



TRABAJO DE GRADO

Opción Seminario- Diplomado

PANADERIA ARTESANAL MIGA DORADA

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de Ciencias Empresariales

Nombre del programa Contaduría Publica

Luisa Fernanda Yepes Giraldo

Angela María Montes Valencia

Tutor:

Ricardo Gómez de la Roche

Seminario- Diplomado.

2026

Resumen

Miga dorada es una panadería y pastelería artesanal premium que se enfoca en el uso de ingredientes de alta calidad y procesos de fermentación naturales y opera bajo el lema “el aroma que te hace entrar, el sabor que te hace volver”. Dentro del proyecto se expone el menú relacionado con panes artesanales, pastelería, postres, repostería, desayunos y cafés de especialidad. Nuestra marca proyecta elegancia mediante empaques sofisticados, calidad y sabor. Cabe destacar que el modelo de negocio se aleja de la panadería tradicional para operar como una panadería boutique exhibiendo nuestros productos tipo joyería y la experiencia profesional. Cabe decir que se cuenta con canales de venta modernos, tales como, compras en línea (Click and Collect), club de suscripción mensual y comunidad. De esta forma se opera desde el presupuesto, contando con maquinaria esencial para garantizar la calidad artesanal; hornos de pisos, amasadoras y cámaras de fermentación, con un presupuesto de 100 millones de pesos. Para concluir, es primordial fomentar la estructura legal y administrativa y contar con modelos de contratos fundamentales para la operación, dando cumplimiento con los requisitos legales comerciales en Colombia, como el registro mercantil, concepto sanitario, uso de

suelos y RUT .

Palabras clave : innovación, calidad, elegancia, experiencia gastronómica, compromiso, experiencia gastronómica

Abstract

Miga Dorada is a premium artisanal bakery and pastry shop that focuses on using high-quality ingredients and natural fermentation processes, operating under the motto : "the aroma that draws you in, the flavor that brings you back." The project outlines a menu featuring artisanal breads , pastries , desserts , baked goods , breakfast items , and specialty coffees. Our brand projects elegance through sophisticated packaging , quality , and flavor . Notably , the business model moves away from the traditional bakery format to operate as a boutique bakery , showcasing products like fine jewelry and emphasizing a professional customer experience . Modern sales channels are also utilized , including online purchasing (Click and Collect) , a monthly subscription club , and community engagement . Operations are managed within a 100-million-peso budget , utilizing

essential machinery —such as deck ovens, mixers, and proofing chambers — to guarantee artisanal quality . Finally, establishing a solid legal and administrative structure and essential operational contracts is paramount to ensuring compliance with Colombian commercial regulations , including mercantile registration , sanitary certification , land-use permits , and RUT registration .

Keywords : innovation , quality , elegance , gastronomic experience , commitment .

Tabla de contenido

<u>Resumen</u>	2
<u>Contexto de la investigación</u>	6
<u>Objetivos</u>	9
<u>Justificación</u>	10

<u>Sustento teórico</u>	11
<u>Valor gastronómico y de calidad</u>	11
<u>Plano operativo de logística y distribución</u>	13
<u>Comercialización y servicio de boutique</u>	14
<u>Notebook LM</u>	17
<u>Marco legal y administrativo</u>	18
<u>Metodología</u>	19
<u>Presupuesto</u>	20
<u>Referencias</u>	23

Índice de tablas

<u>Tabla 1 Línea de experiencia y producto</u>	12
<u>Tabla 2 Tabla de ingresos proyectados</u>	15
<u>Tabla 3 Rubros de pagos mensuales</u>	15

<u>Tabla 4</u> Insumos y empaques por unidad	16
<u>Tabla 5</u> Indicadores	16
<u>Tabla 6</u> Presupuesto inicial para la conformación de "Miga Dorada"	20

Índice de figuras

<u>Figura 1</u> Imagen de los empaques y logo	11
--	----

Figura 2 Empaque de miga dorada

14

En relación al modelo de negocio “Miga dorada ” en la ciudad de Manizales, se tiene en cuenta que el sector de la panificación se ha conservado por una panadería industrializada , según García y López (2020) el proceso se ha llevado a través de químicos aditivos y levaduras comerciales . Ante esto , es importante destacar que el consumidor contemporáneo busca volver a las técnicas ancestrales , a partir de etiquetas limpias e ingredientes de un valor gastronómico .

