

Plan de negocio

Chip Addict

Carlos Eduardo Cortes Ríos

Luisa María Gómez Velásquez

Víctor M. Guanume Gil

*Adolfo Hernández

Institución Universitaria Esumer

Facultad de Administración Comercial y Mercadeo

Medellín

2020

Tabla de Contenido

1. Resumen del Proyecto	6
1.1 Nombre del proyecto	6
1.2 Información de los participantes.....	7
1.3 Resumen Ejecutivo del Proyecto	8
2. Información General del Sector.....	9
2.1 Composición del sector	9
2.2 Situación histórica del sector.....	10
2.3 Situación actual del sector	12
2.4 Perspectivas del sector.....	13
2.5 Conclusión General del análisis sectorial.....	15
3. Información General del Negocio	17
3.1 Propósito del Plan de Negocios	17
3.2 Información General de la Futura Empresa.....	17
3.3 Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa.....	18
3.4 Misión de la futura Empresa.....	19
3.5 Describa los objetivos a corto, mediano y largo plazo.....	19
3.6 Relación de los Bienes o Servicios.....	19
3.7 Ventaja Competitiva del Negocio.....	20
3.8 Justificación del Negocio.....	21
3.9 Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la Empresa.....	22
3.10 Localización Geográfica de la Empresa	23
4. Análisis del Mercado	24
4.1 Descripción del producto o servicio	24
4.1.1 Usos	25
4.1.2 Usuarios	25
4.1.3 Presentación.....	26
4.1.4 Composición.....	27
4.1.5 Características físicas	28
4.1.6 Sustitutos	29
4.1.7 Complementarios.....	30
4.2 Demanda.....	30

4.2.1 Comportamiento histórico	35
4.2.2 Situación actual	37
4.2.3 Situación futura	38
4.3 Oferta	39
4.3.1 Comportamiento histórico	39
4.3.2 Situación actual: Oferta	41
4.3.3 Situación futura: Oferta	42
4.4 Precio	42
4.4.1 Análisis histórico y actual de precios	43
4.4.2 Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta.....	54
4.4.3 Determinación de las principales variables para la definición del precio.	55
4.4.4 Proyección de precios.....	58
4.5 Estrategia Comercial.....	60
4.5.1 Canales de comercialización y distribución del producto	61
4.5.2 Descripción de los canales de distribución.....	61
4.5.3 Ventajas y desventajas de los canales empleados	62
4.5.4 Almacenamiento.....	63
4.5.5 Transporte.....	63
4.5.6 Publicidad y Promoción	64
4.5.7 Conclusión General del análisis de mercados.	64
4.6 Plan de Mercadeo	65
5. Análisis de la Producción (Aspectos Técnicos)	68
5.1 Producción.....	68
5.1.1 Descripción técnica del producto o servicio.....	68
5.1.2 Identificación y selección del proceso de producción	69
5.1.3 Inversiones en maquinaria y equipo	70
5.1.4 Descripción de materia prima, insumos y materiales	70
5.1.5 Requerimientos de Mano de Obra (Perfiles y Funciones).....	70
5.1.6 Distribución espacial y requerimientos de Áreas de Trabajo	71
5.2 Localización.....	72
5.2.1 Factores de Localización	72
5.2.2 Métodos de evaluación	73

5.2.3 Macro localización	74
5.2.4 Micro localización	74
5.3 Capacidad de Producción	75
5.3.1 Factores para la definición del Tamaño optimo	75
5.3.2 Metodología para la definición del tamaño	76
5.3.3 Capacidad de producción óptima.	76
5.4 Plan de Producción	77
6. Análisis Organizacional y Legal.....	78
6.1 Procesos Administrativos	78
6.1.1 Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal	78
6.1.2 Procesos Financieros	80
6.1.3Procesos de Logística	80
6.1.4 Procesos Propios y Externos.....	81
6.1.5Estructura Organizacional	82
6.1.6 Requerimientos del personal, perfiles y funciones	82
6.1.7 Requerimientos de materiales.....	84
6.1.8 Requerimientos de tecnología	87
6.1.9 Requerimientos locativos e infraestructura	90
6.2 Aspectos Legales	90
6.2.1 Tipo de organización empresarial.....	90
6.2.2 Documentación necesaria para la operación de la empresa	91
6.2.3 Costos asociados con asuntos Legales	91
7. Análisis Financiero	91
7.1 Estructura Financiera del Proyecto.....	91
7.2 Recursos Propios	92
7.3 Créditos y Préstamos Bancarios	93
7.4 Calendario de Ingresos del Proyecto	93
7.5.2 Inversiones en Gastos Pre-operativos.....	95
7.5.3 Inversión en Capital de Trabajo.....	96
7.5.4 Calendario de Inversiones	96
7.6 Costos y Gastos	97
7.6.1 Costos Variables	97

7.6.2 Costos Fijos	98
7.6.3 Gastos Administrativos y Legales	100
7.6.4 Gastos de ventas	100
7.6.5 Gastos de distribución	100
7.6.6 Gastos financieros	101
7.6.7 Calendario de Costos y Gastos del Proyecto.	101
7.7 Flujo de Caja.....	103
7.8 Estados Financieros Proyectados	105
7.8.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	106
7.8.2 Balance General Proyectado.....	106
8. Evaluación del Proyecto	107
8.1 Costo del Capital	107
8.2 Evaluación Financiera	108
8.2.1 Valor Presente Neto.....	109
8.2.2 Tasa Interna de Retorno.....	110
8.2.3 Índices financieros	110
8.2.4 Análisis de sensibilidad y riesgo	111
8.2.5 Consideraciones sobre la Evaluación Financiera	111
8.3 Punto de Equilibrio.....	112
8.4 Consideraciones Sociales.	113
8.5 Consideraciones Ambientales.....	113
9. Consideraciones finales del proyecto y recomendaciones	114
Fuentes de Información	115

1. Resumen del Proyecto

El presente proyecto, pretende posicionar la marca Chip Addict en el Centro Comercial Florida, en el barrio Robledo, al Noroccidente de la ciudad de Medellín, Colombia. La cual se dedicará a la producción y distribución de papas fritas con diferentes acompañantes entrando en el segmento de comida rápida. Este proyecto se emprende, debido que, en la ciudad de Medellín, se presenta el auge de este tipo de comidas rápidas y al identificar que en dicho centro comercial no se encuentra este modelo de negocio, se cree, tendrá una gran acogida por el público que frecuenta dicho espacio. A través de la producción en masa, de papas cortadas en “cascos” y luego freídas, son utilizadas como base del producto final, con el cual, el cliente tendrá 6 opciones para elegir el acompañante de sus papas, las cuales son: Salchicha, Chorizo, Tocineta, Nuggets, Pollo, queso, así mismo cuenta con la opción de solo papas o de llevar una “caja” con todos los acompañantes anteriormente mencionados. Para un total de 8 opciones, que dispone el consumidor.

Este proyecto espera ser ejecutado en el año 2022 en cuanto se haga apertura de la segunda etapa del centro comercial.

1.1 Nombre del proyecto

Chip Addict

Imagen #1



Fuente: Recursos propios Cortes, Gómez, Guanume 2020

1.2 Información de los participantes

- Luisa María Gómez Velázquez, es la persona encargada del área de mercadeo, quién tendrá como función el posicionamiento de la marca, así como la comunicación constante de la empresa con el público a atender. Sus fortalezas, son amplias y se caracteriza por ser una mujer con gran humildad y sencillez, con visión y creatividad, características esenciales para desarrollar sus actividades en nuestro proyecto.

- Carlos Eduardo Cortes Ríos, delegado para las funciones de contabilidad y finanzas del proyecto. Se caracteriza por ser una persona con virtuosas en fortalezas, importantes para desarrollar su labor, entre ellas están: la habilidad para negociar, esto complementado con sus habilidades comunicativas, las cuales le permiten tener comunicaciones asertivas cuando se dirige a las demás personas. Es un hombre estratega y analítico, con una alta facilidad para influir en las personas. Una persona íntegra y ética.
- Víctor Manuel Guanume Gil, tiene a cargo el desarrollo de la producción, quien estará al tanto de proveedores, insumos y logística. Para estas funciones, cumple con fortalezas idóneas, algunas de ellas, son: un hombre dinámico, dispuesto a colaborar, dispuesto a trabajar bajo presión cuando se requiere, es alguien muy organizado, quien siempre está en búsqueda de resolución de problemas con gran agilidad. Es un líder por naturaleza.

1.3 Resumen Ejecutivo del Proyecto

El proyecto Chip Addict es el resultado de la unión de tres estudiantes de la Institución Universitaria Esumer, quienes, al ser consumidores frecuentes de la comida chatarra en la ciudad de Medellín, encontraron en este mercado una oportunidad de incursionar, con la especialidad de papas fritas, acompañadas de diferentes ingredientes (como puede ser la salchicha, el chorizo, la tocineta, los bombones de pollo y el queso), los cuales serán optados por los consumidores. El proyecto, se considera factible ya que se espera sea desarrollado en el centro comercial Florida (segunda etapa), en la ciudad

de Medellín, donde no se cuenta con competidores directos que ofrezcan el mismo tipo de producto, y aunque se tiene competencia indirecta, se cree que permitirá atraer más público teniendo competidores cerca.

2. Información General del Sector

2.1 Composición del sector

La papa es el tercer alimento más importante del mundo junto con el maíz y el trigo y el número uno de origen no cereal para la humanidad. Colombia ocupa el puesto número 36 entre 183 países productores de papa a nivel mundial, un lugar privilegiado y que destaca las 60 variedades, calidad y aportes nutricionales de este alimento producido en nuestro país. Actualmente, el cultivo de la papa constituye el eje fundamental de la economía del país en 283 municipios a nivel nacional, donde se involucran más de 90.000 familias principalmente en los departamentos de Boyacá, Cundinamarca, Antioquia y Nariño, los cuales concentran más del 85% de la producción.

Debido a los cambios de hábito de consumo de los colombianos, en la última década se ha reducido considerablemente el consumo per cápita de papa, lo que ha afectado a los agricultores del país. Esto se debe principalmente a falsas creencias sobre este alimento y sobre todo a la falta de conocimiento sobre las nuevas variedades, usos, beneficios nutricionales, así como las innumerables maneras de preparación de recetas ricas y saludables.

Teniendo en cuenta lo anterior, al conocer los diferentes usos que se le puede dar a la papa, este puede atraer muchos beneficios a la hora de realizar negocios, donde esta

pueda ser usada, como es el caso de las comidas rápidas. es indispensable identificar qué porcentaje de colombianos prefiere las comidas rápidas.

- El crecimiento de las ciudades, las dificultades de movilidad y el deseo de optimizar el tiempo, han aumentado la acogida de la comida rápida en Latinoamérica. El 53% de los encuestados, en Colombia los frecuenta. La segunda opción de los colombianos cuando eligen el tipo de establecimiento son los restaurantes de comida casual (46%) y en tercer lugar los restaurantes formales (44%). El consumo de comida callejera es solo del 15% en nuestro país, frente al 18% en la región y al 27% en el mundo (Nielsen, 2017).

Es evidente que el consumo de comidas fuera de casa tiene una alta acogida por las personas, quienes tienen una alta variedad de opciones. Como se observa en el informe presentado por Nielsen, el consumo de comida callejera tiene un porcentaje menor respecto a las demás opciones, sin embargo, representa una oportunidad muy grande de abarcar este mercado.

2.2 Situación histórica del sector

Los consumidores globales gastaron \$347 mil millones de dólares en comidas rápidas al año entre 2013 y 2014, un incremento de 2% año contra año, de acuerdo con el nuevo reporte global de Nielsen. las ventas anuales están creciendo más rápido en las

grandes regiones en desarrollo. Latinoamérica USD \$30 mil millones incrementaron un 9%

Según Susan Dunn, VP Ejecutiva de Servicios Profesionales Globales de Nielsen.

“La demanda se basa primordialmente en sabor y salud, los consumidores no están dispuestos a renunciar a ninguno de estos atributos.” Se encuentra, entonces, que sin importar el lugar del mundo, las comidas rápidas están tomando fuerza, los consumidores tienen claro que son ellos quienes demandan en el mercado, cada vez son más exigentes respecto a sus gustos e intereses.

Por esta razón es importante a la hora de realizar un negocio de comidas rápidas, pensar muy bien en los ingredientes, con el fin de brindar un buen sabor y sobre todo productos de alta calidad, que satisfagan a los consumidores, los cuales cada vez son más selectivos debido a la gran oferta que hay.

“los estilos de vida ocupados y con prisa generan la necesidad de comidas rápidas y muchos optan por la opción de comidas que son rápidas pero que pueden ser altas en calorías y con pocos beneficios para la salud”.

Las personas, aunque cada vez tiene más consciencia de lo que consumen y demandan en el mercado, siguen teniendo opciones que son poco saludables pero que, han estado inculcadas en su dieta cotidiana, lo que hace difícil que el consumidor se aleje de este tipo de productos y por el contrario continúe consumiéndolos. Aunque el segmento de las papas fritas no es la comida rápida más demandada, pero es un producto el cual se mantiene en la lista de opciones que los consumidores tienen en mente, además no es el menos elegido según los consumidores a nivel global.

2.3 Situación actual del sector

La crisis que vive Colombia por la propagación del covid-19 está poniendo en riesgo la sostenibilidad de la industria gastronómica, responsable de preservar 500.000 empleos directos y generar más de un millón de empleos indirectos (Dinero, 2020).

Las ventas del sector han caído 76% en los últimos días y 70% de los afiliados formales a la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres) en el país se han visto obligados a cerrar su operación por no tener la capacidad de hacer entregas a domicilio (DInero, 2020).

La industria continúa operando a través de la modalidad de entrega a domicilio, siguiendo las instrucciones del decreto 457 de 2020 del Gobierno Nacional. Sin embargo, el funcionamiento en exclusiva a través de este canal tampoco resulta suficiente, porque no todos responden a esta modalidad de venta.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante analizar la herramienta de los domicilios, ya que es la forma más práctica para que el sector gastronómico genere ingresos. Colombia es el país de Latinoamérica donde más se utilizan servicios de domicilios de comidas o restaurantes (36%), superando al promedio Latam (29%) y global (33%). La tendencia de consumo cada vez se presta más a favor del servicio que el cliente recibe por parte del sector, se busca facilitar el acercamiento del cliente con la marca, se observa que los clientes esperan recibir con mayor facilidad los productos y están dispuestos a pagar un coste mayor siempre y cuando reciban lo que desean en el lugar donde se encuentren.

De igual forma, hay otra tendencia que está en crecimiento: el consumo en establecimientos con productos preparados listos para el camino (grab-and-go), los restaurantes de comida rápida y los negocios de comida callejera. Más de la mitad de los colombianos participantes en la encuesta han visitado una tienda de comida rápida en los últimos seis meses (53% vs. 51% Latinoamérica y 57% global). De las comidas principales, el almuerzo y la cena son las comidas con mayor probabilidad de ser sustituidas por opciones de comida fuera del hogar, con el 31% de los consumidores del país que optan por comer fuera una vez a la semana (Nilsen, 2018)

Además, es clave anotar que el 62% de los colombianos busca información del producto antes de comprar. Por lo que se tiene usuarios más informados, lo que los convierte en personas más críticas a la hora de demandar un producto en el mercado, así como el conocer mayores opciones.

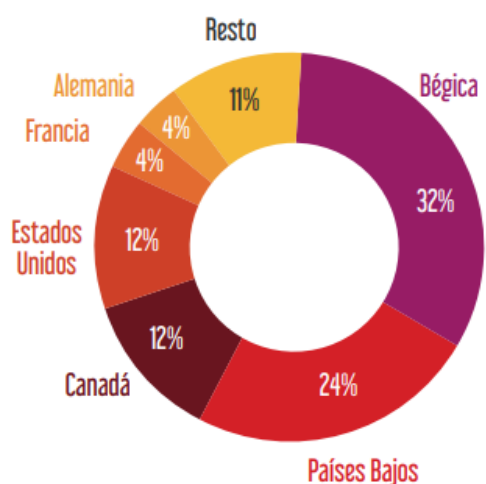
2.4 Perspectivas del sector

La producción nacional de papa alcanzó los 2,78 millones de toneladas en el 2018, 1% más que el año anterior, cuya producción se situó en 2,75 millones de toneladas. Este aumento fue causado por mayor cantidad de lluvias que mejoró la disponibilidad de agua, además de más tecnificación de los cultivos, lo cual mejoró los rendimientos, que pasaron de 20,8 a 21,4 toneladas por hectárea en el 2018, o sea, 3% más que en 2017. Para el 2019, se estima que el área sembrada de papa nacional se reducirá 1,1% y la producción bajará a 2,7 millones de toneladas, es decir, 3% menos que en 2018 (Revista papa, 2018).

En los últimos años el gremio ha afrontado un nuevo contrincante, el cual ha significado una gran afectación a la industria, así como a los más de 100 mil productores, este son las papas precocidas congeladas. En noviembre del 2018, la Federación Colombiana de Productores de Papa Fedepapa-FNFP, ganó la denuncia por dumping, en la que se impusieron medidas de control para dicho producto por dos años, estos proveniente de diferentes países, entre los que se encuentran Bélgica, Holanda y Canadá.

Imagen #2

Participación por origen en el mercado de papa precocida congelada (Año 2019)



Fuente: <https://fedepapa.com/wp-content/uploads/2020/04/REVISTA-50-completa-2.pdf>

El alto volumen de importaciones afecta directamente la industria local, así como a más de 360 mil familias quienes viven de este producto. Por ello, estando a vísperas de que esta sanción finalice, es necesario indagar en el futuro que va afrontar el gremio, conociendo las debilidades que enfrenta y la amenaza que representa el producto

extranjero para la industria. Buscar garantías legales, es solo una herramienta para tratar de detener dicho problema, pero se necesita pensar en avances que lleven al sector a hacerle frente a dicha situación y convertirse mucho más atractivo para el mercado nacional, todo esto, buscando replantear la manera en que se produce, se comercializa, pero sobre todo se innovación.

“Herramientas como los dispositivos móviles y las plataformas digitales están moldeando las experiencias del consumidor y transformando la forma cómo fidelizan al consumidor” (Nielsen, 2018). Al estar en un mercado que atraviesa un constante crecimiento, no solo por su practicidad sino además por la facilidad con que los clientes buscan encontrar el producto y que gracias a la tecnología esto se facilita. Se espera que el sector no solo crezca sino también perdure en el tiempo.

2.5 Conclusión General del análisis sectorial

Teniendo en cuenta la información general del sector se puede evidenciar que, el sector de la papa en Colombia, es eje principal para la economía y sustento para muchas familias que dependen de esta actividad. Se puede decir que, al pasar el tiempo, el cambio de hábito de consumo ha disminuido un poco debido a que las personas no tienen presente los múltiples usos que se le puede dar a la papa, uno de ellos, es precisamente el negocio de comida rápida, en el cual, juega un papel importante, ya sea de acompañante o de plato principal, adicional, es importante resaltar que las personas están más ocupadas, por lo que buscan practicidad y agilidad en sus alimentos, y esto lo encuentran en los negocios de comida rápida, el cual está en constante crecimiento. Es importante aclarar, que desde tiempos históricos, la demanda se ha basado en el sabor que tiene la comida de distintos restaurantes y de esto se basan para su decisión de

compra, es por este motivo que debe ser de gran importancia ofrecer la mejor calidad a la hora de elegir los insumos y darles la mejor preparación para satisfacer los gustos al cliente, así como darle una amplia variedad en salsas o aderezos que complementen el sabor de lo que consumen, con esto no solo se da una satisfacción sino además un factor diferenciador.

Por otro lado, la crisis que se está viviendo actualmente en el mundo, por el Covid-19, ha puesto en riesgo la industria gastronómica, incluyendo el segmento de las comidas rápidas y Colombia no ha sido la excepción, por esta razón se ha decidido operar por medio de domicilios, que, aunque no representan el porcentaje de ventas que normalmente se esperaría, si permite a los restaurantes obtener ingresos que permitan continuar rentabilizando la empresa. Es necesario entonces, tomar esta situación y afrontarla como una oportunidad para innovar y desarrollar estrategias que reinventan completamente el mercadeo de las comidas rápidas. Sin embargo, iniciar un nuevo proyecto en época de pandemia puede ser un reto aun mayor, pues se tienen mayores riesgos de inversión.

El sector papi cultor, refleja perspectivas de crecimiento, pues cada vez se tiene más hectáreas de cosechas a nivel nacional, así mismo se percibe que los colombianos, cada vez tiene más en cuenta este tubérculo para incluirlo en sus comidas. Además, es de vital importancia resaltar los esfuerzos que Fedepapa ha impuesto para que este gremio siga creciendo, no solo con iniciativas junto con el gobierno quienes incentivan el consumo de este, sino que, además, trabaja para buscar garantías legales que beneficien al sector y a todos los actores que participan directa o indirectamente y se ven beneficiados del mismo.

3. Información General del Negocio

3.1 Propósito del Plan de Negocios

Nuestro propósito es posicionar la nueva marca en un mercado altamente competitivo, con expectativas de crecimiento económico que brinde estabilidad y rentabilidad a mediano plazo.

3.2 Información General de la Futura Empresa

Chip Addict, será una empresa dedicada a la producción y venta de papas fritas (cortadas en bastones) ofrecidas con diferentes opciones “combos”, los cuales son:

- Personal: Papas fritas empacadas en conos de papel.
- Original: Papas fritas con salchicha
- Ranchero: Papas fritas con chorizo.
- Bacon: Papas fritas con tocineta.
- Bombón: Papas fritas con bombón de pollo.
- Cheddar: Papas fritas con queso cheddar
- Familiar: papas fritas con salchicha, chorizo, tocineta, bombón de pollo y queso cheddar.

