

**Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca.**

**Facultad De Administración Y Economía.**

**Programa Administración De Empresas Comerciales.**

**Línea Financiera.**



**Sistematización De Experiencias “PAPAS FRIENDS”**

**PRESENTADO POR:**

**Ingrid Yesenia Chaparro Guzmán**

**José Arley Duarte Amaya**

**DOCENTE:**

**Wilmar Arnulfo Bravo Murillo**

**BOGOTA D.C.**

**OCTUBRE 2023**

## Resumen

El presente proyecto tiene por objetivo dar a conocer una idea de negocio que surge a través del estudio de la materia Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en la cual se reflejan varios de los temas vistos a lo largo de la carrera.

La investigación consiste en presentar una idea de negocio que permita el estudio de mercado en la ciudad de Bogotá y que abarque varios de los temas tratados con el fin de presentar finalmente una propuesta viable a llevar a cabo.

Durante el recorrido de este proyecto, formulamos la siguiente pregunta problema:

¿Es viable incursionar en la gastronomía Bogotana con un negocio de salchipapas con variedad de adiciones que representen un equilibrio en su alimentación?

Para el desarrollo de la pregunta problema tomamos el método de investigación mixto, toda vez que recopila datos cuantitativos y cualitativos que permiten el estudio de los datos de forma más amplia y profunda.

Una vez fue elegido el método mixto, nos dispusimos a validar los datos del estudio de mercado y cifras significativas, mediante la recolección de información a través del instrumento denominado encuesta, con la cual se logró la obtención de información precisa sobre aspectos de experiencia del cliente importantes para el desarrollo de la idea de negocio.

De acuerdo con la información recolectada, se lograron obtener las siguientes conclusiones:

1. El mercado Bogotano tiene varios oferentes en el sector gastronómico que brinda productos como las salchipapas en su estado básico o con adiciones, no obstante, en ninguna se detallaron los ingredientes y opciones de menú que ofrece Papas Friends.

2. La viabilidad de emprender la idea de negocio de Papas Friends se considera óptima, ya que mediante el estudio de factores del mercado y la capacidad financiera es posible mantenerse en el mercado.

Palabras clave: Salchipapas, mercado, branding, elevator pitch, lienzo propuesto de valor, logo, slogan, organigrama, diseño metodológico, marketing, mapa de experiencia del cliente, matriz feedback, benchmarking, dofa, stakeholders, árbol de problemas.

### **Abstract**

The objective of this project is to present a business idea that arises through the study of the subject of Business Administration at the Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, which reflects several of the topics covered throughout the career.

The research consists of presenting a business idea that allows the study of the market in the city of Bogota and covers several of the topics covered in order to finally present a viable proposal to be carried out.

During the course of this project, we formulated the following problem question:

Is it possible to venture into the Bogota gastronomy with a business of salchipapas with a variety of additions that represent a balance in their diet?

For the development of the problem question we took the mixed research method, since it collects quantitative and qualitative data that allow the study of the data in a broader and deeper way.

Once the mixed method was chosen, we set out to validate the market research data and significant figures, by collecting information through the survey instrument, with which we were able to obtain accurate information on aspects of customer experience important for the development of the business idea.

According to the information collected, the following conclusions were obtained:

The Bogotano market has several suppliers in the gastronomic sector that provide products such as sausages in their basic state or with additions, however, none of them detailed the ingredients and menu options offered by Papas Friends.

The feasibility of undertaking the business idea of Papas Friends is considered optimal, since through the study of market factors and financial capacity it is possible to remain in the market.

Key words: salchipapas, market, branding, elevator pitch, value proposition canvas, logo, slogan, organization chart, methodological design, marketing, customer experience map, feedback matrix, benchMarking, dofa, stakeholders, problem tree.

## Tabla de contenido

<b>Introducción</b> .....	10
<b>Descripción del problema</b> .....	11
<b>Objetivo principal</b> .....	11
<b>Objetivos Específicos</b> .....	11
<b>Justificación y Alcance</b> .....	12
<b>Justificación</b> .....	12
<b>Relación Con La Línea De Investigación Institucional</b> .....	12
<b>Alcance</b> .....	12
<b>Marco De Las Referencias</b> .....	13
<b>Marco histórico</b> .....	13
<b>Marco teórico</b> .....	14
<b>Marco Conceptual</b> .....	17
<b>Marco legal</b> .....	18
<b>Diseño Metodológico</b> .....	19
<b>Estudio</b> .....	19
<b>Población y muestra</b> .....	19
<b>Instrumentos</b> .....	20
<b>Procedimientos</b> .....	20

<b>Cronograma</b> .....	20
<b>Presupuesto</b> .....	21
<b>Aspectos Generales</b> .....	21
<b>Organigrama</b> .....	21
<b>Rueda de Inercia</b> .....	22
<b>Lienzo de Propuesta de Valor</b> .....	23
<b>Impacto económico, ambiental y social</b> .....	23
<b>Componente Innovador</b> .....	23
<b>Económico</b> .....	24
<b>Ambiental</b> .....	24
<b>Social</b> .....	24
<b>Plan de Marketing</b> .....	25
<b>Información General de la Empresa</b> .....	25
<b>Identificación de factores internos</b> .....	26
<b>Identificación de factores externos</b> .....	27
<b>Elevator pitch</b> .....	29
<b>Mapa de experiencia del cliente CJM</b> .....	30
<b>Informe de elementos Branding</b> .....	31
<b>Slogan y Personalidad de Marca</b> .....	31
<b>Logo</b> .....	31

<b>Slogan</b> .....	32
<b>Arquitectura de marca</b> .....	32
<b>MVP y Matriz Feedback</b> .....	32
<b>Modelo Canvas</b> .....	33
<b>Presencia Digital</b> .....	34
<b>Diagnóstico de la industria – Cinco fuerzas de Porter</b> .....	34
<b>Matriz de perfil competitivo</b> .....	35
<b>Benchmarking</b> .....	36
<b>Stakeholders</b> .....	36
<b>Árbol de problemas</b> .....	37
<b>Árbol de objetivos</b> .....	38
<b>Boston Consulting Group</b> .....	38
<b>Estudio Administrativo</b> .....	39
<b>Estudio Legal</b> .....	41
<b>Registro Único Tributario (RUT)</b> .....	41
<b>Registro ante Cámara y Comercio</b> .....	41
<b>Requisitos y condiciones</b> .....	42
<b>Estudio Financiero</b> .....	42
<b>Estado de resultados proyectado</b> .....	43

<b>Indicadores de rentabilidad proyectados</b> .....	44
<b>Indicadores de Liquidez proyectados</b> .....	45
<b>Indicadores de endeudamiento proyectados</b> .....	46
<b>Flujos de Caja Proyectados, Probabilidad de Insolvencia y Viabilidad financiera</b> .....	47
<b>Conclusiones</b> .....	50
<b>Referencias</b> .....	51

### **Tabla de figuras**

<b>Figura 1</b> Tamaño de la muestra.....	19
<b>Figura 2</b> Cronograma de actividades. ....	20
<b>Figura 3</b> Estructura Organizacional.....	21
<b>Figura 4</b> Rueda de Inercia.....	22
<b>Figura 5</b> Lienzo Propuesta de Valor.....	23
<b>Figura 6</b> Certificado De Participación En Elevator Pitch 2022.....	29
<b>Figura 7</b> Certificado De Participación En Elevator Pitch 2023.....	29
<b>Figura 8</b> Certificado De Participación En Elevator Pitch 2023.....	30
<b>Figura 9</b> Experiencia Del Cliente.....	30
<b>Figura 10</b> Logo Papas Friends.....	31
<b>Figura 11</b> Matriz Feedback.....	32
<b>Figura 12</b> Modelo Canvas.....	33
<b>Figura 13</b> Visita Perfil De Instagram.....	34
<b>Figura 14</b> Diagnóstico de la Industria.....	34



<b>Figura 15</b> Matriz de perfil competitivo.....	35
<b>Figura 16</b> Diagnostico FODA.....	36
<b>Figura 17</b> Mapa Mental Stakeholders .....	36
<b>Figura 18</b> Árbol de Problemas.....	37
<b>Figura 19</b> Árbol de Soluciones .....	38
<b>Figura 20</b> Matriz BCG.....	38
<b>Figura 21</b> Resumen Viabilidad Financiera .....	49

### **Tabla de Tablas**

<b>Tabla 1</b> Presentación de presupuesto para la investigación.....	21
<b>Tabla 2</b> Diagnostico General De La Empresa.....	25
<b>Tabla 3</b> Diagnóstico Interno De La Empresa.....	26
<b>Tabla 4</b> Diagnostico Externo De La Empresa.....	27

### **Tabla de Graficas**

<b>Grafica 1</b> Estado de resultados proyectado.....	43
<b>Grafica 2</b> Rentabilidad Sobre Patrimonio Versus Rentabilidad Esperada del Inversionista .....	43
<b>Grafica 3</b> Rentabilidad Sobre Patrimonio Versus Rentabilidad Esperada del Inversionista .....	44
<b>Grafica 4</b> Razón de Efectivo Proyectada .....	45
<b>Grafica 5</b> Estructura de Financiación Proyectada.....	46
<b>Grafica 6</b> Cobertura de Intereses Proyectada.....	46
<b>Grafica 7</b> Flujo de Caja Neto Proyectado .....	48
<b>Grafica 8</b> Puntaje Z-Altman Proyectado.....	48

## Introducción

En Colombia las pequeñas y medianas empresas tienen una participación significativa en el mercado, en los últimos años a raíz del 2018 estas mostraron un crecimiento en su economía en época de pandemia, sin embargo las MiPymes suelen pasar por diferentes dificultades en el país debido a las diferentes complicaciones gubernamentales, capacitaciones respecto a la economía, mercado global y la competitividad, con el pasar del tiempo se siguen presentando la deserción de las pequeñas y medianas empresas, muy pocas sobrepasan los cinco años de vida.

Papas Friends nace como una idea de plan de negocios con la que se pretende iniciar con una propuesta innovadora en el mercado de las comidas rápidas, si bien es cierto, existe gran oferta de establecimientos en el mercado, que ofrecen salchipapas, sin embargo, precisamente las salchipapas a pesar de ser una receta favorita de los colombianos y de tener gran impacto en diferentes épocas, no ha tenido una evolución por lo que la propuesta de Papas Friends busca un enfoque diferente por medio de los ingredientes y que permita que cada cliente se sienta en ambiente de familia y amigos, que se sientan como en casa encontrando variedad y comodidad.