En este punto, otorga nuevas versiones al cliente , según Martínez Anaya (2018) los procesos fermentativos tradicionales , aportan un valor desde el aroma , el sabor y la textura . Asimismo , generan una calidad nutricional significativa , donde el pan deja de ser parte de un proceso calórico y se convierte en un aspecto funcional y de bienestar . Cabe destacar que , en Colombia el mercado de la panadería hace parte de la identidad cultural demostrando según Chávez y Restrepo (2021) que más del 98% de los habitantes colombianos consumen el producto.

En este punto , es prioridad aportar un proceso de autenticidad y experiencia en la compra bajo experiencias comerciales y gastronómicas con un alto estándar de exigencia . En este orden de ideas en la ciudad de Manizales, siendo parte del capital cultural Cafetero y con una constante fluctuación de turistas y población joven universitaria , el sector de la panadería es relevante , donde los consumidores han optado por alternativas saludables .

Aun así, se tiene en cuenta que la panadería artesanal requiere , según García y López (2020) de una fermentación natural , por lo que se debe medir la temperatura , la humedad y la maquinaria controlada para dar funcionamiento a un negocio tradicional . Ante estos desafíos es fundamental aportar un valor exclusivo y valioso para la empresa , permitiendo la exclusividad y ventajas en las competencias cumpliendo con las normas sanitarias y comerciales para emprendedores .

Cabe agregar que , desde una mirada financiera el negocio de panadería cuenta con un alto estándar de calidad , según Martínez Ayala (2018) requiere de materias primas calificadas y una sostenibilidad financiera que permite tener garantías en la proyección. En relación a esto , la propuesta de “Miga dorada” aporta un valor artesanal de panadería y pastelería en el mercado caldense , puesto que presenta empaques sofisticados , estatus y una experiencia gastronómica y saludable que justifica el precio premium de los productos .

Por lo tanto , la estructuración del modelo de negocio artesanal permite alcances no solamente comerciales , sino también culturales y sociales dentro del fortalecimiento de la oferta gastronómica y el emprendimiento en la región del departamento de Caldas. De esta forma , presenta la pregunta de investigación :

¿De qué manera la pastelería boutique “Miga dorada ” proporciona una propuesta de valor artesanal en garantía de una estrategia de comercialización y de viabilidad financiera y operativa en la ciudad de Manizales ?

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un modelo de negocio para la panadería y pastelería “miga dorada”, basada en la elaboración de productos artesanales con fermentación natural, contando con un servicio de experiencia tipo boutique, garantizando nuestra viabilidad operativa, financiera y legal

Objetivos específicos

Crear un portafolio de productos premium donde se destaquen los ingredientes reales y técnicas profesionales, enfocándonos en calidad, sabor y experiencia

Determinar la maquinaria adecuada (hornos, amasadoras de espiral y cámaras de fermentación), distribuir el trabajo en el área de producción, tanto de panaderos como de pasteleros para cumplir con la producción y distribuir los productos frescos y a tiempo al cliente

Diseñar estrategias de comercialización y servicio al cliente integrando talleres para fidelizar la comunidad, canales de venta innovadores, integrando la venta directa con asesoría experta

Estructurar la parte jurídica y laboral de la empresa, mediante los contratos necesarios para la protección de las recetas, garantizando la exclusividad con clientes y proveedores en cumplimiento de los requisitos legales y sanitarios para los establecimientos en Colombia.