Se espera, el cliente tenga la posibilidad de acompañar sus papas con productos de la marca Postobon, así mismo, se tendrá a disposición de cliente, las diferentes opciones de salsas tradicionales.

La empresa estará ubicada en el centro comercial Florida (etapa 2), en el barrio Robledo, al noroccidente de la ciudad de Medellín, buscando ser una excelente opción

para aquellos que visitan el centro comercial, así como quienes laboran en el o alrededor del mismo, buscando una opción rápida y deliciosa.

3.3 Historia y antecedentes del Proyecto y/o la Empresa.

Chip Adicct, nace en el año 2018 como una idea de clase, en la que dos compañeros de clase buscaban incursionar en el mercado, con un producto innovador que fuese especial en el mercado. Ambos, compartían el gusto por la comida, por lo que se vieron interesados en el mercado de las comidas rápidas, luego de pensar muchas posibilidades, se fijaron en el producto que más pedían, las papas fritas. Luego de visitar varios lugares de la ciudad de Medellín, encontraron que las papas fritas estaban teniendo una gran acogida en la ciudad, sin embargo, no encontraban un factor que pudiera diferenciarlos en el mercado, hasta que descubrieron que este modelo de negocio no estaba presente en los centros comerciales de gran tamaño en la ciudad. Gracias a esta apreciación, dos compañeros emprenden la investigación y coinciden en que es un proyecto diferente y que puede ser grande. Con el paso del tiempo, el proyecto pasa a un segundo plano, pues ambos trabajaban y estudiaban, por lo que no contaban con mucho tiempo.

Para inicios del 2020, pensando en la graduación, concuerdan en iniciar el proyecto que alguna vez se había soñado en clase e incluyen a una amiga quien complementa el equipo. Luego de hacer varios análisis, encontraron que es un proyecto el cual tiene futuro y es rentable, con lo que se espera obtener grandes ganancias.

3.4 Misión de la futura Empresa.

Ofrecer un producto que brinde satisfacción a los clientes finales, con el fin de ser reconocidos para el año 2023 como un referente en la ciudad de Medellín en comidas rápidas, especialista en papas fritas.

3.5 Describa los objetivos a corto, mediano y largo plazo

Corto plazo

- Materializar el plan de negocio y formalizarlo dentro del contexto legal y técnico.

Mediano plazo

- Alcanzar el punto de equilibrio en las ventas y un crecimiento sostenible

Largo plazo

- Crecer en la ciudad de Medellín como un referente de las comidas rápidas, especialistas en papa, con presencia en dos de los centros comerciales de gran superficie.
- Dinamizar la oferta de productos, innovando constantemente.
- Tener domicilios propios, que abarquen toda el área metropolitana, sin tener limitaciones geográficas dentro de la misma.

3.6 Relación de los Bienes o Servicios

La marca otorgará al cliente la opción de elegir entre 8 “combos” que contendrán diferentes acompañantes al producto principal que son las papas fritas. Estos, están compuestos de la siguiente manera:

- Personal: 128 gramos de papas fritas empacadas en conos de papel.

- Original: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de salchicha.
- Ranchero: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de chorizo.
- Bacont: 180 gramos de papas fritas con 60 gramos de tocineta.
- Bombón: 180 gramos de papas fritas con 3 piezas de bombón de pollo.
- Cheddar: 180 gramos de papas fritas con una cobertura de queso cheddar (20 gramos aproximadamente).
- Familiar: 800 gramos de papas fritas con: 50 gramos de salchicha y 50 gramos de chorizo, 60 gramos de tocineta, 4 piezas de bombón de pollo y aproximadamente 80 gramos de queso cheddar.

Cabe aclarar que el cliente, luego de recibir el producto, tiene variedad de opciones en salsas para adicionar al producto, así como condimentos como sal, paprika o pimienta.

Respecto a los servicios, es importante resaltar que la empresa inicialmente no prestará servicio de domicilios, únicamente atenderá la demanda en el punto de venta. La marca, tendrá disponible debidas de la marca Postobón.

3.7 Ventaja Competitiva del Negocio

Es el único negocio de comidas rápidas que ofrece este tipo producto (papas fritas acompañadas de otros ingredientes) ubicado en el centro comercial florida, en el barrio Robledo, al noroccidente de la ciudad de Medellín.

3.8 Justificación del Negocio

Es una realidad que el comportamiento de los consumidores colombianos para comer fuera de casa depende de algunos factores independientes y de otros dependientes como lo son la economía y los indicadores macroeconómicos del país, quienes reflejan la situación de las personas y sus prioridades a la hora de destinar sus recursos económicos, donde pueden priorizar el suplir necesidades básicas. Y es que, aunque el producto que se espera comercializar hace parte de las necesidades principales por satisfacer de las personas, estos cuentan con otras opciones que remplazan nuestro producto, con lo que puede ser desde alimentos hechos en casa, hasta otro tipo de ofertas que pueden encontrarse en el mismo centro comercial, pues allí se encuentra una alta variedad para los comensales.

Es necesario tener presente que en el mercado tiene presencia de muchos negocios que ofrecen el mismo producto de papas fritas con diferentes acompañantes, sin embargo, para este proyecto se plantea unir la variable plaza y la variable precio, pues se pretende ofrecer en un centro comercial de gran magnitud un producto de precio bajo que normalmente se encuentra en las periferias de la ciudad, con lo que se considera, será una oferta que atraerá un alto público para la marca. Así mismo, se considera que al estar ubicado (el centro comercial) en un sector socio económico medio, no tiene alta relevancia el utilizar precios bajos como podría ocurrir en lugares de alto prestigio.

Entendemos que es un proyecto muy atractivo en el mercado de la ciudad de Medellín, esto debido a que se percibe el crecimiento de este tipo de negocio en los últimos años, lo que refleja la acogida de los consumidores quienes constantemente

están conociendo nuevas marcas. Por ello, encontramos que el centro comercial Florida tiene un alto potencial al no contar con competidores directos en el espacio.

3.9 Sector y actividad al que pertenece y se dedicara la Empresa

La futura empresa pertenecerá al sector secundario (de alimentos), siendo una microempresa local, la cual se encuentra exclusivamente en la ciudad de Medellín, siendo una sociedad colectiva.

La clasificación del DANE para el producto es el siguiente:

Imagen #3

Información de la subclase

Sección:	2 PRODUCTOS ALIMENTICIOS, BEBIDAS Y TABACO; TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR Y PRODUCTOS DE CUERO
División	21 CARNE, PESCADO, FRUTAS, HORTALIZAS, ACEITES Y GRASAS
Grupo:	213 Preparaciones y conservas de hortalizas, legumbres, tubérculos y papas
Clase:	2139 Hortalizas, legumbres, tubérculos y papas preparadas y conservadas de otra forma
Subclase:	21391
Producto/Servicio:	Platos y comidas preparados a base de hortalizas, legumbres, tubérculos y papas
UD:	
Homologación con otras clasificaciones	
CIU 4.0 A.C.:	1084
Sist Armonizado 2007:	2004.90
CPC 1.0 A.C.	21392*
CPC 1.1 INT	
Notas explicativas	
Esta subclase incluye:- Los Platos y comidas preparadas (es decir, preparados, sazonados y cocidos), con verduras, legumbres o papas como ingrediente principal.	
No se encontraron productos/servicios relacionados en esta subclase	

Cerrar

Fuente: tomado de *Dane*, 2020. http://frmweb.dane.gov.co:8001/CPCV2-ViewController-context-root/faces/producto.jspx?_afWindowMode=0&Adf-Window-Id=w1&_afLoop=90094475056560&_adf.ctrl-state=182nocsmrx_11&_afRedirect=90094727744560

3.10 Localización Geográfica de la Empresa

El proyecto estará ubicado en el Centro Comercial Florida al noroccidente de la ciudad de Medellín, en el barrio Robledo, su dirección es carrera 71 numero 65 b150 Antioquia Medellín.

El centro comercial estará construido para el año 2022 y tendrá un área más de 180.000 M², el lugar fue seleccionado ya que tiene un mercado potencial alto, pues en el área de influencia hay más de 770.000, de los cuales el 44% pertenecen al estrato 3 (para el área de influencia de 3 km), además ha sido un centro comercial (en su primera etapa) con una gran acogida por el público y grandes marcas de referencia. El centro comercial contará con más de 500 locales y otros espacios comerciales, por lo que tendrá mayor atractivo para atraer más visitantes. Para la primera etapa, el centro comercial en los últimos 3 años ha recibido un promedio de 717.078 visitantes al mes. Alrededor de la zona, circulan alrededor de 106.000 vehículos diarios, además de múltiples accesos como son la Carrera 65, la transversal 78, la transversal 73, puente Barranquilla y Madre Laura; Así mismo cuenta con una buena red de transporte público, con más de 20 rutas de buses (cerca de 4.000 buses circulan diariamente) además de los buses integrados del metro, también, contará con más de 2.000 parqueaderos para autos y 2.800 para motos, con lo que se espera, abarcará barrios en el área de influencia como lo son, Robledo, Laureles, Estadio, Doce de octubre, Aranjuez, La candelaria, Castilla, Santa cruz, Manrique y Villa hermosa.

El centro comercial, tiene varias instituciones del área de influencia, como lo es: Hospital Pablo Tobón Uribe, Clínica UPB, Clínica Cardiovascular, IPS Sura, Escuela de ciencias UPB, Institución universitaria Pascual Bravo, Universidad de Antioquia (sede Robledo), ITM, (Facultad de minas) Universidad Nacional, Tecnológico de Antioquia,

Institución Universitaria Esumer, Además de Colegios, planta de empaque Alquería, Femsas Coca-Cola, Secretaría de Tránsito, Fiscalía, Terminal de Norte, entre otros.

Así mismo, se tienen pocos comercios cercanos (competidores) que afecten el tráfico del centro comercial, algunos de ellos son: Camino Real, San Diego, Unicentro y Zona Huevo. Finalmente, se identifica que en ningún otro centro comercial de la zona cuenta con un producto similar, por lo que se hace más atractivo incursionar en esta plaza.

4. Análisis del Mercado

4.1 Descripción del producto o servicio

La marca otorgará al cliente la opción de elegir entre 7 “combos” que contendrán diferentes acompañantes al producto principal que son las papas fritas. Estos, están compuestos de la siguiente manera:

- Personal: 128 gramos de papas fritas empacadas en conos de papel.
- Original: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de salchicha.
- Ranchero: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de chorizo.
- Bacon: 180 gramos de papas fritas con 60 gramos de tocineta.
- Bombón: 180 gramos de papas fritas con 3 piezas de Bombón de pollo.
- Cheddar: 180 gramos de papas fritas con una cobertura de queso cheddar (20 gramos aproximadamente).

- Familiar: 800 gramos de papas fritas con: 50 gramos de salchicha y 50 gramos de chorizo, 60 gramos de tocineta, 4 piezas de bombón de pollo y aproximadamente 80 gramos de queso cheddar.

Cabe aclarar que el cliente, luego de recibir el producto, tiene variedad de opciones en salsas para adicionar al producto. Respecto a los servicios, es importante resaltar que la empresa inicialmente no prestará servicio de domicilios, únicamente atenderá la demanda en el punto de venta. La marca, tendrá disponible debidas de la marca Postobón.

4.1.1 Usos

El producto ofrecido está pensado para la alimentación de los consumidores, con enfoque a comidas rápidas, especialistas en papas fritas.

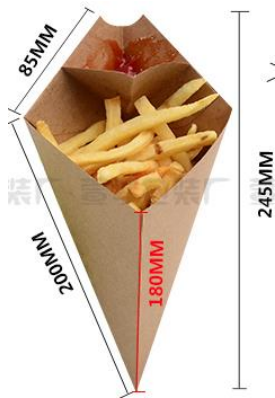
4.1.2 Usuarios

Hombres y mujeres, niños, jóvenes y adultos, entre los 12 y 35 años de edad, que residen en el nororiente y noroccidente de Medellín, de cualquier estrato socio-económico, personas que buscan calmar un antojo de papas fritas, que disfruten de visitar el centro comercial y recorrer cada uno de sus espacios acompañados de nuestras papas fritas.

4.1.3 Presentación

Cuando un cliente se acerca al punto de venta, este tendrá en frente dos pantallas, donde se mostrará imágenes de los productos ofrecidos por la marca, así mismo encontrará imágenes de los diferentes combos, con sus precios. Cuando el cliente hace su solicitud, esta pasa a cocina y pocos minutos es entregada la orden. Cada combo será entregado en la siguiente presentación:

Imagen #4



Fuente: Aliexpress

- Personal: 128 gramos de papas fritas.
- Original: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de salchicha.
- Ranchero: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de chorizo empacados en cajas de cartón.
- Bacon: 180 gramos de papas fritas con 60 gramos de tocineta.
- Bombón: 180 gramos de papas fritas con 3 piezas de bombón de pollo.

Imagen #5



Fuente: Aliexpress

- Cheddar: 180 gramos de papas fritas con una cobertura de queso cheddar (20 gramos aproximadamente).

Imagen #6



Fuente: Aliexpress

- Familiar: 800 gramos de papas fritas con: 50 gramos de salchicha y 50 gramos de chorizo, 60 gramos de tocineta, 4 piezas de Bombón de pollo y aproximadamente 80 gramos de queso cheddar.

Nota: Todos los empaques estarán marcados con el logo de la marca.

4.1.4 Composición

La marca otorgará al cliente la opción de elegir entre 7 “combos” que contendrán diferentes acompañantes al producto principal que son las papas fritas. Estos, están compuestos de la siguiente manera:

- Personal: 128 gramos de papas fritas empacadas en conos de papel.
- Original: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de salchicha.
- Ranchero: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de chorizo.
- Bacon: 180 gramos de papas fritas con 60 gramos de tocineta.
- Bombón: 180 gramos de papas fritas con 4 piezas de bombón de pollo.
- Cheddar: 180 gramos de papas fritas con una cobertura de queso cheddar (20 gramos aproximadamente).
- Familiar: 800 gramos de papas fritas con: 50 gramos de salchicha y 50 gramos de chorizo, 60 gramos de tocineta, 4 piezas de bombón de pollo y aproximadamente 80 gramos de queso cheddar.

Cabe aclarar que el cliente, luego de recibir el producto, tiene variedad de opciones en salsas para adicionar al producto. Respecto a los servicios, es importante resaltar que la empresa inicialmente no prestará servicio de domicilios, únicamente atenderá la demanda en el punto de venta. La marca, tendrá disponible debidas de la marca Postobón.

4.1.5 Características físicas

Las papas serán ofrecidas al público en corte de bastones, son fritas y el consumidor tiene la posibilidad de elegir diferentes acompañantes, entre los que se encuentran los siguientes combos:

- Personal: 128 gramos de papas fritas empacadas en conos de papel.
- Original: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de salchicha.

- Ranchero: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de chorizo.
- Bacon: 180 gramos de papas fritas con 60 gramos de tocineta.
- Bombón: 180 gramos de papas fritas con 4 piezas de Bombón de pollo.
- Cheddar: 180 gramos de papas fritas con una cobertura de queso cheddar (20 gramos aproximadamente).
- Familiar: 800 gramos de papas fritas con: 50 gramos de salchicha y 50 gramos de chorizo, 60 gramos de tocineta, 4 piezas de bombón de pollo y aproximadamente 80 gramos de queso cheddar.

4.1.6 Sustitutos

Como sustitutos, se tienen todos los tipos de restaurantes, así como las comidas rápidas en general, como, por ejemplo: restaurantes italianos, chinos, colombianos, y algunos especialistas como son de nachos, de arepas rellenas, pizza, hamburguesas, perros calientes, pollo frito, etc. De igual manera, algunos otros alimentos utilizados como snacks, ya sean helados o cafés. Algunas marcas que estarán presentes en el futuro centro comercial son:

- Dunkin Donuts
- Santa Leña
- Los Verde
- Mimos
- Delicias Y Café
- Mitos
- Burguer King
- KFC
- Pizza Doble Pizza
- Mac Donald's
- Frisby
- Sándwich Cubano
- Café Oma
- La Brasa Roja
- Barrita Burrito

- Perú Mix
- Crepetto
- Asia Wok
- Al Carbón
- Montolivo
- Picadillas
- Rapidogs
- Fogón Y Leña
- Hernán Patacón
- Reverendo Pollo
- La Choripolleria
- Tacohouse
- Sushimarket
- Chef Burguer
- Sarkujapan
- Firehouse
- Pizza Hut
- Urban Pizza
- Arepas Venezolanas
- Popsy
- Sodas Micheladas
- Dogger
- Jalisco Tacos Y Amigos
- Fries Papa Lovers

4.1.7 Complementarios

- Bebidas gaseosas: Productos marca Postobón
- Salsas: (A disposición del cliente) tomate, rosada, piña, mayonesa, bbq, tártara, guacamole, mostaza, maracuyá, ají.

4.2 Demanda

Para este proyecto, se consultó con un experto, quien trabajó directamente en una empresa dedicada a la misma actividad y el mismo producto, quien identificó los principales productos que más demanda tenían, identificando cada uno de los combos

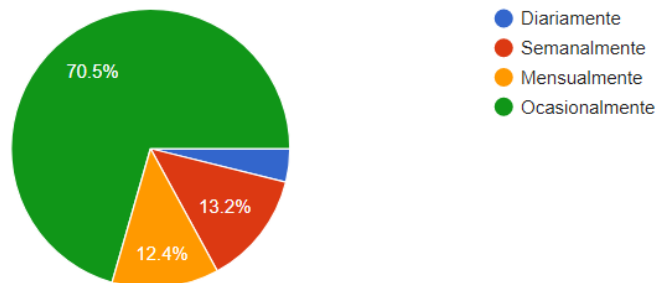
que se esperan tener con un porcentaje relacionado con la demanda que en la otra empresa identificaba.

Así mismo, para complementar esta información, se realizó una encuesta con la que se buscaba complementar los datos obtenidos por el experto, con ello se identificó la asistencia del público objetivo al centro comercial, así como sus preferencias en tipos de comidas y reacción al producto el cual se espera ofertar. Los resultados fueron los siguientes:

Imagen #7

1. ¿Con que frecuencia visita el centro comercial Florida?

129 respuestas

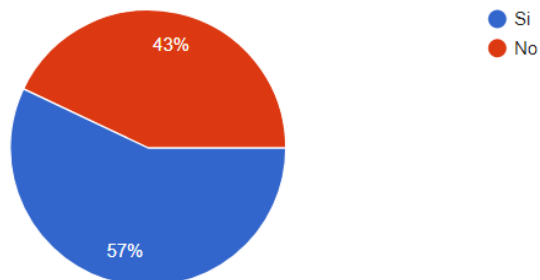


Fuente: Cortes, Gomez, Guanume,2020. *Encuesta consumo de alimentos*.
<https://forms.gle/9txRqZHLMjLacxYj6>

Imagen #8

2. ¿Frecuenta los restaurantes del Centro Comercial Florida?

128 respuestas

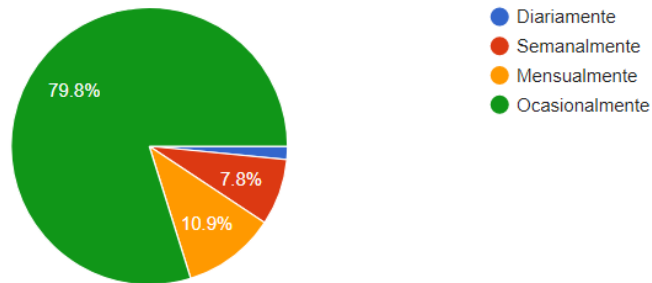


Fuente: Cortes, Gomez, Guanume,2020. *Encuesta consumo de alimentos*.
<https://forms.gle/9txRqZHLMjLacxYj6>

Imagen #9

3. ¿Con que frecuencia consume en los restaurantes del Centro Comercial Florida?

129 respuestas

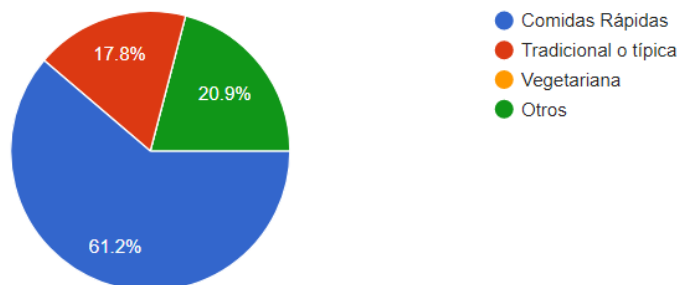


Fuente: Cortes, Gomez, Guanume,2020. *Encuesta consumo de alimentos.*
<https://forms.gle/9txRqZHLMjLacxYj6>

Imagen #10

4. ¿Qué tipos de menú son de su preferencia en el Centro Comercial?

129 respuestas

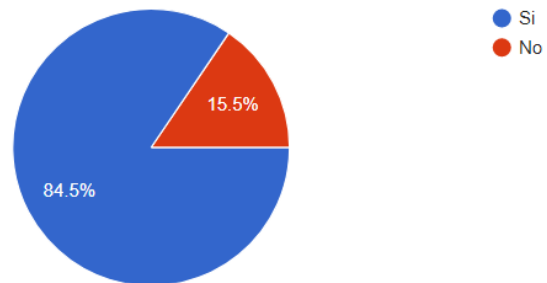


Fuente: Cortes, Gomez, Guanume,2020. *Encuesta consumo de alimentos.*
<https://forms.gle/9txRqZHLMjLacxYj6>

Imagen #11

5. ¿Busca economía en los servicios ofrecidos por los restaurantes?