La idea de negocio se encuentra en la primera fase, que es la investigación de mercado y en proceso de lanzamiento gracias a la práctica empresarial de incubadora de proyectos impartida por la Unicolmayor. Este proyecto además de buscar generar ganancia también va enfocado en la generación de empleos a diferentes personas y en aras de que estas logren una estabilidad económica y alimentaria. Ahora bien, este proyecto busca lograr una viabilidad financiera lo bastante estable y que logre un punto de equilibrio para alcanzar el objetivo lo cual ayudaría a crecer al proyecto y que se pueda concretar la idea de negocio a la realidad.

Como motivación se tiene la convicción de poder ofrecer un producto diferente y agradable a nuestros clientes y de igual manera a nosotros con el crecimiento económico y la independencia

hacia una empresa propia, brindando así misma estabilidad laboral a los colaboradores siendo parte de una familia.

El cuidado ambiental no se descarta para este emprendimiento, se busca por medio del reciclaje al plástico una sostenibilidad y aprendizaje ambiental para cada uno de nuestros visitantes e incluso colaboradores. Así mismo se estudia los diferentes aspectos del marketing el cual permite un mejor estudio de la población, proveedores y competidores, llegando así a identificar nuestras debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.

### **Descripción del problema**

Se ha observado que en los diferentes lugares de comidas rápidas en especial las “salchipapas” se encuentra más enfocados en solo papa con salchicha y 2 a 5 salsas, en otros casos, aunque le ponen más adicionales a la papa todo es más revuelto, un ingrediente sobre otro haciendo que en ocasiones sea imposible no generar un desastre o comer que al final quede solo papa sin poder fusionar con algún otro ingrediente o de manera contraria.

### **Objetivo principal**

Estudiar viabilidad de la creación de Papas Friends como empresa.

### **Objetivos Específicos**

1. Obtener una viabilidad financiera que permita la creación de manera positiva.
2. Analizar los principales competidores y clientes de Papas Friends.
3. Identificar los diferentes factores del plan de marketing.

## **Justificación y Alcance**

### **Justificación**

El gusto por las salchipapas, la necesidad y objetivo de innovar en el mercado de comidas rápidas, específicamente en la salchipapas y ser el centro de diferentes estilos y sabores, específicamente en la localidad de Ciudad Bolívar Barrio Santo Domingo al sur de Bogotá, ya que es muy poco visto en este sector la calidad e innovación de alimentos, un ambiente familiar, variedad de estilos y productos, aunque podemos encontrar grandes competidores en la misma localidad, queremos brindar a aquellos barrios la posibilidad de obtener un mejor servicio cerca a sus hogares, en el que puedan compartir en un ambiente diferente con sus seres queridos, amigos y allegados, además de la idea de generar empleos a personas que no han logrado una estabilización laboral, hace que el compromiso con este emprendimiento sea mayor.

Si bien es cierto el índice de desempleo en especial en este tipo de barrios es alto e incluso tal vez algunos cuentan con alguna experiencia, pero por no tener un técnico certificado no se les brinda la oportunidad.

### **Relación Con La Línea De Investigación Institucional**

Línea 08. Emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica

### **Alcance**

Personas jóvenes entre 18 a 30 años recientes en la localidad de Ciudad Bolívar ubicada en Bogotá D.C, estrato 1, 2 y 3; personas extrovertidas.

## **Marco De Las Referencias**

### **Marco histórico**

En los años de 1950 y 1970 Bogotá fue habitada por diferentes poblaciones de zona rural y urbana de ciudades vecinas, durante este tipo a medida que aumentaba la cantidad de habitantes tras sus necesidades básicas y para la evolución de cada persona así empieza a surgir la habita en territorios de origen informal y se empieza a comercializar lotes, terrenos de forma ilegal, lo que hoy en día se llama invasión de territorio, ya para garantizar la seguridad familiar y de vivienda se fue buscando de manera colectiva los derechos como ciudadanos. (Guerrero Torrenegra & De Los Rios Arce, 2022)

La localidad Ciudad Bolívar inicialmente estuvo habitada por un grupo de indígenas llamados Muisca, sin embargo, con el pasar del tiempo, esta parte de la ciudad inició con la construcción de grandes haciendas en la cual había población que provenía de Tolima, Boyacá y Cundinamarca. Más adelante empieza el asentamiento en la parte arriba de la montaña dando origen a los barrios que hoy conocemos. (Alcaldía Local De Ciudad Bolívar, s.f.)

Ramírez Calderón, (2021) Indica que En Colombia las pequeñas y medianas empresas tienen una participación significativa en el mercado pero a pesar de esto estas presentan riesgos más alto en un receso o desaceleración de la economía, con las debilidades estructurales y además el país no cuenta con muy buena fama respecto al apoyo en entidades privadas como lo son con capacitaciones con respecto a la economía, mercado global y la competitividad. adicionalmente durante años sigue manejando un alto índice de mortalidad en pequeñas y medianas empresas ya que muy pocas llegan los primeros cinco (5) años de vida.

Ahora bien, en cuanto a nuestro emprendimiento Papas Friends nace como una idea dentro de la materia plan de negocios en el segundo semestre del año 2022, con la que se pretende iniciar

una propuesta innovadora en el mercado de las comidas rápidas, si bien es cierto, existe gran oferta de establecimientos en el mercado, que ofrecen salchipapas, sin embargo, precisamente las salchipapas a pesar de ser unos platos favoritos de los colombianos y de tener gran impacto en diferentes épocas, no ha tenido una evolución por lo que la propuesta de Papas Friends busca un enfoque diferente por medio de los ingredientes y que permita que cada cliente se sienta en ambiente de familia y amigos, que se sientan como en casa encontrando variedad y comodidad.

La idea de negocio se encuentra en la primera fase, que es la investigación de mercado y en proceso de lanzamiento gracias a la práctica empresarial de incubadora de proyectos impartida por la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Este proyecto además de buscar generar ganancia también va enfocado en la generación de empleos a diferentes personas y en aras de que estas logren una estabilidad económica y alimentaria.

### **Marco teórico**

Lucero, (2020) Nos habla que el origen de las salchipapas y siendo uno de los platos más representativos es el país peruano en el distrito de Lince inicialmente, se le llamaba picada y poco a poco se fue expandiendo a toda Latinoamérica, sin embargo, por parte de Europa no es muy popular ya que para estos sectores no es agradable la cantidad de grasas y sobre todo por aquellos negocios en las calles donde suelen reutilizar el aceite de manera continua.

La historia comenzó con una pareja joven que vivían en Perú, montaron su Piano Bar Múnich desde 1940 sin embargo hay solo registros allí hasta 1954, este se encontraba montado con un estilo acogedor donde se solían reunir grupos de juveniles, era usualmente visitado por peruanos y diferentes extranjeros; este lugar debido a la dictadura tuvo que cerrar sus puertas ya que Hans al

verse involucrado con el problema político se decide suicidarse en el Bar y Helga su esposa se ve obligada a abandonar el país.

Sin embargo en el Lince se empezó a vender la salchipapa que en ese entonces se llamaba “Piqueo Alemán”, en esos tiempos era el plato que se servía con diferentes tipos de salchichas, con gran porción de papas, salsas y una gran bebida que en diferentes ocasiones era difícil de terminar; el chef famoso Gastón Acurio calificó el “Piqueo Alemán” como la mejor salchipapa en el distrito de Lince, este plato incluso se puede encontrar en diferentes restaurantes y puestos ambulantes en Perú he incluso modificado con diferentes ingredientes. (Lucero, 2020)

Rodríguez Bermúdez & Urzola Álvarez (2022), Indica que el sector de la comida rápida en Colombia ha presentado diferentes movimientos en su economía, en entre el año 2006 y 2008 este nicho presenta un incremento promedio del 20% anual, pero tras una crisis financiera internacional que se presentó a inicios del 2008 presentó un decrecimiento, sin embargo para el tercer semestre de ese mismo año hasta el año 2017 obtuvo un crecimiento con un promedio anual del 10%, la siguiente escala más importante fue entre el año 2018 y 2020 el cual aumentó un promedio anual del 5%.

Durante los últimos años el sector gastronómico ha venido presentando un mayor incremento incluso en el sector de publicidad, ciencias técnicas, de telecomunicaciones, entre otros que incluso se resaltan de la economía colombiana el en cual el área de las comidas rápidas es el que lidera y que han venido presentando incremento notable. (Rodríguez Bermúdez & Urzola Álvarez, 2022)

Sin embargo las dificultades que pueden presentar las pequeñas y mediana empresas para que desaparezcan es la falta de acoplarse a la tecnología (seguir avanzando con la tecnología), la clasificación de alimentos, desequilibrio en exportaciones, teniendo en cuenta que hay nichos de

mercado que empiezan a necesitar con más fuerza los aliados en el exterior, poco incremento en las ventas, altas tasas de impuestos, crecimiento de competidores, empleo informal, poca planeación o falta de atención al conocer las prioridades de la empresa y el mal manejo en el flujo de caja. Así que, aunque las MiPymes tengan un alto índice de participación en la economía de Colombia, estas deberán pasar por diferentes obstáculos. (Ramirez Calderon, 2021)

En Colombia específicamente por la ciudad de Bogotá al ser su ciudad central cuenta con un desarrollo potencialmente alto, ya que en algunas investigaciones en los años del 2019-2024 muestra un incremento del 23% a nivel nacional, en la ciudad principal cubre un 43% en participación de ventas del sector de la gastronomía. Sin embargo, las MiPymes de este sector manejan mucha fluctuación de nuevas empresas y deserción de muchas otras, debido a las dificultades ya anteriormente mencionadas las cuales no permiten que estas crezcan adecuadamente. (Ramirez Calderon, 2021)

Hablando ya un poco del tema ambiental, Manolis Sherman (2021), nos habla sobre los cierres a 2030, actualmente aunque se ha llevado un manejo del reciclaje en diferentes aspectos ya que en los plásticos se encuentran de diferentes materiales y esto puede llegar a aumentar bastante la contaminación ambiental, sin embargo con los diferentes estudios y mantenimientos al reciclaje buscan garantizar el proyecto educativo ambiental el cual busca incluso cambiar y llegar a eliminar las tapas en botellas, así mismo indica que diferentes compañías se encuentran en estos estudios para permitir que este proyecto pueda dar frutos. Aunque haya diferentes factores que pueden generar la contaminación ambiental, el enfoque en las tapas plásticas brinda un gran aporte.



