



**Propuesta de plan de negocio para la creación y venta del producto Conno Crepizz
en el sector de Floridablanca Santander**

Aura Lizeth Chaparro Moyano

Código: 20321821084

**Universidad Antonio Nariño
Administración de Empresas
Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas
Floridablanca, Colombia
2022**



**Propuesta de plan de negocio para la creación y venta del producto Conno Crepizz
en el sector de Floridablanca Santander**

Aura Lizeth Chaparro Moyano

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Administrador de Empresas

Director (a):
Martha Faustino Castillo

Línea de Investigación:
Administración de empresas basada en emprendimiento y gestión de la innovación

**Universidad Antonio Nariño
Administración de Empresas
Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas
Floridablanca, Colombia
2022**



NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado,
**Propuesta de plan de negocio para
la creación y venta del producto Conno
Crepizz en el sector de Floridablanca
Santander.**

Cumple con los requisitos para optar
Al título de Administrador de Empresas.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Floridablanca, 25 de mayo de 2022



Tabla de Contenidos

Introducción e información.....	5
Introducción	5
Justificación	6
Estado del arte.....	7
Objetivos	9
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos.....	9
3.1 Descripción Del Negocio.....	10
Definición del problema	10
Formulación del problema	11
4.1 Estudio de mercado.....	12
4.1.2. Análisis del sector	12
4.1.3. Estudio de los Clientes.....	14
4.1.4. Competencia	16
4.1.6. Metodología a la investigación	18
4.1.6.1 Investigación cualitativa y cuantitativa.....	18
4.1.6.2 Proceso de Investigación.....	20
4.1.6.3 Método de muestreo.....	20
4.1.6.4 Cálculo y tamaño de muestra.....	20
4.1.6.5 Análisis de resultados	22
5.1 Estudio Técnico	33
5.1.1 Localización.....	33
5.1.2 Ingeniería del Proyecto	36
6.1 Estudio Organizacional y legal	44
6.1.1 Estudio Organizacional.....	44
6.1.2 Estudio legal.....	46
6.1.3 Impacto Ambiental.....	48
7.1 Estudio Económico	50
Conclusiones y Logros.....	56
Lista de referencias	57



Lista de tablas

Tabla 1 Poblacion por sexo Ciudad de Floridablanca	14
TABLA 2 Calculo del tamaño de muestreo.....	21
Tabla 3 Precio de Venta estimado para CONNO CREPPIZ	31
Tabla 4.Cálculo de método Brown y Gibson.....	35
Tabla 5. Índice de importancia relativa método Brown y Gibson	35
Tabla 6 Micro localización de CONNO CREPIZZ	36
Tabla 7 Formato de servicio de CONNO CREPIZZ	38
Tabla 8 Equipo y maquinaria de Producción CONNO CREPIZZ	40
Tabla 9 Adecuaciones y arreglos de la planta CONNO CREPIZZ	40
Tabla 10 Materias primas e insumos Para la Elaboración de CONNO PIZZA	41
Tabla 11 Presupuesto de Inversión CONNO CREPIZZ.....	50
Tabla 12 Depreciación en pesos / método en línea recta	1
Tabla 13 Estado de la situación financiera (Balance General)	2
Tabla 15 Insumos Para La Elaboración Conno-Pizza.....	1
Tabla 16 Costeo de CONNO CREPPIZ tradicional hawaiana	2
Tabla 17 Costeo de CONNO CREPPIZ tradicional pollo y champiñón	2
Tabla 18 Costeo de CONNO CREPPIZ tradicional Carnes	3
Tabla 19 Costeo de CONNO CREPPIZ Especial Italiana.....	3
Tabla 20 Costeo de CONNO CREPPIZ Especial Mexicana	4
Tabla 21 Costeo de CONNO CREPPIZ Especial Colombiana	4
Tabla 22 Costeo de CONNO CREPPIZ Dulce Fiesta	5
Tabla 23 Costeo de CONNO CREPPIZ Dulce Split	5
Tabla 24 Costeo de CONNO CREPPIZ Dulce Splasch	6
Tabla 25 Costeo de CONNO CREPIZZ Vegetariana.....	6
Tabla 26 Análisis de ventas en Unidades por producto	56
Tabla 27 Precio al público por unidad	57
Tabla 28 Análisis de ventas	58
Tabla 29 Ventas con Impuestos	59
Tabla 30 Ingresos Ventas.....	60
Tabla 31 Estados de resultados CONNO CREPIZZ.....	61
Tabla 32 Punto de Equilibrio CONNO CREPIZZ.....	63



