el DANE. “En diciembre de 2025, las ventas reales del comercio minorista aumentaron 11,0% y el personal ocupado creció 2,4% en relación con el mismo mes de 2024. Excluyendo el comercio de combustibles, la variación de las ventas reales del sector fue de 13,1%”. (DANE, 2026)

**Figura 1:** Variación anual de ventas reales y personal ocupado en el comercio minorista año 2025



**Fuente:** DANE – EMC

En relación con las tradiciones navideñas y el comercio en Colombia en navidad del 2025. Según un informe de Fenalco La preparación y el compartir comidas especiales (26%), la decoración del hogar (24%), el intercambio de regalos (23%) y la visita a centros comerciales para disfrutar de sus decoraciones (12%) se destacan como las actividades más representativas de la Navidad, evidenciando que esta celebración continúa girando alrededor de las tradiciones familiares y los espacios de encuentro entre los hogares colombianos. (Federación Nacional de Comerciantes [Fenalco], 2025, sección Encuesta Navidad)

De una manera más complementaria, la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) señala que las temporadas de alta demanda como Navidad, Día de la Madre, San Valentín y celebraciones familiares continúan siendo determinantes para el dinamismo del sector. De acuerdo con Fenalco (2024), más del 50 % de los colombianos realiza gastos significativos en regalos durante estas fechas, incluyendo

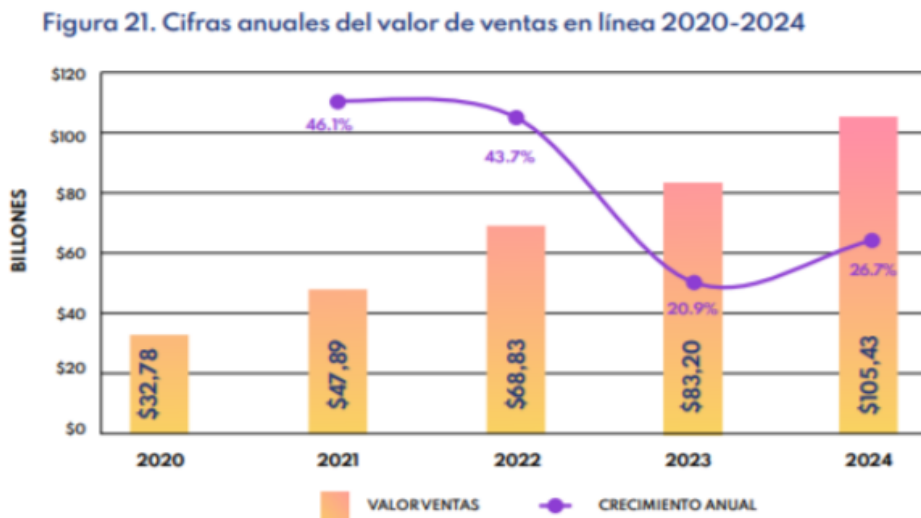
productos como anchetas, detalles personalizados y artículos con alto valor emocional, lo cual confirma la relevancia de este tipo de productos dentro del consumo estacional.

## 2.1 Tendencias

En un estudio realizado a tres ciudades de Colombia arroja que, la mayor concentración de ventas por comercio electrónico se encuentra en Bogotá representando casi la mitad de las ventas por internet (46 %) del total. Le sigue Antioquia (22 % de las ventas) y Valle del Cauca 13 % (Envíame, s.f) según esto el comercio virtual es una opción viable para un emprendimiento con ventas virtuales en etapa de ideación.

**Figura 2.**

Cifras anuales del valor de ventas en línea 2020-2024



**Fuente:** Artículo de la revista (Envíame, s.f)

(DANE, 2026, pág. 16) “Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 4,6% (contribuye 0,9 puntos porcentuales a la variación anual).” Esto demuestra que el comercio al por menor contribuye

con el desarrollo de actividades con valor agregado, por lo cual hay un mayor dinamismo y un alto porcentaje de ventas.

Actualmente, se observa una tendencia favorable a un crecimiento, respaldada por la reactivación del consumo, la importancia cultural del acto de regalar y compartir un detalle en el fortalecimiento de modelos de negocio flexibles, personalizados y apoyados en medios digitales, lo que representa un escenario positivo para el surgimiento y consolidación de emprendimientos en este subsector.

## 2.2 Principales Productos / Servicios

**Tabla # 2:** En esta tabla se encuentran los principales productos y servicios que se mueven en el sector de anchetas y regalos personalizados.

<b>productos / servicios</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ocasiones de consumo</b>
<b>Anchetas personalizadas</b>	Cajas de madera, cajas de cartón personalizadas con alimentos, dulces, bebidas, productos de cuidado personal peluches, globos de hielo, licores, perfumes, cartas y fotos personalizadas además de flores mugs con imágenes, frases o fotos.	Cumpleaños, aniversarios, Navidad, Día de la Madre, Día del Padre, San Valentín, amor y amistad integraciones de la empresa, navidad etc.
<b>Desayunos sorpresa</b>	Servicio de alimentos (desayuno), chocolates, decoración personalizada, mensajes emotivos y entrega a domicilio.	Cumpleaños, aniversarios, San Valentín, celebraciones familiares, agradecimientos.

<b>Regalos personalizados</b>	Artículos personalizados como cajas decorativas, detalles con mensajes, fotografías, empaques temáticos y elementos creativos adaptados a cada cliente.	Cumpleaños, celebraciones personales, detalles sorpresa, fechas conmemorativas.
<b>Servicio de entrega a domicilio</b>	Entrega directa del producto al destinatario final, garantizando puntualidad y presentación adecuada.	Todas las fechas especiales y servicios ofrecidos por el emprendimiento.

**Fuente:** Elaboración Propia

### 2.3 Precios De Venta

Tabla # 3: En esta tabla están los precios aproximados de productos para regalos personalizados sacados de distintas páginas web

Producto / Insumo	Precio estimado
Cajas de cartón básicas	\$1.500 – \$20.000
Cajas de cartón personalizadas	\$4.000 – \$25.000
Cajas de madera (grandes)	\$40.000-\$100.000
Cajas de madera (pequeñas)	\$7.500 – \$40.000
Canastas / cestas de mimbre	\$30.000 – \$100.000
Globos metálicos / decorativos	\$3.000 – \$10.000
Peluches (medianos)	\$15.000 – \$75.000
Flores frescas (ramo básico)	\$50.000 – \$200.000
chocolates	\$6.000 -\$ 80.000
licores	\$8.000- \$90.000
Domicilio	\$6.000 -\$15.000
Tazas / mugs personalizadas	\$22.000 – \$45.000
Cartas / Fotos impresas (personalizadas)	\$2.000 – \$8.000

**Fuente:** Elaboración propia con base en información de Gottitas, Trazos de Arte, Dulcería VIP, Color Cacao, Servipromo, La Peluchería y Licores Medellín (2026).

## **2.4 Cifras De Ventas**

El comercio minorista en Antioquia registró un crecimiento del 16,6% en las ventas reales durante agosto de 2025, posicionándose como el segundo mayor contribuyente al dinamismo nacional del sector, con una participación de 2,5 puntos porcentuales en el total del país. Esta variación, divulgada hoy por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en su Encuesta Mensual de Comercio (EMC), solo fue superada por Bogotá D.C., que aportó 6,3 puntos porcentuales con un alza del 19,4%. (ABC Economía, 2025)

Según el boletín informativo del Banco de la Republica “El comercio minorista en Antioquia registró el mayor crecimiento anual en tres años, impulsado por la reducción en las tasas de interés, la apertura de puntos de venta y una mayor afluencia de clientes” (Banco de la Republica , 2023).

De acuerdo con la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), el comercio minorista se ha fortalecido con la digitalización y el uso de redes sociales para promocionar productos, lo que ha permitido que muchos emprendimientos vendan detalles, regalos y productos personalizados directamente a los consumidores (FENALCO, 2023)

Esta tendencia resulta relevante para el sector analizado, ya que las anquetas y regalos personalizados están altamente vinculados a fechas de consumo estacional. Según reportes de la Federación Nacional de Comerciantes – Fenalco, celebraciones como el Día de la Madre y la temporada navideña concentran uno de los mayores niveles de facturación del comercio minorista, registrando incrementos significativos en categorías como flores, chocolates, licores y artículos de regalo. Fenalco ha

señalado que el Día de la Madre es la segunda fecha comercial más importante del año en Colombia después de Navidad, generando aumentos sustanciales en el volumen de ventas (Fenalco, 2024).

## **2.5 Clientes**

Ale & Gift Shop desea llegar a un segmento de clientes de estratos 1 al 3 ya que el emprendimiento está idealizado, para contar con precios accesibles y de calidad, que no sean de un valor muy alto para que los clientes puedan acceder a los diferentes productos y servicios ofrecidos. Se espera llegar a las edades de 15 a los 40 donde se caracterizan por participar activamente en eventos sociales y familiares, y adquieren estos productos para ocasiones especiales como; Día de la Madre, Día del Padre, Día de la Mujer, Día del Hombre, San Valentín, Amor y Amistad, cumpleaños, graduaciones, aniversarios y Navidad. Además, se espera una mayor participación del género femenino, este género participa de una manera más activa en las celebraciones y fechas especiales. En cuanto al método de adquisición de los productos se presume que los clientes tienen preferencia por los canales digitales, realizando pedidos a través de redes sociales o plataformas en línea, y en la comodidad de la entrega a domicilio.