Justificación

El modelo de negocio se justifica desde una relevancia social que responde al bienestar de los consumidores y a una cultura relacionada con la salud y el cuidado , donde se descartan las fermentaciones ultrarrápidas y los aditivos químicos que generan una pérdida nutricional , enfocándose en una alternativa consciente , como lo propone “Miga dorada ”, según Gómez y Beltrán (2022) la panadería artesanal genera una innovación en los procesos de salud , el cual aporta beneficios digestivos y nutricionales .

En este punto , en la ciudad de Manizales la oferta de pastelería y panadería es un negocio viable desde la garantía de un producto fresco garantizando una viabilidad presupuestal , en cuanto a los valores del conocimiento el emprendimiento gastronómico , según Restrepo Sánchez y Díaz (2023) implica un tránsito administrativo basado en la experiencia del cliente y en los aportes agregados del producto , facilitando la comercialización y marketing a nivel tecnológico .

También permite una ruta para otros emprendedores quienes pueden considerar este proyecto para reducir los riesgos financieros y aportar un proceso

de sostenibilidad empresarial en el área de panificación . Por lo tanto , la investigación se justifica en relación a una demanda de público turístico universitario y profesional con altas exigencias gastronómicas y nuevas experiencias . De este modo, “Mica dorada” ofrece una propuesta artesanal que estructura una exclusividad competitiva en su presentación .

Sustento teórico

Valor gastronómico y de calidad

La propuesta de valor tiene una perspectiva enfocada en las experiencias y los significados culturales dentro de una modalidad contemporánea, donde la panadería no reside netamente en el pan como producto, sino en la percepción y en la categoría premium que se sitúa por los ingredientes naturales y el posicionamiento del mercado. Dicho de este modo, Miga dorada presentaría un proceso relacionado con la fermentación natural de la masa madre, según Martínez Anaya (2018) la fermentación artesanal disminuye los oligosacáridos, monosacáridos y polioles fermentables de esta forma el pan artesanal permite una fermentación responsable y balanceada.

En este punto, Beltrán (2022) revela la importancia de conservar, permitir una conservación prolongada desde la técnica y no desde los aditivos químicos. Ante esto, la selección de ingredientes proporciona una mirada comercial donde la panadería boutique exige harina sin blanquear y un alto contenido de proteínas permitiendo un estándar ético en la construcción de la masa, según Restrepo Sánchez y Díaz (2023) se alcanzan variables competitivas y de asesoría experta en relación a pequeños emprendimientos.

Figura 1

Imagen De Los Empaques Y Logo



De esta forma , hay una influencia en el diseño del servicio el aroma del pan y la exhibición visual que para la mente del consumidor generan una percepción de exclusividad y de calidad . Además , Chávez Restrepo (2021) revela la importancia de atender a las necesidades de la cultura cafetera manizaleña , destacando un servicio sofisticado y de experiencia sensorial . Por lo que se postura que , en la primera sede en el terminal de Manizales, se busca expandir en centros comerciales y ciudades estratégicas .

Tabla 1

Línea de experiencia y producto

Línea de Experiencia	Producto	Descripción
Gastronómica comercial	Panadería de masa madre y ancestral	Pan artesanal y de masa madre Hogazas rústicas de fermentación natural (24-48 horas) con harinas de alta fuerza, corteza caramelizada y miga alveolada.
	Almojábanas y pandebonos premium	Clásicos de la panadería colombiana elaborados con

Viennoiserie & Repostería	Croissants y hojaldres	quesos artesanales seleccionados, horneados al piso para lograr una textura perfecta.
	Postres boutique	Laminados perfectos con 100% mantequilla de origen animal, de textura crujiente por fuera y alveolado aireado y húmedo por dentro.
Barra de Café & Desayunos Desayunos de autor		Pastelería fina y postres individuales tipo joyería, balanceados en azúcar y con diseños sofisticados de alta técnica profesional.
	Café de especialidad	Cafés de la región de Caldas con perfiles de taza sobresalientes, preparados por baristas en métodos filtrados y espresso.
	Bebidas frías de la casa	Infusiones naturales, té artesanales, lattes helados y sodas aromatizadas con almíbares frutales propios.
	Opciones matutinas premium	servidas con nuestros panes de masa madre tostados, huevos de pastoreo e ingredientes locales frescos

