

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

PLAN DE EMPRESA
EN LA OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESAS



EL CHOLAO DE SARA

AUTORES:

EUCARIS ZUÑIGA GARCIA

VALDEMAR CAMPOS QUINTERO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - DISTANCIA
CARTAGENA – BOLÍVAR

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
PLAN DE EMPRESA	
COMPONENTE ORGANIZACIONAL	4
1.1. Nombre de la empresa	4
1.2. Descripción de la empresa	4
1.3. Misión	4
1.4. Visión	4
1.5. Objetivos organizacionales	5
1.5.1. Objetivo general	5
1.5.2. Objetivos específicos	5
1.6. Valores	5
1.7. Estructura organizacional	5
1.8. Portafolio de Productos y servicios	6
COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADOS Y COMERCIAL	7
2.1. Análisis del sector	7
2.2. Estudio de mercado	8
2.2.1. Análisis de la demanda	8
2.2.2. Análisis de la oferta	11
2.2.3. Análisis de la competencia	11
2.2.4. Determinación de la demanda actual y potencial	13
2.7. Perfil del consumidor	13
2.8. Estrategias Comerciales	14
2.10. Estrategias de precio	15
2.11. Estrategia de Promoción	16
2.12. Estrategia digital	16
COMPONENTE PRODUCTIVO Y TÉCNICO	17
3.1. Descripción del diseño y estado de desarrollo del producto	17
3.2. Ficha técnica del producto	17
3.3. Descripción del proceso productivo y sistema de producción	18
3.4. Diagrama de flujo	20
3.5. Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología)	21
3.6. Plan de compras	22

	<p align="center">OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
---	--	---

3.7. Plan de implementación	23
3.8. Plan de producción	23
3.9. Logística y distribución	24
3.10. Aspectos ambientales y sociales del proyecto	25
COMPONENTE DE TALENTO HUMANO	25
4.1. Descripción del equipo emprendedor	26
COMPONENTE JURÍDICO – TRIBUTARIO	26
5.1. Determinación de la forma jurídica	26
5.2. Obligaciones tributarias	26
COMPONENTE FINANCIERO	28
6.1. Análisis de costos y gastos	28
6.2 Estados Financieros	30
6.3. Balance General	31
6.4. Estado de Resultados	31
6.5. Flujo de Caja	32
6.6. Análisis de inversión inicial y retorno sobre la inversión	33
6.7. Análisis de sensibilidad e índices financieros.	33
6.8. Fuentes de apoyo financiero	33
COMPONENTE DE IMPACTOS Y VALIDACIÓN	35
7.1. Impacto social	35
7.2. Impacto ambiental	35
7.3. Impacto económico	35
7.4. Validaciones	35
7.4.1. Validación Técnica	35
7.4.2. Validación Financiera	36
7.4.3. Validación Comercial	36
CONCLUSIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	38
LISTA DE TABLAS	39
LISTA DE ILUSTRACIONES	39
LISTA DE GRÁFICOS	39

	<p align="center">OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
---	--	---

PLAN DE EMPRESA

1. COMPONENTE ORGANIZACIONAL

1.1. Nombre de la empresa



EL CHOLAO DE SARA

Gráfica 1. Logo y el nombre de la empresa

1.2. Descripción de la empresa

La idea principal de este emprendimiento es traer a Cartagena el famoso CHOLAO o CHOLADO típico en la región del Valle del Cauca, es un producto de una gran difusión en el Valle del Cauca y todo el eje cafetero. Por tratarse de una bebida con base de hielo aplica perfectamente para una ciudad turística de clima cálido como Cartagena. También se plantea que los puntos de venta tengan paneles solares ya que el proceso de producción requiere hielo raspado.

1.3. Misión

Producir, distribuir y posicionar entre los habitantes y turistas de Cartagena el reconocido cholao originario del Valle del Cauca.

1.4. Visión

Ser reconocidos como la empresa que trajo el cholao a Cartagena y ser la mejor empresa que distribuye este producto.

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

1.5. Objetivos organizacionales

1.5.1. Objetivo general

Lograr que el “cholao” se convierta en una bebida de alto consumo entre turistas y habitantes de Cartagena.

1.5.2. Objetivos específicos

- Maximizar las ganancias y rápida recuperación de la inversión inicial.
- Lograr posicionar la marca y el reconocimiento de los puntos de venta.

1.6. Valores

- Dedicación total a satisfacer a nuestros clientes con un producto de calidad.
- Integridad, ética y moral en todas nuestras actuaciones.
- Respeto al individuo, a la comunidad y al medio ambiente
- Compromiso con el medio ambiente, ya que nuestros puntos de venta funcionan con energía solar

1.7. Estructura organizacional

Socios: En reunión de socios se toman las decisiones más importantes de inversión, pago de deudas y proyección para crecimiento de puntos de ventas.

Administrador: Encargado de la operación general de la empresa, asignar tareas, ejecutar estrategias de marketing, ejecución de presupuestos, responsables de los gastos y de los ingresos. Responsable de presentar los informes de resultados. Desarrollar todas las tareas legales de la empresa, funciona como el representante legal de la empresa.

Técnico: Dado que los puntos de venta son móviles, y además tienen equipos para energía solar y procesamiento de hielo. Esta persona está encargado del mantenimiento de todos los equipos y de la parte mecánica de los puntos de venta.

Encargado de logística (frutas y hielo): esta persona se encarga de recibir la materia prima que es las frutas y el hielo, debe prepararla y entregarla a los puntos de venta.

Conductor-vendedor: Se encarga de operar el punto de venta, llevarlo a los sitios estratégicamente definidos, procesar el hielo, preparar los cholados y ejecutar la venta, reportar fallas y novedades.

	<p align="center">OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
---	---	---



Elaboración propia.

Gráfica 2. Estructura organizacional

1.8. Portafolio de Productos y servicios

El CHOLAO es una bebida que tiene una base de hielo raspado con jarabe saborizante rojo, al que se le añaden frutas picadas como fresa, banano, mango, papaya, maracuyá, piña, patilla y manzana, a esta preparación se agrega leche condensada.



Gráfica 3. Foto de Cholao

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

2. COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADOS Y COMERCIAL

2.1. Análisis del sector

Teniendo en cuenta las características del sector o clima donde se ofrecerá este producto se afirma que “El Cholao de Sara”, busca aprovechar la propiedad y particularidad tropical y turística de la ciudad de Cartagena de Indias, elementos claves para la presentación y comercialización de una bebida típica del Valle del Cauca. La propuesta está enfocada en presentar un producto que genere una excelente expansión y éxito como ocurre actualmente en ciudades como Cali y Manizales, teniendo en cuenta que la oferta es muy pequeña en Cartagena, que es un lugar estratégico para disfrutar de esta bebida fría.

La siguiente gráfica 3 se observa cómo desde 2017 el sector de alimentos y bebidas viene con una crecimiento sostenido.



Tomado de:

<https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/panorama-del-sector-de-alimentos-y-bebidas-2018-2019-2816375>

Gráfica 4. Producción industrial de alimentos y bebidas

El producto que se ofertará, llamado “Cholao de Sara” se encuentra dentro del Mercado de preparación de bebidas de la industria manufacturera, en la subdivisión 1594 que es “Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales”.

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 3.1 Adaptada para Colombia:

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Sección: D (Industrias manufactureras)

División: 15 (Elaboración de productos alimenticios y bebidas)

Grupo: 159 (Elaboración de bebidas)

Clase: 1594

Descripción: Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales

Esta clase incluye:

- La elaboración de bebidas no alcohólicas (excepto cerveza y vino sin alcohol), conocidas generalmente con el nombre de refrescos o gaseosas.
- La producción de aguas minerales naturales, gasificadas o no.
- La elaboración de bebidas refrescantes: bebidas no alcohólicas saborizadas, aromatizadas y/o edulcoradas: limonadas, naranjadas, colas, bebidas a base de jugos de frutas (con agua), aguas tónicas, etc.
- La elaboración de helados a base de jugos de frutas (con agua), o aderezados con extractos artificiales de frutas, jarabes u otras sustancias similares.
- La producción de agua purificada.
- La producción de hielo común.

2.2. Estudio de mercado

2.2.1. Análisis de la demanda

Pensando en que el perfil del cliente que comprará el producto “Cholao de Sara” corresponde al turista que visita la ciudad de Cartagena, resulta relevante que analicemos las cifras de los visitantes de Cartagena:

“...AEROPUERTO DE CARTAGENA

...En 2018 por el aeropuerto de Cartagena ingresaron 485.464 visitantes extranjeros, un 34% más que en 2017 (361.824).”

tomado de:

<https://www.eluniversal.com.co/economica/cartagena-el-segundo-destino-preferido-por-visitantes-extranjeros-en-colombia-D/M781674>

“...De acuerdo con el Sistema de Información Turística de Cartagena (Sitcar) de enero a julio de 2019, llegaron en vuelos nacionales 133.419 pasajeros más que en el mismo período del año anterior, un incremento del 10,9 %, sumando 1.361.403 visitantes nacionales...”

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

...Con relación a los pasajeros que arribaron en vuelos internacionales, en ese mismo período, se registraron 19.924 más con respecto a 2018, es decir, 282.279.

El mismo informe detalla que de esos pasajeros de vuelos internacionales, 278.989 fueron turistas extranjeros, un 2,8 % más que en 2018 cuando llegaron 271.393.

Vía marítima, Cartagena recibió 612. 217 visitantes en la última temporada de cruceros (de julio de 2018 a junio de 2019) que, según datos del Grupo Puerto de Cartagena, gastaron 65 millones de dólares en la industria turística.”