129 respuestas

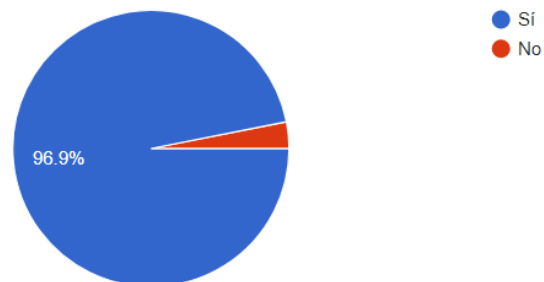


Fuente: Cortes, Gomez, Guanume,2020. *Encuesta consumo de alimentos.*
<https://forms.gle/9txRqZHLMjLacxYj6>

Imagen #12

6. ¿Busca que sus alimentos estén listos con rapidez?

129 respuestas

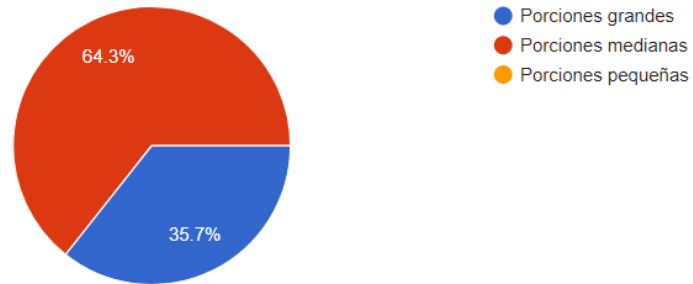


Fuente: Cortes, Gomez, Guanume,2020. *Encuesta consumo de alimentos.*
<https://forms.gle/9txRqZHLMjLacxYj6>

Imagen #13

7. A la hora de comer, usted prefiere:

129 respuestas

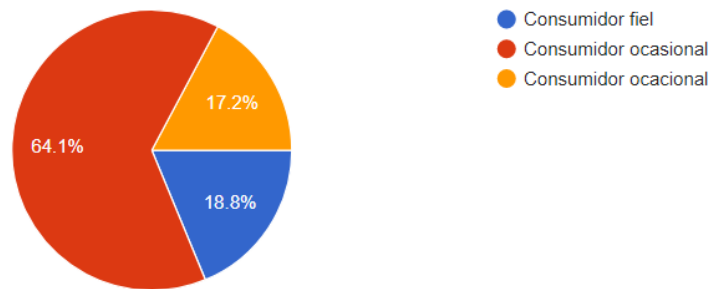


Fuente: Cortes, Gomez, Guanume,2020. *Encuesta consumo de alimentos*.
<https://forms.gle/9txRqZHLMjLacxYj6>

Imagen #14

8. Considera, que usted es:

128 respuestas

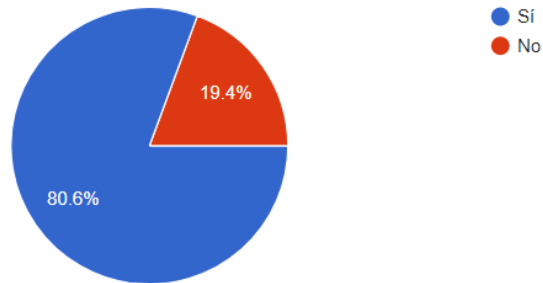


Fuente: Cortes, Gomez, Guanume,2020. *Encuesta consumo de alimentos*.
<https://forms.gle/9txRqZHLMjLacxYj6>

Imagen #15

9. ¿Le gusta probar nuevos platos o sabores cada vez que visita un restaurante?

129 respuestas

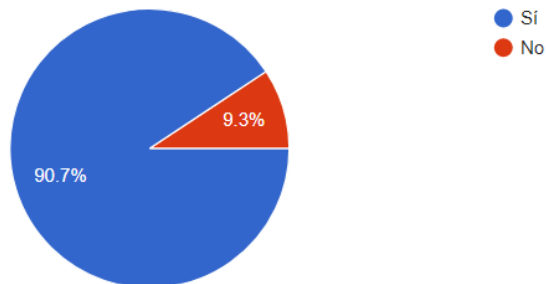


Fuente: Cortes, Gomez, Guanume,2020. *Encuesta consumo de alimentos*.
<https://forms.gle/9txRqZHLMjLacxYj6>

Imagen #16

10. Si se abriera un local de comida rápida, especialista en papas fritas.¿Le gustaría consumir este tipo de comida en el centro comercial Florida?

129 respuestas



Fuente: Cortes, Gomez, Guanume,2020. *Encuesta consumo de alimentos*.
<https://forms.gle/9txRqZHLMjLacxYj6>

4.2.1 Comportamiento histórico

Según las investigaciones que se han realizado en el comportamiento del consumo de las comidas rápidas, la comida rápida en Colombia ha venido siendo tendencia, gradualmente

año tras año el consumo de esta en los colombianos viene subiendo lo cual brinda un panorama favorable para nuestra empresa y una buena oportunidad en este mercado.

Según un esquema que se ha venido presentando las comidas rápidas han venido creciendo de manera acelerada sin importar el freno que tiene la economía, estos negocios gracias a sus innovaciones han tenido una buena acogida.

En Colombia hace más de 20 años cambio la forma de los ciudadanos de visitar los centros comerciales, ya no es como antes que solo se iba a visitar las vitrinas de los mismos, ahora también es muy atractivo para los clientes tener una buena cantidad de alternativas para comer, según la oferta de las plazoletas de comidas que pueden encontrar en los mismos.

La gran acogida de las personas por encontrar nuevos espacios de diversión para reunirse con las familias y descansar, llamo mucho la atención de las nuevas marcas para ofrecer productos atractivos en sus comidas.

Gracias a este crecimiento las personas también ven como alternativa comer en los centros comerciales la hora de su almuerzo, los cuales estén cerca de sus trabajos.

Estudios han demostrado que la mayor parte de los colombianos les gusta comer en sus casas, pero estas tendencias los llevan a encontrar nuevos espacios para disfrutar sus almuerzos y tener un momento de descanso.

Lo interesante del asunto es que las comidas rápidas toman un gran lugar frente a lo típico en el consumo de los colombianos, es decir ya no son tan tradicionalista como antes.

.

El precio promedio que los colombianos gastan en estos productos es de 10.200 pesos, esto se pudo evidenciar más en ciudades como Cali, Bogotá y Medellín.

Se proyecta que este crecimiento positivo se siga evidenciando cada vez más y que los restaurantes de comidas rápidas cada vez innoven sus menús con productos completamente atractivos para sus consumidores.

Basada en el texto de la revista *Dinero*, 2020. Fuente: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-es-el-mercado-de-comida-rapida-en-colombia/240021>

4.2.2 Situación actual

La demanda crece en el sector de comidas rápidas en Colombia. Uno de los factores es la falta de tiempo que lleva a muchas familias a pedir domicilios, otro es el mayor crecimiento de la economía con tasas cercanas al 5 por ciento, el tamaño de la población -Colombia es el segundo país de Suramérica después de Brasil con mayor número de habitantes- y otro factor es el mejoramiento del ingreso. Así mientras la gente sienta que su ingreso disponible es más alto está más dispuesta a comer fuera de la casa (Semana, s/f).

Lo interesante es que la elección del menú al comer fuera de casa se concentra en el sector de comidas rápidas, al mostrar que 51% de los latinoamericanos así lo prefiere; mientras Colombia abandera esta cifra con 53%.

los hogares colombianos gastaron en comidas fuera del hogar 21,8 billones de pesos, un 17 por ciento más que el año anterior. De ese total, 3,6 billones corresponden a restaurantes de comida rápida, de acuerdo con la firma de consultoría de mercados

Radar. Es decir que la demanda en este sector cada vez es más alta. Por lo pronto, los consumidores colombianos están pendientes de las nuevas opciones que les pueda ofrecer un negocio de comidas rápidas que cada vez se pone más apetitoso y competitivo.

En Medellín, específicamente, hay sectores posicionados como corredores gastronómicos, como por ejemplo desde Provenza hasta Manila; Envigado con la ‘Calle de la Buena Mesa; Mercados del Río, que posicionó al sector de Barrio Colombia, Llanogrande, en el Oriente antioqueño, y Mercados del Tranvía, en el barrio Buenos Aires. “Los próximos destinos son Guatapé o Jardín para llegar con la oferta gastronómica a lugares más allá del valle de Aburrá” (El tiempo, 2017). Con la apertura de nuevos restaurantes y la realización de grandes eventos se mueve la economía. Antes las personas en la ciudad tenían como opción cinco marcas de restaurantes y ahora tienen más de 100 opciones.

4.2.3 Situación futura

La demanda de comidas rápidas cada vez crece más y los consumidores se vuelven más exigentes al buscar opciones diferentes que satisfagan sus necesidades. Se puede decir que entre más evoluciona este sector, las personas requieren de productos que no sean muy dañinos para la salud, debido a las nuevas tendencias fitness y de alimentación saludable. Es así como la demanda se inclina a un concepto gourmet, bastante apreciado por los foodies o amantes de la comida, y que destaca aquellas preparaciones elaboradas con ingredientes exquisitamente seleccionados, con exhaustivos cuidados de higiene y de gran calidad y refinamiento (Dinero, 2016).

También alimentación fitness, especialmente para personas jóvenes, como los milenials, quienes van más allá de las papas a la francesa, de la hamburguesa y el perro convencionales, y los exigen con menos grasa y carbohidratos, acompañados con verduras y hasta frutas; a la vez que esperan excelentes alternativas de ensaladas y wraps

Es así como los restaurantes de comidas rápidas, deben adaptarse a las necesidades del consumidor y a las tendencias futuras del sector mencionadas anteriormente.

4.3 Oferta

Se pretende medir la oferta guiada por la capacidad de producción. La freidora, que es la herramienta para transformar el insumo base de todos los combos ofertados, tiene una capacidad máxima de producción de freír 82.364 Kg de papas en el año, utilizando el promedio de papas utilizados en los siete combos que se esperan ofrecer, se tienen 261 gramos, por lo que se prevé que se producirán 315.570 en el año. sin embargo, para iniciar este proyecto, se espera manejar la capacidad de producción a un 12,57%, ósea 39.696 anual y un total en la producción 3.308 mensual.

4.3.1 Comportamiento histórico

El sector de comidas rápidas cada vez tiene una mayor oferta, en las 4 últimas décadas, se logran evidenciar cantidad de establecimientos de comidas rápidas en las calles y una mayor variedad de tipos de comidas. Usualmente los restaurantes de

comidas rápidas se han montado el esquema de franquicia, donde se posiciona una marca en el mercado y crece a nivel nacional y en muchas ocasiones a nivel mundial.

En 1920 nacen los primeros establecimientos de venta de hamburguesas en los Estados Unidos, y tan solo hasta 1937, los hermanos Dick y Mac crearon la producción en cadena el cual le permitía atender a sus clientes en poco tiempo. En este entonces quienes frecuentaban estos establecimientos eran trabajadores no cualificados y bajos salarios. En pleno siglo XX fue cuando los hermanos McDonald, crearon la franquicia de hamburguesas, que ahora se conoce alrededor del mundo y surgieron franquicias parecidas como Taco Bell, Tex Mix entre otras (Ossa, 2018).

En Colombia Según Fenalco, el año 2006 y 2007 fueron muy importantes para este sector, aunque se hubieran presentado bajones en sus ventas, se vio un fuerte crecimiento de la oferta, con el ingreso de multinacionales a través de inversión directa o el registro de grandes franquicias al país como: la adquisición de Wimpy Colombia por Presto. La mexicana Alsea compro la franquicia Domino's Pizza y también adquirió la franquicia de Burger King otra vez para el país, un grupo centro americano adquirió Pizza Hut y el Corral compro helados La Campiña. A esto se le suma la entrada de nuevas franquicias multinacionales como: Taco Bell, Subway, entre otros.

Por otro lado, la oferta se expande a grandes cadenas de restaurantes de comida a nivel nacional que han llegado a conquistar mercados internacionales. Estos establecimientos los encontramos en la mayoría de los centros comerciales y en zonas destacadas de las ciudades. La gran mayoría de estos establecimientos son montados por jóvenes emprendedores con productos de excelente calidad y presentación al cliente y buenos precios.

4.3.2 Situación actual: Oferta

La competencia por el mercado de comidas rápidas está como para alquilar balcón y las exitosas cadenas nacionales compiten de tú a tú con poderosas franquicias internacionales. Es un sector en donde cada vez se encuentra mayor oferta

Aprovechando este boom, en los últimos años se han establecido nuevas cadenas internacionales, la mayoría de ellas provenientes de Estados Unidos. Otras están mirando con interés la manera de establecerse en el país a través de franquicias o buscando un socio local.

Y es que en menos de dos décadas se ha producido una revolución en este sector que les ha hecho 'abrir el apetito' a los colombianos. En 1995 existían en Colombia apenas diez cadenas de comida rápida posicionadas, pero con la llegada de la multinacional McDonald's el panorama comenzó a cambiar a un ritmo frenético. Actualmente están Pizza Hut, Dominos Pizza, Kentucky Fried Chicken (KFC), Burger King, Subway, Wendy's, Taco Bell, Papa John's, entre otras (Semana, s/f).

Los jugadores locales no se han dejado arrinconar y pelean de tú a tú con los extranjeros. Ese es el caso de Hamburguesas El Corral que está en un cabeza a cabeza con McDonald's en la apertura de establecimientos y en ventas. El Corral no solo está en Colombia, sino que a través del mecanismo de franquicias tiene locales en Chile, Ecuador y Panamá. Lo mismo sucede con Kokoriko que llegó hace varios años a Miami, y Crepes & Waffles que está presente en Perú, Ecuador Panamá, México y España. Es evidente que la oferta de comidas rápidas es cada vez más grande, y los negocios deben centrar sus esfuerzos en la innovación y satisfacción del cliente, con el fin de resaltar en este sector de alta competitividad (Semana, s/f).

4.3.3 Situación futura: Oferta

Los expertos consideran que este sector es de los más innovadores y cuenta con un gran potencial de crecimiento, por tal motivo la oferta crecerá cada vez más. El gran éxito de este sector se basa en la flexibilidad de cada modelo de restaurante y concepto para satisfacer las y preferencias y necesidades de los clientes. Quien liderara este grupo de establecimientos es quien tenga la mayor capacidad de innovación para la oferta gastronómica, con la creación de nuevos productos y conceptos de restaurantes.

Las marcas más fuertes, están conscientes que la oferta en el sector de comidas rápidas tiende a crecer cada vez más, por lo que deben crear novedosas estrategias, de expandir sus menús con la introducción de alguna receta que se ajuste a las tendencias, de sorprender a los clientes con locales más modernos, con una atención más eficiente y hasta con un sistema de pedidos y de publicidad que incluye los nuevos canales o medios de comunicación, como las redes sociales, con el fin de satisfacer las exigentes necesidades de los consumidores y lograr mantenerse posicionados en un mercado tan cambiante (Dinero, 2016).

4.4 Precio

El precio asignado para cada producto, parte de base de los costos y tiene un porcentaje sobre este valor, con lo que se identificó el precio al público. Específicamente quedaron de la siguiente manera:

Personal	\$ 5.295
Original	\$ 7.053
Ranchero	\$ 7.093
Bacon	\$ 9.024
Bombón	\$ 9.292
Cheddar	\$ 6.304
Familiar	\$ 24.242

4.4.1 Análisis histórico y actual de precios

El negocio de los combos (papas con adiciones) toma su inicio en el municipio de Envigado con un local llamado la bombonera, en este establecimiento que cuenta con 16 años de antigüedad, allí se dio a conocer este tipo de comida y donde cogió más fuerza en ese momento cada producto tenía un valor de 4000 mil pesos por combo.

Con el pasar del tiempo ya estos negocios se implementaron en varios sectores de la ciudad con el nombre de mandingas, en dichos negocios se han implementado los mismos precios y con el pasar de los años no se ha incrementado considerablemente estos valores. En la actualidad los precios que se manejan en los negocios más conocidos son de 9.000 y de 10.000 Estos rangos de precios se mantienen en los negocios que ofertan este tipo de comidas en la ciudad.

Se debe también contemplar en este punto las variaciones que ha presentado en los últimos tres años los precios del insumo más importante para la producción de nuestros productos el cual es la papa, a continuación, se mostrara la variación que ha presentado recientemente.

Tabla #1

Departamento	Variedad	Año	Mes	Semana	Precio KG
Antioquia	Papa Capira	2018	enero	1	\$ 1.372
Antioquia	Papa Capira	2018	enero	2	\$ 1.467
Antioquia	Papa Capira	2018	enero	3	\$ 1.248
Antioquia	Papa Capira	2018	enero	4	\$ 1.363
Antioquia	Papa Capira	2018	enero	5	\$ 1.401
Antioquia	Papa Capira	2018	febrero	6	\$ 1.391
Antioquia	Papa Capira	2018	febrero	7	\$ 1.490
Antioquia	Papa Capira	2018	febrero	8	\$ 1.455

Antioquia	Papa Capira	2018	febrero	9	\$ 1.362
Antioquia	Papa Capira	2018	marzo	10	\$ 1.330
Antioquia	Papa Capira	2018	marzo	11	\$ 1.293
Antioquia	Papa Capira	2018	marzo	12	\$ 1.282
Antioquia	Papa Capira	2018	marzo	13	\$ 1.268
Antioquia	Papa Capira	2018	abril	14	\$ 1.332
Antioquia	Papa Capira	2018	abril	15	\$ 1.209
Antioquia	Papa Capira	2018	abril	16	\$ 1.062
Antioquia	Papa Capira	2018	abril	17	\$ 945
Antioquia	Papa Capira	2018	abril	18	\$ 900

Antioquia	Papa Capira	2018	mayo	19	\$ 963
Antioquia	Papa Capira	2018	mayo	20	\$ 962
Antioquia	Papa Capira	2018	mayo	21	\$ 770
Antioquia	Papa Capira	2018	mayo	22	\$ 884
Antioquia	Papa Capira	2018	junio	23	\$ 858
Antioquia	Papa Capira	2018	junio	24	\$ 822
Antioquia	Papa Capira	2018	junio	25	\$ 754
Antioquia	Papa Capira	2018	junio	26	\$ 747
Antioquia	Papa Capira	2018	julio	27	\$ 750
Antioquia	Papa Capira	2018	julio	28	\$ 779

Antioquia	Papa Capira	2018	julio	29	\$ 722
Antioquia	Papa Capira	2018	julio	30	\$ 715
Antioquia	Papa Capira	2018	agosto	31	\$ 718
Antioquia	Papa Capira	2018	agosto	32	\$ 779
Antioquia	Papa Capira	2018	agosto	33	\$ 735
Antioquia	Papa Capira	2018	agosto	34	\$ 720
Antioquia	Papa Capira	2018	septiembre	35	\$ 756
Antioquia	Papa Capira	2018	septiembre	36	\$ 810
Antioquia	Papa Capira	2018	septiembre	37	\$ 882
Antioquia	Papa Capira	2018	septiembre	38	\$ 860

Antioquia	Papa Capira	2018	septiembre	39	\$ 868
Antioquia	Papa Capira	2018	octubre	40	\$ 904
Antioquia	Papa Capira	2018	octubre	41	\$ 953
Antioquia	Papa Capira	2018	octubre	42	\$ 1.080
Antioquia	Papa Capira	2018	octubre	43	\$ 1.005
Antioquia	Papa Capira	2018	noviembre	44	\$ 946
Antioquia	Papa Capira	2018	noviembre	45	\$ 1.060
Antioquia	Papa Capira	2018	noviembre	46	\$ 1.090
Antioquia	Papa Capira	2018	noviembre	47	\$ 995
Antioquia	Papa Capira	2018	diciembre	48	\$ 975

Antioquia	Papa Capira	2018	diciembre	49	\$ 1.078
Antioquia	Papa Capira	2018	diciembre	50	\$ 1.023
Antioquia	Papa Capira	2018	diciembre	51	\$ 960
Antioquia	Papa Capira	2018	diciembre	52	\$ 961

Fuente: <https://fedepapa.com/ano-de-boletin-antioquia/>

Tabla #2

Departamento	Variedad	Año	Mes	Semana	Precio KG
Antioquia	Papa Capira	2019	enero	1	\$ 1.164
Antioquia	Papa Capira	2019	enero	2	\$ 1.089
Antioquia	Papa Capira	2019	enero	3	\$ 984
Antioquia	Papa Capira	2019	enero	4	\$ 1.055
Antioquia	Papa Capira	2019	febrero	5	\$ 1.037
Antioquia	Papa Capira	2019	febrero	6	\$ 1.142
Antioquia	Papa Capira	2019	febrero	7	\$ 1.207
Antioquia	Papa Capira	2019	febrero	8	\$ 1.195

Antioquia	Papa Capira	2019	marzo	9	\$ 1.217
Antioquia	Papa Capira	2019	marzo	10	\$ 1.259
Antioquia	Papa Capira	2019	marzo	11	\$ 1.060
Antioquia	Papa Capira	2019	marzo	12	\$ 1.206
Antioquia	Papa Capira	2019	marzo	13	\$ 1.180
Antioquia	Papa Capira	2019	abril	14	\$ 1.468
Antioquia	Papa Capira	2019	abril	15	\$ 1.107
Antioquia	Papa Capira	2019	abril	16	\$ 1.284
Antioquia	Papa Capira	2019	abril	17	\$ 1.239
Antioquia	Papa Capira	2019	mayo	18	\$ 1.169
Antioquia	Papa Capira	2019	mayo	19	\$ 1.212
Antioquia	Papa Capira	2019	mayo	20	\$ 1.140
Antioquia	Papa Capira	2019	mayo	21	\$ 1.223
Antioquia	Papa Capira	2019	mayo	22	\$ 1.184
Antioquia	Papa Capira	2019	junio	23	\$ 1.236
Antioquia	Papa Capira	2019	junio	24	\$ 1.175
Antioquia	Papa Capira	2019	junio	25	\$ 1.221