En segundo lugar, se espera poder llegar a un acuerdo empresarial cordial con el sector de las microempresas, o empresas pymes. Donde se ofrece el servicio de las anquetas y regalos personalizados para la fiesta de fin de año, el aniversario de un colaborador dentro de las empresas, el detalle del día de la mujer, día del hombre, o un detalle para un ascenso, así damos a conocer el emprendimiento además de crecer en el mercado con las ventas al por mayor y con pedidos seguros en fechas especiales.

Finalmente, se identifican los emprendedores revendedores, quienes adquieren productos terminados o insumos al por menor con el propósito de comercializarlos nuevamente en temporadas de alta demanda. Este grupo aprovecha fechas estratégicas como San Valentín, Día de la Madre, Día del Padre, Amor y Amistad y Navidad, utilizando principalmente redes sociales y venta directa como canales de distribución. Su participación dinamiza el sector, especialmente en temporadas estacionales.

## 2.6 Competencia

Chef & Bakery (chef\_bakery\_medellin): Es una empresa consolidada con más de 15 años de experiencia en el mercado de Medellín. Se posiciona como experta en catering empresarial y social, combinando la producción artesanal de panadería con la logística de eventos de alto nivel. Su modelo de negocio es híbrido: sirve tanto al sector institucional como al consumidor final a través de regalos personalizados. ofreciendo desde un desayuno sorpresa individual hasta estaciones de café y mesas de postres para grandes eventos corporativos o bodas.

### **Productos y Servicios Ofrecidos.**

**Línea de Regalos:** Tienda online especializada en desayunos sorpresa, anchetas temáticas y productos de panadería para fechas especiales.

**Catering y Eventos:** Menús personalizados para bodas y corporativos, estaciones de café, mesas de sal/dulce y pasabocas.

**Línea Saludable:** Opciones de menús y refrigerios balanceados.

**Suministros (B2B):** Proveedores mayoristas de productos horneados para restaurantes, colegios y empresas Operan en la ciudad de Medellín, en la Cl 32C No. 65D - 41, Medellín, Antioquia con un sistema de domicilios programados para su línea de regalos. Tienen una fuerte presencia Digital: Cuentan con una fuerte presencia en Instagram y una Tienda Online optimizada, lo que facilita la conversión inmediata para el segmento de regalos y desayunos sorpresa.

**Dulce Fruto: @dulcefrutocol:** Es una empresa especializada en la creación y entrega a domicilio de desayunos sorpresa, anchetas, regalos, flores y detalles personalizados para ocasiones especiales llevan en el mercado 14 años fue creado en la ciudad de Medellín y ahora cuenta con franquicias en otras ciudades como Bogotá, Barranquilla, Manizales, Cali, Oriente Antioqueño. Dentro de la trayectoria dulce

fruto refleja en sus redes sociales, una comunidad grande por lo que cuenta con gran acogimiento en el mercado

**Productos/Servicios que ofrece:** Ramos de frutas con chocolate y arreglos florales, desayunos sorpresa tradicionales y brunchs con cócteles (Mimosas), anchetas de dulces típicos y regalos de "último minuto"

Precios competitivos desde \$65.000 hasta \$300.000COP de la anqueta premium con whisky dentro de su logística de Distribución esta los horarios de atención al cliente de lunes a sábados de 7am a 6pm y domingos de 7am a 2pm además de ser muy versátiles con los medios de pago ya que manejan cualquiera, personas desde el exterior tienen la posibilidad de hacer su pago seguro desde otro país.

**Papeles con Amor:** @papelesconamor: Es una empresa la cual se especializa en la creación y entrega a domicilio de regalos personalizados, desayunos sorpresa, cajas de regalo, globos con hielo, flores y experiencias detallistas

Su enfoque principal es la personalización cuentan con una tienda física en la Carrera 80A #32b-218 en Medellín además de realizar servicio a domicilio tiene su enfoque en plataformas digitales y redes sociales sus Horario de atención es de lunes a viernes (9:00 AM - 5:00 PM) y sábados (9:00 AM - 1:00 PM). Cuentan con presencia en plataformas como rapi los pedidos los clientes los deben de pedir con 24 de anticipación para que papeles con amor pueda realizar la entrega oportuna de estos, cuentan con una cobertura de entrega de los domicilios en toda el área metropolitana de la ciudad de Medellín.

## **2.7 Otros**

Las tres empresas analizadas se encuentran sólidamente posicionadas en el mercado, respaldadas por varios años de trayectoria que les han permitido consolidar una base de clientes fieles. Su

reconocimiento también se ve reflejado en la amplia visibilidad que mantienen en redes sociales, herramienta que han sabido aprovechar para fortalecer su marca y atraer nuevos consumidores.

Asimismo, se destaca su eficiente gestión logística, especialmente en el servicio de domicilios, lo que contribuye a generar experiencias de compra satisfactorias. A esto se suma la diversidad de medios de pago que ofrecen, facilitando las transacciones y permitiendo que los clientes realicen sus compras desde distintos lugares de forma rápida y segura. Estos aspectos fortalecen la percepción de confianza y profesionalismo que proyectan dentro del sector.

Por otra parte, su crecimiento y permanencia en el tiempo las convierten en un referente para los pequeños emprendedores que están iniciando. Demuestran que, con constancia, disciplina y una propuesta basada en la personalización y el uso estratégico de canales digitales, es posible expandirse y alcanzar niveles de rentabilidad. En este sentido, más que competidores, representan un ejemplo del potencial que tiene este tipo de negocio cuando se gestiona de manera organizada y enfocada en el cliente.

### **3. Análisis del mercado**

#### **3.1 Oportunidad, problema o necesidad detectada**

Según (Riaño, 2023), Las ventas por canales digitales de los emprendimientos en Medellín crecieron más de 300% el año pasado. Instagram y Facebook son las plataformas más usadas. (p.1) Esto evidencia una alta oportunidad de mercado alta en las ventas en línea, por medio de redes sociales, sin necesidad de un local comercial. Los productos se exponen por medio de un catálogo con las características y precios el cliente puede personalizar la ancheta, desayuno o regalo a su comodidad, además de contar con el servicio a domicilio, lo que hace que el cliente tenga más seguridad al momento de tomarle el pedido.

Según el artículo de la revista Fuente especificada no válida. Debido al impacto de la inflación que ha incrementado el costo de vida, el 63% de los colombianos ha modificado y disminuido sus hábitos de consumo. Así lo señala la encuesta de "Consumer Pulse" realizada por la consultora Bain & Company. (p.1) Esto puede generar un problema debido a los altos costos en los servicios que ofrecen diferentes almacenes donde también venden anchetas y regalos personalizados. De esta información nace la idea de crear un emprendimiento desde el hogar con precios más asequibles a los consumidores con ingresos bajos de los que normalmente están en el mercado, debido a que la inflación afecta a todas las regiones del país incluyendo Medellín y bello la zona donde se va a ubicar Ale & Gift Shop

Según el artículo de la revista el colombiano (Alguero, 2025) Aunque el costo de vida mínimo para salir de la pobreza aumentó, la incidencia de la pobreza monetaria en Antioquia cayó de 27,5% en 2023 a 24,7% en 2024. (p.1) Según la noticia, aunque la incidencia a la pobreza bajo un 2,8 aún existe una población muy alta en pobreza monetaria. Lo que refiere a una necesidad a productos más económicos y asequibles, para clientes de bajos recursos y de estratos socioeconómicos 1 y 2 ya que en los almacenes o en varias tiendas de productos en línea los costos son muy altos por lo cual acceder a un regalo o detalle personalizado es difícil, un ejemplo de ello es la empresa [www.dulcefruto.com](http://www.dulcefruto.com) donde la anqueta más barata cuesta alrededor de 65.000 el emprendimiento de Ale Gift Show piensa en esa alta población de personas y desea poner en el mercado productos de más bajos costos.

### **3.2 segmentos de mercado**

Ale & Gift Shop entiende que el cliente es quien Adquiere el producto o servicio mientras el consumidor es quien lo recibe, por lo cual entendemos que el cliente siempre adquiere el producto para otra persona a no ser que sea un proveedor o revendedor, por lo cual el cliente perfecto es aquel que no olvida una fecha especial y que piensa en el detalle perfecto para el momento perfecto por eso, ese es nuestro cliente ideal. Ese aquel que piensa en las emociones y en los momentos felices en todo el año.

**Edad:** entre los 14 y los 40 años

**Género:** hombre y mujer, aunque las mujeres son más activas en la adquisición de detalles para las fechas especiales.

**Estrato socioeconómico:** principalmente estratos 2 ,3 y 4 donde buscan detalles económicos, accesibles y de buena calidad.

**Nivel de ingresos:** medios y altos

**Ubicación:** principalmente en la zona de bello donde se va a ubicar las ventas virtualmente y en la ciudad de Medellín donde hay una alta demanda detalles y regalos personalizados.

**Gustos:** personas detallistas, con un gusto a celebrar y conmemorar fechas importantes, además de compartir un emotivo detalle que transmita emociones sensaciones y momentos agradables, además de tener gustos por la comida saludable, flores, peluches, chocolates detalles personalizados etc.