Tomado de:

<https://www.eluniversal.com.co/especial/turismo/aumento-el-numero-de-visitantes-a-cartagena-durante-el-primer-semester-BJ1795506>

“...Entre enero a junio de 2019, los viajeros llegando a Cartagena de Indias en vuelos nacionales aumentaron 11,41%, en comparación a igual periodo de 2018, al pasar de 1.021.411 a 1.153.022 pasajeros.

...En el mes de junio de 2019 ingresaron a Cartagena de Indias un total de 196.660 pasajeros en vuelos nacionales, equivalente a un aumento de 10% con relación a igual periodo de 2018, donde llegaron 177.223 pasajeros.”

Tomado

de:

http://www.cartagenadeindias.travel/corporacion-institucional_sitcar-5?la=es¬icia-ampliada_cartagena-de-indias-se-tom-colombia-783

	Proyeccion						
	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Llegada de pasajeros aereos internacionales en vuelos regulares	222.088	261.067	327.164	361.824	485.464	519.774	582.525
Llegada de pasajeros aereos nacionales en vuelos regulares	1.449.277	1.645.804	1.823.118	1.901.786	2.133.115	2.277.717	2.440.083
Pasajeros en Crucero	309.698	258.992	291.569	331.335	360.489	362.594	379.987
Total	1.981.063	2.165.863	2.441.851	2.594.945	2.979.068	3.160.086	3.402.595

Tabla 1. Número de visitantes de Cartagena

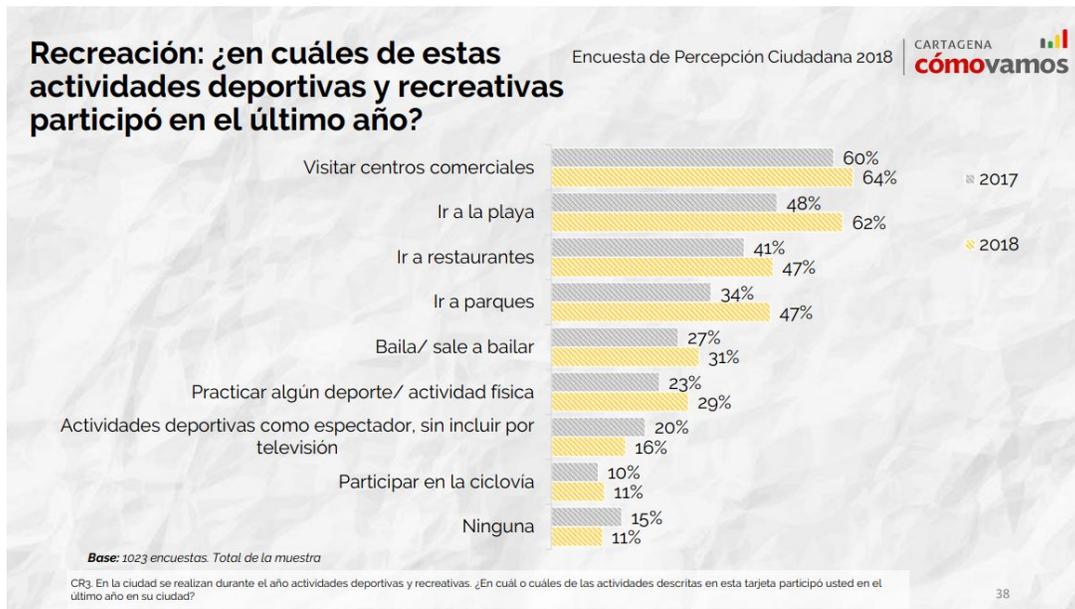
El cuadro fue realizado con la información de CITUR (Centro de información turística de Colombia) disponible en la pagina de internet:

<http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental>

En el cuadro anterior se observa la cantidad de visitantes que frecuentan la ciudad de Cartagena en los diferentes años, entre los cuales hace parte el volumen de cruceros, vuelos regulares. La proyección indica que en el año 2019 Cartagena tendrá 3'160.000

visitantes y en año 2020 más de 3'400.000. Esto a su vez proyecta una visión de una buena posibilidad de generar grandes ventas entre los turistas que visitan la ciudad.

Otro aspecto que se debe analizar corresponde a la demanda de los residentes de la ciudad.



Tomado de:

<http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/wp-content/uploads/2019/02/Resultados-Encuesta-de-percepci%C3%B3n-Ciudadana-2018.pdf>

Gráfica 5. Principales actividades deportivas y recreativas de los Cartageneros

De la imagen anterior es de resaltar que por ejemplo el 62% de la población encuestada indica haber visitado la playa durante el año 2018, y el 47 % visitaron los parques.

										
ESTIMACIONES DE POBLACIÓN 1985 - 2005 Y PROYECCIONES DE POBLACIÓN 2005 - 2020 TOTAL MUNICIPAL POR ÁREA										
A junio 30										
DP	DPNOM	DPMP	MPIO	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
13	Bolívar	13001	Cartagena	990.179	1.001.755	1.013.389	1.024.882	1.036.134	1.047.005	1.057.445

Tomado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Tabla 2. Población Cartagena y proyección 2019 y 2020

De la población de Cartagena según el DANE y de la encuesta que realizó “Cartagena cómo vamos” relacionada con las actividades de los residentes Cartageneros podemos concluir que más de 600.000 personas residentes visitan las playas de Cartagena y más de 400.000 visitan los parques cada año.

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

2.2.2. Análisis de la oferta

Actualmente existen diversos vendedores de Cholao en la ciudad de Cartagena, podemos encontrar tres de esos en diferentes lugares del Centro Histórico de la Ciudad. Hasta el momento no encontramos ningún establecimiento que ofrezca el producto en parques y mucho menos en las playas.

De los locales que ofrecen el producto, el primero podemos hallarlo frente al Éxito de San Diego, el segundo de estos puede encontrarse en la plaza de comidas del centro comercial Mall Plaza y otro podemos encontrarlo en las afueras del Éxito de La Matuna. Los anteriores ofrecen este producto a los transeúntes de ese espacio pero la mayoría de ellos no cuentan con la aplicación de las normas de calidad para manipular alimentos.

2.2.3. Análisis de la competencia

Actualmente la competencia corresponde a tres sitios donde se ofrece el producto, todos ubicados en zonas del centro amurallado cercanas a la India Catalina.



Gráfica 6. Punto de venta Matuna

Punto de venta en la Matuna: Este no posee un letrero que lo identifique, ofrecen sus productos pero las personas pasan y no saben que se vende Cholao, además el producto no cumple con las expectativas, el sitio en general tiene aspecto desordenado y no invita al cliente a acercarse, mucho menos a los turistas.

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---



Gráfica 7. Punto de venta Mall Plaza

El segundo sitio está ubicado en el centro comercial Mall Plaza, se llama CHOLAO, pero principalmente venden jugos. El producto denominado Cholao pasa desapercibido y no es protagonista en el proceso cotidiano de este punto de venta.

El sitio está mejor organizado que el primero y tiene la ventaja de flujo constante de clientela, pero tal vez por el desconocimiento, el producto pasa desapercibido.



Gráfica 8. Punto de venta frente al Exito de San Diego

Por último tenemos un punto de venta frente al Exito de San Diego, en este punto venden la opción de Cholao que más se acerca a la receta original pero con muy baja calidad. Además las condiciones de higiene del sitio y del proceso de elaboración son muy malas. La parte de promoción también es muy pobre.

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---



Gráfica 9. Máquina de raspado de hielo manual

Otra posible competencia corresponde a los vendedores de raspados, dado que su producto también se basa en hielo, pero igualmente las condiciones higiénicas de estos puntos de venta dejan mucho que desear.

2.2.4. Determinación de la demanda actual y potencial

La demanda actual del producto es muy difícil de establecer ya que actualmente no existe una oferta del mismo en las playas y en los parques de la ciudad, como se indicó los sitios que lo ofrecen son puntos fijos alejados de las zonas mencionadas. Y es precisamente esa una de las oportunidades que tiene este emprendimiento y es el de hacer llegar a esos sitios esta bebida que por tener una base de hielo resulta muy atractiva para el consumo en las playas y los parques.

Tomando los resultados de las estadísticas de CITUR, DANE y “Cartagena Cómo Vamos” del número de visitantes de Cartagena proyectados para el año 2019 son más de tres millones por año, además de los residentes de Cartagena un promedio de 600.000 visitaron las playas en el año 2018. Esto nos puede entregar una demanda potencial aproximada de más de 3’600.000 por año, y considerando impactar solamente el 1.2% del total de clientes potenciales se lograrían vender más de 45.000 cholados por año.

2.7. Perfil del consumidor

Nuestro mercado objetivo será el turista que visita la ciudad y la población actual de Cartagena, nuestro segmento serán las personas de 5 a 60 años de edad de estratos 1 a 6. Actualmente el mercado ha adquirido una tendencia en la cual los clientes tienden a solicitar o comprar productos a través de un servicio a domicilio; este sería otra opción que se podría usar para captar o llegar a esos clientes que no desean salir de sus viviendas o de su comodidad para adquirir un producto, además de que nos ayudará a ahorrar en cuanto a costos se refiere. Así mismo cabe resaltar que uno de los motivos por los cuales

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

esos clientes querrán comprar un cholao de sara es porque además de generar una sensación refrescante les genera la certeza de estar consumiendo un producto saludable ya que entre sus elementos está hecho a base de frutas; lo anterior es una razón lógica por la cual este producto será altamente requerido además de que Cartagena es una zona tropical muy húmeda y por ende calurosa.