Antioquia	Papa Capira	2019	junio	26	\$ 1.155
Antioquia	Papa Capira	2019	julio	27	\$ 1.240
Antioquia	Papa Capira	2019	julio	28	\$ 1.154
Antioquia	Papa Capira	2019	julio	29	\$ 1.061
Antioquia	Papa Capira	2019	julio	30	\$ 1.109
Antioquia	Papa Capira	2019	agosto	31	\$ 1.011
Antioquia	Papa Capira	2019	agosto	32	\$ 997
Antioquia	Papa Capira	2019	agosto	33	\$ 1.035
Antioquia	Papa Capira	2019	agosto	34	\$ 976
Antioquia	Papa Capira	2019	agosto	35	\$ 1.054
Antioquia	Papa Capira	2019	septiembre	36	\$ 1.044
Antioquia	Papa Capira	2019	septiembre	37	\$ 1.063
Antioquia	Papa Capira	2019	septiembre	38	\$ 1.039
Antioquia	Papa Capira	2019	septiembre	39	\$ 1.056
Antioquia	Papa Capira	2019	octubre	40	\$ 1.167
Antioquia	Papa Capira	2019	octubre	41	\$ 1.207
Antioquia	Papa Capira	2019	octubre	42	\$ 1.198

Antioquia	Papa Capira	2019	octubre	43	\$ 1.176
Antioquia	Papa Capira	2019	noviembre	44	\$ 1.230
Antioquia	Papa Capira	2019	noviembre	45	\$ 1.211
Antioquia	Papa Capira	2019	noviembre	46	\$ 1.126
Antioquia	Papa Capira	2019	noviembre	47	\$ 1.105
Antioquia	Papa Capira	2019	noviembre	48	\$ 1.043
Antioquia	Papa Capira	2020	diciembre	49	\$ 1.047
Antioquia	Papa Capira	2021	diciembre	50	\$ 960
Antioquia	Papa Capira	2022	diciembre	51	\$ 862
Antioquia	Papa Capira	2023	diciembre	52	\$ 892

Fuente: <https://fedepapa.com/ano-de-boletin-antioquia/>

Tabla #3

Departamento	Variedad	Año	Mes	Semana	Precio KG
Antioquia	Papa Capira	2020	enero	1	\$ 936
Antioquia	Papa Capira	2020	enero	2	\$ 939
Antioquia	Papa Capira	2020	enero	3	\$ 849
Antioquia	Papa Capira	2020	enero	4	\$ 820

Antioquia	Papa Capira	2020	febrero	5	\$ 867
Antioquia	Papa Capira	2020	febrero	6	\$ 962
Antioquia	Papa Capira	2020	febrero	7	\$ 937
Antioquia	Papa Capira	2020	febrero	8	\$ 1.039
Antioquia	Papa Capira	2020	febrero	9	\$ 1.052
Antioquia	Papa Capira	2020	marzo	10	\$ 1.108
Antioquia	Papa Capira	2020	marzo	11	\$ 1.100
Antioquia	Papa Capira	2020	marzo	12	\$ 1.104
Antioquia	Papa Capira	2020	marzo	13	\$ 1.410
Antioquia	Papa Capira	2020	abril	14	\$ 1.074
Antioquia	Papa Capira	2020	abril	15	\$ 1.089
Antioquia	Papa Capira	2020	abril	16	\$ 1.063
Antioquia	Papa Capira	2020	abril	17	\$ 1.031
Antioquia	Papa Capira	2020	mayo	18	\$ 967
Antioquia	Papa Capira	2020	mayo	19	\$ 1.019
Antioquia	Papa Capira	2020	mayo	20	\$ 1.021
Antioquia	Papa Capira	2020	mayo	21	\$ 1.046
Antioquia	Papa Capira	2020	mayo	22	\$ 1.066

Antioquia	Papa Capira	2020	junio	23	\$ 1.211
Antioquia	Papa Capira	2020	junio	24	\$ 1.197
Antioquia	Papa Capira	2020	junio	25	\$ 1.095
Antioquia	Papa Capira	2020	junio	26	\$ 996

Fuente: <https://fedepapa.com/ano-de-boletin-antioquia/>

Como se puede evidenciar en las tablas anteriores el precio del insumo principal tiene una variación constante nunca se mantiene igual, aunque es mínima, por lo tanto, en los centros comerciales estos productos ya elaborados no tienen una variación de precio y siempre se logran mantener.

4.4.2 Elasticidad- precio demanda y elasticidad-precio oferta

La elasticidad del precio no se presenta en este caso, debido que la oferta y demanda de estos productos es muy equilibrada. Negocios como estos se presentan en varios puntos de la ciudad, y el mercado es muy atractivo debido que las personas gustan de los productos por diversas razones, ya sea sabor, rapidez en el servicio, precio, entre otros. Su precio no varía frente la demanda o la oferta siempre se mantienen y es muy equivalente entre todos los negocios que se o puedan encontrar.

4.4.3 Determinación de las principales variables para la definición del precio.

Para la determinación del precio de cada producto que se espera ofrecer, se utilizó un costeo de materia prima, con base en ello, se adicionó un margen que permitió definir el precio final.

Imagen #17

COSTO DE VENTAS (PESOS)	jul-22
Unidades	236
ACEITE	\$18,00
GAS	\$232,00
CUBIERTO	\$30,00
SERVILLETAS	\$30,00
SALSA	\$80,00
EMPAQUE	\$464,00
QUESO	\$259,00
PAPAS	\$324,00
Costos de ventas por unidad	\$1.437,00
Total costos de ventas CHEDDAR	\$339.132
Unidades	394
ACEITE	\$18,00
GAS	\$232,00
CUBIERTO	\$30,00
SERVILLETAS	\$30,00
EMPAQUE	\$464,00
SALSA	\$80,00
BOMBOM DE POLLO	\$2.400,00
PAPAS	\$324,00
Costos de ventas por unidad	\$3.578,00
Total costos de ventas BOMBOM	\$1.409.732

Fuente: Cortes, Gomez, Guanume, Empreward2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #18

COSTO DE VENTAS (PESOS)	jul-22
Unidades	289
ACEITE	\$18,00
GAS	\$232,00
CUBIERTO	\$30,00
SERVILLETA	\$30,00
EMPAQUE	\$520,00
SALSA	\$160,00
QUESO	\$1.036,00
BOMBON DE POLLO	\$3.200,00
TOCINETA	\$3.195,00
CHORIZO	\$947,00
SALCHICHA	\$1.034,00
PAPAS	\$1.440,00
Costos de ventas por unidad	\$11.842,00
Total costos de ventas FAMILIAR	\$3.422.338
Unidades	499
ACEITE	\$18,00
GAS	\$232,00
CUBIERTO	\$30,00
EMPAQUE	\$464,00
SERVILLETAS	\$30,00
SALSA	\$80,00
TOCINETA	\$3.195,00
PAPAS	\$324,00
Costos de ventas por unidad	\$4.373,00
Total costos de ventas BACON	\$2.182.127

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empware2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #19

COSTO DE VENTAS (PESOS)	jul-22
Unidades	341
ACEITE	\$18,00
GAS	\$232,00
CUBIERTO	\$30,00
SERVILLETA	\$30,00
EMPAQUE	\$464,00
SALSA	\$80,00
CHORIZO	\$947,00
PAPAS	\$324,00
Costos de ventas por unidad	\$2.125,00
Total costos de ventas RANCHERO	\$724.625
Unidades	629
ACEITE	\$18,00
GAS	\$232,00
EMPAQUE	\$464,00
CUBIERTO	\$30,00
SERVILLETA	\$30,00
SALSA	\$80,00
SALCHICHA	\$1.034,00
PAPAS	\$324,00
Costos de ventas por unidad	\$2.212,00
Total costos de ventas ORIGINAL	\$1.391.348

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empware2020. *Plan Financiero Chip Addict*.

Imagen #20

COSTO DE VENTAS (PESOS)	jun-22
Unidades	920
GAS	\$232,00
ACEITE	\$18,00
PAPAS	\$230,00
CUBIERTO	\$30,00
SERVILLETAS	\$30,00
EMPAQUE	\$300,00
SALSA	\$80,00
Costos de ventas por unidad	\$920,00
Total costos de ventas PERSONAL	\$846.400

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empware2020. *Plan Financiero Chip Addict*

4.4.4 Proyección de precios

Imagen #21

1	COSTO DE VENTAS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
2						
3	Unidades	2.832	2.832	2.974	3.123	3.279
4						
5	ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
6	GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
7	CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
8	SERVILLETAS	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
9	SALSA	\$80,00	\$80,00	\$84,80	\$89,89	\$95,28
10	EMPAQUE	\$464,00	\$464,00	\$491,84	\$521,35	\$552,63
11	QUESO	\$259,00	\$259,00	\$274,54	\$291,01	\$308,47
12	PAPAS	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$343,44	\$364,05
13	Costos de ventas por unidad	\$1.437,00	\$1.437,00	\$1.503,78	\$1.594,01	\$1.689,64
14	Total costos de ventas CHEDDAR	\$4.069.584	\$4.069.584	\$4.472.242	\$4.978.093	\$5.540.330
15						
16	Unidades	4.728	4.728	4.964	5.212	5.473
17						
18	ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
19	GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
20	CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
21	SERVILLETAS	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
22	EMPAQUE	\$464,00	\$464,00	\$491,84	\$521,35	\$552,63
23	SALSA	\$80,00	\$80,00	\$84,80	\$89,89	\$95,28
24	BOMBOM DE POLLO	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.544,00	\$2.696,64	\$2.858,44
25	PAPAS	\$324,00	\$320,00	\$339,20	\$359,55	\$381,12
26	Costos de ventas por unidad	\$3.578,00	\$3.574,00	\$3.788,44	\$4.015,75	\$4.256,68
27	Total costos de ventas BOMBOM	\$16.916.784	\$16.897.872	\$18.805.816	\$20.930.089	\$23.296.810

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume,Empware 2020. *Plan Financiero Chip Addict.*

Imagen #22

1	COSTOS DE VENTAS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
29	Unidades	3.468	3.468	3.641	3.823	4.014
30						
31	ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
32	GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
33	CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
34	SERVILLETA	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
35	EMPAQUE	\$520,00	\$520,00	\$551,20	\$584,27	\$619,33
36	SALSA	\$160,00	\$160,00	\$169,60	\$179,78	\$190,57
37	QUESO	\$1.036,00	\$1.036,00	\$1.098,16	\$1.164,05	\$1.233,89
38	BOMBON DE POLLO	\$3.200,00	\$3.200,00	\$3.392,00	\$3.595,52	\$3.811,25
39	TOCINETA	\$3.195,00	\$3.195,00	\$3.386,70	\$3.589,90	\$3.805,29
40	CHORIZO	\$947,00	\$947,00	\$1.003,82	\$1.064,05	\$1.127,89
41	SALCHICHA	\$1.034,00	\$1.034,00	\$1.096,04	\$1.161,80	\$1.231,51
42	PAPAS	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.526,40	\$1.617,98	\$1.715,06
43	Costos de ventas por unidad	\$11.842,00	\$11.842,00	\$12.552,52	\$13.305,67	\$14.104,00
44	Total costos de ventas FAMILIAR	\$41.068.056	\$41.068.056	\$45.703.725	\$50.867.576	\$56.613.456
45						
46	Unidades	5.988	5.988	6.287	6.601	6.931
47						
48	ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
49	GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
50	CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
51	EMPAQUE	\$464,00	\$464,00	\$491,84	\$521,35	\$552,63
52	SERVILLETAS	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
53	SALSA	\$80,00	\$80,00	\$84,80	\$89,89	\$95,28
54	TOCINETA	\$3.195,00	\$3.195,00	\$3.386,70	\$3.589,90	\$3.805,29
55	PAPAS	\$324,00	\$324,00	\$343,44	\$364,05	\$385,89
56	Costos de ventas por unidad	\$4.373,00	\$4.373,00	\$4.635,38	\$4.913,51	\$5.208,30
57	Total costos de ventas BACON	\$26.185.524	\$26.185.524	\$29.142.634	\$32.434.080	\$36.098.727

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict.*

Imagen #23

1	COSTO DE VENTAS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
58						
59	Unidades	4.092	4.092	4.297	4.512	4.738
60						
61	ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
62	GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
63	CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
64	SERVILLETA	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
65	EMPAQUE	\$464,00	\$464,00	\$491,84	\$521,35	\$552,63
66	SALSA	\$80,00	\$80,00	\$84,80	\$89,89	\$95,28
67	CHORIZO	\$947,00	\$947,00	\$1.003,82	\$1.064,05	\$1.127,89
68	PAPAS	\$324,00	\$324,00	\$343,44	\$364,05	\$385,89
69	Costos de ventas por unidad	\$2.125,00	\$2.125,00	\$2.252,50	\$2.387,66	\$2.530,90
70	Total costos de ventas RANCHERO	\$8.695.500	\$8.695.500	\$9.678.993	\$10.773.122	\$11.991.404
71						
72	Unidades	7.548	7.548	7.925	8.321	8.737
73						
74	ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
75	GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
76	EMPAQUE	\$464,00	\$464,00	\$491,84	\$521,35	\$552,63
77	CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
78	SERVILLETA	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
79	SALSA	\$80,00	\$80,00	\$84,80	\$89,89	\$95,28
80	SALCHICHA	\$1.034,00	\$1.034,00	\$1.096,04	\$1.161,80	\$1.231,51
81	PAPAS	\$324,00	\$324,00	\$343,44	\$364,05	\$385,89
82	Costos de ventas por unidad	\$2.212,00	\$2.212,00	\$2.344,72	\$2.485,41	\$2.634,52
83	Total costos de ventas ORIGINAL	\$16.696.176	\$16.696.176	\$18.581.906	\$20.681.097	\$23.017.801

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empreward 2020. *Plan Financiero Chip Addict*.

Imagen #24

1	COSTO DE VENTAS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
84						
85	Unidades	11.040	11.040	11.592	12.172	12.781
86						
87	GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
88	ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
89	PAPAS	\$230,00	\$243,80	\$258,43	\$273,94	\$290,38
90	CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
91	SERVILLETAS	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
92	EMPAQUE	\$300,00	\$330,00	\$349,80	\$370,79	\$393,04
93	SALSA	\$80,00	\$85,00	\$90,10	\$95,51	\$101,24
94	Costos de ventas por unidad	\$920,00	\$968,80	\$1.026,93	\$1.088,56	\$1.153,87
95	Total costos de ventas PERSONAL	\$10.156.800	\$10.695.552	\$11.904.173	\$13.249.952	\$14.747.612

Fuente: Cortes, Gomez, Guanume, Empreward 2020. *Plan Financiero Chip Addict*.

4.5 Estrategia Comercial

1. Saber bien la necesidad del cliente: conocer bien su punto de vista, generando encuestas de satisfacción en donde haya un espacio para encontrar comentarios de mejoras o conocer si realmente el cliente se le está ofreciendo lo que necesita.
2. Tenemos una meta anual para el año 2023 de \$ 340.609.872 con el objetivo de que la empresa sea rentable en el tiempo.

3. Se realizarán capacitaciones especializadas en la correcta atención a los clientes y dar a conocer la meta de ventas para que todo el equipo se alinee a esta, adicional, se especificara cuáles son las funciones y responsabilidades de cada uno para lograr un buen trabajo en equipo.
4. Se analizará de forma mensual, las cifras de ventas, con el fin de identificar si se está cumpliendo la meta propuesta o si se deben hacer mejoras para poder alcanzarla.
5. Tener claro el canal de venta, en este caso Punto de venta físico, el cual debe estar acondicionado para la correcta atención y servicio, que permita satisfacer al cliente
6. Tener claro el factor diferenciador y saberlo comunicar al cliente, teniendo en cuenta una estrategia publicitaria y la elección de los canales correcta para hacerle llegar el mensaje al cliente.

4.5.1 Canales de comercialización y distribución del producto

Será un canal directo, con un local comercial ubicado en el centro comercial Florida (etapa 2) llamado “Chip Addict”, el cual estará en la plazoleta de comidas, allí se preparará y comercializará el producto terminado para los consumidores finales.

4.5.2 Descripción de los canales de distribución

El punto de venta estará en el tercer nivel del centro comercial, contará con un letrero iluminado grande y llamativo. Sobre la barra del mostrador estará una pantalla de TV mostrando diferentes imágenes de los combos disponibles, describiendo sus

ingredientes y precios de estos, así como una personal que estará disponible para la atención de dudas o deseos de los clientes. En la parte lateral del mostrador, se dispondrá los dispensadores de bebidas y posterior al mostrador se tendrá una nevera donde estarán otras bebidas en diferentes tamaños de la marca Postobón. En la parte de atrás estará el personal de cocina, aunque estos no estarán visibles para el público, pues se tendrá una pared falsa con el logo de la marca.

4.5.3 Ventajas y desventajas de los canales empleados

Ventajas para el canal directo:

- No se tienen intermediarios, se tiene atención directa.
- Al ser el único local con este concepto en el centro comercial de Florida de la ciudad de Medellín, no necesita de espacio amplio, pues la marca no busca ser un restaurante, sino, por el contrario, quiere que sus clientes recorran los espacios con los que contará el centro comercial, (como tiendas, canchas y parques), mientras consumen nuestras papas fritas.
- Teniendo en cuenta lo anterior y al tener un alto flujo de personas, se espera contar con tiempos mínimos de atención.
- Al ser un local pequeño, se tienen menores costes de renta por el local.
- Apertura diaria, al estar ubicado en un centro comercial.
- Alta afluencia de personas en el centro comercial, lo que aumenta las posibilidades de compra.

- Ubicación central que abarca varios barrios aledaños, así como lugares de alta influencia como Hospitales, universidades, colegios, empresas, entre otros.
- Facilidad de transporte público y parqueaderos.

Desventajas del canal directo:

- Cuenta con muchos competidores indirectos, lo cual puede influenciar en la decisión final del cliente, lo que puede atraer a nuevos clientes, como puede alejar a otros.
- Al estar ubicado en un centro comercial, es una plaza muy estacional.
- Altos costos en renta del espacio.

4.5.4 Almacenamiento

Se utilizarán neveras que permitan conservar la cadena de frío de lo que respecta a los acompañantes de las papas, como lo son: las salchichas, los chorizos, la tocineta, los bombones de pollo, y el queso, así como las salsas.

4.5.5 Transporte

Los insumos serán adquiridos por medio de un intermediario ubicado en la central mayorista de Antioquia, desde allí se saldrán hacia el centro comercial, todo este proceso se realizará los días lunes y viernes de cada semana, a las 7 am antes de la apertura del centro comercial.

4.5.6 Publicidad y Promoción

Con volantes, en la entrada del centro comercial, una persona se encargará de repartir a todos los visitantes dichos volantes, donde se podrá observar la ubicación del local y los productos que se ofertan en él. Así mismo, a través de las redes sociales, se tendrá una cuenta de la marca, donde se utilizarán imágenes atractivas, mostrando los atributos del producto y se invitarán a las personas a visitar el punto de venta.

4.5.7 Conclusión General del análisis de mercados.

La empresa va ofrecer un producto completamente atractivo para los consumidores, vendrá en 7 presentaciones diferentes para todos los gustos. Este producto estará dirigido para personas de 12 a 35 años, no discrimina estrato socio económico, estará en el alcance de todas las personas por sus precios justos. Es decir, cualquier persona podrá adquirirlo, el producto va satisfacer una demanda que se presenta actualmente en el centro comercial florida y sus alrededores. Este producto no presenta mucha variación de precio con el tiempo, lo cual impacta positivamente a las personas por que siempre se van a poder hacer con un buen producto. Será un producto muy novedoso, el cual no se puede encontrar en el centro comercial y logra diferenciar la empresa de los demás puntos de venta de comida. Será un único canal de distribución el cual será directo y su promoción será la adecuada para el medio. La mayoría de los procesos serán propios lo cual es positivo para la compañía para reducir sus costos.

4.6 Plan de Mercadeo

Perfil público objetivo

Personas desde los 12 hasta los 35 años, quienes por lo general buscan practicidad y agilidad a la hora de buscar comida, esto debido a que este tipo de público, prefieren no cocinar y en cambio comprar algo no costoso y de buen sabor.

Análisis del producto

Atributos

- Combo con productos de la marca Carnelly, como lo son las salchichas, chorizo, tocineta, etc.
- Papas debidamente seleccionadas y procesadas.
- Variedad en salsas
- Empaques prácticos para el consumo.

Beneficios

- Excelente sabor en cada uno de los productos que el cliente tiene en el combo que elija.
- Productos con buen tamaño y cantidad que satisface la necesidad del cliente.
- Precios del producto asequible para el cliente.

Análisis de canales y comunicación

Punto de venta: Lugar con excelente adecuación, exhibición correcta de los diferentes combos, con el fin de que el cliente, tenga la información adecuada y clara de los ingredientes del combo que quiera llevar. Adicional, se tendrá una caja y barra de atención donde el cliente podrá pedir su combo y hacer pago el producto. Por otro lado,

el lugar estará dotado de todos los quipos y utensilios necesarios para operar y entrar el mejor producto para el cliente.

Análisis de canales y comunicación

Punto de venta: Lugar con excelente adecuación, exhibición correcta de los diferentes combos, con el fin de que el cliente, tenga la información adecuada y clara de los ingredientes del combo que quiera llevar. Adicional, se tendrá una caja y barra de atención donde el cliente podrá pedir su combo y hacer pago el producto. Por otro lado, el lugar estará dotado de todos los quipos y utensilios necesarios para operar y entrar el mejor producto para el cliente.