**Estilos de vida:** Personas con gustos a celebrar, que sean entusiastas además de equilibrados entre lo saludable y lo dulce, personas activas en reuniones con familias, amigos y trabajo que les guste convivir además de compartir un detalle, un momento, una emoción y un regalo significativo

**Hábitos de compra:** Clientes con una personalidad detallista, los cuales utilizan el afecto como un lenguaje de compartir y expresar empatía, amor, amistad y compromiso. Además de utilizar un detalle como símbolo de generosidad, personas con ideologías de celebración en todas las fechas especiales donde no importe el valor del regalo sino el detalle y la intención.

### 3.3 Mezcla de mercadeo

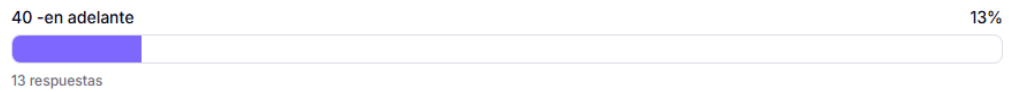
Producto /servicio	Precio
<p><b>Anchetas personalizadas:</b> Estás deben de ir al gusto del cliente ya sea con desayuno, flores, globos, chocolates, licor, dulces, moños, tarjetas o frutas el cliente es quien decide la forma en la cual desea personalizar la anqueta debido a la ocasión y a la fecha. Los beneficios son que son adaptados al gusto de cada cliente donde hay una variedad de precios para cada presupuesto.</p> <p><b>Cajas sorpresa:</b> Estás son más pequeñas y son decoradas de diferentes diseños por lo general traen dulces, fotos, cartas y snack.</p> <p>Servicio de entrega a domicilio: se ofrece el servicio, entregado el detalle a la dirección indicada dentro del área establecida, la ciudad de Medellín, municipio de bellos y áreas cercanas al municipio.</p> <p><b>Desayuno:</b> Este contiene fruta snack saludables bebidas, decoración y personalización si el cliente lo pide. Como beneficio, esta que el cliente lo pide a su gusto además puede personalizarlo si así lo desea, le brindamos la oportunidad de personalizarlo de acuerdo con su gusto.</p>	<p>Las anchetas van a tener diferentes valores, esto debido a que cada artículo es un valor agregado por lo cual van a hacer de diferentes tamaños y de acuerdo con la personalización.</p> <p><b>Valor: \$ 30.000- 80.000 pequeñas</b> <b>\$ 90.000- 250.000 premium</b></p> <p>Estas cajas son más pequeñas con productos más pequeños y en una cantidad menor.</p> <p><b>Valor: \$ 30.000- 60.000</b></p> <p>El precio del desayuno varía según los productos, la decoración y el detalle que escoja el cliente los</p> <p style="text-align: center;">p</p>

<p><b>Domicilio:</b> Los productos ofrecidos en la tienda ya integra un costo fijo de domicilio con cobertura bello y medellin.</p>	<p>recios van desde.</p> <p><b>Precios: \$40.000- \$ 90.000</b></p> <p>El precio del domicilio va a tener diferentes costos de acuerdo con el lugar de la ciudad. Los precios serian de</p> <p><b>Valor: \$7.000 a \$10.000</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>PLAZA</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>PROMOCIÓN</b></p>
<p>El emprendimiento utilizara canales directos de distribución, esto permite mantener un contacto más cercano con los clientes y que el servicio sea más personalizado el principal canal de distribución es la venta directa por medio de las redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp. A través de estas plataformas los clientes podrán conocer el catálogo con los productos y los precios además de realizar los pedidos, adicionalmente el domicilio tiene un costo extra el cual es asumido por el cliente.</p> <p>Una vez el pedido este realizado se confirma el pago y se procede a la entrega mediante el servicio de domicilio, permitiendo así que el producto llegue directamente al cliente o a la persona para quien vaya dirigido.</p> <p>Este modelo de distribución nos permite mantener un contacto directo con el cliente, además de garantizar una entrega rápida, productos de calidad, y ofrecer una atención más personalizada.</p>	<p>El emprendimiento Ale &amp; Gift Shop utilizara como medio de comunicación canales digitales estos permiten una comunicación más rápida y directa con los clientes. Adicionalmente los pedidos se pagarán de manera anticipada esto para evitar pérdidas y retrasos en otros pedidos.</p> <p>Se hará uso de redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp y TikTok esto para promocionar los productos además de mostrar el catálogo, publicar ofertas y agendar los pedidos.</p> <p>Se utilizará una línea de WhatsApp para tomar los pedidos, informar precios, recibir opiniones sobre la personalización, tiempos de entrega y resolver dudas e inquietudes que le puedan surgir al cliente.</p> <p>En fechas especiales como día de la madre, día del padre, amor y amistad, día de la mujer, día del hombre, se realizarán promociones y descuentos,</p>

	<p>mediante historias, estados y publicaciones. Esto para tener una mayor visibilidad y clientela.</p> <p>Finalmente se espera una comunicación rápida, amable y personalizada donde el cliente pueda estar en confianza y recomendar vos a vos el emprendimiento esto para fidelizar clientela y esperar nuevas compras a futuro.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**3.4 Validación del mercado**

<b>Instrumento de validación aplicado</b>	Encuestas	<b>Tamaño de muestra:</b>	100 personas												
<b>Principales resultados y conclusiones</b>	<p><b>1-</b> El 32% de los encuestado están entre, 20 40 años personas jóvenes y adultas, con mayor capacidad de compra, y más activos en fechas especiales en cuanto a detalles.</p> <p><b>Tabla # 4:</b> Rango de edad de las personas encuestadas.</p> <table border="1"> <caption>Data for Tabla # 4: Rango de edad de las personas encuestadas.</caption> <thead> <tr> <th>Rango de edad</th> <th>Porcentaje</th> <th>Número de respuestas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>30-40</td> <td>32%</td> <td>32 respuestas</td> </tr> <tr> <td>20-30</td> <td>32%</td> <td>32 respuestas</td> </tr> <tr> <td>15-20</td> <td>23%</td> <td>23 respuestas</td> </tr> </tbody> </table>			Rango de edad	Porcentaje	Número de respuestas	30-40	32%	32 respuestas	20-30	32%	32 respuestas	15-20	23%	23 respuestas
Rango de edad	Porcentaje	Número de respuestas													
30-40	32%	32 respuestas													
20-30	32%	32 respuestas													
15-20	23%	23 respuestas													

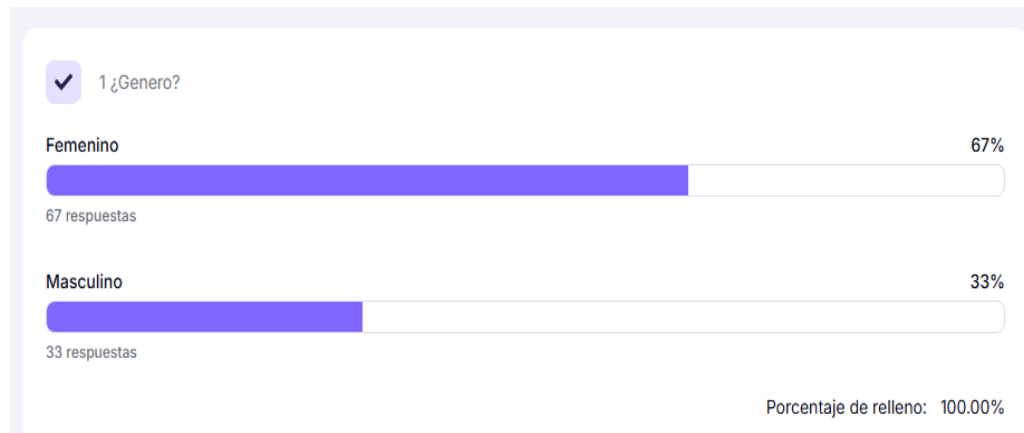


Porcentaje de relleno: 100.00%

**Fuente:** Elaboración Propia basada en los datos aportados a la encuesta (2026)

2- El género arrojo que el 67% de mayor participación hace parte del género femenino, esto demuestra que las mujeres son más activas y detallistas en cuanto a detalles personalizados.

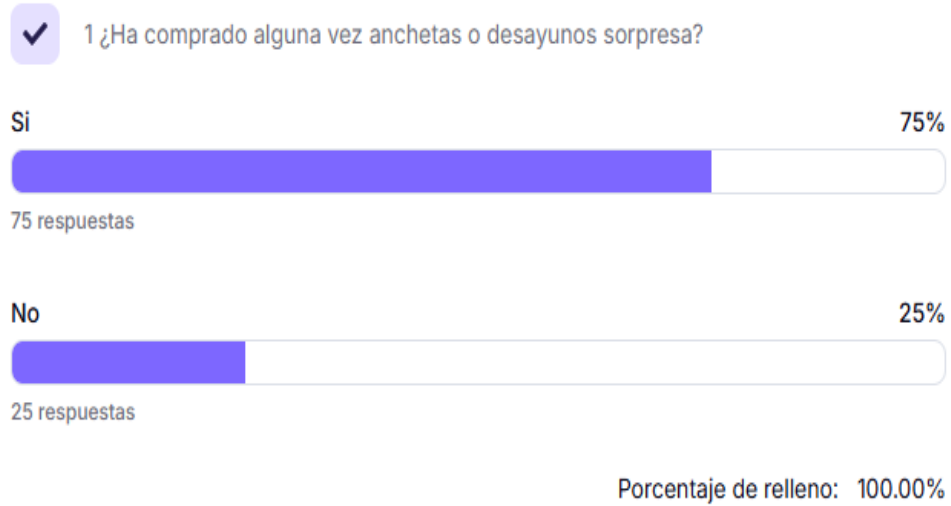
**Tabla # 5:** Genero de los encuestados



**Fuente:** Elaboración Propia basada en los datos aportados a la encuesta (2026)

3- El 75% de la población encuestada adquirido productos y servicios de anchetas, lo que muestra que hay una gran oferta en el mercado y un segmento de clientes potenciales para ofrecer el producto.