## Marco Conceptual

Localidad: División administrativa que determina una ubicación geográfica y la cual encierra un conjunto de barrios que se encuentran dentro del mismo territorio enmarcado y designado con un nombre propio.

Economía: Conjunto de aspectos de tipo monetario y de bienes y servicios que al relacionarse generan sectores que son medibles y que tienen que ver con la población en general.

Lince: Es uno de los distritos de la provincia de Lima ubicado en el departamento de Perú.

Puesto ambulante: Lugar donde se ejerce actividad comercial realizada de manera cotidiana en la vía o lugares públicos.

Topping: son salsas listas para usar en platos, pasteles.

Decrecimiento: Es un pensamiento respecto para defender la disminución regular y controlado de la producción, para lograr una relación de equilibrio entre los humanos y la naturaleza.

Gastronomía: Disciplina, arte que estudia las relaciones del ser humano con su modo de alimentación y entorno cultural.

Materias primas: Productos, elementos extraídos directamente de la naturaleza.

Consumo: Proveniente del latín “*cosumere*” el cual significa gastar; acción en que se usan determinados bienes o servicios.

Saneamiento: Conjunto de técnicas y sistemas destinados a mejorar las condiciones higiénicas de un edificio, establecimiento, comunidad o ciudad.

Vegetariano: Persona o individuo que sigue un régimen alimenticio basado en consumo de frutas, verduras y legumbres, caracterizado por abstenerse de consumir alimentos de origen animal, como lo son las carnes, pescado, leche, huevo o miel.

Contaminación: Es un aliciente que hace que la crisis climática avance sin control.

Reciclaje: Recolectar y transformar residuos o materiales de desecho en nuevas materias o productos para su reutilización.

Flujo de caja: Indicador clave de salud económica de una empresa.

Tapas plásticas: Se utilizan para sellar y cubrir recipientes.

MiPymes: Incluye tanto las micro, pequeñas y medianas empresas

Monolítica: Lo que se fabrica únicamente con piedra.

## **Marco legal**

En la actualidad hay muchas leyes y decretos rigen el sector de las comidas rápidas y una de esas leyes es la Ley 09 de 1979 del Código Sanitario Nacional y por la Resolución 2674 de 2013, que rigen el sector de las comidas rápidas para certificar la calidad de los productos, las materias primas y que estén en condiciones para el consumo, además de esto se requiere certificaciones para la manipulación de alimentos, así como el plan de saneamiento, Plan de capacitación continuo y permanente, Certificación médica del personal que trabaja en el establecimiento.

Ahora para los registros necesarios y que el emprendimiento o empresa sea legal se requiere una serie de documentos como lo sería Registro ante Cámara y Comercio, Registro Único Tributario (RUT), certificado del uso de suelo para fines comerciales.

## **Diseño Metodológico**

### **Estudio**

Nuestro tipo de investigación es mixta ya que se estudiará el comportamiento de futuros clientes frente a nuestros productos, nombre del emprendimiento, adicional nuestro enfoque también es cuantitativo debido a que necesitamos cuantificar la viabilidad financiera que tendrá Papas Friends; en aras de esto utilizaremos el método analítico que nos permitirá identificar ciertos acontecimientos a detalle, para esto se realizarán entrevista y/o encuestas con el fin de observar el mercado y recolección de documentos que nos permita realizar un mejor análisis.

### **Población y muestra**

En nuestra población tendremos 61 personas, 53 que son correspondientes a futuros clientes, 5 son las personas que trabajarán en la empresa y proveedores.

*Figura 1 Tamaño de la muestra.*

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left( \frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

*Nota: El tamaño de la muestra proporciona la cantidad de las personas a las que se debe aplicar la encuesta, donde  $N$  = tamaño de la población •  $e$  = margen de error (porcentaje expresado con decimales) •  $z$  = puntuación  $z$ . Tomada de (Survey Monkey, s.f.)*

## Instrumentos

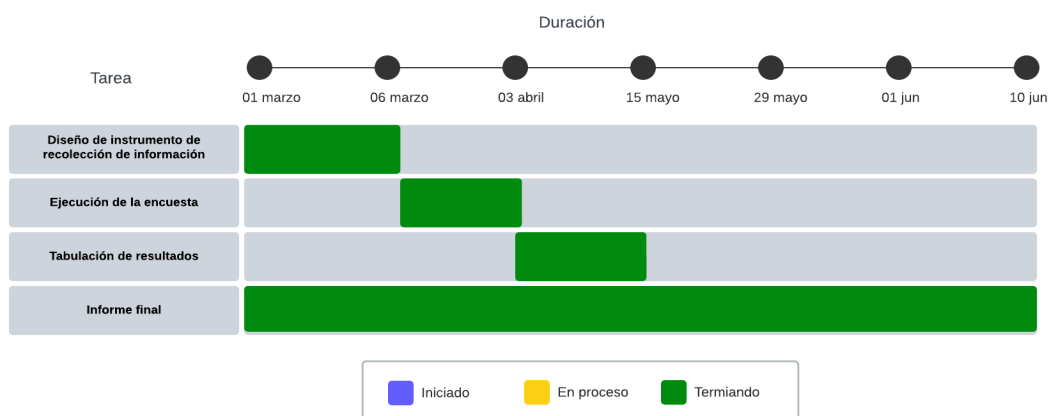
El instrumento para utilizar es la encuesta y la entrevista, ya que es una de las técnicas ampliamente utilizadas, puesto que permite la recolección de datos de una manera práctica y rápida de un aspecto específico y así mismo realizar la tabulación de resultados de acuerdo con lo que se desea obtener. Estos procedimientos de investigación poseen, entre otras ventajas, la posibilidad de aplicaciones masivas y la obtención de información sobre un amplio abanico de cuestiones a la vez.

## Procedimientos

Para elaborar el instrumento de recolección de información o datos para posterior análisis, se formulará un cuestionario de 10 preguntas de tipo selección con única respuesta, en la que por medio de las respuestas se efectuará la tabulación para conocer el porcentaje de resultados obtenidos, análisis e interpretación de estos.

## Cronograma

*Figura 2 Cronograma de actividades.*



*Nota: Elaboración propia en LucidSpark.com*

## Presupuesto

*Tabla 1 Presentación de presupuesto para la investigación.*

Concepto	Cantidad	Costo	Tiempo	Finalizado
Internet	20	\$ 40.000	20 horas	Sí
Talento humano	2	\$ 200.000	20 horas	Sí
Impresión de instrumento	4	\$ 2.000	5 minutos	Sí
Tiempo de ejecución de instrumento	1	\$ 10.000	2 horas	Sí
Transportes	4	\$ 10.600	2 horas	Sí

*Nota: Elaboración propia.*

## Aspectos Generales

Papas Friends es una empresa de comidas rápidas que se especializa en papas en todas las presentaciones y de diferentes tipos.

## Organigrama

Organigrama requerido para empezar el emprendimiento, teniendo en cuenta los cargos de mayor relevancia.

*Figura 3 Estructura Organizacional*

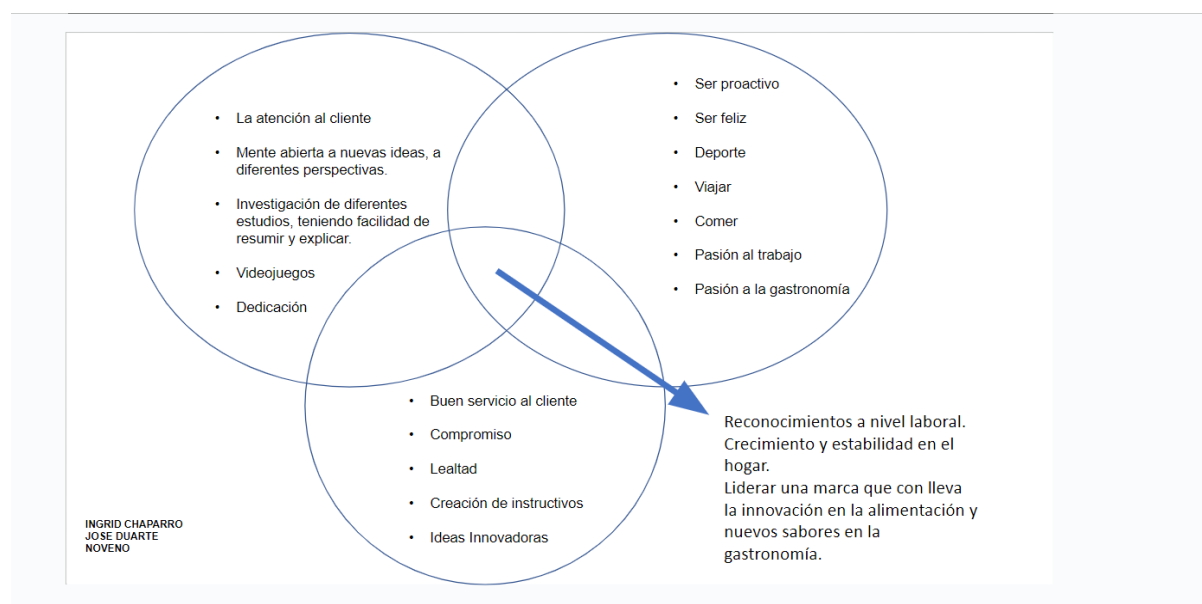


*Nota: Elaboración propia.*

## Rueda de Inercia

Consiste en tres círculos entrelazados en donde se tiene en cuenta los ideales de las personas o características de este, lo que se requiere para para lograr iniciar un proyecto.