2.8. Estrategias Comerciales

Del documento “Haga su marca creíble y posicione la con siete nuevos tips.” de El Financiero (2012), tomado de:

<https://www.elfinancierocr.com/pymes/haga-su-marca-creible-y-posicionela-con-siete-nuevos-tips/ALWISGFFQFC7FFCL7H7HE24WWU/story/>, hemos tomado algunas ideas para crear la estrategia de promoción de nuestro producto:

Identificación del origen:

El ejercicio aquí es muy interesante, ya que el origen del “cholao” es del Valle del Cauca. Pero la idea principal es que lo traeremos a Cartagena y se convertirá en una marca de referencia de este producto. En la página de Facebook se realizarán promociones y publicidad, como también un poco de historia del producto. Igualmente en los pendones y volantes.

Destaque las coincidencias:

En este punto la coincidencia que resaltaremos es que se trata de la receta original muy difundida en Valle del Cauca y eje cafetero, las ofertas actuales del “cholao” que se consiguen en Cartagena no coinciden con la receta original.

Diga lo que obtendrán los consumidores: Los compradores obtendrán la bebida con las características principales del “Cholao” típico del Valle del Cauca, además tendrán un producto que cumple con todas las medidas sanitarias, y que además es producido con energía limpia es decir energía solar. Además lo podrán conseguir cerca de los sitios de esparcimiento turístico, es decir en playas y parques.

Legitime su marca:

En todo el proceso de lanzamiento tendremos como protagonista el logo de la marca, además el producto en sí mismo tiene forma de ser legítimo y comprobable, ya que es un producto típico en otras zonas del país. En el momento en que nuestros clientes vean el proceso limpio de elaboración también sabrán que se trata de una empresa seria y preocupada por mantener altos estándares de higiene y un proceso que no contamina el medio ambiente.

Extienda su marca:

La estrategia comercial para extender la marca y crecer se basa en poner más puntos de venta, un modelo de negocio como “Cream Helado” en el que uno puede encontrar el

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

carrito de helados en todos los parques es una buena referencia de lo que queremos hacer. Un producto derivado del proceso del Cholao es el conocido Raspado, que es más básico, ya que solo es el hielo raspado y el jarabe dulce de diferentes sabores. Es una opción inmediata y fácil de implementar.

Mantenga la consistencia:

Precisamente una de las ideas es rescatar la receta original, y con un desarrollo de proceso de elaboración mantendremos la misma receta en todos los puntos de venta. Una ventaja de esta idea de negocio es que nuestro producto principal es básicamente el cholao, por lo tanto el entrenamiento a los vendedores es relativamente sencillo, Haremos planes de revisión para mantener siempre el mismo sabor y la misma presentación en todos los puntos de venta.

Haga más explícito el beneficio:

El comprador, que básicamente es el turista nacional o extranjero encontrará el sabor original de la bebida típica del Valle del Cauca, en una presentación amable y limpia con un proceso de alta calidad con un estándar de higiene muy alto y que además es amigable con el medio ambiente con el uso de paneles solares. El mismo logo que tiene colores tropicales llama mucho la atención y se espera que se convierta en referente del producto.

2.9. Estrategias de distribución

2.10. Estrategias de precio

Dadas las características del “cholao” se trata de un producto semejante al helado, es decir se puede vender directamente es centros comerciales, parques y playas. Incluso los precios pueden ser relativamente parecidos a los helados. El valor final del “cholao” puede presentar unos valores de rentabilidad relativamente altos debido a que su componente principal es hielo raspado.

Rubros de gastos	Gasto promedio	
	I-2019	II-2019
Alojamiento	16.711	14.796
Transporte terrestre (hacia y desde el destino)	12.794	14.779
Alimentos y bebidas	20.219	20.306
Bienes de uso personal	1.865	2.161
Servicios culturales y recreacionales	2.590	3.714
Suvenires, artesanías, y/o regalos	2.510	3.208
Otros gastos*	15.827	20.388
Total 24 ciudades y áreas metropolitanas	72.517	79.352

Fuente: DANE-EGIT

Tabla 3. Gasto promedio per cápita día del total de personas que viajaron (pesos) Total 24 ciudades y áreas metropolitanas Primer y segundo trimestre de 2019:

	<p align="center">OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
---	--	---

De la tabla se puede calcular que los viajeros gastan un promedio de 25% a 27% del total del gasto diario en alimentos y bebidas.

El “cholao” puede tener presentaciones según el tamaño y al tener disponible hielo raspado y jarabes endulzantes de diferentes labores también se puede vender otro producto muy popular como es el conocido “raspao”. Para definir el mejor precio que ayude a impulsar la comercialización del producto se debe analizar cuidadosamente todos los costos de producción del “cholao” y del “raspado” y contrastarlos con los valores promedio del mercado.

2.11. Estrategia de Promoción

En cuanto a nuestra estrategia se usarán diversos canales de promoción para que de esa manera nuestros consumidores puedan acceder a una veraz y concreta información sobre el Cholao de Sara que se les está ofreciendo y por consiguiente vendiendo.

Entre los siguientes se implementara el promocionamiento de este producto a través de la internet, redes sociales(Instagram, Twitter y Facebook), radios, televisión e incluye entrega de folletos a las personas en las calles.

2.12. Estrategia digital

Se prevé realizar campañas publicitarias a través de redes sociales y si es posible pagar cuñas en televisión para poder dar a conocer el producto de una forma más amplia, y por ende generar mucha más confianza y credibilidad frente al cliente y consumidor final. A continuación presentamos una primera idea de promoción del cholao de Sara y sus puntos de venta en el siguiente video: <https://youtu.be/bFXrrkaUYjg>



Elaboración propia..

Gráfica 10. video promocional del cholao de Sara y sus puntos de venta

	<p align="center">OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
---	---	---

3. COMPONENTE PRODUCTIVO Y TÉCNICO

3.1. Descripción del diseño y estado de desarrollo del producto

El “cholato”, popularmente conocido como el “cholao”, es una ensalada de frutas típicas del departamento del Valle del Cauca (Colombia), con base de hielo raspado, se adicionan las frutas, jarabes de diferentes sabores y leche condensada. Entre las frutas empleadas están: banano, manzana verde, fresa, piña, maracuyá y la papaya entre otras.

Una producto adicional que también se puede ofrecer es el conocido “raspado”, que se compone solo de hielo en escamas, esencia de Kola y leche condensada.

3.2. Ficha técnica del producto



Elaboración propia. Gráfica 11. Ficha técnica del cholao de Sara

	<p align="center">OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
---	--	---

3.3. Descripción del proceso productivo y sistema de producción

Procesamiento de materia prima:

Hielo:

La base de la bebida es el hielo, se requiere que el hielo esté en trozos antes de ser procesado por la raspadora de hielo. El hielo raspado se prepara en el mismo momento en que se realiza el pedido, el carro móvil debe tener suficiente cantidad de hielo en trozos para alimentar la raspadora de hielo eléctrica.

Como el punto de venta es móvil se requiere de un sistema eléctrico para que pueda funcionar la raspadora de hielo, se piensa diseñar un punto de venta móvil con energía solar.

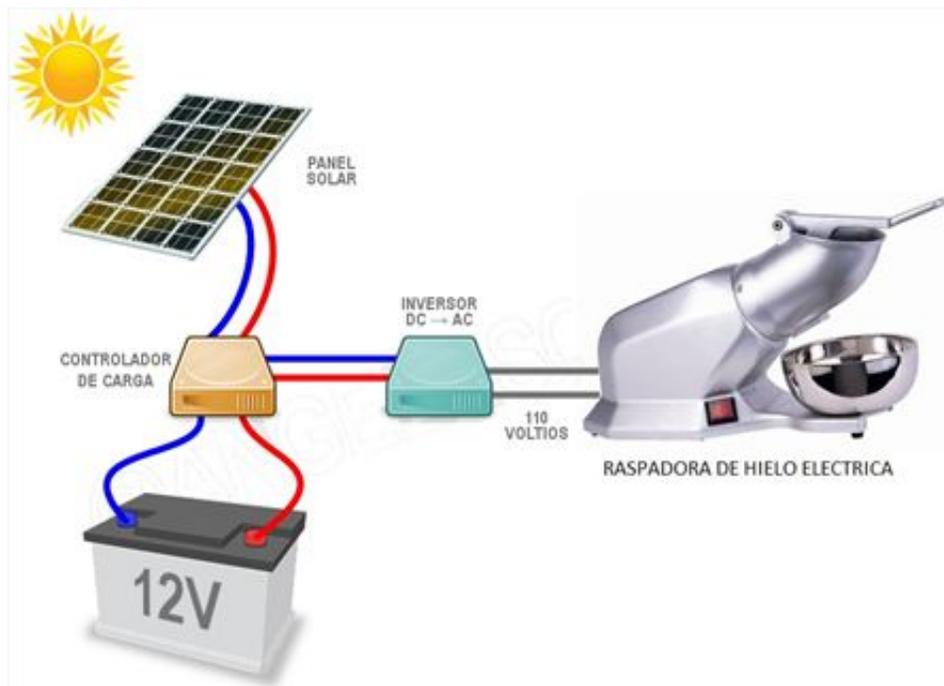


Gráfico 12. Fuente de energía solar para raspar hielo:

Frutas:

Otro elemento componente de esta bebida que requiere un proceso previo de preparación son las frutas, las cuales es necesario que estén en trozos pequeños al momento de preparar el "cholao". Entre las frutas empleadas están: banano, manzana verde, fresa, piña, maracuyá y la papaya.

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Proceso de Producción Cholao de Sara

El proceso de producción de la empresa Cholao de Sara está comprendido por 5 etapas principales y también de algunas actividades intermedias necesarias dentro de cada uno de los procesos. A su vez se identificarán los equipos y maquinaria utilizados.