**Tabla # 6:** Experiencia de compra de las personas encuestadas.



**Fuente:** Elaboración Propia basada en los datos aportados a la encuesta (2026)

4-El 56% de la población encuestada compra con frecuencia en fechas especiales, lo que indica picos altos de demanda en los productos es ciertas fechas del año. Se debe de aumentar las campañas, promociones y ofertas para generar ganancias y solventar tiempos donde no hay fechas y puede bajar el consumo solo el 6% dice que nunca compra detalles lo que indica un población muy pequeña.

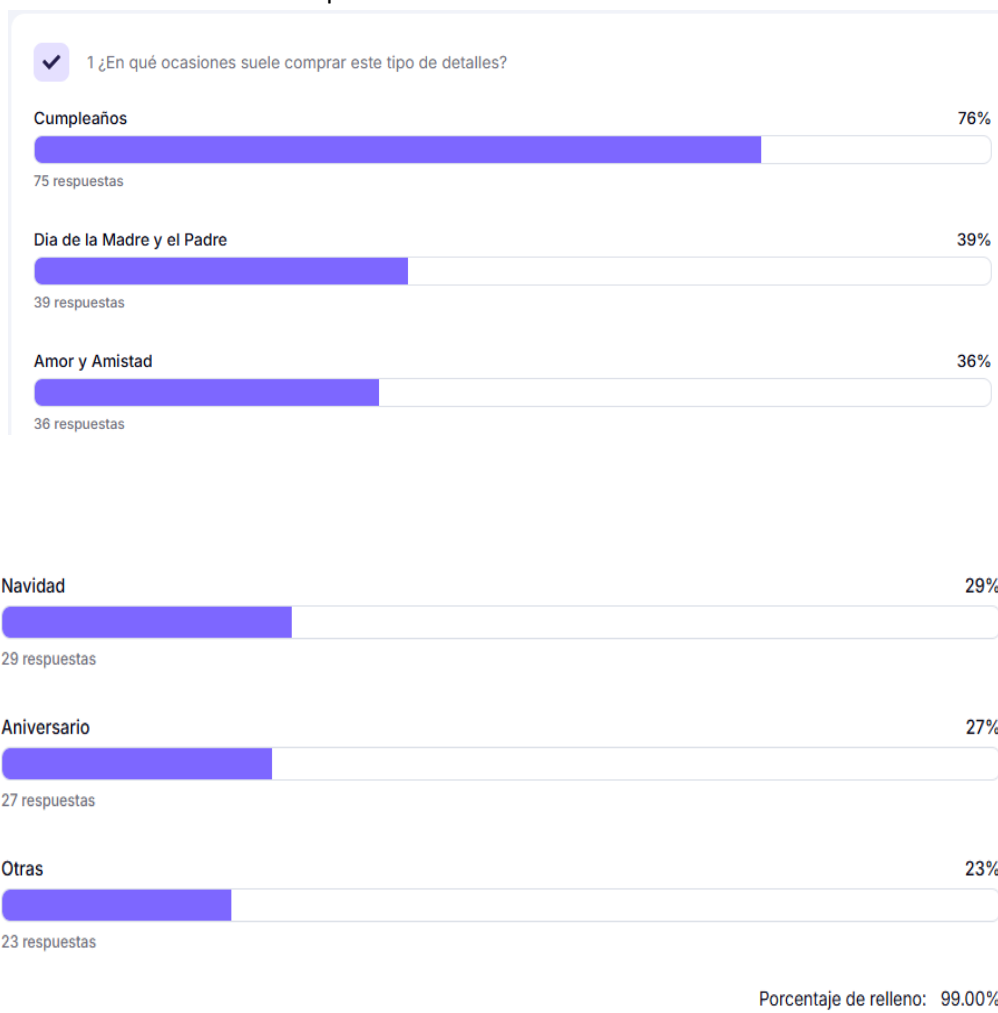
**Tabla #7:** Frecuencia de compra.



**Fuente:** Elaboración Propia basada en los datos aportados a la encuesta (2026)

5-Hay un flujo de caja estable ya que el mayor porcentaje de compra esta representado en fechas como los cumpleaños. Y los demas en fechas especiales en todo el año.

**Tabla # 8:** Ocasiones de compra



**Fuente:** Elaboración Propia basada en los datos aportados a la encuesta (2026)

6-El 97% admite que una ancheta es un buen detalle al momento de regalar, demostrando una aceptación alta del producto dentro del mercado.

**Tabla # 9:** Percepción del producto (ancheta)

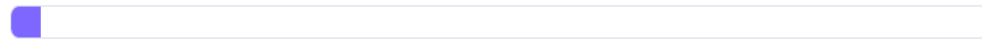
✓ 1 ¿Crees que una anqueta es un buen detalle para regalar?

Si 97%



97 respuestas

No 3%



3 respuestas

Porcentaje de relleno: 100.00%

**Fuente:** Elaboración Propia basada en los datos aportados a la encuesta (2026)

7-El porcentaje más alto es de 52% lo que nos demuestra que el mayor porcentaje de ventas puede estar una línea básica de productos, con posibilidad de ofrecer anquetas premium para clientes con un poder adquisitivo un poco más alto.

**Tabla # 10:** Presupuesto promedio de compra.



**Fuente:** Elaboración Propia basada en los datos aportados a la encuesta (2026)

**8-** El 72% prefieren chocolates en las anquetas, un producto que se puede adquirir a buenos precios, son fáciles de distribuir y hay diversas variedades para diversos gustos de cada cliente.

**Tabla # 11:** Preferencia de contenido en los productos.

✓ 1 ¿Qué tipo de productos prefieres en una ancheta?



72 respuestas



52 respuestas



48 respuestas



38 respuestas



27 respuestas



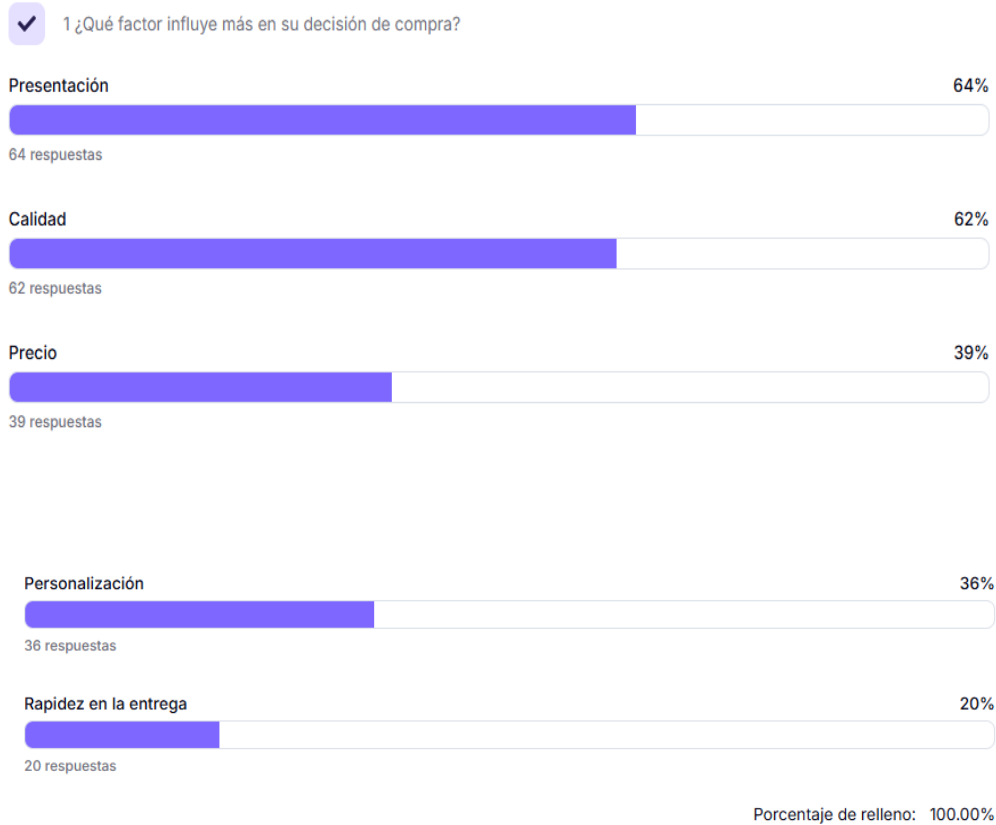
22 respuestas

Porcentaje de relleno: 100.00%

**Fuente:** Elaboración Propia basada en los datos aportados a la encuesta (2026)

9-Lo que más influye al momento de compra es la presentación y la calidad de los productos, con porcentajes de 64% y 62% superando al precio, demostrando así que dé debe de trabajar en una presentación llamativa y productos de buena calidad.