**Figura 4 Rueda de Inercia**



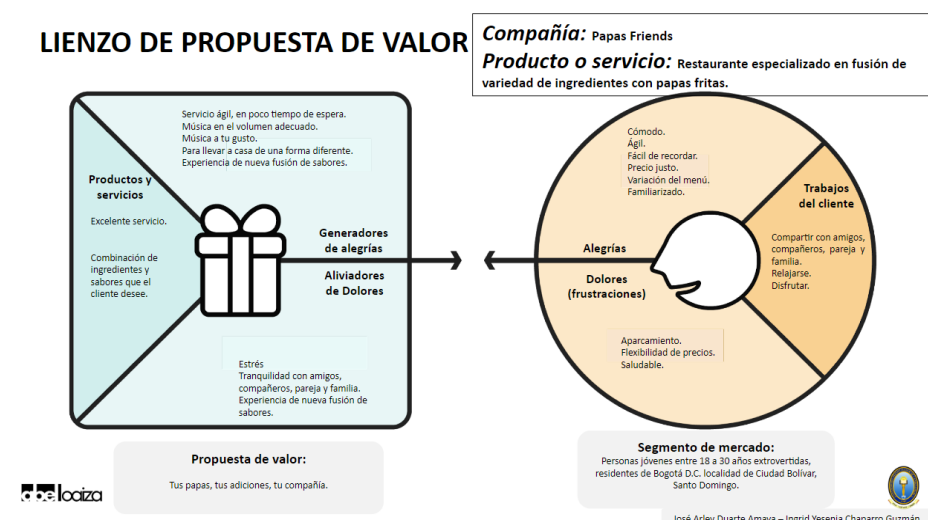
*Nota: Elaboración propia mediante la plantilla entregada por la Universidad Colegio*

*Mayor de Cundinamarca.*

## Lienzo de Propuesta de Valor

Es una plantilla diseñada para alinear las necesidades de un conjunto de usuarios con las características de los productos y servicios que se deseen ofrecer. Se utiliza para definir de forma más clara y profunda los dos aspectos fundamentales dentro de un modelo de negocio. Un Lienzo de Propuesta de Valor se divide en estas dos partes fundamentales, la correspondiente a los usuarios y la que hace referencia a los productos y servicios que se van a ofrecer.

*Figura 5 Lienzo Propuesta de Valor*



*Nota: Elaboración propia mediante formato entregado por la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.*

## Impacto económico, ambiental y social.

### Componente Innovador

El componente innovador que tiene Papas Friends es que será de todo tipo de papas, diferentes estilos de carne, gran variedad de toppings, así como productos para personas

vegetarianas para que los clientes elijan sus acompañamientos, sin descartar el impacto hogareño y amigable para nuestros clientes.

### **Económico**

Papas Friends impactará de manera positiva en el mercado de la economía localidad de ciudad Bolívar, localidad de la Ciudad de Bogotá, D.C. en el sector de la gastronomía, brindado empleo formal, seguimiento constante en cuanto a planeación, balances y flujo de caja, así mismo al ayudar a disminuir la deserción en el sector gastronómico en las MiPymes, así se brindará el apoyo para que se llegue a aumentar de alguna forma el sector económico.

### **Ambiental**

De igual forma concientizar el cuidado por medio de canecas hechas con material reciclado que permitan almacenar todos aquellos plásticos como tapas y cucharas, para así poder brindarle a fundaciones que se desempeñan en la creación de nuevos artículos por medio del plástico, así mismo con los residuos de las papas y otro tipo de legumbres, como lo son las cáscaras, poder brindarle a nuestro proveedor para que se pueda generar abono en sus cultivos.

### **Social**

Es importante mencionar que en este impacto resaltamos la generación de empleos contribuyendo al sustento económico de la población el cual pueda suplir las necesidades de cada empleado, ya que nuestra empresa no generará solo un ambiente familiar para nuestros clientes sino también para nuestros colaboradores, de igual forma apoyando a los proveedores de materias primas de nuestro país y consolidando alianzas que generen crecimiento económico entre las MiPymes y pueda disminuir el índice de deserción en el sector gastronómico .



## Plan de Marketing

*Tabla 2 Diagnostico General De La Empresa*

<b>Información General de la Empresa</b>	
<b>Nombre de la empresa</b>	Papas Friends
<b>Representante legal</b>	José Arley Duarte Amaya
<b>Ubicación</b>	Ciudad Bolívar Barrio Santo Domingo
<b>Actividad económica</b>	Restaurantes y Bar
<b>Tipo de sociedad</b>	Simplificada
<b>Régimen mercantil</b>	Régimen Común.
<b>Tesorería</b>	<b>Impuestos Municipales:</b> Impuesto de industria y comercio
	<b>Impuestos Nacionales:</b> Impuesto Nacional al Consumo INC, Impuesto sobre la renta y Complementarios
<b>Contabilidad</b>	La contabilidad de la empresa es manual
<b>Estructura Organizacional</b>	<p>Estructurada linealmente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gerente.</li> <li>2. Sub-Gerente</li> <li>3. Líder de cocina.</li> <li>4. Auxiliar de cocina.</li> <li>5. Auxiliar de mesa</li> </ol>
<b>Identidad Corporativa</b>	<p><b>Misión</b> Ofrecer comida rápida de calidad y con las mejores técnicas gastronómicas que generen recordación, satisfacción y una excelente experiencia a nuestros clientes.</p>

	<b>Visión</b>	Para el 2025 ser una empresa reconocida en la ciudad de Bogotá en el sector gastronómico y con la viabilidad y solidez para apertura de puntos de venta en diferentes ciudades del país.
--	---------------	--

*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 3 Diagnóstico Interno De La Empresa**

<b>Identificación de factores internos</b>		
<b>Servicios</b>		Papas Friends ofrece servicio de comidas rápidas y bebidas de acompañamiento de estas.
<b>Portafolio de Productos</b>		<b>Tradicional:</b> Papas francesas, salchicha y queso mozzarella.
		<b>De Todito:</b> Papas francesas, salchicha, queso mozzarella, tiras de carne de res, cerdo o pollo.
		<b>SalchiPicada:</b> Papa francesa, papa criolla, papa en casco, salchicha americana, salchicha coctelera, trozos de carne, res y pollo y queso mozzarella.
		<b>Vegetariana:</b> Papas francesa, barrotos de queso tofu, mix de brócoli, zanahoria y zucchini salteados.
		<b>Fitness:</b> Papas francesa, barrotos de lomo de cerdo y barrotos vegetales.
<b>Recursos</b>	<b>Humanos</b>	Personal calificado para el desempeño de actividades comerciales y de gastronomía.
	<b>Financieros</b>	Capital propio sólido para inversión y costo de materias primas, gastos administrativos y de mercadeo.

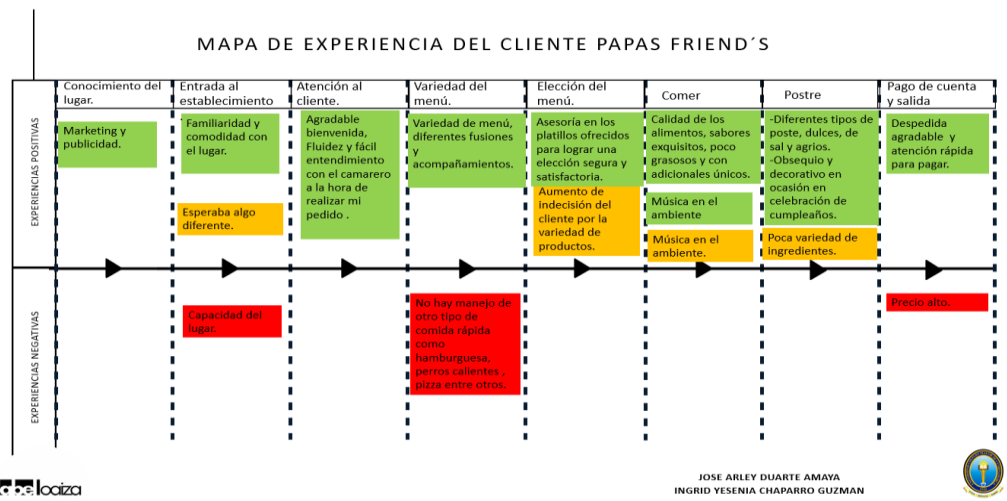
	<b>Tecnológicos</b>	Herramientas necesarias para la facturación, contabilidad e informes de ventas.
<b>Identidad y Cultura</b>	<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Respetar las preferencias de los clientes y ofrecer productos acordes con sus necesidades.</li> <li>- Reconocer el talento humano como un factor de crecimiento.</li> <li>- Analizar los detalles del mercado para fortalecer la experiencia al cliente.</li> </ul>
	<b>Principios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La unidad y la cooperación del trabajo en equipo para obtención de resultados favorables.</li> <li>- Fomentar una cultura amena en la que de gusto permanecer.</li> <li>- Evaluar las falencias como oportunidades de mejora.</li> </ul>
	<b>Valores</b>	<p>Respeto: Reconocer el valor de cada persona sin distinción alguna.</p> <p>Tolerancia: Comprender las falencias y situaciones presentadas.</p> <p>Cooperación: Comprender que la unión de esfuerzos es necesaria para un buen resultado.</p> <p>Servicio al cliente: Entender las necesidades del cliente y propender soluciones acordes.</p>

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 4** Diagnostico Externo De La Empresa.

<b>Identificación de factores externos</b>	
<b>Mercado Objetivo</b>	Personas extrovertidas entre 18 a 30 años residentes en la localidad de Ciudad Bolívar.

<b>Competencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Max Papas Bogotá. Restaurante de comida rápida, 100% colombiano, especialistas en papas a la francesa (fritas), con ambientación alegre, cálida y armoniosa que mezcla la Colombianidad, papas, luces y sonrisa con el rústico toque del campo, de los sembradíos de papa donde nacen y florecen, para luego convertirse en nuestras deliciosas papas que son preparadas de forma artesanal, natural y fresca, hasta ser servidas en un plato.</li> <li>- Papadictos: Bogotá. Comida rápida (Salchipapas) en presentaciones llamativas y agradables al público.</li> <li>- Salchipaperia: Bogotá. expendio a la mesa de comidas rápidas, salchipapas en diferentes presentaciones y adiciones de preferencia del cliente.</li> </ul>
<b>Proveedores</b>	Districerdo Ian Estid; proveedor informal directo del campo; Los rollos.com; Surti Mayorista; Boxque Empaques.
<b>Entorno Legal</b>	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), Cámara de Comercio de Bogotá, Alcaldía municipal.
<b>Entorno Económico</b>	Las reformas tributarias, alza en productos y/o materias primas y la inflación, son factores que afectan directamente a Papas Friends.
<b>Entorno Político</b>	Los cambios de gobierno y con ello nuevas o mejoras en las políticas mercantiles afectan directa e indirectamente a la empresa.
<b>Entorno Tecnológico</b>	En el aspecto tecnológico, la apertura de plataformas como Nequi, Daviplata QR Bancolombia entre otras abren una brecha de innovación que debe emplearse para los medios de pago, también las redes sociales permiten el reconocimiento y visibilidad de la marca, por lo que deben tenerse en cuenta,



*Nota: Elaboración propia mediante formato entregado por la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.*

## Informe de elementos Branding

Nuestro logo será un Isologo el cual indica que el texto y los elementos son indispensables para el reconocimiento de la marca.