Lista de figuras

Figura 1.	
Fuente, Población por sexo Dane, https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/santander/floridablanca.pdf (Elaboración propia del autor, 2022).....	15
figura 5. rangos de edades de personas.....	22
Figura 6. Consumo de Pizza y Crepes	22
Figura 7. Conocimiento de producto	23
Figura 8. Frecuencia de comer pizza o crepes.	24
Figura 9. Sitios de preferencias.....	24
Figura 10. Aceptación del producto de CONNE CREPIZZ.....	25
Figura 11. Valor promedio de gasto en comida rápida.....	26
Figura 12. Ubicación De Acuerdo a los gustos.....	26
Figura 13 Motivación de consumo	27
Figura 14 Grado de Inversión	28
Figura 15 Portafolio de Productos	29
Figura 16. Ingredientes para elaboración de CONNO CREPIZZ.....	30
Figura 20. Distribución de CONNO CREPIZZ.....	32
Figura 24. Cadena de valor empresarial de CONNO CREPIZZ	36
Figura 25. Proceso de producción de CONNO CREPIZZ	37
Figura 26. División de la Planta de CONNO CREPIZZ	39
Figura 27..Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Organigrama lineal de CONNO CREPIZZ	45



Dedicatoria

A Dios mi padre celestial el que me acompaña siempre, concederme culminar un objetivo de mi vida.

A mi Madre, esposo y a mi hija quienes han sido mi pujanza y motivación para seguir luchando por alcanzar mis objetivos, ellos siempre han sido mi inspiración día a día, para ser una mejor persona.



Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por permitir cumplir mi sueño.

A la Universidad Antonio Nariño, que me ayudo en el desarrollo de mi carrera, por medio de sus docentes y directores, a la coordinadora Alexandra Liliana Monroy Machado que siempre estuvo pendiente de nuestro proceso en la carrera.

Finalmente, un agradecimiento a mi esposo Edison Espinel Botia, mi hija Gabriela Espinel Chaparro, mis hermanos, demás familiares y mi trabajo quienes son un parte importante en el desarrollo de mis objetivos y metas. De igual manera a las personas que han sido parte de mi vida con sus consejos y ayuda incondicional.



Resumen

Está en formular de un plan de negocios para la producir y comercialización CONNO CREPIZZ, este producto será una manera diferente e innovadora de disfrutar los ingredientes tradicionales de su pizza y crepes en un crocante cono especial. Además de su forma cómoda para su consumo puede armar su pizza y crepes en forma de cono de acuerdo a sus gustos tipo gourmet.

Siendo un producto de consumo masivo como es la pizza la cual nos permite ampliar las posibilidades laborales y/o la expectativa de un negocio, consiguiendo ser de los primeros en la ciudad de Floridablanca con este formato de negocio logrando cautivar y liderar las preferencias de sus clientes.

CONNO CREPIZZ busca que sus clientes deleiten sus gustos tradicionales y gastronómicos con los diferentes tipos de ingredientes que le ofrece, ya que al ser un producto que se va ofrecer tipo gourmet, podrá el cliente disfrutar su pizza o sus crepes de acuerdo a sus preferencias logrando crear platos únicos e innovadores.

PALABRAS CLAVES: CONO/PIZZA/GOURMET/NEGOCIO



Abstract

It is in formulating a business plan for the production and marketing CONNO CREPIZZ, this product will be a different and innovative way to enjoy the traditional ingredients of your pizza and crepes in a special crispy cone. In addition to its comfortable shape for consumption you can assemble your pizza and crepes in the shape of a cone according to your gourmet tastes. Being a product of mass consumption such as pizza which allows us to expand the job possibilities and / or the expectation of a business, getting to be one of the first in the city of Floridablanca with this business format managing to captivate and lead the preferences of its customers. CONNO CREPIZZ seeks that its customers delight their traditional and gastronomic tastes with the different types of ingredients it offers, since being a product that will be offered gourmet type, the client can enjoy their pizza or their crepes according to their preferences managing to create unique and innovative dishes.