Etapas 1: Lavado y esterilización de insumos

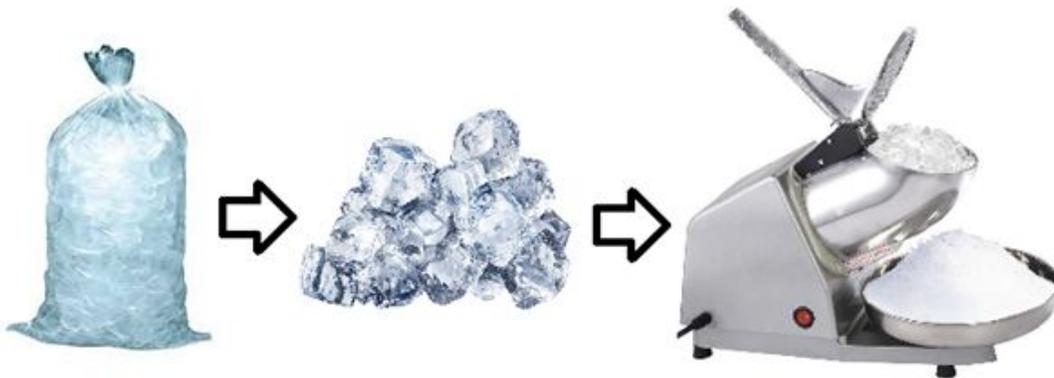
En esta primera etapa se preparan los utensilios a utilizar para la elaboración del Cholao, aplicando las normas de salubridad que permitan ofrecer un producto de excelente calidad y presentación. Esto incluye proceso de lavado de manos, desinfección de ambiente y superficies, desinfectar cuchillos, cucharas recipientes, paredes, pisos, puntos móviles y todo lo que conforme el área de producción.

Etapas 2: corte de corteza y picado de frutas

En la etapa de corte y picada de frutas se utilizan cuchillos de acero inoxidable y se aplican diferentes cortes bajo parámetros de calidad y presentación, en esta actividad también se retiran semillas y cortezas.

Una vez se termine esta actividad se clasifican las frutas en un recipiente especial de plásticos de donde se toman para el paso siguiente.

Etapas 3: Conversión de hielo en bloque a hielo en escamas



Gráfica 13. Procesamiento de hielo

En esta etapa se emplea un raspahielo eléctrico con vaso que permite producir la cantidad de hielo escamado que se necesita para cada porción de modo que se ahorre tiempo en la producción y materia prima.

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Etapa 4: Mezcla de ingredientes

Se realiza bajo parámetros de calidad y presentación, también dependerá de la preferencia de nuestros clientes, en este sentido las frutas, mermeladas, cantidad podrían variar.

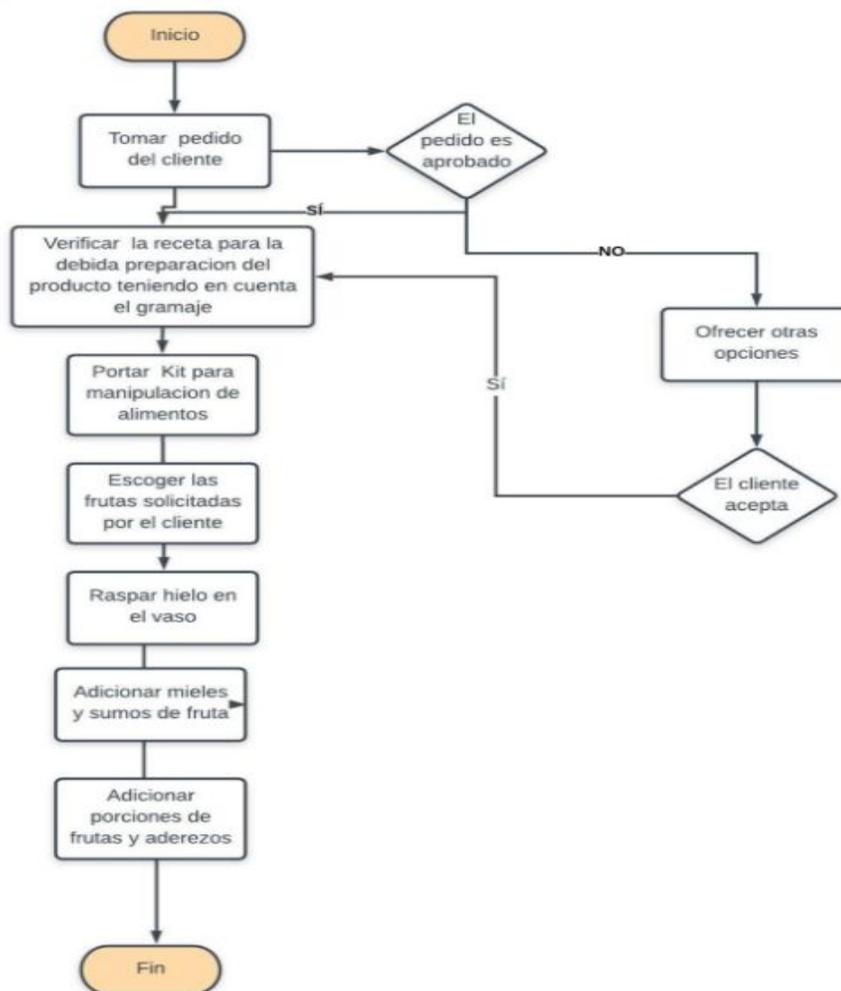
Etapa 5: Porcionado

Se estandariza la cantidad de ingredientes a utilizar en el producto final de acuerdo a las siguientes variables:

- Tamaño del Envase: Pequeño, mediano o grande
- Cantidad en gramos de ingredientes
- Presentación del producto terminado

3.4. Diagrama de flujo

Flujograma Preparación de Choloas



	<p align="center">OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
---	--	---

Gráfica 14. Diagrama de flujo producción Cholao

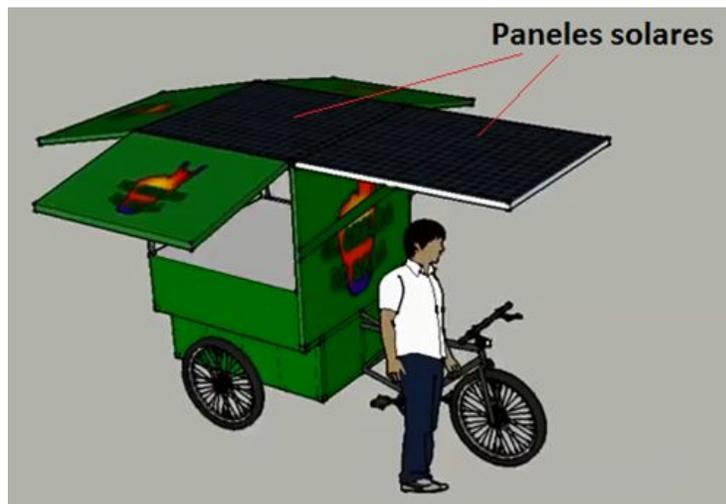
3.5. Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología)

El proceso de producción requiere una maquina de raspado de hielo. Se ha preferido el sistema eléctrico sobre algunas alternativas manuales precisamente por temas de higiene y además que la máquina eléctrica produce un hielo raspado más fino con una buena calidad



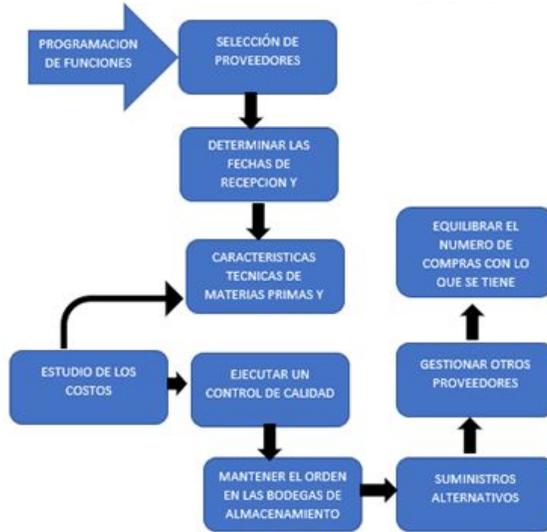
Gráfica 15. Raspadora de hielo eléctrica

Para el uso de la máquina raspadora de hielo se requiere energía eléctrica, para lo cual se plantea que el punto de venta tenga un sistema de energía con paneles solares, aprovechando la condición de la ciudad que permite tener sol despejado gran parte del día.