Comunicación: Con volantes, en la entrada del centro comercial, una persona se encargará de repartir a todos los visitantes dichos volantes, donde se podrá observar la ubicación del local y los productos que se ofertan en él. Así mismo, a través de las redes sociales (Instagram y Facebook), se tendrá una cuenta de la marca, donde se utilizarán imágenes atractivas, mostrando los atributos del producto y se invitarán a las personas a visitar el punto de venta.

Análisis de la competencia: ChipStation

Fortalezas

- Experiencia en el mercado.
- Reconocimiento y presencia en varias ciudades y centros comerciales.

Debilidades

- No tienen distinción en sus salsas que es primordial en las papas
- Precios elevados.

- Agilidad en sus procesos.
- Gran variedad de acompañantes.

Estrategias de penetración de mercados (según la matriz Ansoff)

Se realizarán acciones para aumentar el consumo de nuestros clientes, atraer clientes potenciales mediante la publicidad y promoción, así mismo se atraerán clientes de la competencia con esfuerzos dirigidos a la prueba de nuestro producto, así como clientes nuevos, resaltando nuestra imagen.

Objetivos

1. Posicionar la marca Chip Addict en la ciudad de Medellín para el año 2023.
2. Generar reconocimiento por entregar un excelente servicio para el año 2022

Tácticas de Objetivo 1

- Incursionar en las redes sociales, las cuales son una herramienta que permite llegar a todo el público objetivo.
- Generar reconocimiento de marca por medio del logo de la empresa.
- Entregar siempre productos con altos estándares de calidad y excelente sabor al consumidor.

Tácticas de Objetivo 2

- Tener empleados a los cuales se les inculque una cultura de servicio y brindar una capacitación a cada uno de ellos para entregar una excelente atención a los clientes.

- Tener un protocolo de servicio que sea publicado al interior de la compañía, para que los empleados lo vean.
- Agilidad en la entrega de los productos a cada uno de los clientes, por medio de una producción efectiva y rápida.

5. Análisis de la Producción (Aspectos Técnicos)

5.1 Producción

1. tener aceite precalentado
2. freír las papas
3. empacar el producto
4. añadir el complemento del combo solicitado por el cliente
5. entregar

5.1.1 Descripción técnica del producto o servicio

La marca otorgará al cliente la opción de elegir entre 8 “combos” que contendrán diferentes acompañantes al producto principal que son las papas fritas. Estos, están compuestos de la siguiente manera:

- Personal: 128 gramos de papas fritas empacadas en conos de papel.
- Original: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de salchicha.
- Ranchero: 180 gramos de papas fritas con 50 gramos de chorizo.
- Bacon: 180 gramos de papas fritas con 60 gramos de tocineta.
- Bombón: 180 gramos de papas fritas con 4 piezas de bombones de pollo.

- Cheddar: 180 gramos de papas fritas con una cobertura de queso cheddar (20 gramos aproximadamente).
- Familiar: 800 gramos de papas fritas con: 50 gramos de salchicha y 50 gramos de chorizo, 60 gramos de tocineta, 4 piezas de bombón de pollo y aproximadamente 80 gramos de queso cheddar.

Cabe aclarar que el cliente, luego de recibir el producto, tiene variedad de opciones en salsas para adicionar al producto. Respecto a los servicios, es importante resaltar que la empresa inicialmente no prestará servicio de domicilios, únicamente atenderá la demanda en el punto de venta. La marca, tendrá disponible debidas de la marca Postobón.

5.1.2 Identificación y selección del proceso de producción

1. Compra de papas y adiciones
2. Conservar en los refrigeradores
3. Precalentar aceite.
4. Tomar pedido
1. Freír papas.
5. Empacar papa.
6. Añadir acompañantes.

5.1.3 Inversiones en maquinaria y equipo

Imagen #26

INVERSIONES (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
INTANGIBLES	\$4.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
ACTIVOS INTANGIBLES	\$4.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
REGISTRADORA	\$400.000	\$0	\$0	\$0	\$0
COMPUTADOR	\$1.399.900	\$0	\$0	\$0	\$0
EQUIPOS DE OFICINA	\$1.799.900	\$0	\$0	\$0	\$0
MESA S DE SERVICIO	\$1.783.453	\$0	\$0	\$0	\$0
MUEBLES	\$1.783.453	\$0	\$0	\$0	\$0
ADCUACIONES	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
REFORMAS	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
COMANDARA	\$42.048	\$0	\$0	\$0	\$0
UTENCILIOS DE COCINA	\$5.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
PLANCHA PARRILLA	\$6.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
CORTADORA	\$700.000	\$0	\$0	\$0	\$0
NEVERAS	\$12.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
FREDORA	\$6.391.141	\$0	\$0	\$0	\$0
Máquinas y herramientas	\$30.133.189	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	\$47.716.542	\$0	\$0	\$0	\$0

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

5.1.4 Descripción de materia prima, insumos y materiales

Materia prima: Papas, queso cheddar, tocineta, salchicha, chorizo y bombones de pollo

Insumos: Cajas de empaque, gas, cubiertos, vasos, servilletas.

Materiales: Freidora, plancha/parrilla, refrigerador, dispensadores de bebidas, utensilios de cocina.

5.1.5 Requerimientos de Mano de Obra (Perfiles y Funciones)

Requerimiento:

1 persona para mostrador: Hombre o mujer, entre los 18 y 35 años de edad, con conocimiento de caja registradora, preferiblemente experiencia en restaurantes o

franquicias de comida, quien tendrán como función recibir las órdenes y realizará las transacciones, así como guiar, tender y asesorar al cliente. Se necesita una persona con excelente actitud de servicio, con ganas de aprender y crecer con la compañía, responsable y autónomo. Disponibilidad de tiempo completo (horarios de centro comercial).

2 personas para el área de cocina: hombres o mujeres entre los 18 y 45 años de edad, con certificado en manipulación de alimentos, preferiblemente con curso de cocina y experiencia en el área, quienes tendrá la función de producir el producto final. Personas con actitud y compromiso, responsabilidad y ganas de trabajar. Disponibilidad de tiempo completo (horarios de centro comercial).

5.1.6 Distribución espacial y requerimientos de Áreas de Trabajo

Imagen #27



Fuente: Santa Juana Inmobiliaria, 2020.

El local comercial requiere de una cocina en la parte posterior, la cual debe contar con una freidora, un refrigerador, una plancha y parrilla, una cortadora y una mesa de corte, además se requiere una zona de aseo, en el cual se tendrá el lavamanos de pedal y todos los implementos de limpieza requeridos en el local comercial tanto para el

mostrador como la zona de preparación. En el mostrador, se tendrá la maquina dispensadora de bebidas gaseosas. El local comercial cuenta con un tamaño de 33.76 M²

5.2 Localización

Medellín, Antioquia, Colombia, al Noroccidente de la ciudad. En el barrio Robledo, su dirección es carrera 71 numero 65 B 150.

5.2.1 Factores de Localización

- **Costo del establecimiento:** Aunque la localización de la empresa se plantea en el área Noroccidental de la ciudad (lo que significa un costo más bajo) se es consciente de que las mejores localizaciones son las más caras, pero garantizan mayor afluencia del público objetivo. También se tiene presente que es necesario contar con el dinero para costear la reforma externa.
- **Proximidad:** Al estar cerca de la demanda y de nuestro target, (donde no se tiene competencia en el centro comercial) es imprescindible utilizar este lugar para que puedan llegar a nosotros. Estando cerca de los clientes es la mejor forma que conseguir que los consumidores elijan la marca.
- **Visibilidad:** El local comercial se encuentra en la zona de comidas del centro comercial, lo que permite una alta concurrencia de personas, quienes verán el local.
- **Acceso:** Al ser un centro comercial estratégicamente ubicado, se tienen muchas rutas de transporte público, gran cantidad de estacionamientos para motos y

carros, así como escaleras eléctricas y ascensores en el interior del centro comercial.

- **Actividades complementarias:** Alrededor de la empresa existen otro tipo de locales de comida, donde se ofrecerá una opción diferente a la competencia. De igual forma la empresa se encuentra ubicada en un centro comercial por lo que hay otros tipos de empresas que realiza diferentes actividades o servicios y ayudan a aumentar el número de clientes en el negocio.

5.2.2 Métodos de evaluación

Para realizar la operación de producción correctamente y no haya fallas en la entrega de nuestro producto, se tienen los siguientes checklist:

- El cumplimiento en el horario por todo el personal de trabajo.
- Revisar que se tenga buen inventario de materiales e insumos para trabajar.
- Revisar que las máquinas tengan un buen funcionamiento.
- Realizar los mantenimientos necesarios en los tiempos adecuados.
- Tener todos los implementos de aseo para operar con la inequidad necesaria.

5.2.3 Macro localización

Los factores que se tomaron en cuenta al momento de decidir dónde se iba a instalar el proyecto Chip Addict en la ciudad de Medellín, del departamento de Antioquia, en el barrio Robledo, fueron los siguientes en cuanto a macro localización:

Se llega a la conclusión de que, en el Noroccidente de la ciudad de Medellín, no hay ningún centro comercial que ofrezca el producto de las papas en combos. Con un canon mensual por el local, el cual por su ubicación estratégica tiene excelentes vías de acceso y transporte público, donde se tiene cercanía con colegios, universidades, hospitales y empresas, lo que hace muy transitable el lugar.

5.2.4 Micro localización

El negocio se ubicará en la ciudad de Medellín, del departamento de Antioquia en el barrio Robledo, al Noroccidente de la ciudad, específicamente en el Centro Comercial Florida etapa 2. Allí los visitantes al centro comercial cuentan con estacionamiento gratuito para vehículos o motocicletas, así como alta variedad de transporte público, al ser una zona alta mente frecuentada, por los hospitales, colegios y universidades se espera tener una alta afluencia de personas como ya lo ha hecho el centro comercial en su primera etapa. Al ser un centro comercial se manejarán los horarios del mismo, lo que permitirá atender a la alta demanda que frecuenta este lugar. De igual forma, la ubicación nos permite compartir la identidad de la marca con el lugar y su target. Finalmente, el área comercial trae como beneficio para la marca, la afluencia

gracias a la presencia de diferentes marcas comerciales que atraen a el público objetivo de la marca, se convierten en anclas comerciales.

- Ubicación: Cra. 71 ## 65-150 Florida Parque Comercial Etapa 2 piso 3, local 3141
- Propiedad: Alquiler
- Entorno: Deseable con negocios anclas
- Estructura urbana: Se tiene alto flujo de personas, ya que en la zona se tiene diferentes sitios importantes de la ciudad.

5.3 Capacidad de Producción

La freidora, tiene una capacidad máxima de producción de freír 82.364 Kg de papas en el año, utilizando el promedio de papas utilizados en los siete combos que se esperan ofrecer, se tienen 261 gramos, por lo que se prevé que se producirán 315.570 en el año.

5.3.1 Factores para la definición del Tamaño óptimo

- Factores de mercado: gracias a la encuesta realizada, para conocer la demanda y aceptación del producto, se identificó que es viable la comercialización del producto.
- Factores tecnológicos: la capacidad de producción de las freidoras, permite responder a altas demandas del mercado.

- Factores de localización: el centro comercial recibe en promedio 717.078 personas al mes, lo que refleja un lugar de alto tránsito, haciendo de este un espacio muy atractivo para la empresa.

5.3.2 Metodología para la definición del tamaño

Para definir el tamaño de producción, se tomó la capacidad máxima de producción anual que la freidora tiene, con ello, se sacó el promedio de papas necesarias ofreciendo 7 combos al mercado, con ello, se obtuvo la producción óptima anual, sin embargo, se decidió trabajar con el 12,57% de esa capacidad óptima, siendo 39.696 en el año, lo que significa 3.308 mensual, se utilizó este porcentaje, siendo conscientes de que es una marca nueva que ingresa al mercado, por lo que se pensó en el peor escenario.

5.3.3 Capacidad de producción óptima.

Para iniciar este proyecto, se espera manejar la capacidad de producción a un 12,57%, ósea 39.696 anual y un total en la producción 3.308 mensual.

Para cada combo se tendrá la siguiente capacidad de producción, respectivamente:

- | | | |
|-----------------|----------------|-----------------|
| • Personal: 920 | • Bacon: 499 | • Familiar: 289 |
| • Original: 629 | • Bombón: 394 | |
| • Ranchero: 341 | • Cheddar: 236 | |

5.4 Plan de Producción

En el plan de producción se llevará un control, sistemático, en el que se llevará control de diferentes factores clave, relevantes y necesarios que permitan llevar con normalidad la operación de la empresa. El control, medirá las siguientes variables:

- Respecto a la demanda: Es importante tener presente la cantidad de la demanda que se espera afrontar cuando el punto de venta este en operación, por ello, se estableció la encuesta, la cual permitió identificar la aceptación de posibles clientes frente a la propuesta comercial con la que se espera incursionar. Así, se podrá tener un estimado de la rotación de los insumos, con lo que se preverán acciones tempranas de solicitudes, siendo el caso.
- Respecto a los recursos necesarios para atender la demanda: Se tiene presente factores como lo es, la mano de obra, los insumos, los equipos, que siempre estén en óptimas condiciones, disponibles para la correcta operación. Se espera llevar una estimación de intervenciones que recibe la maquinaria, con el fin de minimizar riesgos.
- Respecto al seguimiento de los procesos de producción: Al conocer el ritmo y la tendencia en que se mueve el mercado en el centro comercial, se identificarán necesidades por las tendencias con las que se enfrente, y con lo que finalmente se busca una constante adaptación a las demandas del consumidor.
- Respecto a la resolución de conflictos: Constante acompañamiento al equipo que conforma la empresa, buscando disminuir los conflictos que se pudiesen presentar y con ello tener una capacidad de acción frente a posibles situaciones, para no tener inconvenientes o dificultades laborales.

Se espera, entonces, que con un **plan de producción bien organizado** logre disminuir los errores en la toma de decisiones para el transcurso de las operaciones del negocio, minimizando averías, problemas de presupuestos, déficit de suministros, etc.

6. Análisis Organizacional y Legal

6.1 Procesos Administrativos

Los procesos administrativos se llevarán a cabo bajo la supervisión de los directivos de la empresa que son los creadores de la misma: Carlos Cortes, Luisa Gómez y Víctor Guanume. Estos procesos tendrán como finalidad llevar a cabo las funciones de administración general, abarcando el mercadeo, la producción y las decisiones financieras. El personal que se encargará de estas labores será supervisado y apoyado por las personas anteriormente mencionadas. Con la finalidad de cumplir con los objetivos y metas propuestas por la empresa y el correcto funcionamiento de la misma, todo dentro de los marcos legales establecidos por la república de Colombia. Por medio de estos pequeños departamentos establecidos por la compañía se aprovechará al máximo los recursos disponibles. Todo dentro de las siguientes etapas, la planeación, organización, ejecución y control. A través de esta se buscará el éxito de la compañía.

6.1.1 Procesos de selección, reclutamiento y manejo de personal

La empresa estará inscrita en los buscadores de empleo como reclutadores más populares en la actualidad como lo son computrabajo y el empleo.com Allí se publicará

la oferta laboral, ya sea para el área de producción o atención al cliente. Los requisitos serán los siguientes:

- 1 persona para mostrador: Hombre o mujer, entre los 18 y 35 años de edad, con conocimiento de caja registradora, preferiblemente experiencia en restaurantes o franquicias de comida, quien tendrán como función recibir las órdenes y realizará las transacciones, así como guiar, tender y asesorar al cliente. Se necesita una persona con excelente actitud de servicio, con ganas de aprender y crecer con la compañía, responsable y autónomo. Disponibilidad de tiempo completo (horarios de centro comercial).
- 2 personas para el área de cocina: hombres o mujeres entre los 18 y 45 años de edad, con certificado en manipulación de alimentos, preferiblemente con curso de cocina y experiencia en el área, quienes tendrá la función de producir el producto final. Personas con actitud y compromiso, responsabilidad y ganas de trabajar. Disponibilidad de tiempo completo (horarios de centro comercial).

Cuando ya se tengan algunas hojas de vida se analizará el perfil de cada una de las personas y se realizara una preselección para llamar a entrevista. Se realizará una entrevista grupal donde se conocerán los aspirantes y en el mismo día, una entrevista personal, donde se conocerá más a fondo cada participante. Terminada esta fase se analizarán todos los perfiles que continúan en el proceso, se descartaran algunos y los que siguen con el proceso serán llamados a pruebas psicotécnicas y técnicas según su rol. Allí se evaluarán estas dos y la junta directiva elegirá el más indicado. Por último, se realizará todo el proceso de seguridad donde se verificará estudios, referencias,

experiencia y exámenes médicos. Terminado todo el proceso se llamará a la firma de contrato.

6.1.2 Procesos Financieros

La contabilidad de la compañía será llevada por un personal externo. Esta persona se encargará de llevar todos los procesos legales contables de la empresa. Además de entregar los balances mensuales de la empresa donde se analizará también los estados de resultados y se conocerá más a fondo los costos y gastos. Se encargará también de declarar frente a las autoridades competentes todo lo que concierne a los ingresos, impuestos y demás. Realizará también funciones de revisión fiscal y asesoría. La persona se llama Alexander Ramírez contador egresado de la universidad de Medellín y especializado en revisión fiscal.

Los pedidos referentes a insumos se establecerán semanalmente, específicamente los días lunes de cada semana en las horas de la mañana, y se determinará por el funcionamiento, las ventas y la capacidad de producción semanal.

La facturación de la compañía será conforme lo requiere la ley con facturación electrónica, se realizará en la caja principal ubicada en el punto de venta del centro comercial florida, el encargado será la persona que se encarga de la atención al cliente.

6.1.3 Procesos de Logística

Para el transporte de los insumos, los proveedores llevarán los insumos que se necesitan para nuestra operación. Es un trayecto de 20 minutos desde la mayorista ubicada en el municipio de Itagüí hasta el centro Comercial Florida.

El almacenamiento se realizará de igual manera 7 días a la semana donde se espera la rotación de los insumos de manera semanal basados en la capacidad de venta y producción. El lugar de almacenamiento será en las neveras contempladas en el inventario anterior y las cuales estarán ubicadas en el punto de venta.

El inventario será basado en los insumos que se dispondrán semanalmente donde ya está estipulado cuantos productos se pueden producir de acuerdo a lo requerido.

6.1.4 Procesos Propios y Externos

- **Fabricación:** el proceso de fabricación será propio, donde ya anteriormente en este proyecto está contemplado cual será el paso a paso del proceso de producción y la cantidad de insumos requeridos, este será realizado por el cocinero.
- **Facturación:** se realizará en el punto de venta, será un proceso propio, donde el encargado será el personal de atención al cliente.
- **Administración y mercadeo:** estos procesos serán propios donde los encargados serán los socios de la compañía.
- **Externo contabilidad:** la contabilidad será llevada por una persona externa, este será el único proceso externo para temas financieros.

6.1.5 Estructura Organizacional

Grafico #1



Fuente: Cortes, Gomez, Guanume, 2020. Organigrama. *Chip Addict*

6.1.6 Requerimientos del personal, perfiles y funciones

Administración:

Persona responsable de gestionar los materiales y trabajadores, con el fin de llevar de forma eficiente todos los procesos de producción y servicio, buscando un buen funcionamiento dentro del negocio. Sus funciones son:

- supervisión del trabajo de los empleados
- Supervisión de procesos de producción
- Manejo y control del stock de los productos
- Resolver problema en equipos o materiales que afecten la producción

- Gestionar recursos
- Generar Estrategias, que ayuden a entregar un producto innovador y un buen servicio.
- Proporcionar los equipos o tecnología adecuada al negocio

Para las áreas financieras y de mercadeo se tendrá el apoyo de los socios, quienes apoyaran estas áreas, en conjunto con la administración. Dentro de esto, algunas funciones, serna:

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| - Control del presupuesto | - Realizar comunicación y |
| - Control de costos | campañías de publicidad |
| - Control de gastos | - Desarrollo de estrategias de precio |
| - Realizar la correcta previsión de | - Apoyo a las ventas y esfuerzo en |
| pagos y cobros | la búsqueda de nuevos contactos |
| - Evaluación y desarrollo de | (Leads) |
| estrategias de mercadeo | |

Personal de cocina

Responsable de preparar, presentar y conservar los diferentes alimentos, aplicando las técnicas de cocina correspondientes, y aplicando las políticas de higiene para la manipulación de alimentos, con el fin de servir platos de excelente calidad a los diferentes clientes. Sus funciones son:

- Verificar que estén desinfectados y en perfecto estado todos los utensilios y elementos culinarios para la preparación de la comida.
- Participar en la elaboración del Menú, con ayuda del personal de mercadeo

- Recibir, controlar y almacenar todos los insumos y materias primas para la elaboración de los alimentos.
- Elaborar platos con excelente presentación y sabor, utilizando los ingredientes adecuados

Personal de atención y caja

Responsable de mantener buena relación y atención con los clientes, además de gestionar el cobro de los productos y recepción del pago de forma correcta. Mostrando adicionalmente una actitud positiva y honestidad en su labor. Sus funciones son:

- Cobro y cuadre de caja
- Atender y asesorar al cliente
- Realizar inventario de los productos disponibles e informar a producción
- Gestionar los pedidos
- Organizar y mantener bien presentado el punto de venta

6.1.7 Requerimientos de materiales

NOMBRE	MATERIALES	PRECIO
Mesa con entrepaño	Imagen #28	Precio: \$ 1.783.453



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Tabla de corte

Imagen #28

Precio: \$ 82.442



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Cuchillos Chef

Imagen #29

Precio: \$113.214



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Pinza estándar

Imagen #30

Precio: \$14.016



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Espátula mango plástico

Imagen #31

Precio: \$14.000



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Paños de limpieza

Imagen #32

Precio: 33.800 \$

(wypall)



Fuente: C.I Talsa, 2020.