KEYWORDS: CONE/PIZZA/GOURMET/BUSINESS



Introducción e información

Introducción

La pizza proviene de la cocina italiana, es un patillo que tiene preferencia a nivel mundial, este producto es favorito para consumir ya sea en familia, con amigos, en pareja o inclusive solo, es un producto que se puede compartir fácilmente y se puede dividir según los gustos de cada quién.

El plan de negocios para la producción y comercialización CONNO CREPIZZ, es una pizza y crepes en forma de cono, que permite al consumidor comer de forma diferente con sus ingredientes preferidos.

En cada apartado del proyecto se encontrará el análisis de mercado que permite identificar los posibles competidores, las preferencias de nuestro cliente, mercado objetivo y los más importante, nos brinda información significativa para el desarrollo de nuestro plan de negocio, seguido encontraremos el análisis técnico, en esta sección se valida la mejor localización de nuestro negocio basado en el análisis de mercado, de igual manera se encontrara el estudio legal que da como referencia las leyes y normas que corresponden al instante del inicio del proyecto, finalmente el estudio económico es muy crucial ya que determina la puesta en marcha cualquier tipo de proyecto.



Justificación

El colombiano promedio destina gran parte de su dinero en la alimentación, esto de acuerdo con el diario La República. De acuerdo a esto y teniendo en cuenta que en la actualidad los colombianos tienen un ritmo de vida bastante agitado a nivel laboral y personal, cada vez nos queda menos tiempo para dedicar a otras tareas, lo cual hace que los colombianos quieran maximizar su tiempo comiendo de manera rápida y en un lugar que este ubicado cerca de su trabajo o universidad.

Joseph A. Schumpeter 1930 señala que, “En la naturaleza de las innovaciones está implícito el vértigo de emprender grandes cambios para poder dar grandes saltos. El mejor camino para que una nación se proyecte mejor en el futuro es que definitivamente asuma que sólo innovando podrá alcanzar a los países más prósperos” (Joseph A. Schumpeter 1930, citado por Club de la innovación 15 Mar. 2017)

Se realiza este proyecto con el fin de crear a CONNO CREPIZZ lo cual es una idea de pizza innovadora, el consumidor puede armar su CONNO CREPIZZ al gusto que desee y al mismo tiempo cuenta con una nueva alternativa de consumo rápido y económico para aquellos consumidores que la deseen.

La problemática que se resuelve es ofrecer un producto de satisfaga el paladar de los Florideños, que permita desarrollar nuestra idea de negocio, logrando generar empleo y desarrollo en la ciudad y a su vez rentabilidad a los socios de esta organización.



Estado del arte

El sector gastronómico en Colombia, se ha convertido en uno de los más interesantes y atractivos para invertir, dado al alto grado de crecimiento y desarrollo durante los últimos años. Razones como la entrada de nuevos inversionistas y una tendencia para que el sector gastronómico sea más formal e innovador

Se hizo una pesquisa en la base de datos de la Universidad Antonio Nariño y en internet, encontrando 90 artículos con la palabra clave de modelo de negocio y plan de negocios de pizzas de ahí se extrajo información para la realización del Estado del Arte.

En el año 2018 realizaron un proyecto sobre el diseño de un plan de negocio para la creación de la marca Conpizz destinada a la producción y venta de pizza en forma de Cono, que se encontrará ubicada en la ciudad de Santa Marta. Las variables que utilizaron fueron, proyección de ingresos y egresos a cinco años.

Realizaron las pertinentes investigaciones de mercado, técnico, de la competencia para identificar la viabilidad del proyecto. Este tipo de plan de negocios nos muestra que da grandes resultados para la puesta en marcha de nuestro producto. (Kamila Andrea Pertuz Ruiz, 2018), Diseño de un plan de negocio para la creación de la marca conpizz destinada a la producción y venta de pizza en forma de cono, Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia, Santa Marta.