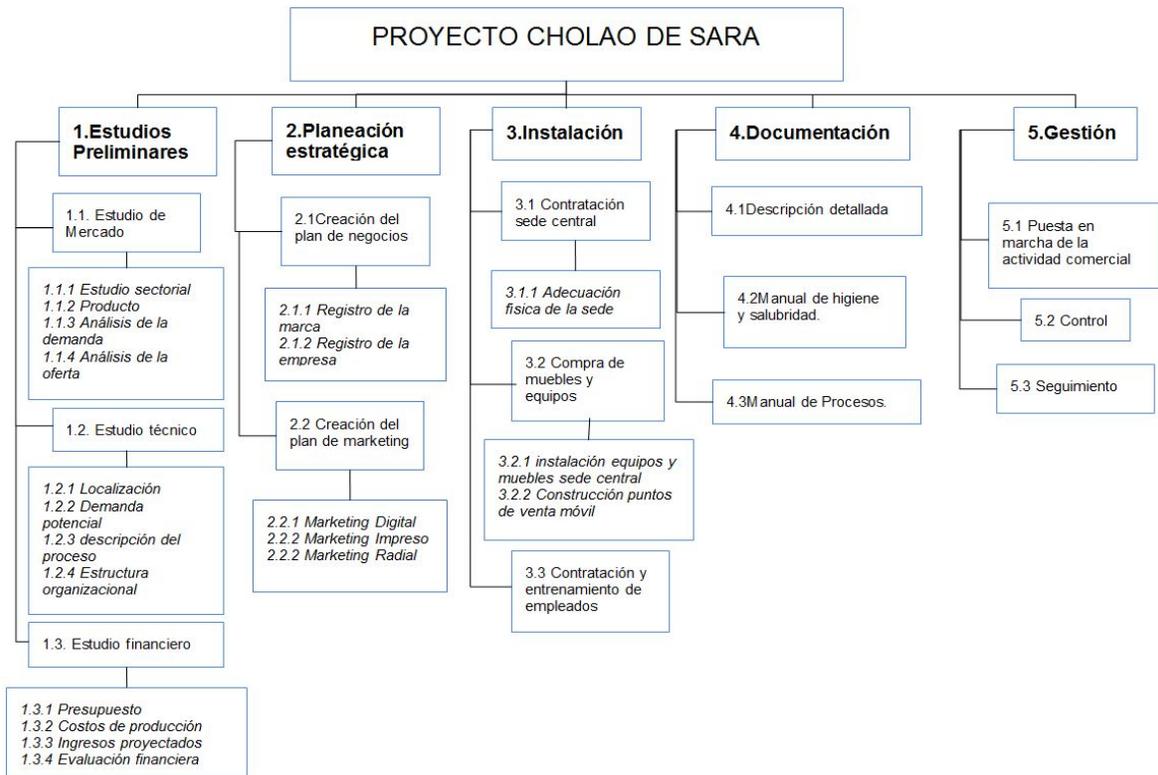
Gráfica 16. Punto de venta móvil con sustento de energía solar

3.6. Plan de compras



Gráfica 17. Plan de compras Cholo de Sara

3.7. Plan de implementación



Elaboración propia. Gráfica 18. plan de implementación proyecto Cholao de Sara

3.8. Plan de producción

Título: Plan de producción del Cholado de Sara para su comercialización en la ciudad de Cartagena

Objetivo de la Producción: Producir mensualmente 1000 cholao de Sara de alta calidad, para abastecer la demanda de los diferentes sectores en la ciudad de Cartagena durante todos los meses del año.

Especificaciones del producto demandado por el mercado:

Tabla 4. Demanda de un cholao de sara en Cartagena

<u>CUALIDAD</u>	Frío, saludable, agradable y refrescante
<u>CALIDAD</u>	Uso de las mejores frutas, hielos de proveedores reconocidos, uso de BPM por parte del personal manipulador de alimentos

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

<u>CANTIDAD Y CONTINUIDAD</u>	<ul style="list-style-type: none"> · Al menos 3800 unidades al mes · Durante todos los días del año
<u>PRECIO Y FORMA DE PAGO</u>	<ul style="list-style-type: none"> · \$6.000 precio por un cholao de Sara · El pago será en efectivo.

Elaboración propia.

Descripción del proceso productivo y requerimiento de materias primas, insumos, maquinarias y herramientas:

Tabla 5. Descripción del proceso para elaborar un cholao

PROCESO DE ELABORACIÓN DE UN CHOLAO DE SARA	
ETAPA 1	Lavado y esterilización de insumos
ETAPA 2	Corte y picado de frutas
ETAPA 3	Conversión de hielo en bloque a hielo en escamas
ETAPA 4	Mezcla de ingredientes
ETAPA 5	Estandarización de las cantidades a utilizar

Elaboración propia.

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

3.9. Logística y distribución

Adaptamos los medios o canales de distribución partiendo del análisis inicial presentado al inicio de este trabajo donde en tres situaciones diferentes nos invita a tener en cuenta varios aspectos importantes como: Ubicación, higiene, publicidad, calidad. Partiendo de lo anterior nuestra plaza cumplirá con los máximos requisitos de excelencia.

La principal estrategia de distribución corresponde a nuestros puntos de venta móvil, como se trata de triciclos, tiene la capacidad de estar cerca de donde se encuentran los turistas. Como se vio en el análisis de la competencia, la oferta actual del cholao se concentra en una zona cercana a la India Catalina y aunque es turística, no hay oferta del producto en Bocagrande y en tantas otras zonas de Cartagena como por ejemplo las playas. El proyecto plantea tener varios puntos de venta en puntos estratégicos turística hablando. La proyección inicial es de más de 15 puntos de venta.

La ubicación de los puntos de venta estarán en las zonas de mayor afluencia turística:



Gráfica 19. Zonas objetivo para la oferta del producto

3.10. Aspectos ambientales y sociales del proyecto

Uno de los aspectos más relevantes de este emprendimiento consiste en la creación de puntos de venta móvil con sustento de energía solar, es una manera de promover la

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

utilización de este tipo de energía limpia, que además de ser respetuosa con el medio ambiente nos provee de la energía necesaria para la producción del cholao.

En el aspecto social evidentemente se generarán nuevos empleos y que además el modelo de negocio que se basa en puntos de venta móviles permite una ampliación constante de los puntos de venta y asu vez el número de empleados.

4. COMPONENTE DE TALENTO HUMANO

4.1. Descripción del equipo emprendedor

EUCARIS ZÚÑIGA: Desde la perspectiva como estudiante de la actual carrera considero que poseo los conocimientos necesarios y requeridos para poner en marcha esta empresa, teniendo en cuenta que también estoy construyendo una amplia experiencia en el sector de las ventas y así mismo atención al cliente, elementos esenciales para mantener la empresa activa y sostenible en un mundo tan competitivo.

VALDEMAR CAMPOS: Como estudiante de Administración de empresas considero que tengo las bases necesarias para montar una empresa como esta. Como empleado de RCN Radio tengo experiencia en proyectos al interior de la empresa donde trabajo, como ingeniero tengo experiencia y conocimientos en montajes de sistemas de energía solar necesaria para los puntos de venta.

5. COMPONENTE JURÍDICO – TRIBUTARIO

5.1. Determinación de la forma jurídica

El tipo de empresa seleccionado es Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S). Las sociedades por acciones simplificadas o SAS resultan ser más económicas y menos rígidas que las sociedades anónimas de toda la vida, además, pueden estar constituidas por una o varias personas (naturales y jurídicas), por lo que resultan un modelo ideal para los proyectos de emprendimiento.

5.2. Obligaciones tributarias

Todas las empresas si o si deben estar al día con sus obligaciones tributarias para que puedan operar de manera legal y confiables, entre esas obligaciones la empresa El Cholao de Sara tendrá que responder ante lo siguiente:

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

- IVA (Pago del impuesto al valor agregado): este corresponderá al 19% de la cantidad de todos los documentos de ventas que se emitan y así mismo los que de compras sean recibidos. También en esta misma se registrará el débito fiscal, ventas exentas y de exportaciones, crédito fiscal, pagos provisionales mensuales, retenciones de segunda categoría y el impuesto único de trabajadores.
- Declaración Anual de impuesto a la renta: Esta deberá ser presentada en Abril de todos los años, teniendo en cuenta que también puede realizarse vía internet. Esta empresa deberá presentar ante el SII sobre todos los ingresos, egresos y así mismo dineros entregados a otro tipo de entes o personas naturales. En esta declaración se deberá adjuntar estas de tipo juramentadas tales como:
 - ❖ Formulario 1879: Retenciones efectuadas por Rentas Pagadas de los Artículos 42 (N°2) y 48 de la Ley de Impuesto a la Renta.
 - ❖ Formulario 1886: Retiros y Créditos Correspondientes.
 - ❖ Formulario 1887: Rentas del numeral 1 del artículo 42 de la LIR y Retenciones de Impuesto Único efectuadas.

Así mismo la empresa El cholao de Sara deberá mantener al día y debidamente actualizados todos sus libros contables tales como,

- ❖ Libro de honorarios
- ❖ Libro de caja, diaria y mayor
- ❖ Libro de inventarios y balances
- ❖ Libros auxiliares

Si por el contrario, en el caso en que esta empresa tenga facturaciones anuales por debajo de los 50.000 UF de forma consecutiva durante 3 años, podrá simplificar su sistema de tributación y libros contables presentado solo lo siguiente:

- ❖ Contribuyentes afectos a IVA, debe contener el libro de compra y bienes.
- ❖ Contribuyentes no afectos al IVA, deberán presentar libro de ingresos y egresos.

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

6. COMPONENTE FINANCIERO

6.1. Análisis de costos y gastos

ANÁLISIS DE COSTOS PARA LA ELABORACION DE UN CHOLAO			
Descripción	Precio por gramo/unidad	Cantidad necesaria para un cholao	Valor para cada cholao
Bloque de hielo (gramos)	\$ 1,31	40	\$ 52
Esencia de cola (mililitros)	\$ 0,31	15	\$ 5
Azucar (gramos)	\$ 2,59	15	\$ 39
Agua (mililitros)	\$ 1,06	15	\$ 16
Leche condensada (gramos)	\$ 15,98	15	\$ 240
Papaya (gramos)	\$ 4,07	15	\$ 61
Banano (gramos)	\$ 2,10	15	\$ 32
Piña (gramos)	\$ 2,20	15	\$ 33
Fresa (gramos)	\$ 11,50	15	\$ 173
Maracuya (gramos)	\$ 3,50	10	\$ 35
Manzana verde (gramos)	\$ 4,63	15	\$ 69
Vaso (unidades)	\$ 130,00	1	\$ 130
Pitillo (unidades)	\$ 109,50	1	\$ 110
Cuchara (unidades)	\$ 68,80	1	\$ 69
		Total para un Cholao	\$ 1.062

Elaboración propia.