## Slogan y Personalidad de Marca

## Logo

*Figura 10 Logo Papas Friends*



*Nota: Elaboración propia.*

### **Slogan**

Papas para tu familia y amigos

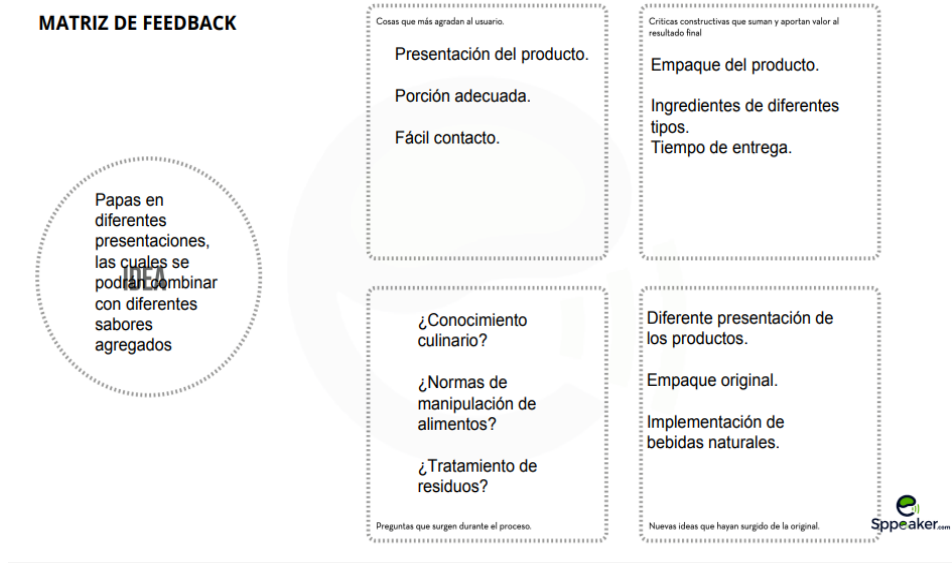
### **Arquitectura de marca**

Nuestra marca será monolítica.

### **MVP y Matriz Feedback**

Nos ayuda a entender más las inquietudes del cliente acerca del producto y del emprendimiento, además de la necesidad de ofrecer productos como acompañamiento en bebidas naturales.

*Figura 11 Matriz Feedback*



*Nota: Elaboración propia mediante formato entregado por la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.*

### Modelo Canvas

Este modelo nos permite identificar los socios, acciones claves, propuesta de valor, tipo de población, recursos, estructura, canales e ingresos claves, para una buen plan de negocio.

*Figura 12 Modelo Canvas*



*Nota: Elaboración Propia*

## Presencia Digital

*Figura 13 Visita Perfil De Instagram*



*Nota: Tomada de la red social Instagram*

## Diagnóstico de la industria – Cinco fuerzas de Porter

*Figura 14 Diagnóstico de la Industria*





*Notas: Estado de la industria y potenciales competidores, elaboración propia.*

## Matriz de perfil competitivo

Permite analizar los factores claves de los competidores principales.

*Figura 15 Matriz de perfil competitivo*

FACTORES CRITICOS DE ÉXITO	MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO									
	% PONDERACIÓN	PAPAS FRIENDS		MAX PAPAS		PAPADICTOS		SALCHIPAPERIA		
		CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	
PUBLICIDAD	0,05	1	0,05	4	0,2	2	0,1	1	0,05	
ASEO	0,10	1	0,1	2	0,2	3	0,3	1	0,1	
COMERCIO ELECTRONICO	0,09	2	0,18	4	0,36	3	0,27	2	0,18	
HORARIO DE ATENCIÓN	0,05	1	0,05	2	0,1	2	0,1	3	0,15	
EXPANSIÓN	0,10	1	0,1	4	0,4	4	0,4	2	0,2	
CALIDAD EN PRODUCTOS	0,20	3	0,6	4	0,8	3	0,6	3	0,6	
PRESENTACION DE LOS PRODUCTOS	0,20	1	0,2	3	0,6	3	0,6	2	0,4	
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	0,08	1	0,08	3	0,24	4	0,32	3	0,24	
SERVICIO AL CLIENTE	0,10	1	0,1	2	0,2	3	0,3	3	0,3	
PRECIOS	0,03	3	0,09	2	0,06	1	0,03	2	0,06	
TOTAL	1,00		1,6		3,2		3,0		2,3	

*Nota: Elaboración Propia*

## Benchmarking.

Para Papas Friends, es importante realizar un análisis de los procesos internos y externos para poder desarrollar y planificar de manera exitosa la creación de este emprendimiento, Es importante identificar estos cuatro parámetros de FODA para poder superar y mejorar los diferentes obstáculos y objetivos en el trayecto.

**Figura 16 Diagnostico FODA**



*Nota: Elaboración propia.*

## Stakeholders

En el stakeholder, tendremos a cuatro actores principales para el funcionamiento esperado.

**Figura 17 Mapa Mental Stakeholders**



*Nota: Elaboración propia.*

### Árbol de problemas

Se utiliza para identificar los problemas que tiene una organización, se identifica la causa, así como los efectos que se tendrían si no se soluciona de raíz.

**Figura 18** *Árbol de Problemas*

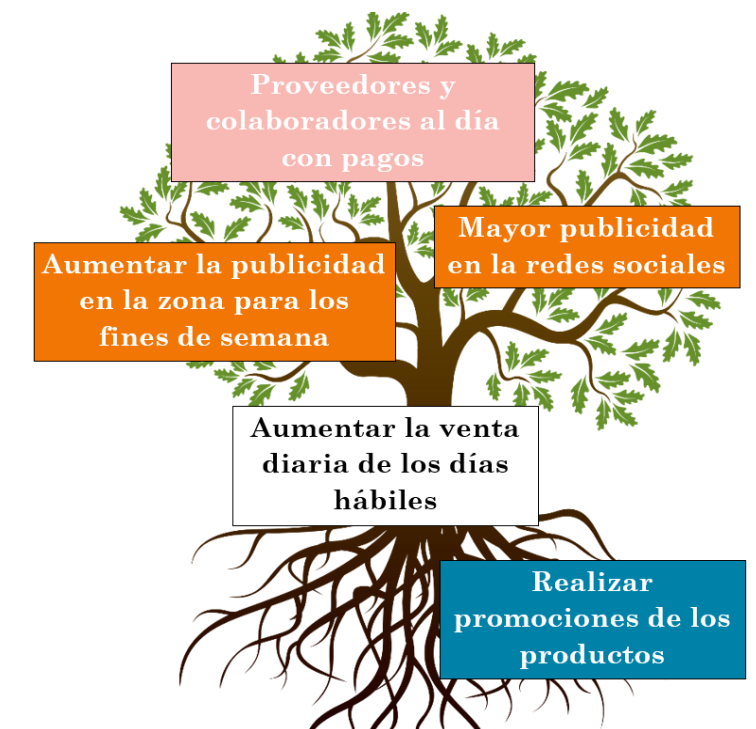


*Nota: Elaboración propia.*

## Árbol de objetivos

Es un árbol en donde se plasman los objetivos que hay que seguir para evitar los problemas o resolverlos.

**Figura 19** *Árbol de Soluciones*



*Nota: Elaboración propia.*

## Boston Consulting Group

La matriz BCG nos ayuda a identificar nuestros productos con mayor rotación en el mercado y así lograr un buen manejo de logística y llegar a un éxito con cada inversión realizada.

**Figura 20** *Matriz BCG*



*Nota: Elaboración propia.*

## Estudio Administrativo

El proyecto denominado Papas Friends está enfocado en la apertura de un local comercial en el que se ofrecerá a la venta productos elaborados con papas cuyo ingrediente principal es el que permite las adiciones o toppings de diferentes gustos. Para llevar a cabo esta idea de negocio es necesaria la inversión de capital o recursos financieros los cuales corresponden a recursos propios de 3 inversionista con un 70% y un 30% de apalancamiento financiero con entidades bancarias nacionales. Posterior a contar con la inversión inicial, se requiere la adecuación del punto físico de venta, el cual de acuerdo con el estudio de mercado es viable la ubicación en el Barrio Santo Domingo en la localidad de Ciudad Bolívar en la Ciudad de Bogotá, D.C. Una vez que se cuente con la ubicación del punto físico, es pertinente proceder con la compra de maquinaria y equipo correspondiente para la elaboración de los productos y mantenimiento del lugar, los cuales son: Instrumentos de cocina como Freidora Industrial de 20 litros 90.000 BTU, Estufa Cocina Industrial Freidor Plancha Doble Quemador Q15, Pinzas de silicona, Tabla polietileno blanca 60x40, Bowls acero inoxidable, Set cuchillos cerámica x5, Espátula en silicona, Mesón En Acero Inoxidable 120

X 60, Mesón en acero mediano, Vitrina exhibidora, Licuadora Imusa Infiny Force 10 1.75 litros, Nevera dos cavidades 240 litros, Espátula, Sillas, mesas, escoba, recogedor, trapero y limpiones de cocina, botes para basura, implementos de aseo, sofa de sala. Culminada la compra de los implementos necesarios para poner en marcha la elaboración y el mantenimiento del local, se hace necesaria la adquisición de materias primas e insumos como la papa, carnes, salsas, vegetales, bebidas y empaques. De acuerdo con lo anterior, los proveedores con los cuales se establecería una relación comercial serían: proveedor informal del campo (Papa), Los Rolos.com (Gaseosas y agua), Districerdos (Carnes en general), Surti Mayorista (Salsas, aceite, Azúcar, Sal, pimientos, vegetales), Boxque Empaques (empaques de comida personalizados). Adicional a lo anterior, requerido para la venta de productos, se requieren implementos para una óptima prestación del servicio como: Caja registradora, computador, impresora, Televisor 32”, Silla, software, datafono, celular.

Como política será el brindarle al cliente la comodidad de un ambiente familiar, como en casa en el que se implemente las medidas y concientización del medio ambiente, garantizando una atención agradable, atenta, respetuosa y oportuna. así mismo cumpliremos como objetivo encontrando una viabilidad económica que nos permita garantizar clientes satisfechos y concurridos, con el cual permita identificar que estaremos cumpliendo con una necesidad dentro de la población, sin descuidar la calidad laboral y económica de nuestros empleados.