En Ecuador en el año 2018 diseñaron un proyecto de inversión para la elaboración y comercialización de la pizza artesanal en cono, para el sector norte de la ciudad de Quito Proyecto de inversión para establecer una pizzería artesanal de cono. Se tuvieron en cuenta las variables de mercado, técnico y Económico Financiero.



Determinando el mercado objetivo y demanda insatisfecha mediante un estudio de mercado de igual manera realizaron el tamaño, localización e ingeniería de proyecto, finalizando con la evaluación económica. El crecimiento de la industria de comidas rápidas sobre todo el de pizzas, permite obtener una visión real de la factibilidad económica y financiera de esta propuesta de empresa. (María del Rocío Fierro Zurita, 2018), proyecto de inversión para la elaboración y comercialización de la pizza artesanal en cono, para el sector norte de la ciudad de Quito, Universidad Central de Ecuador, Quito.

Para finalizar se investigó un modelo de negocio como herramienta para el crecimiento de las PYMES del Cantón Quevedo, logrando así la rentabilidad económica para el desarrollo integral y la pertinencia empresarial.

Las variables que utilizaron fue la identificación del problema, el conocer bien al cliente y se realizaron el análisis del entorno. Utilizaron la modalidad cualitativa para conocer de la situación actual de los emprendimientos en cuanto al desconocimiento sobre la planificación en las organizaciones. Además, se utilizaron los métodos: inductivo-deductivo, que se empleó para la observación de los comportamientos en las pequeñas y medianas empresas.

Se precisa que el modelo de negocio se constituye en una herramienta que sirve para establecer estrategias y objetivos determinando la factibilidad técnica, económica y administrativa de las pequeñas y medianas empresas. (Aída Margarita Izquierdo Morán, 2018). Edición Especial. Artículo no. 47 modelo de negocio. Recuperado de <http://biblioteca.uan.edu.co/>.



Objetivos

Objetivo General

Diseñar el plan de negocios para la creación de una unidad de negocio hacia la producción y comercialización del producto CONNO CREPPIZ de Floridablanca Santander.

Objetivos Específicos

- Elaborar estudio de mercado para determinar las variables sectoriales a las cuales se enfrentará la empresa en relación con el público meta, la competencia y demás condicionantes estratégicos de producto, precio, plaza y promoción.
- Elaborar el análisis técnico y operativo que permita conocer el esquema funcional y las necesidades estructurales del negocio
- Realizar el análisis organizacional y legal, para determinar los aspectos que se deben cumplir para formalizar el negocio.
- Desarrolla análisis económico que permita establecer la viabilidad financiera del proyecto.

3.1 Descripción Del Negocio

La propuesta comercial de CONNO CREPIZZ es la elaboración de una pizza y crepes en forma de cono, este producto tal vez te da una manera diferente e innovadora de disfrutar los ingredientes tradicionales de su pizza y crepes en un crocante cono especial. Además de su forma cómoda para su consumo puede armar su pizza y crepes de acuerdo a sus gustos tipo gourmet. La pizza y crepes es un platillo que la mayoría de las personas la prefiere ya sea por su rapidez, variedad o por disfrutar algo diferente de la comida normal.

Su venta será directa, se tendrá un local donde los clientes podrán disfrutar de las pizzas cono. Contará con un mostrador donde tendrá en la parte superior la descripción de todos los sabores que se ofrecen, para que así el cliente se acerque a hacer su pedido, cancele y tome asiento, luego cuando esté listo su pedido será llevado por el mesero hasta su mesa para su consumo.

Línea de Investigación

El plan de negocios se utilizó la línea de investigación de Administración de empresas basada en emprendimiento y gestión de la innovación.

Definición del problema

Las comidas rápidas ha sido gran oportunidad para distintos emprendedores que quieren iniciar su negocio, donde les permite tener la posibilidad de brindarle las mejores experiencias a los consumidores.