Nota. Elaboración propia

Plano operativo de logística y distribución

En la panadería artesanal maximiza los productos , a partir de las materias primas utilizadas desde la producción por lotes y la maduración en frío y horneado , según García y López (2020) destacan la importancia de contar con hornos de piso con solera de piedra refractaria e incluir la inyección de vapor saturado , con la finalidad de que el pan alcance su volumen y textura adecuada dentro de la panadería profesional .

De igual manera , limitar las jornadas extenuantes y programar el horno para el horneado a primera hora para los flujos de trabajo y la producción es primordial evitar los riesgos de contaminación cruzada y contar con un almacén seco y con la adecuada refrigeración . Además de tener un área de amasado , cámaras de fermentación y zona de horneado incluyendo un área de enfriamiento y empaque . Es importante resaltar que la panadería es una disciplina que requiere de una coordinación de horarios .

Dicho esto , “Miga dorada” enfrenta a un reto , de calidad de abastecimiento de materias primas , de contactos con suministros y proveedores y del control de precios que disminuya los conservantes artificiales . En este punto , las estrategias deben basarse en una economía circular optimizando el rendimiento de la materia prima . Por esta razón , es imperativo abordar la logística de despacho , tener en cuenta la geolocalización contemplando las temporadas turísticas el almacenamiento de , las piezas de panadería , pastelería y la demanda de clientes .

Por consiguiente, el proceso operativo y logístico , según García y López (2020) se basa en la fermentación biológica y no en la industrialización del producto , sino en un trabajo optimizado que promueva las experiencias gastronómicas culturales en el contexto .

Comercialización y servicio de boutique

El comercio de la panadería artesanal exige adoptar estrategias de atracción y colocar el producto a disposición del cliente permitiendo una línea de

personalización y valor . De este modo , “Miga dorada” busca ofrecer una experiencia constante , según Chávez y Restrepo (2021) el consumidor en la actualidad aprecia la optimización del tiempo y la planificación del producto enfatizando en el interés y la vida común , donde el pan artesanal debe contar con un consumo consciente desde la prioridad cultural de la ciudad de Manizales , ofreciendo canales digitales físicos y oferta a precio de competidores .

Sumado a esto , Restrepo Sánchez y Díaz (2023) revela que el proceso de producción comprende un valor emocional que reduce la sensibilidad en los costos . Para esto , es importante trabajar en una marca persuasiva partiendo de los beneficios nutricionales de la masa madre y un acto de aprendizaje y de descubrimiento del sabor .

Figura 2

Empaque de Miga Dorada



Visto esto, los empaques sofisticados aportan una identidad de calidad a la marca desde tipografías elegantes y colores sobrios que generan una exclusividad en Miga dorada , evocando un placer al consumidor . Esto aporta beneficios a la salud digestiva y permitiendo un marketing digital estético que genere confianza

y precisión en la especialidad gastronómica . A continuación , se presenta la tabla de ingresos proyectado a las ventas por mes generadas.

Tabla 2

Tabla de ingresos proyectados

Línea de Producto	Precio por Unidad	Ventas al Mes	Ventas Mensuales Estimadas
Panadería de Masa Madre & Rústicos	\$18.000	4.500 hogazas	\$81.000.000
Desayunos de Autor	\$28.000	2.500 platos	\$70.200.000
Viennoiserie & Hojaldres (Croissants, etc.)	\$9.500	5.500 unidades	\$52.250.000
Café de Especialidad & Bebidas Frías	\$7.000	5.800 bebidas	\$40.600.000
Postres Boutique & Pastelería Fina	\$14.000	1.350 unidades	\$18.900.000
Panadería Tradicional (Pandebonos/Almojábanas)	\$4.500	1.560 unidades	\$7.050.000
TOTALES		21.210 unidades / servicios	\$270.000.000 en aproximación