La dirección de la empresa estará a cargo del Gerente General, quien estará encargado de la representación legal y de la toma de decisiones, a su vez éste designará a un Subgerente para que haga sus veces cuando este se encuentre impedido por algún tipo de situación adversa, quien tendrá a cargo el funcionamiento del local, la compras, asuntos financieros y toma de decisiones frente a los empleados. Seguido del subgerente se encuentra el jefe de Cocina, encargado de verificar y garantizar que todos los implementos y elementos para la elaboración de los productos se

encuentren en óptimas condiciones y den a basto en la producción, de igual manera, que el talento humano, sea el idóneo y realicen las actividades a cabalidad. Del jefe de cocina depende el auxiliar de cocina, quien como su nombre lo indica estará disponible para realizar las actividades encomendadas por el jefe de Cocina y el auxiliar de mesa, quien también estará bajo su cargo, será el encargado de la atención a la mesa y de proporcionar al cliente lo necesario para una buena experiencia en el lugar.

### **Estudio Legal**

Para que la empresa sea legalmente constituida se requiere de los siguientes documentos:

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

Cámara y comercio de Bogotá (s.f) Indica que permite identificar la actividad económica que se encuentra ejerciendo; acreditar o identificar la actividad económica ante terceros. Adicional a esto las personas que deben inscribirse al RUT son aquellas que declaran impuestos sobre renta, inversionistas extranjeros, los responsables y no responsables del impuesto nacional al consumo, agentes retenedores; entre otros.

### **Registro ante Cámara y Comercio**

Según lo establecido por la ley 1727 de 2014 por el congreso de la república indica que cualquier persona natural o jurídica que cumpla con los requerimientos, bien sea para ser beneficiario y de atención preferencial para el pago de una tarifa adicional o voluntaria. (Camara de comercio de Bogota, s.f.)

## **Requisitos y condiciones**

Para poder ser registrado ante la cámara de comercio de Bogotá debe tener como mínimo 2 años de matriculado en cualquier cámara y comercio, así mismo durante este tiempo se debió ejercer actividad mercantil; también estar renovando la matrícula en cada periodo estipulado; Certificar que la persona no se encuentra en ningún procedimiento disciplinario o fiscal.

Llegado el caso el representante legal a la afiliación no cumpla con los requerimientos ya anteriormente mencionados a un tiempo menor de 2 meses, Cámara y Comercio procederá a la desafiliación. (Camara de comercio de Bogota, s.f.)

## **Estudio Financiero**

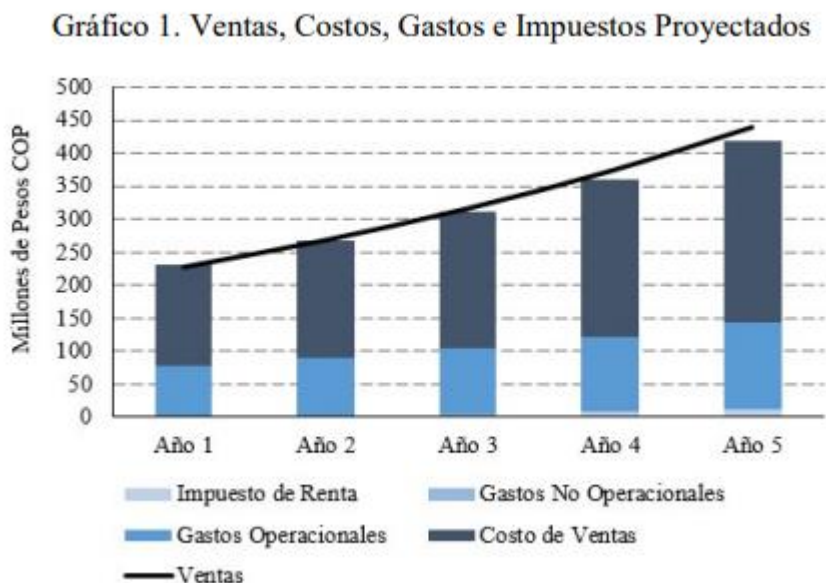
Becerra Parrado, (2023) inicialmente señala de que las empresas en Colombia tienen un índice de supervivencia del 33.5%, es decir son muy pocas las empresas que llegan a los 5 años de vida, por lo cual por parte del área técnica de proyectos de la institución Unicolmayorista busca brindar una disminución del cierre temprano de las empresas, lográndolo a través de asesorías enfocadas en la estructuración financiera de proyectos, que permitirá a cada emprendedor evaluar y anticipar riesgos, entendiendo medidas preventivas desde que se empieza el proyecto; Lippmann & Howard e. (2005) complementa en decir que mediante una encuesta medida por el indicador Gini, concluye que el nivel de emprendedores aumenta en países con gran nivel de desigualdad.

Para la planificación del proyecto, (Becerra Parrado, 2023) requirió a los emprendedores que definieran la cantidad de productos que se ofrecerían. Como resultado, se estableció que, para la evaluación de la viabilidad financiera, se enfocarán en la venta de los siguientes productos: Salchipapa Tradicional; Salchipicada y Detodito.



## Estado de resultados proyectado

### *Grafica 1 Estado de resultados proyectado*



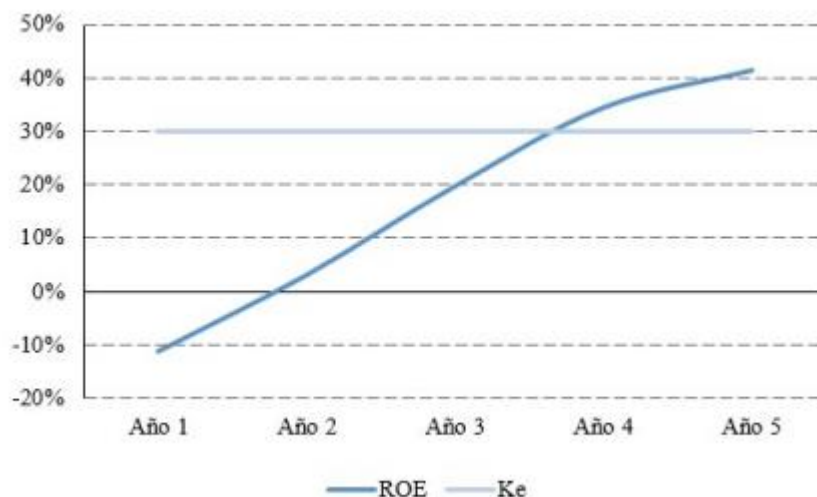
*Nota:* (Becerra Parrado, 2023)

En la gráfica se puede evidenciar un gran crecimiento para el año 5 esto teniendo en cuenta que en los años anteriores va aumentando gran promedio finalizando con ventas superiores a \$439 millones de pesos colombianos y una ganancia neta de \$21,3 millones.

Dado que el crecimiento de las ventas se traduce en un aumento de las utilidades, resulta evidente que la gestión de los costos directos y los gastos operativos, especialmente los iniciales, será esencial para garantizar un crecimiento sostenible a largo plazo al ejecutar el proyecto.

(Becerra Parrado, 2023)

### *Grafica 2 Rentabilidad Sobre Patrimonio Versus Rentabilidad Esperada del Inversionista*



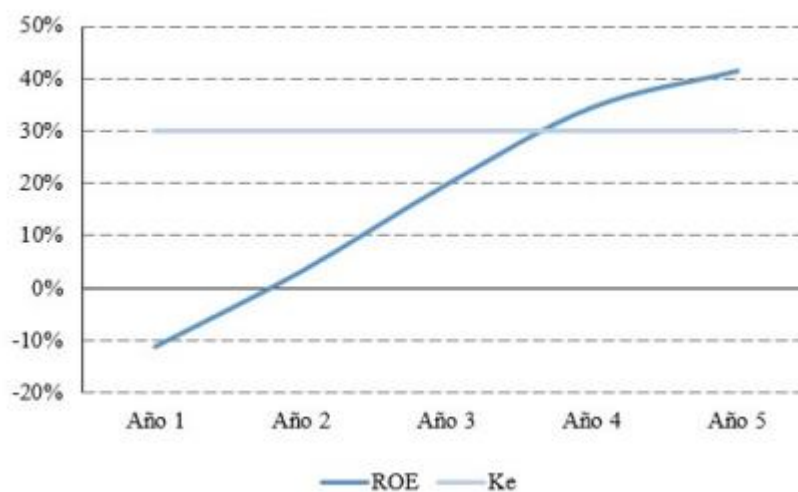
*Nota:* (Becerra Parrado, 2023)

la empresa en comparación con las expectativas del inversionista a lo largo de 5 años. Inicia con un ROE negativo del -10% en el año 1, indicando pérdidas iniciales en relación con el costo de capital (KE) constante del 30%. Sin embargo, a medida que los años avancen, el ROE experimenta una notable recuperación, alcanzando el 41% en el año 5, superando el KE constante del 30%.

(Becerra Parrado, 2023)

### Indicadores de rentabilidad proyectados

*Grafica 3 Rentabilidad Sobre Patrimonio Versus Rentabilidad Esperada del Inversionista*



*Nota:* (Becerra Parrado, 2023)

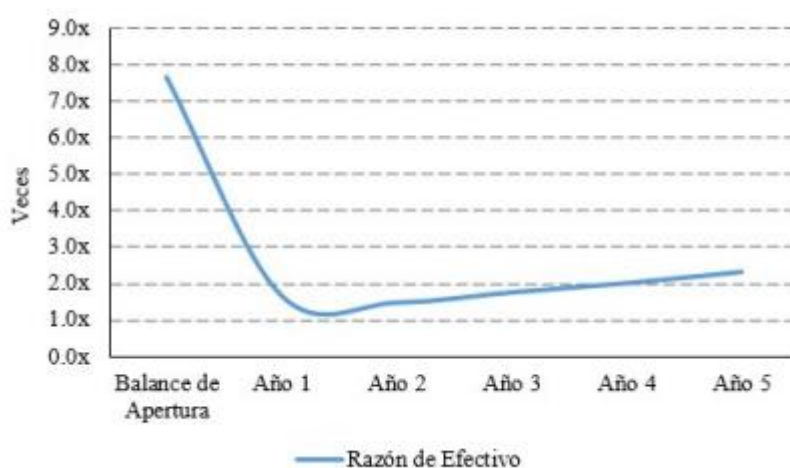
Se puede evidenciar que en el transcurso de los años el ROA y el WACC se encontraran dentro de los cinco años, aunque se evidencie que en el primer año se obtiene un porcentaje negativo se ve su aumento notable a partir del segundo año. Becerra Parrado (2023) señala que es importante mejorar la eficiencia operativa y mejorar los costos para mejorar una rentabilidad.