Tabla 6. Análisis de costos para la elaboración de un "cholao"

El análisis de costos para la elaboración y creación de un Cholao, nos presenta una visión e imagen particular de los costos involucrados y que hacen parte de la producción y elaboración del producto como tal, para el periodo y tiempo en que se pondrá en marcha el proyecto. En este análisis se observa que el bloque de hielo es el ingrediente que más

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

se requiere para elaborar un Cholao con 700 Gramos y el Milo es el más costoso para la realización de este producto con un valor de \$30.400 para una cantidad de 1.100 Gramos. Como resultado el costo para producir un Cholao de Sara es de \$1.062

Costos por punto de venta	
Triciclo Brandeado	\$ 3.000.000
Nevera	\$ 400.000
Kit energía solar	\$ 2.000.000
Raspador electrico	\$ 500.000
Utensilios	\$ 200.000
Uniforme e implementos de proteccion	\$ 200.000
TOTAL	\$ 6.300.000

Sede base	Maquinaria y muebles	Valor
Oficina	computador, escritorio, silla y archivos	\$ 3.000.000
Bodega hielo	Neveras	\$ 5.000.000
Bodega Fruta	Neveras	\$ 5.000.000
Procesamiento fruta	Mesas, sillas y equipos procesadores	\$ 3.000.000
Area tecnica	Herramientas, mesa y silla	\$ 2.000.000
	Total	\$ 18.000.000

Elaboración propia.

Tabla 7. Costos para cada punto de venta y para la sede base

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

COSTO LABORAL MENSUAL DE UN EMPLEADO DE 1 SMMLV				Proyeccion
Sueldo y subsidio a cargo del empleador		2.018	2.019	2.020
1	Sueldo (S)	\$781.242	\$828.116	\$874.990
2	Mas Subsidio Transp	\$88.211	\$97.032	\$105.853
3= 1+2	Subtotal	\$869.453	\$925.148	\$980.843
Aportes a cargo del empleador				
7	Apensión (12%)	\$93.749	\$99.374	\$104.999
9	Parafiscales (Caja)(4%)	\$31.250	\$33.125	\$35.000
10	A ARL(2%)	\$15.625	\$16.562	\$17.499
11= 7+8+9+10	Subtotal	\$140.624	\$149.061	\$157.498
Prestaciones a cargo del empleador				
12	Cesantía (1 S+ST)/12	\$72.454	\$77.096	\$81.738
13	Prima(1 S+ST)/12	\$72.454	\$77.096	\$81.738
14	Intereses s/cesantias (12% s/c)	\$8.695	\$9.251	\$9.807
15	Vacaciones (1/2 S)/12	\$32.552	\$34.505	\$36.458
16	Dotación (7% de 1 S+ST)	\$60.862	\$64.760	\$68.658
17= 12+13+14+15+16	Subtotal	\$247.017	\$262.708	\$278.399
18= 3+11+17	TOTAL A CARGO DEL EMPLEADOR	\$1.257.094	\$1.336.917	\$1.416.740

Elaboración propia.

Tabla 8. Costo laboral mensual de un empleado con proyección a 2020

NOMINA		
Cargo	Sueldo+Seguridad social+Prestaciones (mensual)	Anual(2020)
Administrador	\$2.833.480	\$34.001.760
Técnico	\$2.125.110	\$25.501.320
Encargado de logística	\$2.125.110	\$25.501.320
Conductor-vendedor 1	\$1.416.740	\$17.000.880
Conductor-vendedor 2	\$1.416.740	\$17.000.880
Conductor-vendedor 3	\$1.416.740	\$17.000.880
Total	\$11.333.920	\$136.007.040
Arriendo Local (Bodega)	\$2.500.000	\$30.000.000
Servicios publicos	\$1.500.000	\$18.000.000

Elaboración propia. Tabla 9 Costos mensuales de Operación proyectados a 2020 (Nómina, arriendo y servicios públicos)

Costos inversion inicial	Valor
3 puntos de venta movil	\$18.900.000
Sede Base	\$ 18.000.000
Total Inversion inicial	\$ 36.900.000

Elaboración propia. Tabla 10. Costos de inversión inicial proyectados a 2020

6.2 Estados Financieros

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Los datos arrojados por los estados financieros arrojan resultados positivos y partir de los cuales se deduce la alta rentabilidad que produce vender un Cholao de Sara. A continuación se presenta el balance general y así mismo el estado de resultados.

6.3. Balance General

CHOLAO DE SARA		
BALANCE GENERAL DE LOS PERIODOS ENERO 2017 Y ENERO 2018		
Activos	<u>A 31 de enero de 2018</u>	<u>A 31 de enero de 2017</u>
ACTIVOS CORRIENTES		
Caja	500.000	800.000
Clientes	2.000.000	1.700.000
Inventario M. prima	1.420.000	1.300.000
Inv. Prod. En Proceso	1.800.000	1.700.000
Inv. Prod. Terminado	2.600.000	2.000.000
Otros acti. Financieros	5.000.000	2.520.000
Total Activos	12.820.500	10.020.000
PASIVOS		
Cuentas por pagar	2.500.000	1.000.000
Préstamos y financiaciones	7.000.000	5.000.000
Acciones	20.000.000	10.000.000
Otros pasivos	3.000.000	700.000
Total Pasivos	32.500.000	16.700.000

Elaboración propia.

Gráfica 20. Balance general

6.4. Estado de Resultados

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

ESTADO DE RESULTADOS (PROYECCION)	2020	2021	2022	2023
VENTAS	\$271.380.960	\$306.569.068	\$337.659.917	\$375.588.496
(-)COSTOS DE OPERACIÓN	\$48.049.144	\$53.762.401	\$57.392.749	\$61.023.097
UTILIDAD BRUTA	\$223.331.816	\$252.806.667	\$280.267.168	\$314.565.400
(-)GASTOS DE OPERACIÓN	\$216.034.373	\$220.370.655	\$224.917.348	\$206.982.895
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.A.I.)	\$7.297.442	\$32.436.012	\$55.349.821	\$107.582.504
IMPUESTOS A LA UTILIDAD	\$2.408.156	\$10.703.884	\$18.265.441	\$35.502.226
UTILIDAD NETA O RESULTADO DEL EJERCICIO	\$4.889.286	\$21.732.128	\$37.084.380	\$72.080.278

Elaboración *propia*.

Tabla 12. estado de resultados Cholao de Sara

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

6.5. Flujo de Caja

PRESUPUESTO ANUAL DE VENTAS				
Ventas (Unidades)				
Canal de ventas	2020	2021	2022	2023
Puntos móviles (0,8%)	30.153	32.441	34.632	36.822
Sucursal (0,3%)	11.308	12.165	12.987	13.808
Internet (0,1%)	3.769	4.055	4.329	4.603
Total Unidades	45.230	48.662	51.948	55.234
Precio Medio				
Canal de ventas	2020	2021	2022	2023
Carritos móviles	\$6.000	\$6.300	\$6.500	\$6.800
Sucursal	\$6.000	\$6.300	\$6.500	\$6.800
Internet	\$6.000	\$6.300	\$6.500	\$6.800
Total de Ventas				
Canal de ventas	2020	2021	2022	2023
Carritos móviles	\$180.920.640	\$204.379.379	\$225.106.612	\$250.392.331
Sucursal	\$67.845.240	\$76.642.267	\$84.414.979	\$93.897.124
Internet	\$22.615.080	\$25.547.422	\$28.138.326	\$31.299.041
Total de Ventas	\$271.380.960	\$306.569.068	\$337.659.917	\$375.588.496
COSTOS Y GASTOS ANUALES				
Descripcion	2020	2021	2022	2023
Nomina	\$136.007.040	\$141.447.322	\$147.105.214	\$152.989.423
Arriendo	\$30.000.000	\$31.200.000	\$32.448.000	\$33.745.920
Servicios	\$18.000.000	\$18.720.000	\$19.468.800	\$20.247.552
Pagos prestamo	\$32.027.333	\$29.003.333	\$25.895.333	
Total Gastos	\$216.034.373	\$220.370.655	\$224.917.348	\$206.982.895
Materia Prima	\$48.049.144	\$53.762.401	\$57.392.749	\$61.023.097
Total Costos	\$48.049.144	\$53.762.401	\$57.392.749	\$61.023.097
Total Costos y Gastos	\$264.083.518	\$274.133.056	\$282.310.097	\$268.005.992

Elaboración *propia*.

Tabla 11. Presupuesto de ventas, costos y gastos

En el flujo de caja se observan los flujos de inversión comparados desde el año 2020 a 2023. Dado que la inversión inicial en equipos es de casi 37 millones de pesos y el

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

margen que arroja el ejercicio del año 2020 es superior se puede plantear que la inversión inicial se recupera en el primer año.

6.6. Análisis de inversión inicial y retorno sobre la inversión

La inversión inicial se calcula aproximadamente en \$70'000.000. Que corresponden al costo de los tres puntos de venta móvil, la adecuación y equipos de la sede base. y un margen de inicio de la operación de más de \$30'000.000. Que se requieren para el proceso legal de registro de la empresa, el plan publicitario y los gastos de operación iniciales.

Costos inversion inicial	Valor
3 puntos de venta movil	\$18.900.000
Sede Base	\$ 18.000.000
Inversion inicial	\$ 36.900.000
Margen de inicio de operación	\$ 30.667.840
Total inversion inicial	\$ 67.567.840

Elaboración *propia*.