**Tabla # 12:** Factor influyente en la compra.



**Fuente:** Elaboración Propia basada en los datos aportados a la encuesta (2026)

10- un 51% han comprado productos personalizados demostrando así que puede haber una buena oferta en los productos personalizados. Y el 49% que no ha comprado los productos son clientes potenciales para ofrecer y dar a conocer nuestros servicios para atraer clientes nuevos.

**Tabla # 13:** Experiencia de compra en línea.



**Fuente:** Elaboración Propia basada en los datos aportados a la encuesta (2026)

11-Este resultado refleja que el domicilio, es simplemente un valor agregado, además de una necesidad real del cliente actual. En un nuevo contexto donde la inmediatez y la comodidad marcan las decisiones de compra. Contar con este servicio permite una mayor satisfacción, comodidad y mejor servicio para el consumidor final.

**Tabla # 14:** Relevancia del servicio a Domicilio.



**Fuente:** Elaboración Propia basada en los datos aportados a la encuesta (2026)

La encuesta realizada a 100 personas nos muestra una validación positiva frente al emprendimiento de anchetas y regalos personalizados. El público principal son

	<p>mujeres entre 20 y 40 años, más activas en fechas especiales los precios más considerados son de 60.000 a 120.000 precios asequibles al consumidor, la demanda de los productos ya existe y la gran mayoría de la población ya ha comprado anquetas y regalos lo cual es positivo, es un mercado receptivo y un gran porcentaje compra en fechas especiales lo cual viable ya que todo el año hay fechas importantes además de una gran mayoría compra para los cumpleaños, los consumidores prefieren calidad y presentación por encima del precio lo que es bueno porque se puede ofrecer productos llamativos y de buena calidad con un buen precio. El emprendimiento representa una buena oportunidad de mercado.</p>
<p><b>Evidencias</b> (Imágenes, links con acceso a videos, encuestas, formularios, etc.)</p>	<p><a href="https://forms.app/form/69adf2fe3837b60002a95cef/result/fieldstatistics">https://forms.app/form/69adf2fe3837b60002a95cef/result/fieldstatistics</a></p>

**4. Normatividad**

**4.1 Normatividad empresarial**

<b>Código CIU 1</b>	4791	<b>Código CIU 2</b>	4719	<b>Código CIU 3</b>	
<b>Tipo societario</b>	Persona Natural			<b>No. De socios</b>	1

## 4.2 Normatividad tributaria

La actividad económica principal es CIU 4791 y la actividad secundaria es CIU 4719 las cuales corresponden a (comercio al por menor a través de internet y comercio al por menor no especializado como tiendas de regalos, anchetas y productos variados). Las principales obligaciones tributarias son las siguientes:

**Pago del impuesto simple:** El impuesto se paga mediante anticipos bimestrales. Este pago se debe realizar según las fechas establecidas en el calendario tributario Dian 2026. La tarifa depende de los ingresos de cada contribuyente [DIAN], 2023). (imagen tarifas RST DIAN).

**Este impuesto incluye:** Impuesto de renta e Impuesto de industria y comercio (ICA)

### Tabla # 4:

Ingresos brutos anuales – Régimen Simple de Tributación (RST)

Ingresos brutos anuales		
Igual o superior (UVT)	Inferior (UVT)	Tarifa Simple Consolidada
0	6.000	1.2%
6.000	15.000	2.8%
15.000	30.000	4.4%
30.000	100.000	5.6%

**Fuente:** Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). (2023). *Guía práctica del régimen simple de tributación (RST).*

**Declaración anual del SIMPLE:** Se presenta una declaración anual ante la DIAN. En esta declaración se debe ajustar los pagos realizados en los anticipos que se hayan realizado bimestralmente. (DIAN, 2023).

**Facturación electrónica:** Se emite una factura electrónica por las ventas. (DIAN, 2022).

**IVA:** Las personas naturales que cumplan con los siguientes requisitos Son responsables del IVA: personas que en el año anterior o en el año en curso, obtuvieron ingresos brutos totales provenientes de la actividad, iguales o superiores a 3.500 UVT (\$183.309. 000 para el 2026 y \$174.297. 000 para el 2025). (DIAN, 2024).

### **4.3 Normatividad técnica**

Una tienda virtual CIU 4791 no requiere licencia de funcionamiento como tal, pero sí debe cumplir con registros obligatorios y normas legales (comercio electrónico, protección de datos y obligaciones tributarias) para operar formalmente. (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2023).

**Registro mercantil:** Ante la Cámara de Comercio se debe realizar los siguientes registros. Inscripción como comerciante (persona natural), registro del establecimiento de comercio, renovación anual obligatoria.

**Registro Único Tributario (RUT):** Ante la DIAN. Registro de la actividad económica CIU 4719, inscripción en el régimen simple, definición de responsabilidades tributarias.

**Registro en Industria y Comercio (ICA):** Ante el municipio de Bello, inscripción como contribuyente del ICA. (Alcaldía de Bello, 2023).

**Registro para facturación electrónica:** Ante la DIAN. Habilitación como facturador electrónico.

**Registro de marca:** Ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Protege el nombre y logo del emprendimiento. (Superintendencia de Industria y Comercio [SIC], 2023).

**Registro sanitario:** Necesario si se vende alimentos dentro de los productos (anchetas, desayunos). Es exigido por la autoridad de salud municipal.

#### **4.4 Normatividad ambiental**

Una tienda virtual con actividad CIU 4791 y CIU 4719 no requiere licencias ambientales específicas, pero sí debe cumplir con normas generales sobre manejo de residuos, uso responsable de recursos y buenas prácticas ambientales, contribuyendo a la sostenibilidad. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2015).

##### **4.4.1 Normatividad laboral**

Legislación laboral, de seguridad social y seguridad y salud en el trabajo, estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011). Supervisado por la Superintendencia de Industria y Comercio (Congreso de Colombia, 2011) este establece que se debe:

Brindar información clara, veraz y suficiente sobre los productos, publicar precios visibles, garantizar calidad de los productos.

Ofrecer opciones de cambios y devoluciones.

**Normativa de comercio electrónico:** También regulada por la Superintendencia de Industria y Comercio. (SIC, 2023) Obliga a informar identidad del vendedor (nombre, contacto). Condiciones de entrega y tiempos. Derecho de retracto (compras por internet).

**Ley de protección de datos personales (Ley 1581 de 2012):** Se debe tener una política de tratamiento de datos, solicitar autorización para usar datos de clientes y Proteger la información personal. (Congreso de Colombia, 2012).

**Tipo de contrato a suscribir.**

**Propietaria:** La propietaria no figura con contrato laboral, se considera trabajadora independiente. Se debe cotizar a seguridad social por cuenta propia.

### Persona que realiza domicilios.

Contrato por prestación de servicios, no hay relación laboral directa. Se paga por servicio o por domicilio realizado.

**Características:** No hay pago de prestaciones sociales, el domiciliario paga su propia seguridad social. Debe existir un contrato por escrito donde manifieste contrato por prestación de servicios.

(Ministerio del Trabajo, 2023).

#### 4.4.2 Estructura organizacional

Cargo	Formación requerida	Experiencia laboral y profesional	Principales funciones
Propietaria / Administradora	Técnico, o profesional con conocimiento en áreas administrativas contables comerciales o afines.	obligatoria	manejo de redes sociales, marketing, control de inventario, proveedores, compras, manejo de ingresos, gastos, planificar, controlar dirigir, toma de decisiones, liderazgo y gestión financiera

#### 4.4.3 Organigrama



Fuente: Creación Propia

### 5. Análisis técnico

#### 5.1 Ficha técnica del producto / servicio

Producto / Servicio 1			
<b>Nombre:</b>	Anchetas personalizadas		
<b>Descripción:</b>	Cajas de madera, cajas de cartón personalizadas con alimentos, dulces, bebidas, productos de cuidado personal peluches, globos de helio, licores, perfumes, cartas y fotos personalizadas además de flores y artículos de cristalería como pocillos mugs con imágenes, frases o fotos.		
<b>Medidas (Individual):</b>	Variable según pedido (pequeña, mediana o grande).	<b>Peso (Individual):</b>	Variable según contenido.
<b>Presentación de venta:</b>	Por unidad		
<b>Cantidad de venta:</b>	Desde 1 unidad en adelante.		
<b>Vigencia / Vida útil:</b>	Depende de los productos incluidos (Alimentos perecederos varía entre 1 y 3 días, productos no perecederos mayor duración).		
<b>Proceso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo requerido (En minutos)</b>	