De igual forma se evidencia un movimiento parecido entre el ROE y el costo de capital, sin embargo, estos presentan notablemente un crecimiento de recuperación desde el segundo año aumentando año tras año llegando al periodo 5 se obtendrá una recuperación del 41% en el ROE superando así mismo costo de capital con un 30%.

Con esto se puede identificar que la empresa desde su segundo año de vida empezara a mejorar su rentabilidad proporcional a un rendimiento significativo, superior a las expectativas de los inversionistas. (Becerra Parrado, 2023).

## Indicadores de Liquidez proyectados

**Grafica 4** Razón de Efectivo Proyectada

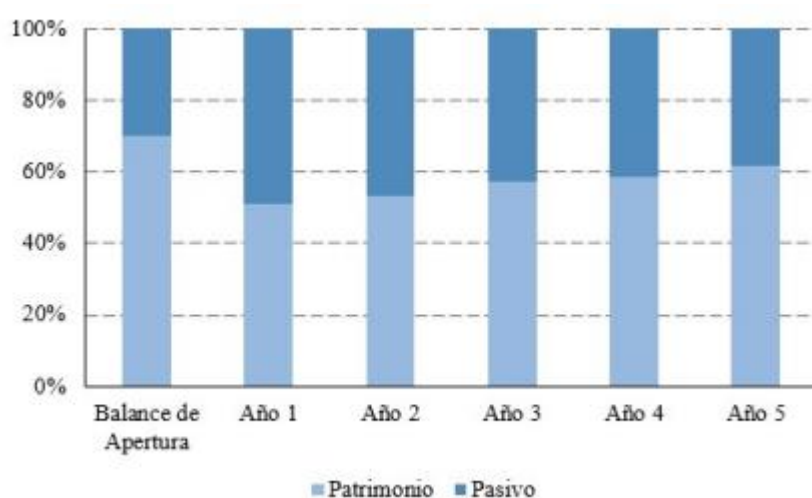


*Nota:* (Becerra Parrado, 2023)

La empresa con el pasar poco a poco de cada año mejorara el equilibrio en liquidez y la razón de efectivo proyectada indica una mejora en la gestión de activos líquidos lo que lograra una gran capacidad de afrontar los compromisos financieros a corto plazo, así mismo se tiene en cuenta que el primer año se afrontaran dificultades con la capacidad inicial para afrontar compromisos financieros inmediatos.

### Indicadores de endeudamiento proyectados

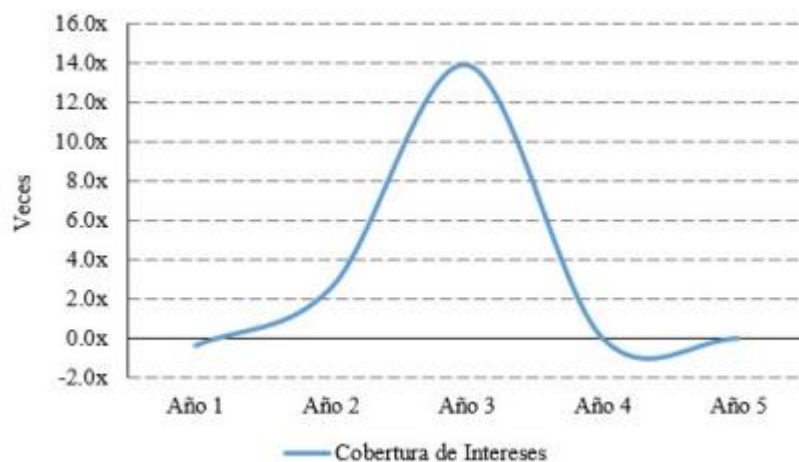
*Grafica 5 Estructura de Financiación Proyectada*



*Nota:* (Becerra Parrado, 2023)

Esta grafica muestra cómo se conforma la financiación de la empresa con el pasar de 5 años, teniendo que para la apertura el patrimonio cuenta con una participación del 70% y pasivo con un 30%; aunque en el año 1 y 2 disminuye a un 50% cada participación al finalizar los 5 años se tendrá 60% de participación en el patrimonio y un 40% en pasivos.

*Grafica 6 Cobertura de Intereses Proyectada*



*Nota:* (Becerra Parrado, 2023)

En cuanto a las Proyecciones para el primer año no se están generando utilidades para garantizar la cobertura de las deudas, sin embargo, ya para el año 2 su desempeño es de 2,6 veces mejorando significativamente con la cobertura de deuda alcanzando su punto máximo en el año 3 con una cobertura de 14 veces por lo que el indicador al año 5 es cero.

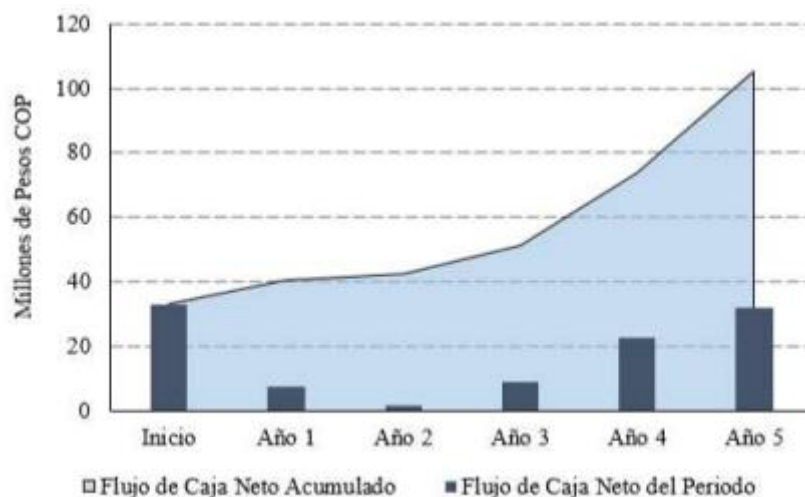
Papas Friends obtiene fluctuaciones notables en su capacidad para cubrir los pagos de deuda a lo largo del periodo proyectado. Estos cambios refuerzan la importancia de mantener una gestión financiera sólida y una estructura de deuda sostenible para garantizar la estabilidad financiera de la empresa y evitar dificultades en la cobertura de sus obligaciones de deuda. (Becerra Parrado, 2023)

### **Flujos de Caja Proyectados, Probabilidad de Insolvencia y Viabilidad financiera**

La proyección del flujo de caja libre muestra una tendencia positiva, con un acumulado creciente y sostenido a lo largo de los años. Esto permite identificar una sólida capacidad de la empresa para generar efectivo después de cubrir sus gastos operativos y de inversión, lo que es esencial para la salud financiera y el crecimiento sostenible de la empresa. (Becerra Parrado, 2023)

De igual forma el flujo de caja del accionista demuestra una tendencia positiva con un acumulado creciente en los flujos anuales lo que refleja una gestión financiera sólida y una capacidad de generar beneficios para los accionistas.

**Grafica 7 Flujo de Caja Neto Proyectado**

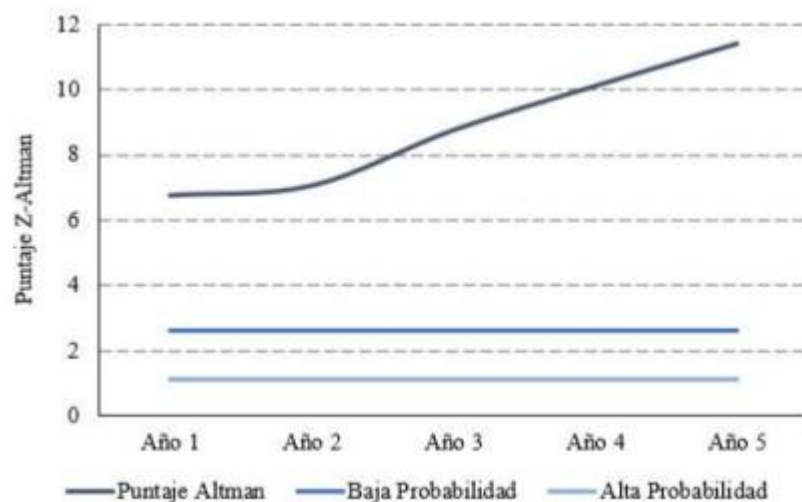


*Nota:* (Becerra Parrado, 2023)

Se evidencia un sólido desempeño financiero de la empresa durante un período de cinco años, evidenciando un incremento superior a los 100 millones al final del período. En cuanto al flujo de caja neto anual, inicia alrededor de los 30 millones, tiene una disminución en el año 2 y luego un crecimiento para regresar a niveles cercanos a los 30 millones en el año 5. (Becerra Parrado, 2023)

Se destaca la capacidad que obtendrá la empresa para generar efectivo después de cubrir los gastos y las inversiones. La tendencia alcista en el flujo de caja neto acumulado muestra una salud financiera sólida y un crecimiento constante a lo largo del tiempo, lo que es esencial para el éxito y la rentabilidad a largo plazo de la empresa.