Tabla 12. Inversión total inicial

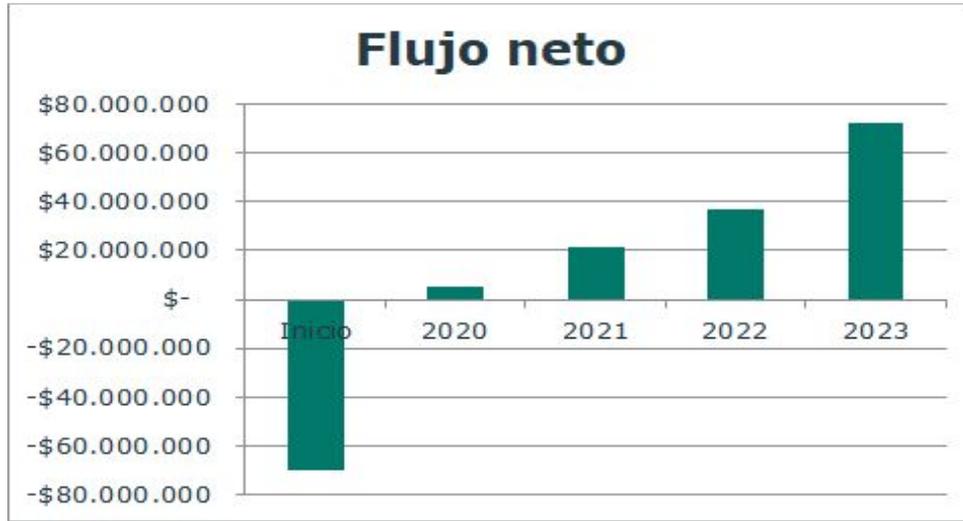
Del estudio de la proyección de ventas, costos, gastos, proyectados al año 2023, y del préstamo para la inversión inicial tenemos el siguiente flujo de caja.

	Inicio	2020	2021	2022	2023
Flujo neto	-\$ 70.000.000	\$4.889.286	\$21.732.128	\$37.084.380	\$72.080.278

Elaboración *propia*.

Tabla 13. Flujo de caja neta proyectado a 2023

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---



Elaboración *propia*.

Gráfica 13. Flujo de caja neta proyectado a 2023

6.7. Análisis de sensibilidad e índices financieros.

Si deseamos comprender el impacto del tráfico de clientes en las ventas totales. Se puede determinar que las ventas hacen parte del precio y así mismo el volumen de transacción. El precio de un Cholao es de \$ 5,000 y se logró vender 12000 el año pasado por ventas totales de \$ 60.000,000. Por ende, asimismo establece que un aumento del 10% en el tráfico de clientes ensancha la cantidad de transacciones en un 5%, lo que le consiente establecer un modelo financiero y un análisis de sensibilidad alrededor de esta ecuación en función de las declaraciones que sean realizadas. Esto nos indicaría si las ventas a través del tráfico de clientes aumentan en un 10%, 50% o 100%. Teniendo en cuenta estas 100 transacciones actuales, un acrecentamiento del 10%, 50% o 100% en el tráfico de clientes equivale a un incremento en las transacciones de 5, 25 o 50. El análisis de sensibilidad manifiesta que las ventas son muy sensibles a las permutaciones y cambios en el tráfico de clientes.

6.8. Fuentes de apoyo financiero

Entre esas fuentes podemos encontrar los posibles préstamos generados por diferentes Bancos y/o cooperativas, tales como Bancolombia, a continuación se observa una simulación de lo que podría ser un prestamos con Bancolombia.

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo	Total cuotas pagadas por año
0	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$84,000.00	\$ -	\$70,000,000.00	
1	\$756,000.00	\$1,944,444.44	\$2,700,444.44	\$84,000.00	\$ 2.784.444	\$68,055,555.56	
2	\$735,000.00	\$1,944,444.44	\$2,679,444.44	\$84,000.00	\$ 2.763.444	\$66,111,111.11	
3	\$714,000.00	\$1,944,444.44	\$2,658,444.44	\$84,000.00	\$ 2.742.444	\$64,166,666.67	
4	\$693,000.00	\$1,944,444.44	\$2,637,444.44	\$84,000.00	\$ 2.721.444	\$62,222,222.22	
5	\$672,000.00	\$1,944,444.44	\$2,616,444.44	\$84,000.00	\$ 2.700.444	\$60,277,777.78	
6	\$651,000.00	\$1,944,444.44	\$2,595,444.44	\$84,000.00	\$ 2.679.444	\$58,333,333.33	
7	\$630,000.00	\$1,944,444.44	\$2,574,444.44	\$84,000.00	\$ 2.658.444	\$56,388,888.89	
8	\$609,000.00	\$1,944,444.44	\$2,553,444.44	\$84,000.00	\$ 2.637.444	\$54,444,444.44	
9	\$588,000.00	\$1,944,444.44	\$2,532,444.44	\$84,000.00	\$ 2.616.444	\$52,500,000.00	
10	\$567,000.00	\$1,944,444.44	\$2,511,444.44	\$84,000.00	\$ 2.595.444	\$50,555,555.56	
11	\$546,000.00	\$1,944,444.44	\$2,490,444.44	\$84,000.00	\$ 2.574.444	\$48,611,111.11	
12	\$525,000.00	\$1,944,444.44	\$2,469,444.44	\$84,000.00	\$ 2.553.444	\$ 46.666.667	\$ 32.027.333
13	\$504,000.00	\$1,944,444.44	\$2,448,444.44	\$84,000.00	\$ 2.532.444	\$44,722,222.22	
14	\$483,000.00	\$1,944,444.44	\$2,427,444.44	\$84,000.00	\$ 2.511.444	\$42,777,777.78	
15	\$462,000.00	\$1,944,444.44	\$2,406,444.44	\$84,000.00	\$ 2.490.444	\$40,833,333.33	
16	\$441,000.00	\$1,944,444.44	\$2,385,444.44	\$84,000.00	\$ 2.469.444	\$38,888,888.89	
17	\$420,000.00	\$1,944,444.44	\$2,364,444.44	\$84,000.00	\$ 2.448.444	\$36,944,444.44	
18	\$399,000.00	\$1,944,444.44	\$2,343,444.44	\$84,000.00	\$ 2.427.444	\$35,000,000.00	
19	\$378,000.00	\$1,944,444.44	\$2,322,444.44	\$84,000.00	\$ 2.406.444	\$33,055,555.56	
20	\$357,000.00	\$1,944,444.44	\$2,301,444.44	\$84,000.00	\$ 2.385.444	\$31,111,111.11	
21	\$336,000.00	\$1,944,444.44	\$2,280,444.44	\$84,000.00	\$ 2.364.444	\$29,166,666.67	
22	\$315,000.00	\$1,944,444.44	\$2,259,444.44	\$84,000.00	\$ 2.343.444	\$27,222,222.22	
23	\$294,000.00	\$1,944,444.44	\$2,238,444.44	\$84,000.00	\$ 2.322.444	\$25,277,777.78	
24	\$273,000.00	\$1,944,444.44	\$2,217,444.44	\$84,000.00	\$ 2.301.444	\$ 23.333.333	\$ 29.003.333
25	\$252,000.00	\$1,944,444.44	\$2,196,444.44	\$84,000.00	\$ 2.280.444	\$21,388,888.89	
26	\$231,000.00	\$1,944,444.44	\$2,175,444.44	\$84,000.00	\$ 2.259.444	\$19,444,444.44	
27	\$210,000.00	\$1,944,444.44	\$2,154,444.44	\$84,000.00	\$ 2.238.444	\$17,500,000.00	
28	\$189,000.00	\$1,944,444.44	\$2,133,444.44	\$84,000.00	\$ 2.217.444	\$15,555,555.56	
29	\$168,000.00	\$1,944,444.44	\$2,112,444.44	\$84,000.00	\$ 2.196.444	\$13,611,111.11	
30	\$147,000.00	\$1,944,444.44	\$2,091,444.44	\$84,000.00	\$ 2.175.444	\$11,666,666.67	
31	\$126,000.00	\$1,944,444.44	\$2,070,444.44	\$84,000.00	\$ 2.154.444	\$9,722,222.22	
32	\$105,000.00	\$1,944,444.44	\$2,049,444.44	\$84,000.00	\$ 2.133.444	\$7,777,777.78	
33	\$84,000.00	\$1,944,444.44	\$2,028,444.44	\$84,000.00	\$ 2.112.444	\$5,833,333.33	
34	\$63,000.00	\$1,944,444.44	\$2,007,444.44	\$84,000.00	\$ 2.091.444	\$3,888,888.89	
35	\$42,000.00	\$1,944,444.44	\$1,986,444.44	\$84,000.00	\$ 2.070.444	\$1,944,444.44	
36	\$21,000.00	\$1,944,444.44	\$1,965,444.44	\$0.00	\$ 1.965.444	\$-0.00	\$ 25.895.333

Ilustración 3. simulación de crédito con Bancolombia

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

7. COMPONENTE DE IMPACTOS Y VALIDACIÓN

7.1. Impacto social

La responsabilidad social empresarial es un elemento útil y eficaz para mejorar notablemente el modelo productivo de nuestra empresa o negocio, porque une los criterios de eficiencia, sostenibilidad. Los consumidores admiran aquellos negocios que valoran a sus empleados, que desarrollan proyectos sociales y se preocupan por el medio ambiente. Por tanto la responsabilidad social es un factor que garantiza fidelidad del consumidor.