	Toma del pedido y analizar especificaciones del cliente.	10
	Diseñar y personalizar la anqueta	30
	Armado de la anqueta	30
	Entrega al domiciliario o envío	20
<b>Información relevante:</b> (Conservación, manipulación, almacenamiento, Prerrequisitos, documentos asociados, etc.)	<p><b>Conservación:</b> Los productos alimenticios se deben mantener en un lugar fresco y seco. Para los productos como frutas y lácteos se deben refrigerar y consumir en el menor tiempo posible.</p> <p><b>Manipulación:</b> Se debe garantizar la adecuada higiene en la manipulación de los productos para evitar contaminación durante el proceso de armado</p> <p><b>Almacenamiento:</b> Las anquetas deben almacenarse en espacios limpios, organizados y protegidos de la humedad, el calor excesivo y la exposición directa al sol.</p> <p><b>Prerrequisitos:</b> Especificaciones del servicio como (tipo de anqueta, productos, presupuesto), datos de entrega.</p> <p><b>Documentos asociados:</b> Registro del pedido, datos del cliente, comprobante de pago o cuenta de cobro.</p>	

Producto / Servicio 2		
<b>Nombre:</b>	<b>Desayunos sorpresa</b>	
<b>Descripción:</b>	Servicio de alimentos (desayuno), chocolates, decoración personalizada, mensajes emotivos y entrega a domicilio.	
<b>Medidas (Individual):</b>	Varía según el tipo de desayuno.	<b>Peso (Individual):</b> Varía según tamaño
<b>Presentación de venta:</b>	Por unidad	
<b>Cantidad de venta:</b>	Desde 1 unidad en adelante.	
<b>Vigencia / Vida útil:</b>	Consumo inmediato.	
<b>Proceso</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo requerido (En minutos)</b>
	Toma del pedido y analizar especificaciones del cliente.	10

	Planificación del desayuno	20
	Armado del desayuno	30
	Entrega al domiciliario o envío	20
<b>Información relevante:</b> (Conservación, manipulación, almacenamiento, Prerrequisitos, documentos asociados, etc.)	<p><b>Conservación:</b> Refrigerar si contiene productos perecederos como quesos y lácteos.</p> <p><b>Manipulación:</b> Se debe garantizar normas de higiene alimentarias.</p> <p><b>Almacenamiento:</b> Lugar limpio y fresco.</p> <p><b>Prerrequisitos:</b> Pedido previo y datos de entrega.</p> <p><b>Documentos asociados:</b> Registro del pedido, datos del cliente, comprobante de pago o cuenta de cobro.</p>	

Producto / Servicio 3			
<b>Nombre:</b>	<b>Regalos personalizados</b>		
<b>Descripción:</b>	Artículos personalizados como cajas decorativas, detalles con mensajes, fotografías, empaques temáticos y elementos creativos adaptados a cada cliente.		
<b>Medidas (Individual):</b>	Varía según el tipo de producto	<b>Peso (Individual):</b>	Varía según tamaño
<b>Presentación de venta:</b>	Por unidad		
<b>Cantidad de venta:</b>	Desde 1 unidad en adelante.		
<b>Vigencia / Vida útil:</b>	Alta duración. Productos no perecederos.		
<b>Proceso</b>	<b>Actividad</b>		<b>Tiempo requerido (En minutos)</b>
	Toma del pedido y analizar especificaciones del cliente.		10
	Planificación del desayuno		20
	Armado del desayuno		30
	Entrega al domiciliario o envío		20
<b>Información relevante:</b> (Conservación, manipulación,	<p><b>Conservación:</b> Mantener en un lugar seco.</p>		

<p>almacenamiento, Prerrequisitos, documentos asociados, etc.)</p>	<p><b>Manipulación:</b> Garantizar manipulación de elementos frágiles.</p> <p><b>Almacenamiento:</b> Lugar limpio y fresco, evitar golpes.</p> <p><b>Prerrequisitos:</b> Pedido previo y datos de entrega.</p> <p><b>Documentos asociados:</b> Registro del pedido, datos del cliente, comprobante de pago o cuenta de cobro.</p>
--------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Imágenes de diseño propuesto en la ficha técnica para los productos: Anchetas, regalos personalizados, desayunos sorpresa.





### 5.3 Recursos requeridos para la puesta en marcha:

Terrenos, construcciones, adecuaciones y mejoras			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Mejora de iluminación	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Adecuación del espacio de trabajo	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Instalación de repisas y soportería	1	\$ 200.000	\$ 200.000
<b>Total Terrenos, construcciones, adecuaciones y mejoras</b>			<b>\$ 650.000</b>

Maquinaria y Equipos			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Waflera	1	\$ 90.000	\$ 90.000
Rafrijerador	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Computador	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Impresora	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Licuadaora	1	\$ 170.000	\$ 170.000
Pistola de silicona	1	\$ 30.000	\$ 30.000
<b>Total Maquinaria y Equipos</b>			<b>\$ 5.290.000</b>

Muebles y enseres			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Mesa de trabajo	1	\$ 280.000	\$ 280.000
Estantería	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Canastas para separar materiales	5	\$ 35.000	\$ 175.000
Utensilios de cocina (vasos, platos, cubiertos)	2	\$ 50.000	\$ 100.000
Silla de trabajo			\$ -
			\$ -
			\$ -
<b>Total Construcciones y edificaciones</b>			<b>\$ 855.000</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
Conexion a internet	1	\$ 90.000	\$ 90.000
Publicidad en redes	1	\$ 150.000	\$ 150.000
			\$ -
<b>Total Diseño y publicidad</b>			<b>\$ 240.000</b>

Otros			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
s primas(chocolates, dulces, frutas, envolturas, ca	1	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
			\$ -
			\$ -
<b>Total Otros</b>			<b>\$ 2.400.000</b>

<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL PARA LA PUESTA EN MARCHA</b>			<b>\$ 9.435.000</b>
---------------------------------------------------------	--	--	---------------------

## 6. Análisis financiero

### 6.1 Inversiones y financiación

#### 6.1.1 Inversiones

Descripción	Inversión Inicial	Inversión Año 1	Inversión Año 2	Inversión Año 3
Terrenos, construcciones, adecuaciones	650.000	300.000		1.200.000
Maquinaria y equipos	5.290.000		800.000	
Muebles y enseres	855.000	300.000		750.000
Vehículos para transporte y/o carga				
Diseño y publicidad	240.000			500.000
Otros	2.400.000			
<b>Total inversión anual</b>	<b>9.435.000</b>	<b>600.000</b>	<b>800.000</b>	<b>2.450.000</b>

#### 6.1.2 Financiación

Descripción	Crédito 1	Crédito 2	Crédito 3
Año del crédito	2026	2027	2028
Monto del crédito	\$ 6.000.000		
Tiempo diferido (meses)	36		
Tasa interés mensual	1,8%		
Cuota mensual con interese	\$ 227.902		
<b>Cuota Anual</b>	<b>\$ 2.734.824</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>

Amortización créditos	Año 1	Año 2	Año 3
Pago anual Crédito 1	2.734.824	2.734.824	2.734.824
Pago anual Crédito 2			
Pago anual Crédito 3			
<b>Total Gastos financieros</b>	<b>\$ 2.734.824</b>	<b>\$ 2.734.824</b>	<b>\$ 2.734.824</b>



## 6.4 Gastos administrativos y de ventas

### GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

Inflación proyectada	Año 1	Año 2	Año 3
	5,3%	5,5%	5,9%

Gasto	Año 1		Año 2		Año 3	
	Vr mensual	Vr Anual	Vr mensual	Vr Anual	Vr mensual	Vr Anual
Arrendamiento		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios Públicos	\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ 263.250	\$ 3.159.000	\$ 278.782	\$ 3.345.381
Internet fijo	\$ 90.000	\$ 1.080.000	\$ 94.770	\$ 1.137.240	\$ 100.361	\$ 1.204.337
Internet móvil	\$ 35.000	\$ 420.000	\$ 36.855	\$ 442.260	\$ 39.029	\$ 468.353
Gastos financieros	\$ 227.902	\$ 2.734.824	\$ 227.902	\$ 2.734.824	\$ 227.902	\$ 2.734.824
Impresión piezas gráficas	\$ 15.000	\$ 180.000	\$ 15.795	\$ 189.540	\$ 16.727	\$ 200.723
Publicidad digital	\$ 30.000	\$ 360.000	\$ 31.590	\$ 379.080	\$ 33.454	\$ 401.446
Publicidad medios masivos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Eventos / Ferias / RRPP		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servidor web		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos legales		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Útiles y Papelería	\$ 30.000	\$ 360.000	\$ 31.590	\$ 379.080	\$ 33.454	\$ 401.446
Seguros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aseo y cafetería		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Transportes		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Industria y comercio		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto predial	\$ 55.000	\$ 660.000	\$ 57.915	\$ 694.980	\$ 61.332	\$ 735.984
Vigilancia		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Insumos genéricos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sostenimiento vehículos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Gastos no previstos	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 105.300	\$ 1.263.600	\$ 111.513	\$ 1.338.152
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Gastos</b>		<b>\$ 9.994.824</b>		<b>\$ 10.379.604</b>		<b>\$ 10.830.646</b>