**Comandara para poner
los pedidos**

Imagen #33

Precio: 42.048\$



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Envase de salsas

Imagen #34

Precio: \$2.200



Fuente: C.I Talsa, 2020.

**Gorro desechable de
cocina**

Imagen #35

Precio: \$ 4.641



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Bata cocina

Imagen #36

Precio: \$44.052



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Guantes de nitrilo

Imagen #37

Precio: \$34.868



Fuente: C.I Talsa, 2020.

6.1.8 Requerimientos de tecnología

NOMBRE

MATERIALES

PRECIO

Computador Azus

Imagen #38

Precio: 1.399.900



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Freidora a gas natural

Imagen #39

Precio: \$6.391.141



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Lavamanos de 1 puesto

Imagen #40

Precio: \$ 2.107.490

pedal sencillo



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Refrigerador horizontal

Imagen #41

Precio: \$7.427.395\$



Fuente: C.I Talsa, 2020.

Plancha y parrilla

Imagen #42

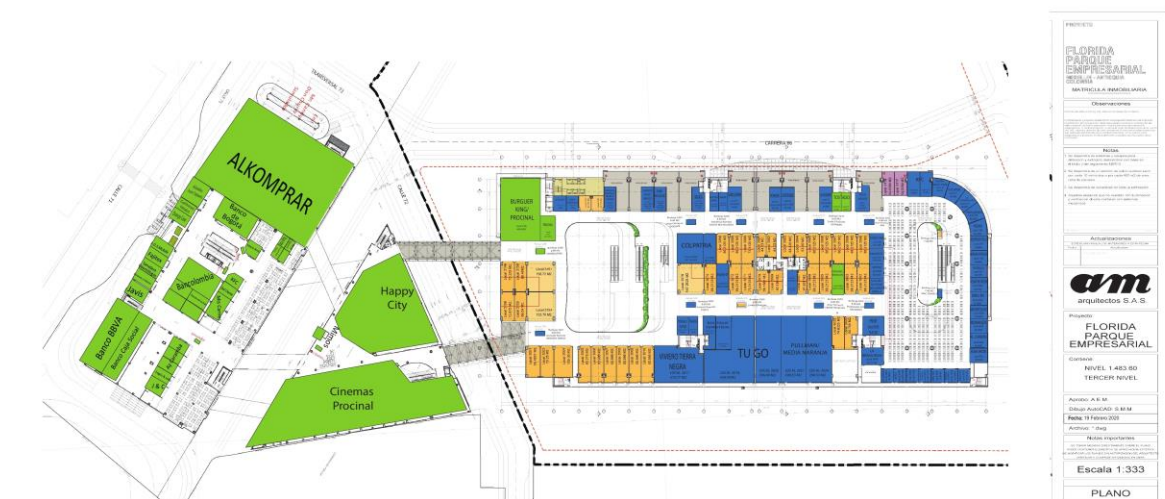
Precio: \$6.000.000



Fuente: C.I Talsa, 2020.

6.1.9 Requerimientos locativos e infraestructura

Imagen #43



Fuente: Santa Juana Inmobiliaria, 2020.

Imagen #44



Fuente: Santa Juana Inmobiliaria, 2020.

6.2 Aspectos Legales

6.2.1 Tipo de organización empresarial

S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada)

6.2.2 Documentación necesaria para la operación de la empresa

“... Para la constitución basta la firma de un documento privado (estatutos sociales) y estos no se tienen que elevar a escritura pública” (Reyes, 2019).

6.2.3 Costos asociados con asuntos Legales

Descripción	Entidad	Valor
Constitución de sociedad	Cámara de comercio	\$ 102.000
Impuesto de registro	Cámara de comercio	\$ 210.000
Matricula persona jurídica	Cámara de comercio	\$ 393.000
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	\$ 13.500
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	\$ 36.000
Total		\$ 754.500

Activos por \$30.000.000

7. Análisis Financiero

7.1 Estructura Financiera del Proyecto

Estructura financiera adjunta en el archivo de Excel.

7.2 Recursos Propios

Imagen #45

FINANCIAMIENTO (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
APORTES Y RETIROS DE LOS DUEÑOS					
Aportes de los dueños	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Retiros de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Aportes netos de retiros	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
DEUDA DE CORTO PLAZO					
Préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Devolución de préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Saldo deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
DEUDA DE LARGO PLAZO					
Préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Devolución de préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Saldo deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SUBSIDIOS Y DONACIONES					
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Imagen #46

FINANCIAMIENTO (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
APORTES Y RETIROS DE LOS DUEÑOS					
Aportes de los dueños	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Retiros de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Aportes netos de retiros	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
DEUDA DE CORTO PLAZO					
Préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Devolución de préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Saldo deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
DEUDA DE LARGO PLAZO					
Préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Devolución de préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Saldo deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SUBSIDIOS Y DONACIONES					
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.4 Calendario de Ingresos del Proyecto

Imagen #47

INGRESOS (PESOS)	jun.22	jul.22	ago.22	sep.22	oct.22	nov.22	dic.22	ene.23	feb.23	mar.23	abr.23	may.23
Unidades	236	236	236	236	236	236	236	236	236	236	236	236
Precio	\$6.304,00	\$6.304,00	\$6.304,00	\$6.304,00	\$6.304,00	\$6.304,00	\$6.304,00	\$6.304,00	\$6.304,00	\$6.304,00	\$6.304,00	\$6.304,00
Ingresos CHEDDAR	\$1.487.744	\$1.487.744	\$1.487.744	\$1.487.744	\$1.487.744	\$1.487.744	\$1.487.744	\$1.487.744	\$1.487.744	\$1.487.744	\$1.487.744	\$1.487.744
Unidades	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394
Precio	\$9.292,00	\$9.292,00	\$9.292,00	\$9.292,00	\$9.292,00	\$9.292,00	\$9.292,00	\$9.292,00	\$9.292,00	\$9.292,00	\$9.292,00	\$9.292,00
Ingresos BOMBOM	\$3.661.048	\$3.661.048	\$3.661.048	\$3.661.048	\$3.661.048	\$3.661.048	\$3.661.048	\$3.661.048	\$3.661.048	\$3.661.048	\$3.661.048	\$3.661.048
Unidades	289	289	289	289	289	289	289	289	289	289	289	289
Precio	\$24.242,00	\$24.242,00	\$24.242,00	\$24.242,00	\$24.242,00	\$24.242,00	\$24.242,00	\$24.242,00	\$24.242,00	\$24.242,00	\$24.242,00	\$24.242,00
Ingresos FAMILIAR	\$7.005.938	\$7.005.938	\$7.005.938	\$7.005.938	\$7.005.938	\$7.005.938	\$7.005.938	\$7.005.938	\$7.005.938	\$7.005.938	\$7.005.938	\$7.005.938
Unidades	499	499	499	499	499	499	499	499	499	499	499	499
Precio	\$9.024,00	\$9.024,00	\$9.024,00	\$9.024,00	\$9.024,00	\$9.024,00	\$9.024,00	\$9.024,00	\$9.024,00	\$9.024,00	\$9.024,00	\$9.024,00
Ingresos BACON	\$4.502.976	\$4.502.976	\$4.502.976	\$4.502.976	\$4.502.976	\$4.502.976	\$4.502.976	\$4.502.976	\$4.502.976	\$4.502.976	\$4.502.976	\$4.502.976
Unidades	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341
Precio	\$7.093,00	\$7.093,00	\$7.093,00	\$7.093,00	\$7.093,00	\$7.093,00	\$7.093,00	\$7.093,00	\$7.093,00	\$7.093,00	\$7.093,00	\$7.093,00
Ingresos RANCHERO	\$2.418.713	\$2.418.713	\$2.418.713	\$2.418.713	\$2.418.713	\$2.418.713	\$2.418.713	\$2.418.713	\$2.418.713	\$2.418.713	\$2.418.713	\$2.418.713
Unidades	629	629	629	629	629	629	629	629	629	629	629	629
Precio	\$7.053,00	\$7.053,00	\$7.053,00	\$7.053,00	\$7.053,00	\$7.053,00	\$7.053,00	\$7.053,00	\$7.053,00	\$7.053,00	\$7.053,00	\$7.053,00
Ingresos ORIGINAL	\$4.436.337	\$4.436.337	\$4.436.337	\$4.436.337	\$4.436.337	\$4.436.337	\$4.436.337	\$4.436.337	\$4.436.337	\$4.436.337	\$4.436.337	\$4.436.337
Unidades	920	920	920	920	920	920	920	920	920	920	920	920
Precio	\$5.295,00	\$5.295,00	\$5.295,00	\$5.295,00	\$5.295,00	\$5.295,00	\$5.295,00	\$5.295,00	\$5.295,00	\$5.295,00	\$5.295,00	\$5.295,00
Ingresos PERSONAL	\$4.871.400	\$4.871.400	\$4.871.400	\$4.871.400	\$4.871.400	\$4.871.400	\$4.871.400	\$4.871.400	\$4.871.400	\$4.871.400	\$4.871.400	\$4.871.400
TOTAL INGRESOS	\$28.384.156	\$28.384.156	\$28.384.156	\$28.384.156	\$28.384.156	\$28.384.156	\$28.384.156	\$28.384.156	\$28.384.156	\$28.384.156	\$28.384.156	\$28.384.156

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #48

INGRESOS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
Unidades	2.832	2.832	2.974	3.123	3.279
Precio	\$6.304,00	\$6.682,00	\$7.082,92	\$7.507,90	\$7.958,37
Ingresos CHEDDAR	\$17.852.928	\$18.923.424	\$21.064.604	\$23.447.172	\$26.095.495
Unidades	4.728	4.728	4.964	5.212	5.473
Precio	\$9.292,00	\$9.849,00	\$10.439,94	\$11.066,34	\$11.730,32
Ingresos BOMBOM	\$43.932.576	\$46.566.072	\$51.823.862	\$57.677.764	\$64.200.041
Unidades	3.468	3.468	3.641	3.823	4.014
Precio	\$24.242,00	\$25.696,00	\$27.237,76	\$28.872,03	\$30.604,35
Ingresos FAMILIAR	\$84.071.256	\$89.113.728	\$99.172.684	\$110.377.771	\$122.845.861
Unidades	5.988	5.988	6.287	6.601	6.931
Precio	\$9.024,00	\$9.565,00	\$10.138,90	\$10.747,23	\$11.392,06
Ingresos BACON	\$54.035.712	\$57.275.220	\$63.743.264	\$70.942.465	\$78.958.368
Unidades	4.092	4.092	4.297	4.512	4.738
Precio	\$7.093,00	\$7.518,00	\$7.969,08	\$8.447,22	\$8.954,05
Ingresos RANCHERO	\$29.024.556	\$30.763.656	\$34.243.137	\$38.113.857	\$42.424.289
Unidades	7.548	7.548	7.925	8.321	8.737
Precio	\$7.053,00	\$7.076,00	\$7.500,56	\$7.950,59	\$8.427,63
Ingresos ORIGINAL	\$53.236.044	\$53.409.648	\$59.441.938	\$66.156.859	\$73.632.203
Unidades	11.040	11.040	11.592	12.172	12.781
Precio	\$5.295,00	\$5.612,00	\$5.948,72	\$6.305,64	\$6.683,98
Ingresos PERSONAL	\$58.456.800	\$61.956.480	\$68.957.562	\$76.752.250	\$85.427.948
TOTAL INGRESOS	\$340.609.872	\$358.008.228	\$398.447.052	\$443.468.138	\$493.584.206

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.5 Inversiones del Proyecto

Imagen #49

INVERSIONES (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
INTANGIBLES	\$4.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
ACTIVOS INTANGIBLES	\$4.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
REGISTRADORA	\$400.000	\$0	\$0	\$0	\$0
COMPUTADOR	\$1.399.900	\$0	\$0	\$0	\$0
EQUIPOS DE OFICINA	\$1.799.900	\$0	\$0	\$0	\$0
MESA S DE SERVICIO	\$1.783.453	\$0	\$0	\$0	\$0
MUEBLES	\$1.783.453	\$0	\$0	\$0	\$0
ADCUACIONES	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
REFORMAS	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
COMANDARA	\$42.048	\$0	\$0	\$0	\$0
UTENCILIOS DE COCINA	\$5.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
PLANCHA PARRILLA	\$6.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
CORTADORA	\$700.000	\$0	\$0	\$0	\$0
NEVERAS	\$12.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
FREIDORA	\$6.391.141	\$0	\$0	\$0	\$0
Máquinas y herramientas	\$30.133.189	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	\$47.716.542	\$0	\$0	\$0	\$0

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.5.1 Inversiones en Activos Fijos

Imagen #50

INVERSIONES (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
INTANGIBLES	\$4.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
ACTIVOS INTANGIBLES	\$4.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
REGISTRADORA	\$400.000	\$0	\$0	\$0	\$0
COMPUTADOR	\$1.399.900	\$0	\$0	\$0	\$0
EQUIPOS DE OFICINA	\$1.799.900	\$0	\$0	\$0	\$0
MESA S DE SERVICIO	\$1.783.453	\$0	\$0	\$0	\$0
MUEBLES	\$1.783.453	\$0	\$0	\$0	\$0
ADCUACIONES	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
REFORMAS	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
COMANDARA	\$42.048	\$0	\$0	\$0	\$0
UTENCILIOS DE COCINA	\$5.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
PLANCHA PARRILLA	\$6.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
CORTADORA	\$700.000	\$0	\$0	\$0	\$0
NEVERAS	\$12.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
FREIDORA	\$6.391.141	\$0	\$0	\$0	\$0
Máquinas y herramientas	\$30.133.189	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	\$47.716.542	\$0	\$0	\$0	\$0

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empeware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.5.2 Inversiones en Gastos Pre-operativos

Imagen #51

INVERSIONES (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
INTANGIBLES	\$4.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
ACTIVOS INTANGIBLES	\$4.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
REGISTRADORA	\$400.000	\$0	\$0	\$0	\$0
COMPUTADOR	\$1.399.900	\$0	\$0	\$0	\$0
EQUIPOS DE OFICINA	\$1.799.900	\$0	\$0	\$0	\$0
MESA S DE SERVICIO	\$1.783.453	\$0	\$0	\$0	\$0
MUEBLES	\$1.783.453	\$0	\$0	\$0	\$0
ADCUACIONES	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
REFORMAS	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
COMANDARA	\$42.048	\$0	\$0	\$0	\$0
UTENCILIOS DE COCINA	\$5.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
PLANCHA PARRILLA	\$6.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
CORTADORA	\$700.000	\$0	\$0	\$0	\$0
NEVERAS	\$12.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
FREIDORA	\$6.391.141	\$0	\$0	\$0	\$0
Máquinas y herramientas	\$30.133.189	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	\$47.716.542	\$0	\$0	\$0	\$0

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empeware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.5.3 Inversión en Capital de Trabajo

Imagen #52

FINANCIAMIENTO (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
APORTES Y RETIROS DE LOS DUEÑOS					
Aportes de los dueños	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Retiros de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Aportes netos de retiros	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
DEUDA DE CORTO PLAZO					
Préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Devolución de préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Saldo deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
DEUDA DE LARGO PLAZO					
Préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Devolución de préstamos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Saldo deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
SUBSIDIOS Y DONACIONES					
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.5.4 Calendario de Inversiones

Imagen #53

INVERSIONES (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
INTANGIBLES	\$4.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
ACTIVOS INTANGIBLES	\$4.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
REGISTRADORA	\$400.000	\$0	\$0	\$0	\$0
COMPUTADOR	\$1.399.900	\$0	\$0	\$0	\$0
EQUIPOS DE OFICINA	\$1.799.900	\$0	\$0	\$0	\$0
MESA S DE SERVICIO	\$1.783.453	\$0	\$0	\$0	\$0
MUEBLES	\$1.783.453	\$0	\$0	\$0	\$0
ADCUACIONES	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
REFORMAS	\$10.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
COMANDARA	\$42.048	\$0	\$0	\$0	\$0
UTENCILIOS DE COCINA	\$5.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
PLANCHA PARRILLA	\$6.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
CORTADORA	\$700.000	\$0	\$0	\$0	\$0
NEVERAS	\$12.000.000	\$0	\$0	\$0	\$0
FREIDORA	\$6.391.141	\$0	\$0	\$0	\$0
Máquinas y herramientas	\$30.133.189	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	\$47.716.542	\$0	\$0	\$0	\$0

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.6 Costos y Gastos

7.6.1 Costos Variables

Imagen #54

COSTO DE VENTAS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
Unidades	2.832	2.832	2.974	3.123	3.279
ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
SERVILLETAS	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
SALSA	\$80,00	\$80,00	\$84,80	\$89,89	\$95,28
EMPAQUE	\$464,00	\$464,00	\$491,84	\$521,35	\$552,63
QUESO	\$259,00	\$259,00	\$274,54	\$291,01	\$308,47
PAPAS	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$343,44	\$364,05
Costos de ventas por unidad	\$1.437,00	\$1.437,00	\$1.503,78	\$1.594,01	\$1.689,64
Total costos de ventas CHEDDAR	\$4.069.584	\$4.069.584	\$4.472.242	\$4.978.093	\$5.540.330
Unidades	4.728	4.728	4.964	5.212	5.473
ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
SERVILLETAS	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
EMPAQUE	\$464,00	\$464,00	\$491,84	\$521,35	\$552,63
SALSA	\$80,00	\$80,00	\$84,80	\$89,89	\$95,28
BOMBON DE POLLO	\$2.400,00	\$2.400,00	\$2.544,00	\$2.696,64	\$2.858,44
PAPAS	\$324,00	\$320,00	\$339,20	\$359,55	\$381,12
Costos de ventas por unidad	\$3.578,00	\$3.574,00	\$3.788,44	\$4.015,75	\$4.256,68
Total costos de ventas BOMBOM	\$16.916.784	\$16.897.872	\$18.805.816	\$20.930.089	\$23.296.810

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #55

COSTO DE VENTAS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
Unidades	3.468	3.468	3.641	3.823	4.014
ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
SERVILLETA	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
EMPAQUE	\$520,00	\$520,00	\$551,20	\$584,27	\$619,33
SALSA	\$160,00	\$160,00	\$169,60	\$179,78	\$190,57
QUESO	\$1.036,00	\$1.036,00	\$1.098,16	\$1.164,05	\$1.233,89
BOMBON DE POLLO	\$3.200,00	\$3.200,00	\$3.392,00	\$3.595,52	\$3.811,25
TOCINETA	\$3.195,00	\$3.195,00	\$3.386,70	\$3.589,90	\$3.805,29
CHORIZO	\$947,00	\$947,00	\$1.003,82	\$1.064,05	\$1.127,89
SALCHICHA	\$1.034,00	\$1.034,00	\$1.096,04	\$1.161,80	\$1.231,51
PAPAS	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.526,40	\$1.617,98	\$1.715,06
Costos de ventas por unidad	\$11.842,00	\$11.842,00	\$12.552,52	\$13.305,67	\$14.104,00
Total costos de ventas FAMILIAR	\$41.068.056	\$41.068.056	\$45.703.725	\$50.867.576	\$56.613.456

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #56

COSTO DE VENTAS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
Unidades	7.548	7.548	7.925	8.321	8.737
ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
EMPAQUE	\$464,00	\$464,00	\$491,84	\$521,35	\$552,63
CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
SERVILLETA	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
SALSA	\$80,00	\$80,00	\$84,80	\$89,89	\$95,28
SALCHICHA	\$1.034,00	\$1.034,00	\$1.096,04	\$1.161,80	\$1.231,51
PAPAS	\$324,00	\$324,00	\$343,44	\$364,05	\$385,89
Costos de ventas por unidad	\$2.212,00	\$2.212,00	\$2.344,72	\$2.485,41	\$2.634,52
Total costos de ventas ORIGINAL	\$16.696.176	\$16.696.176	\$18.581.906	\$20.681.097	\$23.017.801
Unidades	11.040	11.040	11.592	12.172	12.781
GAS	\$232,00	\$232,00	\$245,92	\$260,68	\$276,32
ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$19,08	\$20,22	\$21,43
PAPAS	\$230,00	\$243,80	\$258,43	\$273,94	\$290,38
CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
SERVILLETAS	\$30,00	\$30,00	\$31,80	\$33,71	\$35,73
EMPAQUE	\$300,00	\$330,00	\$349,80	\$370,79	\$393,04
SALSA	\$80,00	\$85,00	\$90,10	\$95,51	\$101,24
Costos de ventas por unidad	\$920,00	\$968,80	\$1.026,93	\$1.088,56	\$1.153,87
Total costos de ventas PERSONAL	\$10.156.800	\$10.695.552	\$11.904.173	\$13.249.952	\$14.747.612
TOTAL COSTOS DE VENTAS	\$123.788.424	\$124.308.264	\$138.289.488	\$153.914.009	\$171.306.140

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, 2 Empeware 020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.6.2 Costos Fijos

Imagen #57

SALARIOS (PESOS)	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22
Cantidad	1	1	1	1	1	1
Remuneración total	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797
AUXILIAR DE SERVICIO	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797
Comercial	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797
Cantidad	1	1	1	1	1	1
Remuneración total	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250
ADMINISTRADOR	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250
Finanzas y Administración	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250
Cantidad	2	2	2	2	2	2
Remuneración total	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797
AUXILIAR DE PREPARACION	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594
Operaciones	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	\$8.349.641	\$8.349.641	\$8.349.641	\$8.349.641	\$8.349.641	\$8.349.641

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empeware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #58