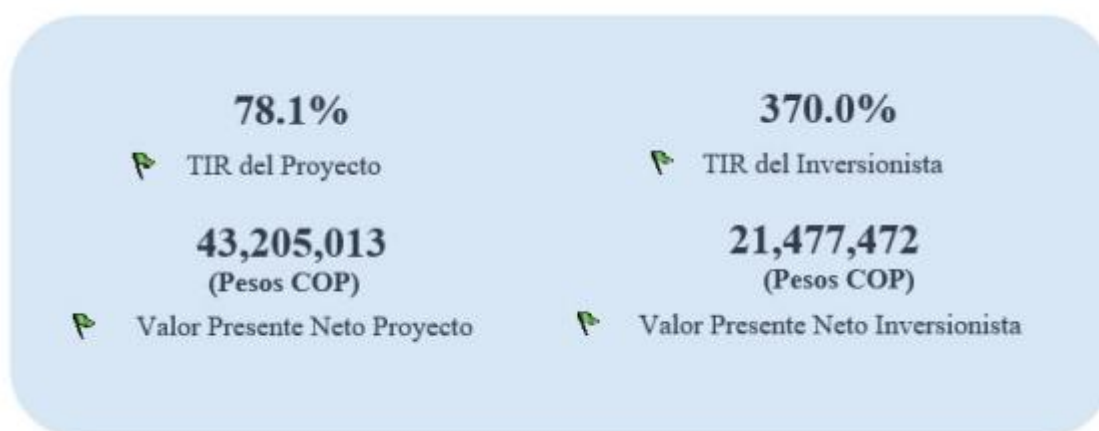
**Grafica 8 Puntaje Z-Altman Proyectado**



*Nota:* (Becerra Parrado, 2023)

Con esta grafica se resume que el Puntaje Z-Altman proyectado muestra una mejora constante en la salud financiera de la empresa a lo largo del período. Los indicadores de probabilidad respaldan la idea de que la empresa está en una posición financiera sólida y tiene una baja probabilidad de enfrentar dificultades en el futuro. (Becerra Parrado, 2023)

**Figura 21** Resumen Viabilidad Financiera



*Nota:* (Becerra Parrado, 2023)

En la esta figura se demuestra que el proyecto es altamente viable desde una perspectiva financiera, con indicadores muy favorables en términos de rentabilidad y valor presente neto. Esto

sugiere que el proyecto tiene el potencial de generar rendimientos significativos tanto para el proyecto en sí como para los inversionistas. (Becerra Parrado, 2023)

## **Conclusiones**

En este estudio de viabilidad financiera se obtiene un análisis empezando por identificar la población a la que queremos llegar, así como su historia y como se ha dado todo el proceso de comidas rápidas, con esto concluimos que el proyecto papas Friends, aunque puede llegar a pasar dificultades cuenta con un estudio del mercado que permitirá llegar a la población con mayor facilidad brindando las ofertas de marketing de manera efectiva y adecuada.

En cuanto a la viabilidad financiera obtuvimos el conocimiento claro y detallado para iniciar el emprendimiento de manera formal obteniendo una consolidación de los proveedores para la materia prima, así como seguir analizando la manera de mejorar los costos de la empresa para obtener índices positivos en menos tiempo, incluso obtenerlos desde el primer año.

Aunque el proyecto se encuentre viable se deberá seguir realizando los estudios de mercado constantemente, aunque se logró identificar a los competidores y clientes objetivos a los que va dirigido este emprendimiento cuentan con una mayor presencia en el sector estudiado. Se tiene claro la competencia y que el mercado y las necesidades del cliente puede variar, por esto es importante tener claro nuestra propuesta de valor y el análisis de los costos especialmente en los iniciales.



## Referencias

- Alcaldía Local De Ciudad Bolívar. (s.f.). *ALCALDÍA LOCAL DE CIUDAD BOLIVAR*. Obtenido de Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.: <http://www.ciudadbolivar.gov.co/mi-localidad/conociendo-mi-localidad/historia>
- Aquae Fundacion. (22 de septiembre de 2021). *Fundacion Aquae*. Recuperado el 16 de octubre de 2023, de <https://www.fundacionaquae.org/wiki/causas-contaminacion-ambiental/>
- Asociación de academias de la lengua española. (2022). *Real academia española*. Recuperado el octubre de 2023, de <https://dle.rae.es/saneamiento>
- Becerra Parrado, J. C. (2023). *Informe Viabilidad Financiera Proyecto: Papas Friends*. Area Tecnica De Proyectos, UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA, BOGOTA.
- Camara de comercio de Bogota. (s.f.). *ccb.org.co*. Recuperado el 29 de Julio de 2023, de Camara de comercio de Bogota: <https://www.ccb.org.co/empresarial/crear-empresa/constituir-empresa/tipo-de-empresa>
- Castiblanco Herrera, C. (12 de octubre de 2021). *Alcaldia de Bogota*. Recuperado el 10 de 2023, de Bogota.gov.co: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/salud/requisitos-sanitarios-para-crear-un-negocio-de-alimentos-en-bogota>
- Cuidate Plus. (26 de Noviembre de 2021). *Cuidate Plus*. Recuperado el 10 de 2023, de <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/diccionario/vegetariano.html>
- Definicion.De. (s.f.). *Definicion.De*. Recuperado el octubre de 2023, de Monolitico: <https://definicion.de/monolitico/>
- Editorial Etecé. (2021). *consumo*. ARGENTINA: Etecé. Recuperado el 15 de octubre de 2023
- Editorial Etecé. (2021). *Materia prima*. ARGENTINA: Etecé. Recuperado el 15 de octubre de 2023
- Editorial Etecé. (2022). *Gastronomia*. ARGENTINA: Etecé. Recuperado el 10 de 2023

ELSEVIER. (MAYO de 2023). Transformative marketing in the new normal: A novel practice-scholarly integrative review of business-to-business marketing mix challenges, opportunities, and solutions. *Revista de investigación empresarial*, 160(113638), 3.

eserp. (s.f.). *es.eserp*. Recuperado el Octubre de 2023, de flujo de caja:

<https://es.eserp.com/articulos/que-es-el-flujo-de-caja/>

Fadepsa Envaces. (s.f.). *Blog Fadepsa Envaces*. Recuperado el 14 de octubre de 2023, de Tapas

plasticas: [https://www.fadepsa.com.ar/blog/tapas-](https://www.fadepsa.com.ar/blog/tapas-plasticas#:~:text=Las%20tapas%20pl%C3%A1sticas%20son%20piezas,tazas%20y%20contenedores%20de%20alimentos)

[plasticas#:~:text=Las%20tapas%20pl%C3%A1sticas%20son%20piezas,tazas%20y%20contenedores%20de%20alimentos](https://www.fadepsa.com.ar/blog/tapas-plasticas#:~:text=Las%20tapas%20pl%C3%A1sticas%20son%20piezas,tazas%20y%20contenedores%20de%20alimentos)

Guerrero Torrenegra, A. J., & De Los Rios Arce, A. F. (22 de 05 de 2022). *Bioperiferia Urbana*.

Cali: Corporación Universidad de la Costa. Obtenido de

<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/10083/Bioperiferia%20Urbana%20%20Resignificaci%C3%B3n%20del%20h%C3%A1bitat%20popular%20en%20la%20localidad%20de%20Ciudad%20Bogot%C3%A1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lippmann, S., & Howard E. , A. (2005). Research in the Sociology of Work. *ELSEVIER*, 11.

Lucero. (11 de julio de 2020). *blogspot.com*. Recuperado el octubre de 2023, de recetario de ayer y

hoy: <http://recetariodeayeryhoy.blogspot.com/2020/07/salchipapas.html>

Manolis Sherman , L. (10 de enero de 2021). *ptonline.com*. Recuperado el 16 de Octubre de 2023,

de *Plastics Technology Magazine*: <https://www.ptonline.com/articles/caps-closure-future-includes-more-hdpe-scrap-too>

Martin, A. (s.f.). *Blog*. Recuperado el 16 de Octubre de 2023, de OVACEN:

<https://ovacen.com/teoria-del-decrecimiento/>

Puratos Food Innovation for Good. (s.f.). *puratos.es*. Recuperado el 15 de Octubre de 2023, de

Toppings:

[https://www.puratos.es/es/patisserie/categories/toppings?\\_gl=1\\*\\_lne9mq\\*\\_up\\*MQ..\\*\\_ga\\*Nzg3NDkxMTE2LjE2OTc0NDA1ODY.\\*\\_ga\\_XD79BEV625\\*MTY5NzQ0MDU4NS4xLjAuMTY5NzQ0MDU4NS4wLjAuMA..](https://www.puratos.es/es/patisserie/categories/toppings?_gl=1*_lne9mq*_up*MQ..*_ga*Nzg3NDkxMTE2LjE2OTc0NDA1ODY.*_ga_XD79BEV625*MTY5NzQ0MDU4NS4xLjAuMTY5NzQ0MDU4NS4wLjAuMA..)

Quintal, P. (marzo de 2023). *Tienda Nube*. Recuperado el octubre de 2023, de Blog:

<https://www.tiendanube.com/mx/blog/mipymes/>

Ramirez Calderon, J. L. (2021). *9 MIPYMES DE ALIMENTOS EN BOGOTÁ LAS BARRERAS Y*

*ESTRATEGIAS PARA SU CRECIMIENTO*. BOGOTA D.C.: UNIVERSIDAD DEL

EXTERNADO DE COLOMBIA. Obtenido de

[file:///C:/Users/Usuario/Desktop/UCMC/DBA-spa-2021-](file:///C:/Users/Usuario/Desktop/UCMC/DBA-spa-2021-9_mipymes_de_alimentos_en_bogota_las_barreras_y_estrategias_para_su_crecimiento%20(1).pdf)

[9\\_mipymes\\_de\\_alimentos\\_en\\_bogota\\_las\\_barreras\\_y\\_estrategias\\_para\\_su\\_crecimiento%20](file:///C:/Users/Usuario/Desktop/UCMC/DBA-spa-2021-9_mipymes_de_alimentos_en_bogota_las_barreras_y_estrategias_para_su_crecimiento%20(1).pdf)

[\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Desktop/UCMC/DBA-spa-2021-9_mipymes_de_alimentos_en_bogota_las_barreras_y_estrategias_para_su_crecimiento%20(1).pdf)

Rodríguez Bermúdez, D., & Urzola Álvarez, M. A. (2022). *ESTRATEGIAS DE MARKETING*

*DIGITAL PARA EMPRESAS DEL SECTOR*. Monteria: Universidad de Córdoba. Obtenido

de

<https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstream/handle/ucordoba/5149/villadiegonoovoacleme>

[nte.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstream/handle/ucordoba/5149/villadiegonoovoacleme)

significados.com. (s.f.). *significados.com*. Recuperado el 16 de Octubre de 2023, de

<https://www.significados.com/reciclaje/>

Survey Monkey. (s.f.). *surveymonkey.com*. Recuperado el 16 de Octubre de 2023, de Survey

Monkey: <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

World Legal Corporation. (05 de octubre de 2020). *Blog*. Obtenido de worldlegalcorp.com:

<https://www.worldlegalcorp.com/blog/cuales-son-los-requisitos-para-crear-una-empresa-en-colombia/>

**Anexos:**

**[ANEXO INVESTIGACIÓN DEL MERCADO PAPAS FRIENDS.xlsx](#)**