Nota. Elaboración propia

La tabla 2 evidencia las líneas de producto manejadas en “Miga Dorada y se calcula un presupuesto mensual desde las ventas. Cabe decir, que puede generarse fluctuaciones en los valores, pero los precios aproximados se consignan en la tabla. A continuación, se exponen los rubros mensuales para la disposición del local en la sede del terminal de Manizales.

Tabla 3

Rubros de pagos mensuales

Rubro mensual	Concepto	Valor
---------------	----------	-------

Arrendo del local en la zona del terminal de transportes de Manizales	En zona comercial de amplia frecuencia de Manizaleños y turistas	6.500.000
Servicios públicos comerciales	Gas industrial, consumo de hornos y agua	3.800.000
Administración	Contabilidad y administración	1.500.000
Publicidad y marketing	Presupuesto fijo para pauta digital	2.000.000
Mantenimiento	Mantenimiento de hornos, cámaras de fermentación y calibración de máquinas	1.200.000
Otros gastos	Seguro multirriesgo	2.500.000
Total		34.300.000

Nota. Elaboración propia

Los costos detallados son primordiales puesto que permiten mantener el local comercial, desde un presupuesto de arrendo, nómina, servicios, administración y mantenimiento. Se tiene en cuenta que, estos pueden variar dependiendo de las necesidades que surjan el proceso de fabricación de panadería boutique y ventas, sobre todo en el rubro de mantenimiento y de publicidad, considerando que no siempre es un valor que se destina para cubrir dichos gastos. En la tabla no se incluyen domicilios, puesto que la empresa solo opera de manera presencial.

Tabla 4

Insumos y empaques por unidad

zProducto por unidad	Insumos e Ingredientes	Empaque Boutique	Comisión Bancaria / POS	Costo Total
Pan de Masa Madre (Hogaza)	\$4.200	\$900	\$540	\$5.640
Desayuno de Autor	\$8.500	\$300	\$840	\$9.640
Croissant	\$2.300	\$600	\$285	\$3.185

Café	\$1.400	\$400	\$210	\$2.010
Postre Boutique	\$3.600	\$950	\$420	\$4.970
Pandebono	\$1.100	\$200	\$135	\$1.435
Total				\$26.880

Nota. Elaboración propia

Tabla 5

Indicadores

Métrica	Datos
Ventas diarias aproximadas	Entre 8.000.000 a 10.000.000 millones de pesos
Ventas mensuales aproximadas	270.000.000 en 30 días
Clientes diarios	Alrededor de 350 clientes
Productos más vendidos	Cafés, bebidas frías, croissants, hojaldres, pan de bono, panes de masa madres, desayunos.
Perfil del cliente	Conductores y personas que llegan al territorio manizaleño, quienes consumen desayunos, café diario, pan de bono, pan de masa madre
Perfil del turista	Con alto flujo los fines de semana y días festivos, consumen postres boutique, cafés, y llevan postres y viennoiserie como regalo.

Nota. Elaboración propia

En la tabla que se expone se presentan las ventas diarias y mensuales en su aproximación. También, los clientes diarios y los productos más vendidos, teniendo en cuenta el contexto del terminal de la ciudad de Manizales, donde llegan personas oriundas de la región y turistas. Además, de la fluctuación de compras para regalo familiar o como acompañantes para el viaje. Dicho esto, se comprueba un flujo de caja persistente en el espacio presencial donde se aloja el negocio.