SALARIOS (PESOS)	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
Cantidad	1	1	1	1	1	1
Remuneración total	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797
AUXILIAR DE SERVICIO	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797
Comercial	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797
Cantidad	1	1	1	1	1	1
Remuneración total	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250
ADMINISTRADOR	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250
Finanzas y Administración	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250	\$3.883.250
Cantidad	2	2	2	2	2	2
Remuneración total	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797	\$1.488.797
AUXILIAR DE PREPARACION	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594
Operaciones	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594	\$2.977.594
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	\$8.349.641	\$8.349.641	\$8.349.641	\$8.349.641	\$8.349.641	\$8.349.641

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #59

SALARIOS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
Cantidad	1,0	1,0	1	1	1
Remuneración total	\$17.865.564	\$18.758.832	\$19.696.774	\$20.681.613	\$21.715.694
AUXILIAR DE SERVICIO	\$17.865.564	\$18.758.832	\$19.696.774	\$20.681.613	\$21.715.694
Comercial	\$17.865.564	\$18.758.832	\$19.696.774	\$20.681.613	\$21.715.694
Cantidad	1,0	1,0	1	1	1
Remuneración total	\$46.599.000	\$48.928.944	\$51.375.391	\$53.944.161	\$56.641.369
ADMINISTRADOR	\$46.599.000	\$48.928.944	\$51.375.391	\$53.944.161	\$56.641.369
Finanzas y Administración	\$46.599.000	\$48.928.944	\$51.375.391	\$53.944.161	\$56.641.369
Cantidad	2,0	2,0	2	2	2
Remuneración total	\$17.865.564	\$18.758.832	\$19.696.774	\$20.681.613	\$21.715.694
AUXILIAR DE PREPARACION	\$35.731.128	\$37.517.664	\$39.393.548	\$41.363.226	\$43.431.388
Operaciones	\$35.731.128	\$37.517.664	\$39.393.548	\$41.363.226	\$43.431.388
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	\$100.195.692	\$105.205.440	\$110.465.713	\$115.989.000	\$121.788.451

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.6.3 Gastos Administrativos y Legales

Imagen #60

SALARIOS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
Cantidad	1,0	1,0	1	1	1
Remuneración total	\$17.865.564	\$18.758.832	\$19.696.774	\$20.681.613	\$21.715.694
AUXILIAR DE SERVICIO	\$17.865.564	\$18.758.832	\$19.696.774	\$20.681.613	\$21.715.694
Comercial	\$17.865.564	\$18.758.832	\$19.696.774	\$20.681.613	\$21.715.694
Cantidad	1,0	1,0	1	1	1
Remuneración total	\$46.599.000	\$48.928.944	\$51.375.391	\$53.944.161	\$56.641.369
ADMINISTRADOR	\$46.599.000	\$48.928.944	\$51.375.391	\$53.944.161	\$56.641.369
Finanzas y Administración	\$46.599.000	\$48.928.944	\$51.375.391	\$53.944.161	\$56.641.369
Cantidad	2,0	2,0	2	2	2
Remuneración total	\$17.865.564	\$18.758.832	\$19.696.774	\$20.681.613	\$21.715.694
AUXILIAR DE PREPARACION	\$35.731.128	\$37.517.664	\$39.393.548	\$41.363.226	\$43.431.388
Operaciones	\$35.731.128	\$37.517.664	\$39.393.548	\$41.363.226	\$43.431.388
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	\$100.195.692	\$105.205.440	\$110.465.713	\$115.989.000	\$121.788.451

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empreward 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.6.4 Gastos de ventas

Imagen #61

GASTOS FIJOS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
SERVICIOS	\$8.400.000	\$8.820.000	\$9.261.000	\$9.724.050	\$10.210.253
Gastos Operaciones	\$8.400.000	\$8.820.000	\$9.261.000	\$9.724.050	\$10.210.253
ARRENDAMIENTO	\$79.442.088	\$83.414.184	\$87.584.893	\$91.964.138	\$96.562.345
Gastos Comerciales	\$79.442.088	\$83.414.184	\$87.584.893	\$91.964.138	\$96.562.345
ADMINISTRACION	\$7.200.000	\$7.560.000	\$7.938.000	\$8.334.900	\$8.751.645
Gastos Administrativos	\$7.200.000	\$7.560.000	\$7.938.000	\$8.334.900	\$8.751.645
TOTAL GASTOS FIJOS	\$95.042.088	\$99.794.184	\$104.783.893	\$110.023.088	\$115.524.243

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empreward 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.6.5 Gastos de distribución

La empresa, no presentará gastos de distribución debido a que no se presta servicios de domicilios, todas las ventas se realizan en el punto de venta.

7.6.6 Gastos financieros

Chip Addict no incurrirá en gastos financieros, debido a que el proyecto no requiere de préstamos o cuentas bancarias que representen intereses, por lo que se utilizarán recursos propios.

7.6.7 Calendario de Costos y Gastos del Proyecto.

Imagen #62

COSTO DE VENTAS (PESOS)	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
Unidades	236	236	236	236	236	236	236	236	236	236	236	236
ACEITE	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
GAS	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00
CUBIERTO	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
SERVILLETAS	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
SALSA	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00
EMPAQUE	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00
QUESO	\$259.00	\$259.00	\$259.00	\$259.00	\$259.00	\$259.00	\$259.00	\$259.00	\$259.00	\$259.00	\$259.00	\$259.00
PAPAS	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00
Costos de ventas por unidad	\$1,437.00	\$1,437.00	\$1,437.00	\$1,437.00	\$1,437.00	\$1,437.00	\$1,437.00	\$1,437.00	\$1,437.00	\$1,437.00	\$1,437.00	\$1,437.00
Total costos de ventas CHEDDAR	\$339.132	\$339.132	\$339.132	\$339.132	\$339.132	\$339.132	\$339.132	\$339.132	\$339.132	\$339.132	\$339.132	\$339.132
Unidades	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394	394
ACEITE	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
GAS	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00
CUBIERTO	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
SERVILLETAS	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
EMPAQUE	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00
SALSA	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00
BOMBON DE POLLO	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00	\$2,400.00
PAPAS	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00
Costos de ventas por unidad	\$3,578.00	\$3,578.00	\$3,578.00	\$3,578.00	\$3,578.00	\$3,578.00	\$3,578.00	\$3,578.00	\$3,578.00	\$3,578.00	\$3,578.00	\$3,578.00
Total costos de ventas BOMBOM	\$1,409.732	\$1,409.732	\$1,409.732	\$1,409.732	\$1,409.732	\$1,409.732	\$1,409.732	\$1,409.732	\$1,409.732	\$1,409.732	\$1,409.732	\$1,409.732

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #63

COSTO DE VENTAS (PESOS)	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
Unidades	289	289	289	289	289	289	289	289	289	289	289	289
ACEITE	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
GAS	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00
CUBIERTO	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
SERVILLETA	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
EMPAQUE	\$520.00	\$520.00	\$520.00	\$520.00	\$520.00	\$520.00	\$520.00	\$520.00	\$520.00	\$520.00	\$520.00	\$520.00
SALSA	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00
QUESO	\$1,036.00	\$1,036.00	\$1,036.00	\$1,036.00	\$1,036.00	\$1,036.00	\$1,036.00	\$1,036.00	\$1,036.00	\$1,036.00	\$1,036.00	\$1,036.00
BOMBON DE POLLO	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00
TOCINETA	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00
CHORIZO	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00
SALCHICHA	\$1,034.00	\$1,034.00	\$1,034.00	\$1,034.00	\$1,034.00	\$1,034.00	\$1,034.00	\$1,034.00	\$1,034.00	\$1,034.00	\$1,034.00	\$1,034.00
PAPAS	\$1,440.00	\$1,440.00	\$1,440.00	\$1,440.00	\$1,440.00	\$1,440.00	\$1,440.00	\$1,440.00	\$1,440.00	\$1,440.00	\$1,440.00	\$1,440.00
Costos de ventas por unidad	\$11,842.00	\$11,842.00	\$11,842.00	\$11,842.00	\$11,842.00	\$11,842.00	\$11,842.00	\$11,842.00	\$11,842.00	\$11,842.00	\$11,842.00	\$11,842.00
Total costos de ventas FAMILIAR	\$3,422.338	\$3,422.338	\$3,422.338	\$3,422.338	\$3,422.338	\$3,422.338	\$3,422.338	\$3,422.338	\$3,422.338	\$3,422.338	\$3,422.338	\$3,422.338

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #64

COSTO DE VENTAS (PESOS)	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
Unidades	499	499	499	499	499	499	499	499	499	499	499	499
ACEITE	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
GAS	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00
CUBIERTO	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
EMPAQUE	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00
SERVILLETAS	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
SALSA	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00
CHORIZO	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00	\$3,195.00
PAPAS	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00
Costos de ventas por unidad	\$4,373.00	\$4,373.00	\$4,373.00	\$4,373.00	\$4,373.00	\$4,373.00	\$4,373.00	\$4,373.00	\$4,373.00	\$4,373.00	\$4,373.00	\$4,373.00
Total costos de ventas BACON	\$2,182.127	\$2,182.127	\$2,182.127	\$2,182.127	\$2,182.127	\$2,182.127	\$2,182.127	\$2,182.127	\$2,182.127	\$2,182.127	\$2,182.127	\$2,182.127
Unidades	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341
ACEITE	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
GAS	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00	\$232.00
CUBIERTO	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
SERVILLETA	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
EMPAQUE	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00	\$464.00
SALSA	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00	\$80.00
CHORIZO	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00	\$947.00
PAPAS	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00	\$324.00
Costos de ventas por unidad	\$2,125.00	\$2,125.00	\$2,125.00	\$2,125.00	\$2,125.00	\$2,125.00	\$2,125.00	\$2,125.00	\$2,125.00	\$2,125.00	\$2,125.00	\$2,125.00
Total costos de ventas RANCHERO	\$724.625	\$724.625	\$724.625	\$724.625	\$724.625	\$724.625	\$724.625	\$724.625	\$724.625	\$724.625	\$724.625	\$724.625

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #65

COSTO DE VENTAS (PESOS)												
Unidades	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00
GAS	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00
EMPAQUE	\$464,00	\$464,00	\$464,00	\$464,00	\$464,00	\$464,00	\$464,00	\$464,00	\$464,00	\$464,00	\$464,00	\$464,00
CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
SERVILLETA	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
SALSA	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00
SALCHICHA	\$1034,00	\$1034,00	\$1034,00	\$1034,00	\$1034,00	\$1034,00	\$1034,00	\$1034,00	\$1034,00	\$1034,00	\$1034,00	\$1034,00
PAPAS	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00	\$324,00
Costos de ventas por unidad	\$2,212,00	\$2,212,00	\$2,212,00	\$2,212,00	\$2,212,00	\$2,212,00	\$2,212,00	\$2,212,00	\$2,212,00	\$2,212,00	\$2,212,00	\$2,212,00
Total costos de ventas ORIGINAL	\$1,391,348	\$1,391,348	\$1,391,348	\$1,391,348	\$1,391,348	\$1,391,348	\$1,391,348	\$1,391,348	\$1,391,348	\$1,391,348	\$1,391,348	\$1,391,348
Unidades	920	920	920	920	920	920	920	920	920	920	920	920
GAS	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00	\$232,00
ACEITE	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00	\$18,00
PAPAS	\$230,00	\$230,00	\$230,00	\$230,00	\$230,00	\$230,00	\$230,00	\$230,00	\$230,00	\$230,00	\$230,00	\$230,00
CUBIERTO	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
SERVILLETAS	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
EMPAQUE	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00
SALSA	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00
Costos de ventas por unidad	\$920,00	\$920,00	\$920,00	\$920,00	\$920,00	\$920,00	\$920,00	\$920,00	\$920,00	\$920,00	\$920,00	\$920,00
Total costos de ventas PERSONAL	\$846,400	\$846,400	\$846,400	\$846,400	\$846,400	\$846,400	\$846,400	\$846,400	\$846,400	\$846,400	\$846,400	\$846,400
TOTAL COSTOS DE VENTAS	\$10,315,702	\$10,315,702	\$10,315,702	\$10,315,702	\$10,315,702	\$10,315,702	\$10,315,702	\$10,315,702	\$10,315,702	\$10,315,702	\$10,315,702	\$10,315,702

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #66

GASTOS FIJOS (PESOS)		jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22
SERVICIOS		\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000
Gastos Operaciones		\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000
ARRENDAMIENTO		\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174
Gastos Comerciales		\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174
ADMINISTRACION		\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000
Gastos Administrativos		\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000
TOTAL GASTOS FIJOS		\$7,920,174	\$7,920,174	\$7,920,174	\$7,920,174	\$7,920,174	\$7,920,174

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #67

GASTOS FIJOS (PESOS)		dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
SERVICIOS		\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000
Gastos Operaciones		\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000	\$700,000
ARRENDAMIENTO		\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174
Gastos Comerciales		\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174	\$6,620,174
ADMINISTRACION		\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000
Gastos Administrativos		\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000
TOTAL GASTOS FIJOS		\$7,920,174	\$7,920,174	\$7,920,174	\$7,920,174	\$7,920,174	\$7,920,174

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #68

SALARIOS (PESOS)												
	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
Cantidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Remuneración total	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797
AUXILIAR DE SERVICIO	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797
Comercial	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797	\$1,488,797
Cantidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Remuneración total	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250
ADMINISTRADOR	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250
Finanzas y Administración	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250	\$3,883,250
Cantidad	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Remuneración total	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594
AUXILIAR DE PREPARACION	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594
Operaciones	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594	\$2,977,594
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	\$8,349,641	\$8,349,641	\$8,349,641	\$8,349,641	\$8,349,641	\$8,349,641	\$8,349,641	\$8,349,641	\$8,349,641	\$8,349,641	\$8,349,641	\$8,349,641

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #69

GASTOS FIJOS (PESOS)	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
SERVICIOS	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000
Gastos Operaciones	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000
ARRENDAMIENTO	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174
Gastos Comerciales	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174	\$6.620.174
ADMINISTRACION	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Gastos Administrativos	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
TOTAL GASTOS FIJOS	\$7.920.174	\$7.920.174	\$7.920.174	\$7.920.174	\$7.920.174	\$7.920.174	\$7.920.174	\$7.920.174	\$7.920.174	\$7.920.174	\$7.920.174	\$7.920.174

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empreware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.7 Flujo de Caja

Imagen #70

FLUJO DE CAJA (PESOS)	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22
CAJA INICIAL	\$ 0	\$ 6.944.127	\$ 10.670.939	\$ 14.397.752	\$ 18.124.564	\$ 21.276.653
Ventas	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156
Costo de ventas	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702
Salarios	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641
Gastos fijos	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174
Impuestos	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Caja generada por operaciones	\$ 2.133.392	\$ 2.133.392	\$ 2.133.392	\$ 2.133.392	\$ 2.133.392	\$ 2.133.392
Variación cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación créditos fiscales	-\$ 7.472.723	\$ 1.593.420	\$ 1.593.420	\$ 1.593.420	\$ 1.018.697	-\$ 334.753
Variación de inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en capital de trabajo	-\$ 7.472.723	\$ 1.593.420	\$ 1.593.420	\$ 1.593.420	\$ 1.018.697	-\$ 334.753
Inversión en activos fijos	-\$ 47.716.542	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja libre	-\$ 53.055.873	\$ 3.726.812	\$ 3.726.812	\$ 3.726.812	\$ 3.152.089	\$ 1.798.639

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empreware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #71

FLUJO DE CAJA (PESOS)	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
CAJA INICIAL	\$ 23.075.292	\$ 24.873.931	\$ 26.672.570	\$ 28.471.209	\$ 30.269.848	\$ 32.068.487
Ventas	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156
Costo de ventas	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702
Salarios	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641
Gastos fijos	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174
Impuestos	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Caja generada por operaciones	\$ 2.133.392	\$ 2.133.392	\$ 2.133.392	\$ 2.133.392	\$ 2.133.392	\$ 2.133.392
Variación cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación créditos fiscales	-\$ 334.753	-\$ 334.753	-\$ 334.753	-\$ 334.753	-\$ 334.753	-\$ 334.753
Variación de inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en capital de trabajo	-\$ 334.753	-\$ 334.753	-\$ 334.753	-\$ 334.753	-\$ 334.753	-\$ 334.753
Inversión en activos fijos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja libre	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empreware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #72

FLUJO DE CAJA (PESOS)	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22
Aportes de los dueños	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Retiros de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de los dueños	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de la deuda	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja del financiamiento	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
FLUJO DE CAJA DEL NEGOCIO	\$ 6.944.127	\$ 3.726.812	\$ 3.726.812	\$ 3.726.812	\$ 3.152.089	\$ 1.798.639
CAJA FINAL	\$ 6.944.127	\$ 10.670.939	\$ 14.397.752	\$ 18.124.564	\$ 21.276.653	\$ 23.075.292

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #73

FLUJO DE CAJA (PESOS)	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
Aportes de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Retiros de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de la deuda	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja del financiamiento	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
FLUJO DE CAJA DEL NEGOCIO	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639
CAJA FINAL	\$ 24.873.931	\$ 26.672.570	\$ 28.471.209	\$ 30.269.848	\$ 32.068.487	\$ 33.867.126

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #74

FLUJO DE CAJA (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
CAJA INICIAL	\$ 0	\$ 33.867.126	\$ 58.639.090	\$ 90.253.118	\$ 133.603.993
Ventas	\$ 340.609.872	\$ 358.008.228	\$ 398.447.052	\$ 443.468.138	\$ 493.584.206
Costo de ventas	-\$ 123.788.424	-\$ 124.308.264	-\$ 138.289.488	-\$ 153.914.009	-\$ 171.306.140
Salarios	-\$ 100.195.692	-\$ 105.205.440	-\$ 110.465.713	-\$ 115.989.000	-\$ 121.788.451
Gastos fijos	-\$ 95.042.088	-\$ 99.794.184	-\$ 104.783.893	-\$ 110.023.088	-\$ 115.524.243
Impuestos	\$ 4.017.039	-\$ 7.945.415	-\$ 13.293.929	-\$ 20.191.166	-\$ 27.260.865
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Caja generada por operaciones	\$ 25.600.707	\$ 20.754.925	\$ 31.614.028	\$ 43.350.875	\$ 57.704.507
Variación cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación créditos fiscales	-\$ 4.017.039	\$ 4.017.039	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación de inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en capital de trabajo	-\$ 4.017.039	\$ 4.017.039	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en activos fijos	-\$ 47.716.542	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja libre	-\$ 26.132.874	\$ 24.771.964	\$ 31.614.028	\$ 43.350.875	\$ 57.704.507

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #75

FLUJO DE CAJA (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
Aportes de los dueños	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Retiros de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de los dueños	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de la deuda	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja del financiamiento	\$ 60.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
FLUJO DE CAJA DEL NEGOCIO	\$ 33.867.126	\$ 24.771.964	\$ 31.614.028	\$ 43.350.875	\$ 57.704.507
CAJA FINAL	\$ 33.867.126	\$ 58.639.090	\$ 90.253.118	\$ 133.603.993	\$ 191.308.500

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.8 Estados Financieros Proyectados

Imagen #76

ESTADO DE RESULTADOS (PESOS)	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22
Ventas	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156
Costo de ventas	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702
Margen bruto	\$ 18.068.454	\$ 18.068.454	\$ 18.068.454	\$ 18.068.454	\$ 18.068.454	\$ 18.068.454
Salarios	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641
Otros gastos fijos	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174
Gastos fijos	-\$ 16.269.815	-\$ 16.269.815	-\$ 16.269.815	-\$ 16.269.815	-\$ 16.269.815	-\$ 16.269.815
Resultado operativo	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639
Amortizaciones	-\$ 2.813.043	-\$ 2.813.043	-\$ 2.813.043	-\$ 2.813.043	-\$ 2.813.043	-\$ 2.813.043
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuestos	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753
Resultado neto	-\$ 679.651	-\$ 679.651	-\$ 679.651	-\$ 679.651	-\$ 679.651	-\$ 679.651

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #77

ESTADO DE RESULTADOS (PESOS)	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
Ventas	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156	\$ 28.384.156
Costo de ventas	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702	-\$ 10.315.702
Margen bruto	\$ 18.068.454	\$ 18.068.454	\$ 18.068.454	\$ 18.068.454	\$ 18.068.454	\$ 18.068.454
Salarios	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641	-\$ 8.349.641
Otros gastos fijos	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174	-\$ 7.920.174
Gastos fijos	-\$ 16.269.815	-\$ 16.269.815	-\$ 16.269.815	-\$ 16.269.815	-\$ 16.269.815	-\$ 16.269.815
Resultado operativo	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639	\$ 1.798.639
Amortizaciones	-\$ 2.813.043	-\$ 2.813.043	-\$ 2.813.043	-\$ 2.813.043	-\$ 2.813.043	-\$ 2.813.043
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuestos	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753	\$ 334.753
Resultado neto	-\$ 679.651	-\$ 679.651	-\$ 679.651	-\$ 679.651	-\$ 679.651	-\$ 679.651

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.8.1 Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado

Imagen #78

ESTADO DE RESULTADOS (PESOS)	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	\$ 340.609.872	\$ 358.008.228	\$ 398.447.052	\$ 443.468.138	\$ 493.584.206
Costo de ventas	-\$ 123.788.424	-\$ 124.308.264	-\$ 138.289.488	-\$ 153.914.009	-\$ 171.306.140
Margen bruto	\$ 216.821.448	\$ 233.699.964	\$ 260.157.563	\$ 289.554.129	\$ 322.278.066
Salarios	-\$ 100.195.692	-\$ 105.205.440	-\$ 110.465.713	-\$ 115.989.000	-\$ 121.788.451
Otros gastos fijos	-\$ 95.042.088	-\$ 99.794.184	-\$ 104.783.893	-\$ 110.023.088	-\$ 115.524.243
Gastos fijos	-\$ 195.237.780	-\$ 204.999.624	-\$ 215.249.606	-\$ 226.012.088	-\$ 237.312.694
Resultado operativo	\$ 21.583.668	\$ 28.700.340	\$ 44.907.957	\$ 63.542.041	\$ 84.965.372
Amortizaciones	-\$ 33.756.513	-\$ 4.623.324	-\$ 4.623.324	-\$ 2.356.691	-\$ 2.356.691
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuestos	\$ 4.017.039	-\$ 7.945.415	-\$ 13.293.929	-\$ 20.191.166	-\$ 27.260.865
Resultado neto	-\$ 8.155.806	\$ 16.131.601	\$ 26.990.704	\$ 40.994.185	\$ 55.347.816