7.2. Impacto ambiental

En cuanto a lo ambiental este proyecto será amigable con el mismo, puesto que los vehículos transportadores del Cholao de Sara usarán paneles solares para tomar energía natural y así mismo ahorrarla. También dispondrá de los diferentes separadores de basuras para así realizar una mejor colección de los residuos como tal.

7.3. Impacto económico

Este aspecto es muy importante ya que a través de este negocio podemos aportar positivamente al país generando más empleos y oportunidades para surgir en el campo empresarial.

7.4. Validaciones

7.4.1. Validación Técnica

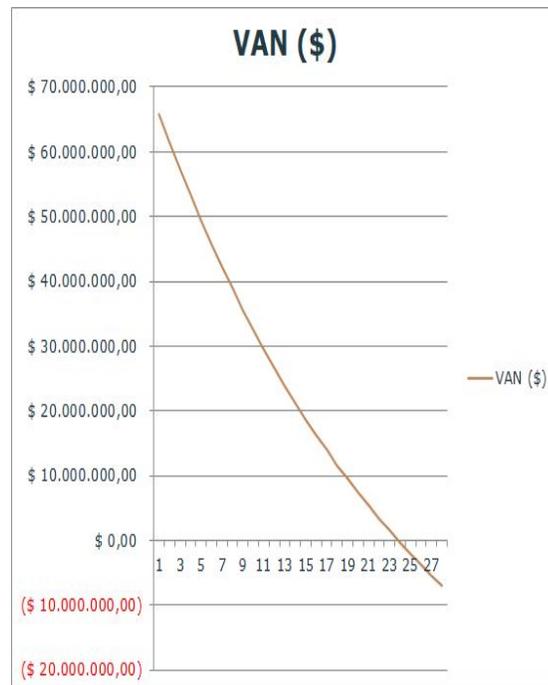
Basados en el estudio técnico podemos decir que el proyecto Cholao de Sara es viable, ya que representa un producto que actualmente no tiene oferta en las playas y parques de la ciudad. Es un producto de mucha difusión en las zonas del valle del Cauca y eje Cafetero, por lo que se espera que tenga una buena acogida en una zona de clima tropical como Cartagena. Esta última ciudad posee una ventaja y es que por tener un puerto tiene la capacidad de recibir diversos cruceros, los cuales traen gran cantidad de posibles consumidores, además de que son personas que no están acostumbradas a un clima tan húmedo como lo es esta ciudad, por lo cual será un producto muy apetecido para los cruceristas teniendo en cuenta que es a un bajo costo para ellos.

Simultáneamente se presenta una idea de emprendimiento enfocada al tema ambiental, que corresponde al punto de venta con energía solar. Consideramos que esto será muy llamativo y puede producir un efecto interesante en la promoción del producto.

7.4.2. Validación Financiera

Considerando la proyección de las ventas y los costos y gastos de este emprendimiento, el margen de ganancias del primer año permite pensar que la inversión inicial se puede recuperar terminando de pagar el tercer año de operación, evidentemente se tiene que tener en cuenta que además de la inversión en los equipos se tiene que tener una reserva para la materia prima y los gastos de nómina arriendo y servicios. A pesar de eso se puede concluir que el proyecto es muy viable esperando ganancias para el segundo año de operación. La tasa calculada de retorno interno resultante es **TIR=22.9%**

Tasa interna de retorno	
Tasa de descuento (%)	VAN (\$)
0%	\$ 65.786.072,03
1%	\$ 61.406.260,73
2%	\$ 57.218.135,34
3%	\$ 53.211.349,06
4%	\$ 49.376.213,05
5%	\$ 45.703.648,49
6%	\$ 42.185.142,56
7%	\$ 38.812.708,09
8%	\$ 35.578.846,32
9%	\$ 32.476.512,65
10%	\$ 29.499.085,20
11%	\$ 26.640.335,61
12%	\$ 23.894.402,34
13%	\$ 21.255.765,78
14%	\$ 18.719.225,45
15%	\$ 16.279.878,79
16%	\$ 13.933.101,58
17%	\$ 11.674.529,81
18%	\$ 9.500.042,82
19%	\$ 7.405.747,80
20%	\$ 5.387.965,23
21%	\$ 3.443.215,53
22%	\$ 1.568.206,53
23%	(\$ 240.178,14)
24%	(\$ 1.984.889,78)
25%	(\$ 3.668.724,76)
26%	(\$ 5.294.333,78)
27%	(\$ 6.864.230,69)



Elaboración propia.

Tabla 13. Valor actual neto proyectado

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

7.4.3. Validación Comercial

Basados en el estudio de mercado se deduce que este producto tendrá una comercialización exitosa en la ciudad de Cartagena, ya que los pocos establecimientos que ofrecen este producto o algo similar a este no cumplen con los altos estándares de calidad necesarios e incluso no cuentan con los ingredientes que verdaderamente componen un Cholao como lo es el del Valle del Cauca. Es por esto y más que el Cholao de Sara ofrece un sabor y deleitación diferente y única, además de la publicidad que se realizará en los diferentes medios expansivos ayudarán a generar un gran conocimiento del producto y de esa manera lograremos alcanzar un mayor espacio en el mercado.

8. CONCLUSIONES

El producto “Cholao” es viable para la ciudad de Cartagena, dado que se trata de una bebida fría para la condición tropical y de temperatura de la ciudad de Cartagena.

El sector de alimentos y bebidas es un sector en crecimiento sostenido, con un crecimiento considerable en la demanda de bebidas. Una parte considerable del presupuesto de gastos de viaje de los turistas colombianos y extranjeros es el de alimentos y bebidas.

En el año 2018 se calcula que el número de visitantes es cercano a los tres millones de personas sumando los cruceros, y los vuelos nacionales e internacionales. También existe un número considerable de visitantes vía terrestre. Y si a eso le sumamos la población de Cartagena que está cercana al millón de habitantes de los cuales más de 600.000 han indicado haber visitado la playa por lo menos una vez al año, lo que nos indica un potencial grande de posibles compradores del producto.

Los visitantes que llegan a Cartagena son un valor muy considerable teniendo en cuenta que la población residente en Cartagena apenas supera el millón de habitantes. Evidentemente la población Cartagenera se suma a la población visitante para el cálculo de la demanda potencial total del producto.

Considerando la oferta del producto que hay en otras ciudades de clima cálido como Cali por ejemplo, la oferta de este producto es muy pobre todavía en la ciudad de Cartagena, solamente en la plazoleta del Cholado de Jamundí hay 40 puestos de venta, mientras que en Cartagena solo hay 4 establecimientos y ninguno está ubicado cerca de la playa o de los parques principales.

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

BIBLIOGRAFÍA

Mamani, P.; Guidi, A.; Espinoza, J. (2007) Plan de Producción y Costos. Fundación PROINPA. Cochabamba, Bolivia.
<https://www.proinpa.org/tic/pdf/Metodologias%20participativas/Metodologias%20de%20mercado/pdf68.pdf>

Mario, R. L. (2008, Apr 02). Opinión - la nueva mercadotecnia. Noticias Financieras Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/467039634?accountid=48891>

Eduardo Andres, C. C. (2008). El mercado, en manos del consumidor y el empresario. Portafolio, Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/334453173?accountid=48891>

Noticias Financieras (2012, Dec 11). Haga su marca creíble y posicionarla con siete nuevos tips. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1230833539?accountid=48891>

Cholado. (2018, 5 de marzo). *Wikipedia, La enciclopedia libre*. Fecha de consulta: 16:49, marzo 7, 2018 desde <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Cholado&oldid=106001515>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), <https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIURev31AC.pdf>

	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

LISTA DE TABLAS

- Tabla 1. Números de visitantes a Cartagena
- Tabla 2. Población Cartagenera y proyección 2019/2020
- Tabla 3. Gastos promedio per cápita día del total de personas que viajaron (pesos) Total 24 ciudades y áreas metropolitanas Primer y segundo trimestre de 2019:
- Tabla 4. Demanda de un Cholao de Sara
- Tabla 5. Descripción del proceso para elaborar un Cholao de Sara
- Tabla 6. Análisis de costos
- Tabla 7. Costos por puntos de venta
- Tabla 8. Costo laboral mensual de un empleado
- Tabla 9. Costos mensuales operativos
- Tabla 10. Costos inversión inicial
- Tabla 11. Presupuesto de ventas y costos anuales
- Tabla 12. Estado de resultados

LISTA DE ILUSTRACIONES

- Ilustración 1. Presupuesto de producción con y sin financiación
- Ilustración 2. Flujo de caja con y sin financiación
- Ilustración 3. Simulación crédito con Bancolombia
- Ilustración 4. Simulación crédito con BBVA

LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1. Logo y el nombre de la empresa
- Gráfico 2. Estructura Organizacional
- Gráfico 3. Foto Cholao
- Gráfico 4. Producción industrial de alimentos y bebidas
- Gráfico 5. Principales actividades deportivas y recreativas de los Cartageneros
- Gráfico 6. Punto de venta Matuna
- Gráfico 7. Punto de venta Mall Plaza
- Gráfico 8. Punto de venta Éxito San Diego
- Gráfico 9. Maquina de raspado de hielo manual
- Gráfico 10. Video promocional del Cholao
- Gráfico 11. Ficha técnica del Cholao de Sara
- Gráfico 12. Fuente energía solar
- Gráfico 13. Procesamiento hielo
- Gráfico 14. Diagrama de flujo
- Gráfico 15. Raspadora de hielo
- Gráfico 16. Punto de venta móvil
- Gráfico 17. Plan de compras Cholao de Sara
- Gráfico 18. Plan de implementación Cholao de Sara
- Gráfico 19. Zonas objetivos para a oferta
- Gráfico 20. Balance General 2019