Notebook LM

El ecosistema de Notebook LM como aporte al proyecto desde la inteligencia artificial, se convirtió en una herramienta de uso pasivo para las co-creación, según Gao et al. (2024) los modelos de trabajo desde la inteligencia artificial, modelan sus respuestas a un análisis documental que el investigador sube a la plataforma para generar una contextualización. De esta forma, para el proyecto “Miga dorada” la plataforma Notebook LM desarrollada por Google, actuó como un motor de análisis, donde se permitió subir fuentes de lectura y documentos académicos para analizar la economía a nivel gastronómico en el país colombiano.

De este modo, se obtuvo un contexto y una justificación sobre el territorio manizaleño. También, se cargaron documentos legales y contratos para revisar las normativas INVIMA y priorizar la precisión del apartado jurídico. Además, se facilitó el logotipo para estructurar descripciones que puedan aportar al diseño de empaques de lujo de la boutique. Para finalizar, se organizaron diapositivas y presentaciones a partir del discurso del negocio considerando las proyecciones en el presupuesto las ventas y la planeación comercial y financiera.

Marco legal y administrativo

Para la estructuración administrativa de empresa de alimentos en el país colombiano es primordial ahondar en la formalización regulatoria y trámites obligatorios para acceder a una propuesta sólida en la constitución de “Miga dorada” en la ciudad de Manizales, según la Ley 1258 de 2008 tras la flexibilidad organizativa y la responsabilidad de montos de accionistas, es importante

abordar una figura de sociedad por acción simplificada SAS que pueda registrarse en la dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN.

Así como, también formalizar el registro único tributario RUT en cuanto a la propiedad intelectual y protección jurídica en relación a las recetas gastronómicas, según Ospina Gómez (2022) es primordial facilitar una copia de la propuesta de valor poniendo en consideración que las recetas gastronómicas no son patentables por sí mismas. Esto se marca en la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Por lo tanto, la estrategia de “Miga dorada” debe apoyarse en una figura industrial o comercial atendiendo protocolos estrictos y acuerdos de confidencialidad en el personal sobre los procesos de producción. Seguidamente, en los procesos de contratación es primordial ahondar en el código sustantivo del Trabajo de Colombia para dar garantía de los contratos a panaderos pasteleros y administradores en relación a cláusulas de confidencialidad y sesión de derechos sobre la innovación de productos.

También, se resalta la Resolución 2674 del 2013 expedida por el Ministerio de Salud y Protección Social, en torno a los requisitos sanitarios y la manipulación de alimentos. Esta es una obligación que incluye programas de desinfección, manejo de residuos sólidos y líquidos y limpieza. Asegurando la respectiva certificación médica y la higiene avalada por la Secretaría de Salud de Manizales.

También, es importante el Plan de Ordenamiento Territorial POT en la

ciudad para la firma de contratos de arrendamiento o la adquisición de local comercial , solicitando la secretaría de planeación municipal el certificado de uso de suelos para la venta de alimentos . Como puntos complementarios legales se tienen en cuenta la Ley 1801 del 2016 Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana , en función de obtener una matrícula mercantil y de establecimiento ante la Cámara de Comercio de Manizales .

Entre otros está, la notificación de apertura en la Policía Nacional y un certificado de seguridad humana otorgado por el cuerpo de bomberos de Manizales en cuanto al presupuesto y la administración financiera , se considera un límite inicial entre 80 y 90 millones de pesos colombianos gestionados desde un flujo de caja , costo de ventas , administración y maquinaria . De esta forma, se tiene en cuenta una formalización tributaria dentro de las condiciones laborales y sanitarias garantizando que el negocio opere de manera jurídica y administrativa desde la estabilidad y la dinámica del mercado en la ciudad de Manizales .

Metodología

El presente proyecto se inscribe dentro de la investigación aplicada , según Bernal (2016) se caracteriza por la generación de conocimiento , orientada hacia una toma de decisiones prácticas y estratégicas dentro de una organización específica . Por lo tanto , la dirección gastronómica implica el diseño de indicadores que puedan aportar al mercado de panadería y pastelería . Desde este punto , “Miga dorada ” se concibe desde la pertinencia en un negocio estructurado

como un emprendimiento en la ciudad de Manizales, el cual debe generar un modelo financiero y operativo viable desde los aspectos técnicos y legales.