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empreware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

7.8.2 Balance General Projectado

Imagen #79

BALANCE (PESOS)	jun-22	jul-22	ago-22	sep-22	oct-22	nov-22
Caja	\$ 6.944.127	\$ 10.670.939	\$ 14.397.752	\$ 18.124.564	\$ 21.276.653	\$ 23.075.292
Cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Creditos fiscales	\$ 7.472.723	\$ 5.879.303	\$ 4.285.883	\$ 2.692.463	\$ 1.673.766	\$ 2.008.519
Inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activo corriente	\$ 14.416.850	\$ 16.550.242	\$ 18.683.635	\$ 20.817.027	\$ 22.950.419	\$ 25.083.811
Activos fijos	\$ 47.716.542	\$ 47.716.542	\$ 47.716.542	\$ 47.716.542	\$ 47.716.542	\$ 47.716.542
Amortizaciones acumuladas	-\$ 2.813.043	-\$ 5.626.085	-\$ 8.439.128	-\$ 11.252.171	-\$ 14.065.214	-\$ 16.878.256
Activo no corriente	\$ 44.903.499	\$ 42.090.457	\$ 39.277.414	\$ 36.464.371	\$ 33.651.328	\$ 30.838.286
ACTIVO	\$ 59.320.349	\$ 58.640.699	\$ 57.961.048	\$ 57.281.398	\$ 56.601.747	\$ 55.922.097
Cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deudas de corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pasivo corriente	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deudas de largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pasivo no corriente	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Aportes netos de los dueños	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000
Resultados acumulados	-\$ 679.651	-\$ 1.359.301	-\$ 2.038.952	-\$ 2.718.602	-\$ 3.398.253	-\$ 4.077.903
Patrimonio neto	\$ 59.320.349	\$ 58.640.699	\$ 57.961.048	\$ 57.281.398	\$ 56.601.747	\$ 55.922.097
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 59.320.349	\$ 58.640.699	\$ 57.961.048	\$ 57.281.398	\$ 56.601.747	\$ 55.922.097

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empreware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #80

BALANCE (PESOS)	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23
Caja	\$ 24.873.931	\$ 26.672.570	\$ 28.471.209	\$ 30.269.848	\$ 32.068.487	\$ 33.867.126
Cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Creditos fiscales	\$ 2.343.273	\$ 2.678.026	\$ 3.012.779	\$ 3.347.532	\$ 3.682.286	\$ 4.017.039
Inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activo corriente	\$ 27.217.204	\$ 29.350.596	\$ 31.483.988	\$ 33.617.380	\$ 35.750.773	\$ 37.884.165
Activos fijos	\$ 47.716.542	\$ 47.716.542	\$ 47.716.542	\$ 47.716.542	\$ 47.716.542	\$ 47.716.542
Amortizaciones acumuladas	-\$ 19.691.299	-\$ 22.504.342	-\$ 25.317.385	-\$ 28.130.427	-\$ 30.943.470	-\$ 33.756.513
Activo no corriente	\$ 28.025.243	\$ 25.212.200	\$ 22.399.157	\$ 19.586.115	\$ 16.773.072	\$ 13.960.029
ACTIVO	\$ 55.242.446	\$ 54.562.796	\$ 53.883.145	\$ 53.203.495	\$ 52.523.844	\$ 51.844.194
Cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deudas de corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pasivo corriente	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deudas de largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pasivo no corriente	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Aportes netos de los dueños	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000
Resultados acumulados	-\$ 4.757.554	-\$ 5.437.204	-\$ 6.116.855	-\$ 6.796.505	-\$ 7.476.156	-\$ 8.155.806
Patrimonio neto	\$ 55.242.446	\$ 54.562.796	\$ 53.883.145	\$ 53.203.495	\$ 52.523.844	\$ 51.844.194
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 55.242.446	\$ 54.562.796	\$ 53.883.145	\$ 53.203.495	\$ 52.523.844	\$ 51.844.194

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

8. Evaluación del Proyecto

8.1 Costo del Capital

Imagen #81

Tasa de descuento	40%
Es la tasa a la que se descuenta el flujo de caja para calcular el VAN.	

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

8.2 Evaluación Financiera

Imagen #82

ANÁLISIS DEL NEGOCIO

Los valores monetarios se encuentran expresados en PESOS

GANANCIA TOTAL DEL NEGOCIO	\$ 131.308.500
Representa la ganancia (o pérdida) que genera el negocio a lo largo de los 5 años.	
FINANCIAMIENTO NECESARIO	\$ 53.055.873
Representa el financiamiento que necesita el negocio para que en ningún momento tenga caja negativa.	
MESES PARA PODER DEVOLVER EL FINANCIAMIENTO	24
Son los meses que necesita el negocio para estar en condiciones de devolver el financiamiento necesario.	

Fuente: Cortes, Gomez, Guanume, Empreware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #83

RENTABILIDAD DEL NEGOCIO (TIR)	
La TIR (Tasa Interna de Retorno) es una fórmula que calcula la rentabilidad de un negocio en base a su flujo de caja.	
TIR sin perpetuidad	112,0%
Considera que el flujo de caja del negocio finaliza al año 5.	
TIR con perpetuidad	116,6%
Considera que el flujo de caja del año 5 se repite a perpetuidad en los años posteriores.	
TIR ácida sin perpetuidad	51,6%
Considera: a) que las inversiones necesarias en cada año se realizan al inicio de ese año; y b) que el flujo de caja del negocio finaliza al año 5.	
TIR ácida con perpetuidad	51,4%
Considera: a) que las inversiones necesarias en cada año se realizan al inicio de ese año; y b) que el flujo de caja del año 5 se repite a perpetuidad en los años posteriores.	

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empreware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #84

VALOR DEL NEGOCIO (VAN)	
El VAN (Valor Actual Neto) es una fórmula que calcula el valor de un negocio en base a su flujo de caja y la tasa de descuento.	
Tasa de descuento	40%
Es la tasa a la que se descuenta el flujo de caja para calcular el VAN.	
VAN sin perpetuidad	\$ 27.507.409
Considera que el flujo de caja del negocio finaliza al año 5.	
VAN con perpetuidad	\$ 34.351.932
Considera que el flujo de caja del año 5 se repite a perpetuidad en los años posteriores.	

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

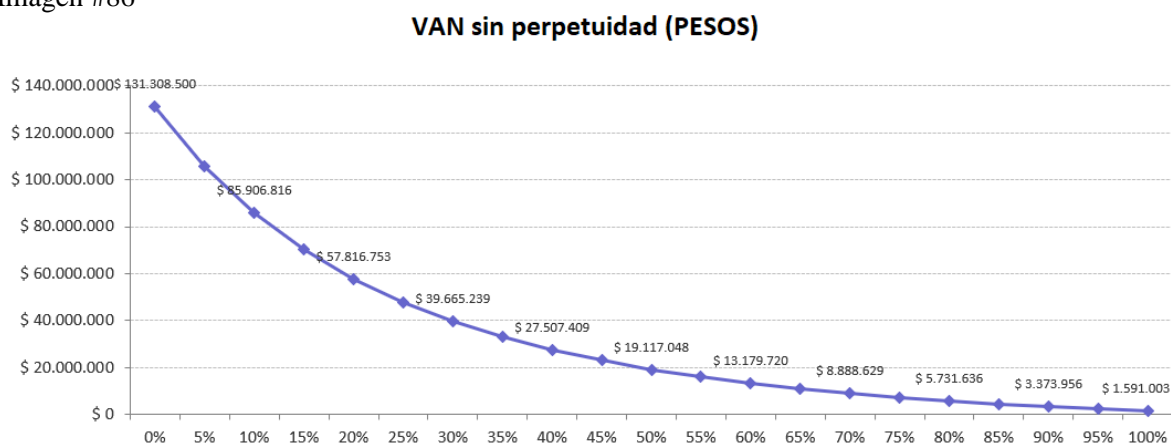
8.2.1 Valor Presente Neto

Imagen #85

VALOR DEL NEGOCIO (VAN)	
El VAN (Valor Actual Neto) es una fórmula que calcula el valor de un negocio en base a su flujo de caja y la tasa de descuento.	
Tasa de descuento	40%
Es la tasa a la que se descuenta el flujo de caja para calcular el VAN.	
VAN sin perpetuidad	\$ 27.507.409
Considera que el flujo de caja del negocio finaliza al año 5.	
VAN con perpetuidad	\$ 34.351.932
Considera que el flujo de caja del año 5 se repite a perpetuidad en los años posteriores.	

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #86



Fuente: Cortes, Gomez, Guanume, Empaware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

8.2.2 Tasa Interna de Retorno

Imagen #87

RENTABILIDAD DEL NEGOCIO (TIR)	
La TIR (Tasa Interna de Retorno) es una fórmula que calcula la rentabilidad de un negocio en base a su flujo de caja.	
TIR sin perpetuidad	112,0%
Considera que el flujo de caja del negocio finaliza al año 5.	
TIR con perpetuidad	116,6%
Considera que el flujo de caja del año 5 se repite a perpetuidad en los años posteriores.	
TIR ácida sin perpetuidad	51,6%
Considera: a) que las inversiones necesarias en cada año se realizan al inicio de ese año; y b) que el flujo de caja del negocio finaliza al año 5.	
TIR ácida con perpetuidad	51,4%
Considera: a) que las inversiones necesarias en cada año se realizan al inicio de ese año; y b) que el flujo de caja del año 5 se repite a perpetuidad en los años posteriores.	

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Empreward 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

8.2.3 Índices financieros

Imagen #88

INDICES (PESOS)	2022	2023	2024	2025	2026
INDICES DE RENTABILIDAD					
Rentabilidad sobre patrimonio neto (ROE)	-16%	24%	28%	30%	29%
Rentabilidad sobre activos (ROA)	-16%	24%	28%	30%	29%
Resultado neto / Ventas	-2%	5%	7%	9%	11%
Resultado operativo / Ventas	6%	8%	11%	14%	17%
INDICES OPERATIVOS					
Días promedio de cobranza	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Días promedio de pago	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Días promedio de inventario	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Caja / Activo	65%	86%	95%	98%	100%
INDICES DE ENDEUDAMIENTO					
Deuda financiera / Activos	0%	0%	0%	0%	0%
Deuda financiera de corto plazo / deuda financiera total	-	-	-	-	-
DATOS FINANCIEROS					
Ventas	\$ 340.609.872	\$ 358.008.228	\$ 398.447.052	\$ 443.468.138	\$ 493.584.206
Costo de insumos	-\$ 123.788.424	-\$ 124.308.264	-\$ 138.289.488	-\$ 153.914.009	-\$ 171.306.140
Total egresos operativos	-\$ 319.026.204	-\$ 329.307.888	-\$ 353.539.094	-\$ 379.926.097	-\$ 408.618.834
Resultado operativo	\$ 21.583.668	\$ 28.700.340	\$ 44.907.957	\$ 63.542.041	\$ 84.965.372
Resultado neto	-\$ 8.155.806	\$ 16.131.601	\$ 26.990.704	\$ 40.994.185	\$ 55.347.816
Caja	\$ 33.867.126	\$ 58.639.090	\$ 90.253.118	\$ 133.603.993	\$ 191.308.500
Cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activos	\$ 51.844.194	\$ 67.975.795	\$ 94.966.499	\$ 135.960.684	\$ 191.308.500
Cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda financiera de corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda financiera de largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Patrimonio neto	\$ 51.844.194	\$ 67.975.795	\$ 94.966.499	\$ 135.960.684	\$ 191.308.500

Fuente: Cortes, Gomez, Guanume, Empreward 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

8.2.4 Análisis de sensibilidad y riesgo

Se pueden evidenciar posibles riesgos al momento de llevar a cabo el negocio, tales como:

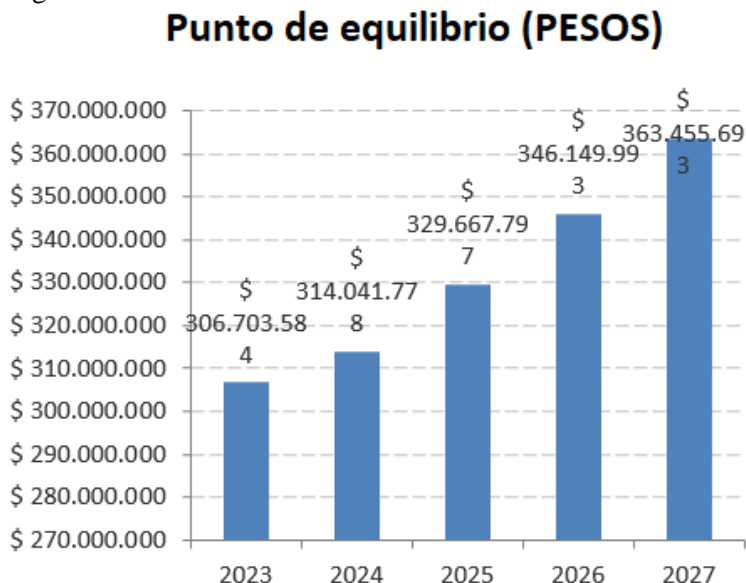
- Desde la parte comercial, no lograr las metas de venta propuestas, que fueron enfocadas a que el negocio fuera rentable
- Desde la parte financiera, se puede tener el riesgo de no alcanzar el punto de equilibrio y generar pérdidas en el negocio.
- Desde la parte de mercadeo, existe la posibilidad que no se haya identificado adecuadamente el público objetivo y por ende no obtener la demanda esperada.
- Desde la parte operativa, por no analizar bien los insumos, maquinaria o tiempos de producción se puede tener un incumplimiento en el plan de producción.
- Desde el área espacial, si el local comercial no tiene el flujo de personas esperado, puede significar el no cumplimiento de las ventas.

8.2.5 Consideraciones sobre la Evaluación Financiera

Los resultados que arrojan las evaluaciones financieras, reflejan que es un proyecto viable, el cual tiene una TIR atractiva, que demuestra alta rentabilidad. Como se puede apreciar en el documento de Excel, encontramos que para el primer año 2023 se requieren de \$ 306.703.584 para obtener el punto de equilibrio

8.3 Punto de Equilibrio

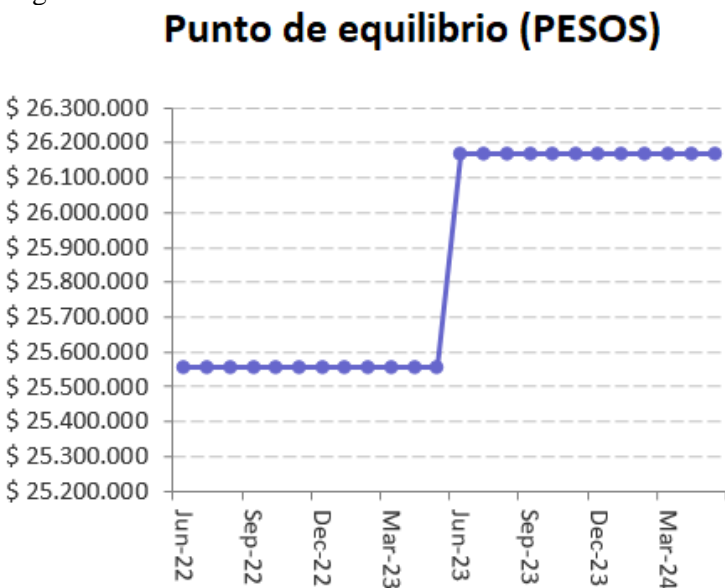
Imagen #89



Representa el nivel mínimo de ventas que necesita el negocio a un momento dado para poder cubrir los costos fijos.

Fuente: Cortes, Gómez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

Imagen #86



Representa el nivel mínimo de ventas que necesita el negocio a un momento dado para poder cubrir los costos fijos.

Fuente: Cortes, Gomez, Guanume, Emproware 2020. *Plan Financiero Chip Addict*

8.4 Consideraciones Sociales.

Es una oportunidad de emprendimiento para reinventarse en la situación actual que se atraviesa, el país se está viendo afectado enormemente y la tasa de desempleo cada vez es más alta y preocupante. Es la oportunidad perfecta para crear empresa, llevar a cabo los saberes adquiridos a lo largo de un recorrido académico. Esto impacta la sociedad de manera positiva en varios puntos, uno de ellos es la parte de generación de empleo, la empresa va contratar personal externo para su correcto funcionamiento, se tiene una proyección de abrir nuevas sedes en otros centros comerciales de la ciudad, lo cual va portar a economía y va generar aún más empleo. Además de satisfacer las necesidades que surgen a partir de una demanda ya detectada en el sector donde se encuentra ubicado el centro comercial florida, esto contribuirá a la sociedad también.

8.5 Consideraciones Ambientales

La empresa aprovechara al máximo el aceite que se utilizará reutilizando lo que se sobre y no desechándolo, esta será una buena forma de contribuir al medio ambiente, además los recipientes en los cuales estarán los productos serán completamente ecológicos y biodegradables. Son unos empaques ya previsto con una empresa llamada converpel. Estos empaques no afectan el medio ambiente. Los residuos que sean desechados serán por medio de todos los protocolos ambientales y reciclables para los casos necesarios.

9. Consideraciones finales del proyecto y recomendaciones

Según todo el proceso que se ha llevado a lo largo de este plan de negocio se saca como conclusión final que el proyecto es viable, se han tenido todas las consideraciones, se ha analizado todo el proyecto desde todos los puntos de vista posibles, tanto cuantitativos como cualitativos, es un proyecto que se debe comenzar cuanto antes para que lo esperado sea un resultado positivo. El capital que se va invertir se recuperara en 24 meses según la proyección de ventas y ganancias que arrojaron los análisis financieros. Es un negocio que arroja una buena tasa de retorno por lo tanto es una empresa que puede crecer rápidamente y cada vez mas generar más empleo. Inmediatamente cuando se recupere la primera inversión es importante considerar la expansión de la empresa hacia otros centros comerciales, de esta manera se incrementará la popularidad y ganancias. Es importante destacar que todos los procesos legales en lo que se refiere a su creación deben ir completamente firmados por los socios, para evitar futuros inconvenientes internos. El proyecto se debe emprender en la mayor brevedad debido que todos los datos son recientes y eso puede influir en el éxito del proyecto. Es necesario aclarar que se debe tener en cuenta la situación nacional en cuanto la coyuntura que se esta atravesando para la realización del mismo. Algunas de las decisiones que toma el gobierno son muy inciertas por lo tanto es importante estudiar y analizar las restricciones actuales.

Fuentes de Información

Dinero. (15 de 12 de 2016). *DInero.com*. Obtenido de Comidas rápidas: Una industria con gran apetito.

Dinero. (27 de 03 de 2020). *DInero.com*. Obtenido de Ventas en restaurantes de Colombia cayeron 76%: <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/coronavirus-como-les-ha-ido-a-los-restaurantes/283457>

DInero. (03 de 2020). *Dinero.com*. Obtenido de Ventas en restaurantes de Colombia cayeron 76%: <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/coronavirus-como-les-ha-ido-a-los-restaurantes/283457>

El tiempo. (11 de 2017). *El tiempo.com*. Obtenido de Sector gastronómico en Medellín también llena los bolsillos: <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/el-sector-gastronomico-en-medellin-tambien-llena-los-bolsillos-156114>

Nielsen. (17 de 10 de 2014). *nielsen.com*. Obtenido de <https://www.nielsen.com/co/es/press-releases/2014/ventas-globales-snacks/>

Nielsen. (30 de 01 de 2017). <https://www.nielsen.com/>. Obtenido de <https://www.nielsen.com/co/es/press-releases/2017/38-por-ciento-de-los-colombianos-come-fuera-de-su-hogar-una-o-mas-veces-a-la-semana/>

Nielsen. (10 de 09 de 2018). *www.nielsen.com*. Obtenido de REDEFINIENDO LA CONVENIENCIA, UNA CRECIENTE NECESIDAD DEL CONSUMIDOR: <https://www.nielsen.com/co/es/insights/article/2018/redefiniendo-la-conveniencia-una-creciente-necesidad-del-consumidor/>

Nilsen. (10 de 9 de 2018). *nilsen.com*. Obtenido de

<https://www.nielsen.com/co/es/insights/article/2018/redefiniendo-la-conveniencia-una-creciente-necesidad-del-consumidor/>

Ossa, J. E. (2018). <http://repositorio.utp.edu.co/>. Obtenido de ESTUDIO DE VIABILIDAD DE UN NEGOCIO DE COMIDAS RAPIDAS:

<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/4374/658.11084.pdf?sequence=1>

Revista papa. (04 de 2018). *fedepapa.com*. Obtenido de <https://fedepapa.com/wp-content/uploads/2017/01/REVISTA-47-COMPLETA.pdf>

Reyes, M. (20 de 08 de 2019). *BackStartup*. Obtenido de ¿Por qué vale la pena constituir una SAS en Colombia?: <https://blog.backstartup.com/por-que-vale-la-pena-constituir-una-sas-en-colombia-d5a0cf203ebd>

Semana. (s/f). *Semana.com*. Obtenido de El mercado de comidas rápidas: un negocio sabroso: <https://www.semana.com/economia/articulo/el-mercado-comidas-rapidas-negocio-sabroso/265173-3>