## 6.5 Valor minuto

TIEMPO DISPONIBLE MENSUAL	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Número de empleados directos</b> <i>(Los que efectivamente se emplean en la producción del producto/servicio)</i>	1	1	1
<b>Jornada Diaria (En minutos)</b> <i>(Multiplicar 60 x el número de horas diarias que trabaja un empleado)</i>	390	390	390
<b>Días hábiles / mes</b> <i>(Días al mes que efectivamente trabaja 1 empleado)</i>	22	20	20
<b>% Eficiencia del personal</b> <i>El % que efectivamente considera que trabajan los empleados. (En condiciones normales es entre 85 y 95%)</i>	90%	90%	90%
<b>TIEMPO DISPONIBLE MENSUAL</b>	<b>7722</b>	<b>7020</b>	<b>7020</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>	\$ 27.239.400	\$ 32.868.876	\$ 35.048.028
<b>Total honorarios</b>	\$ 960.000	\$ 1.080.000	\$ 1.200.000
<b>Total gastos administrativos y de ventas</b>	\$ 9.566.160	\$ 10.073.166	\$ 10.667.483
<b>Total (Promedio anual)</b>	<b>\$ 37.765.560</b>	<b>\$ 44.022.042</b>	<b>\$ 39.951.120</b>
<b>Promedio mensual</b>	<b>\$ 3.147.130</b>	<b>\$ 3.668.504</b>	<b>\$ 3.329.260</b>
<b>VALOR MINUTO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
	<b>407,5537426</b>	<b>522,5788462</b>	<b>474,2535613</b>

## 6.6 Fichas de costos

Ancheta personalizada			
Descripción del costo	Cantidad	Cto unitario	Cto total
Caja de madera	1	\$ 3.200	\$ 3.200
Chocolatina jumbo	1	\$ 5.600	\$ 5.600
Globo de helio	1	\$ 500	\$ 500
Ramo de flores	1	\$ 4.500	\$ 4.500
Peluche tamaño pequeño	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Bolsa de regalo	1	\$ 2.500	\$ 2.500
Dulces variados	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Snacks	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Frutas	1	\$ 6.000	\$ 6.000
Domisilio	1	\$ 7.000	\$ 7.000
Ancheta personalizada	90	\$ 408	\$ 36.680
<b>COSTO TOTAL INSUMOS</b>			<b>\$ 51.300</b>
<b>COSTO TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>\$ 36.680</b>
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO/ SERVICIO</b>			<b>\$ 87.980</b>
<b>Mg Utilidad</b>			<b>35%</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>			<b>\$ 135.353</b>

<b>Desayuno sorpresa</b>			
<b>Descripción del costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Cto unitario</b>	<b>Cto total</b>
Ramo de flores	1	\$ 4.500	\$ 4.500
Desayuno	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Snacks	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Fruta	1	\$ 2.000	\$ 2.000
Domisilio	1	\$ 7.000	\$ 7.000
Desayuno sorpresa	80	\$ 408	\$ 32.604
<b>COSTO TOTAL INSUMOS</b>			<b>\$ 27.500</b>
<b>COSTO TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>\$ 32.604</b>
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO/ SERVICIO</b>			<b>\$ 60.104</b>
<b>Mg Utilidad</b>			<b>35%</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>			<b>\$ 92.468</b>

<b>Regalos personalizados</b>			
<b>Descripción del costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Cto unitario</b>	<b>Cto total</b>
Caja de madera	1	\$ 3.200	\$ 3.200
Chocolatina jumbo	1	\$ 5.600	\$ 5.600
Globo de helio decorado	1	\$ 5.000	\$ 5.000
Vaso personalizado	1	\$ 12.000	\$ 12.000
Domisilio	1	\$ 7.000	\$ 7.000
Regalos personalizados	100	\$ 408	\$ 40.755
<b>COSTO TOTAL INSUMOS</b>			<b>\$ 32.800</b>
<b>COSTO TOTAL MANO DE OBRA</b>			<b>\$ 40.755</b>
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO/ SERVICIO</b>			<b>\$ 73.555</b>
<b>Mg Utilidad</b>			<b>35%</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>			<b>\$ 113.162</b>

## 6.7 Proyección de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Tasa de crecimiento esperada</b>	5%	20,0%	15,0%

VENTAS PROYECTADAS (En unidades)			
Producto / Servicio	Año 1	Año 2	Año 3
Ancheta personalizada	176	211	243
Desayuno sorpresa	176	211	243
Regalos personalizados	176	211	243
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
		-	-
<b>Ventas totales (En unidades)</b>	<b>528</b>	<b>634</b>	<b>729</b>

Inflación proyectada	Año 1	Año 2	Año 3
<i>(Los mismos valores usados en el punto 3.4 Gastos de administración y ventas)</i>	5,3%	5,5%	5,9%

VENTAS PROYECTADAS (En pesos)						
Producto / Servicio	Año 1		Año 2		Año 3	
	Precio	Valor	Precio	Valor	Precio	Valor
Ancheta personalizada	\$ 135.353	\$ 23.822.128	\$ 142.797	\$ 30.158.814	\$ 151.222	\$ 36.728.912
Desayuno sorpresa	\$ 92.468	\$ 16.274.368	\$ 97.554	\$ 20.603.350	\$ 103.309	\$ 25.091.790
Regalos personalizados	\$ 113.162	\$ 19.916.512	\$ 119.386	\$ 25.214.304	\$ 126.430	\$ 30.707.240
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Ventas totales (En pesos)</b>	<b>\$</b>	<b>60.013.008</b>	<b>\$</b>	<b>75.976.468</b>	<b>\$</b>	<b>92.527.942</b>

## 6.8 Costo Materias Primas / Insumos

Ancheta personalizada										
		Año 1			Año 2			Año 3		
<b>Unidades de venta proyectadas Producto / Servicio 1</b>		176			211			243		
Materias primas e insumos	Cantidad x insumo	Costo unitario	Costo total	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Cantidad	Costo unitario	Costo total	
Caja de madera	1	\$ 3.200	\$ 563.200	1	\$ 3.376	\$ 712.336	1	\$ 3.389	\$ 823.478	
Chocolatina jumbo	1	\$ 5.600	\$ 985.600	1	\$ 5.908	\$ 1.246.588	1	\$ 5.930	\$ 1.441.087	
Globo de helio	1	\$ 500	\$ 88.000	1	\$ 528	\$ 111.303	1	\$ 530	\$ 128.669	
Ramo de flores	1	\$ 4.500	\$ 792.000	1	\$ 4.748	\$ 1.001.723	1	\$ 4.766	\$ 1.158.017	
Pelucho tamaño pequeño	1	\$ 15.000	\$ 2.640.000	1	\$ 15.825	\$ 3.339.075	1	\$ 15.885	\$ 3.860.055	
Bolsa de regalo	1	\$ 2.500	\$ 440.000	1	\$ 2.638	\$ 556.513	1	\$ 2.648	\$ 643.343	
Dulces variados	1	\$ 3.000	\$ 528.000	1	\$ 3.165	\$ 667.815	1	\$ 3.177	\$ 772.011	
Snacks	1	\$ 4.000	\$ 704.000	1	\$ 4.220	\$ 890.420	1	\$ 4.236	\$ 1.029.348	
Frutas	1	\$ 6.000	\$ 1.056.000	1	\$ 6.330	\$ 1.335.630	1	\$ 6.354	\$ 1.544.022	
Domisilio	1	\$ 7.000	\$ 1.232.000	1	\$ 7.385	\$ 1.558.235	1	\$ 7.413	\$ 1.801.359	
	<b>Total Año 1</b>	<b>\$ 9.028.800</b>		<b>Total Año 2</b>	<b>\$ 11.419.637</b>		<b>Total Año 3</b>	<b>\$ 13.201.388</b>		



## 6.9 Análisis de resultados financieros

### 6.9.1 Estado de resultados

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	\$ 60.012.886	\$ 75.976.314	\$ 92.527.754
Costo materias primas e insumos	\$ 19.641.600	\$ 24.631.174	\$ 28.939.719
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 40.371.286</b>	<b>\$ 51.345.140</b>	<b>\$ 63.588.035</b>
Gastos de nómina	\$ 27.239.400	\$ 32.868.876	\$ 35.048.028
Gastos por honorarios	\$ 960.000	\$ 1.080.000	\$ 1.200.000
Gastos de administración y venta	\$ 9.994.824	\$ 10.379.604	\$ 10.830.646
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 2.177.062</b>	<b>\$ 7.016.660</b>	<b>\$ 16.509.361</b>
Impuesto de renta	\$ 724.962	\$ 2.315.498	\$ 5.448.089
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 1.452.100</b>	<b>\$ 4.701.162</b>	<b>\$ 11.061.272</b>

### 6.9.2 Flujo de caja proyectado

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas		\$ 60.012.886	\$ 75.976.314	\$ 92.527.754
Desembolso créditos	\$ 6.000.000			
<b>Flujo de caja bruto</b>	<b>\$ 6.000.000</b>	<b>\$ 60.012.886</b>	<b>\$ 75.976.314</b>	<b>\$ 92.527.754</b>
Inversiones	\$ 9.435.000	\$ 600.000	\$ 800.000	\$ 2.450.000
Compra materias primas		\$ 19.641.600	\$ 24.631.174	\$ 28.939.719
Gastos de nómina		\$ 27.239.400	\$ 32.868.876	\$ 35.048.028
Gastos por honorarios		\$ 960.000	\$ 1.080.000	\$ 1.200.000
Gastos de administración y ventas		\$ 9.994.824	\$ 10.379.604	\$ 10.830.646
Impuesto de renta por pagar			\$ 2.315.498	\$ 5.448.089
<b>Flujo de caja neto del período</b>	<b>\$ -3.435.000</b>	<b>\$ 1.577.062</b>	<b>\$ 3.901.162</b>	<b>\$ 8.611.272</b>
<b>Saldo acumulado</b>	<b>\$ -3.435.000</b>	<b>\$ -1.857.938</b>	<b>\$ 2.043.225</b>	<b>\$ 10.654.496</b>

## 7. Conclusiones

- El cálculo para valor minuto se realizó teniendo en cuenta una jornada de 6.5 horas y 5 días a la semana. Esto con el fin de invertir el otro tiempo en otras actividades.
- Los precios de venta están calculados con un margen de utilidad del 35%, de este modo no se vende a pérdida si no que se asegura una ganancia.