En este orden de ideas, se sitúa una fase de diseño de propuesta y diagnóstico sobre la identidad gastronómica de “Miga dorada”, el análisis de mercado y las expectativas del cliente potencial. Por otra parte, en una segunda fase es primordial abordar un plan logístico y administrativo gestionando la maquinaria especializada los tiempos de fermentación, el área de trabajo el personal y las entregas previstas.

En una tercera fase, se consolida la viabilidad legal y financiera desde los protocolos jurídicos, el cumplimiento de requisitos INVIMA y el equilibrio operativo. Para finalizar, se tiene en cuenta la satisfacción del cliente desde la recolección de datos, las plataformas virtuales, la calidad de los empaques y el valor otorgado desde la comercialización, aroma, beneficios y la calidad.

Presupuesto

El presupuesto fue elaborado se distribuyó en maquinaria y equipos, descripción y valor, de la panadería artesanal “Miga Dorada” en la ciudad de Manizales”. A continuación, se presenta la información:

Tabla 6

Presupuesto inicial para la organización de “Miga dorada”

Maquinaria y equipos	Descripción	Valor
Horno de pisos con vapor	Solera de piedra refractaria e inyección de vapor para pan rústico.	\$16.000.000

Cámara de fermentación	Capacidad de 15 a 16 bandejas, con control digital de temperatura y frío.	\$11.500.000
Refrigeración industrial	Mesa de trabajo en acero inoxidable y congelador vertical para pastelería.	\$5.500.000
Utensilios de panadería	Bannetons , básculas de precisión, rasquetas, termómetros y bandejas.	\$2.000.000
Adecuación y boutique		
Obra civil e iluminación	Acabados, pintura, iluminación LED cálida e instalaciones trifásicas/gas.	\$12.000.000
Vitrinas tipo joyería	Vitrinas de vidrio templado con luz integrada para exhibición premium.	\$6.500.000
Barra de barismo	Estación de madera y mármol para la preparación de café de especialidad.	\$4.500.000
Mobiliario de salón	3 a 4 juegos de mesas y sillas boutique para consumo en el local.	\$3.000.000
Canales digitales		
Desarrollo E- commerce	Plataforma web para Click and Collect y club de suscripción mensual.	\$4.500.000
Sistema POS y Facturación	Computador/tableta POS, software de inventarios e impresora térmica.	\$2.500.000
Identidad de marca	Diseño de logotipo, manual de marca y diseño de empaques de lujo.	\$1.500.000
Legal y permisos		
Constitución de Sociedad	Registro S.A.S. en la Cámara de Comercio de Manizales, RUT y firmas.	\$1.200.000
Plan de Saneamiento	Requisitos de inocuidad de la Secretaría de Salud y exámenes médicos.	\$1.000.000
Licencias comerciales	Certificado de uso de suelos	\$1.300.000

Asesoría jurídica	(POT), Bomberos y Sayco & Acinpro .	\$2.000.000
Capital de trabajo		
Materias primas iniciales	Harinas de fuerza, mantequilla animal pura, chocolates y café especial.	\$4.500.000
Arrendamiento locativo	Depósito y primer mes de arriendo del local comercial en Manizales.	\$4.000.000
Nómina operativa	Sueldo del primer mes para el panadero principal y el pastelero.	\$5.000.000
Servicios públicos	Gas industrial, energía trifásica, agua y conectividad para el local.	\$2.000.000
Reserva de emergencia		
Fondo para imprevistos	Margen de seguridad del 5% para variaciones de precios o demoras de obra.	\$5.000.000
Valor total		\$100.000.000
Nota. Elaboración propia		

Conclusiones

El modelo de negocio tiene una viabilidad financiera legal en la ciudad de Manizales, puesto que la boutique “Miga dorada ” como panadería y pastelería , es posible articularla desde los pilares fundamentales relacionadas con el aspecto gastronómico , operativo , comercial y legal . Ante esto , el análisis teórico valida los atributos de aroma textura y sabor gestionando un bienestar . De igual manera, se tiene en cuenta la incorporación de maquinaria especializada que puedan aportar alto impacto en la comunidad activa .

Es importante considerar que el negocio se postula a largo plazo , obteniendo una flexibilidad y responsabilidad en la producción y los permisos necesarios para evitar sanciones gubernamentales . Para finalizar , se fija un presupuesto de 100 millones de pesos , los cuales dan la garantía de maquinaria , equipo adecuación y sostenimiento de precios . En resumidas cuentas , la propuesta “Miga dorada” se califica dentro de un proceso minucioso , complejo y alineado con la sofisticación y el valor diferenciador , lo que radica en una comercialización y una presentación de experiencia sofisticada con alto estándar en la ciudad de Manizales .

Para finalizar, el proyecto se relaciona con una metodología de investigación aplicada con una ruta de planificación dentro del emprendimiento gastronómico y la proyección de datos empíricos normativos y principios científicos y administrativos en la construcción del negocio . Por ende , se halla la formalización de la panadería boutique aplicada sobre MyPymes dentro de la tradición artesanal , social y turística y de bienestar para la ciudad de Manizales .

Referencias

- Bernal, C. A. (2016). Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales (4.ª ed.). Pearson Educación.
- ChatGPT . (2026). Inteligencia artificial de OpenIA . <https://chatgpt.com/>

- Chávez, A. M., & Restrepo, J. F. (2021). Tendencias del consumo premium y evolución de la experiencia de compra en el sector gastronómico de América Latina. *Revista Colombiana de Marketing y Ciencias Sociales* , 15(2), 112-129. <https://doi.org/10.21803/rcmcs.v15i2.412>
- García, R., & López, M. A. (2020). Desafíos tecnológicos y estandarización de procesos en la panadería artesanal contemporánea. *Estudios Sociales sobre Alimentación y Desarrollo* , 28(51), 45-68. <https://doi.org/10.24836/es.v28i51.912>
- Gao, Y., Xiong, Y., Gao, X., Jia, K., Pan, J., Bi, Y., Dai, Y., Sun, J., & Wang, H. (2024). Retrieval-Augmented Generation for Large Language Models: A Survey. *Journal of Artificial Intelligence Research* , 79, 141- 175.
- Google. (2026). NotebookLM [Herramienta de IA]. <https://notebooklm.google/>
- Gómez, L. H., & Beltrán, S. P. (2022). Fermentación natural y masa madre: Un análisis de su impacto en la salud digestiva y su viabilidad comercial en la panadería moderna. *Revista de Nutrición y Tecnología de Alimentos* , 18(1), 89-104. <https://doi.org/10.15446/rnta.v18n1.94210>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta . McGraw-Hill Education .
- Martínez-Anaya, M. A. (2018). Propiedades organolépticas, digestibilidad y valor nutricional de los procesos de fermentación lenta y masa madre en panificación. *Revista de Ciencia y Tecnología Alimentaria* , 42(1), 77- 94.

- Ospina-Gómez, L. M. (2022). Sostenibilidad jurídica y laboral de las pymes culinarias en Colombia: Análisis del impacto de la informalidad y la propiedad intelectual en el sector gastronómico. *Revista Jurídica de la Universidad Nacional* , 34(3), 203-221. <https://doi.org/10.15446/rju.v34n3.98745>
- Restrepo-Sánchez, J. A., & Díaz, M. E. (2023). Modelos de negocio basados en la servitización y la experiencia del cliente: Estrategias de supervivencia para MIPYMES del sector gastronómico en Colombia. *Revista Latinoamericana de Administración y Emprendimiento* , 11(2), 145-163. <https://doi.org/10.21803/rlae.v11i2.567>