- El valor de las ventas fue proyectado teniendo en cuenta el punto de equilibrio el cual da un total de 528 unidades por los 3 productos, que se deben de vender al año. De este modo refleja la viabilidad económica ya que si se aumenta el número de ventas diarias se logra más ingresos y utilidad.
- La variedad de los productos ayuda a fortalecer las ventas ya que llega a diferentes tipos de clientes y presupuestos.
- Esta metodología con ventas mínimas permite realizar una base alcanzable para un emprendimiento en su base inicial.
- El modelo de negocio empleado, basado en ventas digitales y operación desde el hogar contribuye a la reducción de costos fijos, generando un incremento en la rentabilidad y creando más accesibilidad en la etapa inicial del emprendimiento.
- Finalmente, se concluye que Ale & Gift Shop tiene un alto potencial de crecimiento y consolidación dentro del mercado local, manteniendo siempre un enfoque en la innovación, la calidad del servicio y el uso estratégico de herramientas digitales.

## 8. Referencias Bibliograficas.

- DANE - Micronegocios. (n.d.). Gov.co. Retrieved February 11, 2026, from <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios>
- Informes Archivos - Camara Colombiana de Comercio Electrónico. (n.d.). Camara Colombiana de Comercio Electrónico. Retrieved February 11, 2026, from <https://ccce.org.co/noticia/informes-ccce/>
- Resultados Encuesta de Navidad 2024. (2024, December 11). Fenalco. <https://www.fenalco.com.co/blog/economico-3/resultados-encuesta-de-navidad-2024-7735?utm>
- DANE - Encuesta mensual de comercio (EMC). (n.d.). Gov.co. Retrieved February 11, 2026, from <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/encuesta-mensual-de-comercio-emc>
- Informes Archivos - Camara Colombiana de Comercio Electrónico. (n.d.). Camara Colombiana de Comercio Electrónico. Retrieved February 11, 2026, from <https://ccce.org.co/noticia/informes-ccce/>
- Economía creció 2,7 % en el primer trimestre de 2025: Dane. (n.d.). Presidencia de la República. Retrieved February 11, 2026, from <https://www.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Economia-crecio-27-porciento-en-el-primer-trimestre-de-2025-DANE-250515>.

- ABC Economía. (15 de 10 de 2025). Obtenido de ABC Economía:  
[https://abceconomia.co/2025/10/15/comercio-en-antioquia-crece-166-en-agosto/?utm\\_source](https://abceconomia.co/2025/10/15/comercio-en-antioquia-crece-166-en-agosto/?utm_source)
- Alcaldia de medellin . (28 de junio de 2024). Obtenido de Alcaldia de medellin:  
<https://www.medellin.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/la-alcaldia-de-medellin-la-gobernacion-de-antioquia-y-fenalco-se-unen-para-incentivar-el-comercio-local/>
- Alguero, M. O. (03 de 09 de 2025). El Colombiano. Obtenido de El colombiano :  
<https://www.elcolombiano.com/negocios/pobreza-monetaria-en-antioquia-2024-baja-pero-desigualdad-aumenta-AH28940880>
- Ventas en Antioquia crecieron 16,6% en agosto según el DANE. (2025, October 16). Antioquia Amanece | noticias políticas y administrativas de Medellín, Antioquia y Colombia - Todas las últimas noticias POLÍTICAS y ADMINISTRATIVAS de Medellín, Antioquia y Colombia.  
<https://www.antioquiaamanece.com/ventas-en-antioquia-crecieron-166-en-agosto-segun-el-dane/>
- (2022). Anuario estadístico municipio de bello 2022. Bello Antioquia : anuario 2022 pdf.
- Banco de la Republica . (09 de 05 de 2023). Obtenido de Banco de la Republica:  
<https://www.banrep.gov.co/es/ciudades/medellin-colombia>
- DANE. (13 de FEBRERO de 2026). Obtenido de DANE:  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/encuesta-mensual-de-comercio-emc>

- DANE. (Febrero de 13 de 2026). Obtenido de DANE:  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/encuesta-mensual-de-comercio-emc>
- DANE. (16 de 02 de 2026). comunicado de prensa. comunicado de prensa, pág. 14.
- Republica, B. d. (08 de 09 de 2025). Boletín Económico Regional: Noroccidente, II trimestre de 2025. Obtenido de Boletín Económico Regional: Noroccidente, II trimestre de 2025:  
<https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-investigaciones/boletin-economico-regional/noroccidente-2-trimestre-2025>
- Resultado Encuesta Navidad 2025. (2025). Obtenido de Resultado Encuesta Navidad 2025:  
<https://www.fenalco.com.co/blog/economico-3/resultado-encuesta-navidad-2025-8590>
- Riaño, D. A. (10 de 02 de 2023). EL COLOMBIANO. Obtenido de EL COLOMBIANO:  
<https://www.elcolombiano.com/negocios/comercio-electronico-ventas-medellin-antioquia-2023-IC20336493>
- s.f. (08 de 04 de 2025). enviame. Obtenido de eCommerce Colombia: la guía más completa del mercado [2024 -2025]: <https://enviame.io/ecommerce-colombia/>
- ABC Economía. (15 de 10 de 2025). Obtenido de ABC Economía:  
[https://abceconomia.co/2025/10/15/comercio-en-antioquia-crece-166-en-agosto/?utm\\_source](https://abceconomia.co/2025/10/15/comercio-en-antioquia-crece-166-en-agosto/?utm_source)
- Arango, L. F. (2024, June 29). *La Alcaldía de Medellín, la Gobernación de Antioquia y Fenalco se unen para incentivar el comercio local*. Alcaldía de Medellín.  
<https://www.medellin.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/la-alcaldia-de-medellin-la-gobernacion-de-antioquia-y-fenalco-se-unen-para-incentivar-el-comercio-local/>

- Alguero, M. O. (03 de 09 de 2025). El Colombiano. Obtenido de El colombiano :  
<https://www.elcolombiano.com/negocios/pobreza-monetaria-en-antioquia-2024-baja-pero-desigualdad-aumenta-AH28940880>
- (2022). Anuario estadístico municipio de bello 2022. Bello Antioquia : anuario 2022 pdf.
- Banco de la Republica . (09 de 05 de 2023). Obtenido de Banco de la Republica:  
<https://www.banrep.gov.co/es/ciudades/medellin-colombia>
- DANE. (13 de FEBRERO de 2026). Obtenido de DANE:  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/encuesta-mensual-de-comercio-emc>
- DANE. (Febrero de 13 de 2026). Obtenido de DANE:  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/encuesta-mensual-de-comercio-emc>
- DANE. (16 de 02 de 2026). comunicado de prensa. comunicado de prensa, pág. 14.
- Republica, B. d. (08 de 09 de 2025). Boletín Económico Regional: Noroccidente, II trimestre de 2025. Obtenido de Boletín Económico Regional: Noroccidente, II trimestre de 2025:  
<https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-investigaciones/boletin-economico-regional/noroccidente-2-trimestre-2025>
- Resultado Encuesta Navidad 2025. (2025). Obtenido de Resultado Encuesta Navidad 2025:  
<https://www.fenalco.com.co/blog/economico-3/resultado-encuesta-navidad-2025-8590>
- Riaño, D. A. (10 de 02 de 2023). El COLOMBIANO. Obtenido de EL COLOMBIANO:  
<https://www.elcolombiano.com/negocios/comercio-electronico-ventas-medellin-antioquia-2023-IC20336493>

- s.f. (08 de 04 de 2025). enviame. Obtenido de eCommerce Colombia: la guía más completa del mercado [2024 -2025]: <https://enviame.io/ecommerce-colombia/>
- Banco de la Republica . (09 de 05 de 2023). Obtenido de Banco de la Republica: <https://www.banrep.gov.co/es/ciudades/medellin-colombia>
- Color Cacao. (s.f.). Productos de chocolate y regalos personalizados. <https://colorcacao.com>
- Dulcería VIP. (s.f.). Anchetas y dulces personalizados.
- Gottitas. (s.f.). Regalos y detalles personalizados. <https://gottitas.com>
- La Peluchería. (s.f.). Peluches y detalles decorativos.
- <https://www.instagram.com/lapelucheria>
- Licores Medellín. (s.f.). Venta de licores y detalles para regalo. <https://licoresmedellin.com>
- Servipromo. (s.f.). Artículos promocionales y personalizados. <https://servipromo.com.co>
- Trazos de Arte. (s.f.). Regalos personalizados y detalles creativos. <https://trazosdearte.com>
- Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (s.f.). Registro mercantil: comerciantes matriculados y renovados por tamaño en el municipio de Bello.
- Enviame. (s.f.). eCommerce Colombia: la guía más completa del mercado 2024–2025. <https://enviame.io/ecommerce-colombia/>