En Colombia, los establecimientos han tenido que reinventarse en sus modelos de negocio y diseñar estrategias que vayan ligados a todos los procesos de bioseguridad debido al COVID 19.

Nace la necesidad de entrar en el mercado de las comidas rápidas, por tal motivo se el proyecto de CONNO CREPPIZ donde se aprovechara las diferentes herramientas digitales, un producto que nos permite presentarlo ante la economía Colombiana como innovador, tiene estilo juvenil, fresco que se enfoca en que los consumidores logrando que tengan una experiencia única con su familia y amigos, siempre prestando un buen servicio de forma experta y eficaz, alcanzando esquemas las buenas prácticas de manufactura y bioseguridad.

Formulación del problema

Para lograr resolver el actual proyecto es necesario plantearnos la siguiente pregunta:

¿Qué estrategias de mercadeo debe realizar para el plan de negocios en la creación y venta del producto Conno Crepizz en la ciudad de Floridablanca?

4.1 Estudio de mercado

4.1.2. Análisis del sector

En el Mundo gastronómico no fue extraño a esta pandemia, siendo uno de los sectores económicos más afectados al no estar preparado para enfrentar esta situación, generando cambio en el comportamiento del consumidor.

A nivel Nacional durante el tercer trimestre del año 2021, el alojamiento y los servicios de comida aportaron al PIB del país \$9,1 billones, es decir, el 4% del PIB del periodo. Según informó el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, este es el resultado más alto del sector desde 2005.

El DANE publicó los resultados del PIB durante el tercer trimestre de 2021 y dio a conocer que el sector de alojamiento y servicios de comida aportó \$9.1 billones entre julio y septiembre al Producto Interno Bruto. En otras palabras, a lo largo de 2021, el sector ha producido \$22 billones, lo que representa el 76,68% de la meta trazada. Fuente, (Reportnews, 2021) Crece el PIB de alojamiento y servicios de comida. <https://colombia.reportnews.la/blog/2021/11/23/crece-el-pib-de-alojamiento-y-servicios-de-comida/>.

A nivel local el sector más importante de la economía del municipio de Floridablanca es el sector terciario, especialmente la actividad comercial. En el sector industrial el 50% de las empresas se dedica a la producción de alimentos, el 14,3% a la fabricación de prendas de vestir y el mismo guarismo a la fabricación de minerales no metálicos, lo que significa que estos tres rubros agrupan cerca del 80% del total de

establecimientos industriales localizados en el municipio. Fuente, (Floridablanca, Alcaldía , 2022). Sectores económicos.

<https://www.floridablanca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx#scroll-top>

En CONNO CREPIZZ los clientes son personas que les guste el cambio, la innovación, lo saludable y gustoso.

Mercado potencial

Nuestro mercado potencial son los habitantes de la ciudad de Floridablanca, de acuerdo con los datos oficiales del DANE, Floridablanca tiene 316,200 habitantes DANE (censo 2018). La población calculada según base del DANE para el año 2005 es de 258.509 habitantes, aunque en la realidad esta cifra está superada y hoy el cálculo es superior a 300.000 habitantes ubicados (residenciados), en más de 51.000 predios urbanos y rurales. Fuente. (Floridablanca, Alcaldía , 2022)Población, <https://www.floridablanca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>.

Segmentación de mercado

CONNO CREPIZZ primordialmente se concentra en los barrios La Paz, Cañaveral y anillo vial. La gente le gusta vivir allí, los residentes no ahorran adjetivos para resaltar el bienestar que se respira por estos lados, cuenta con escenarios propicios para departir un café, una cerveza o comidas rápidas. Encuentra en este sector: hay corporaciones bancarias, droguerías, áreas de salud, supermercados, parqueaderos, hoteles, iglesias, reconocidas empresas, en fin.

Hay parques en la zona, campo de golf, club Campestre, centros comerciales y las áreas verdes que los rodean. Infinidad de negocios para adquirir distinguidas marcas, restaurantes que lo hacen recorrer por la más deliciosa gastronomía.

Mercado Objetivo

El mercado objetivo de CONNO CREPIZZ presentan las siguientes características:

- Publico de 2 - 68 años de edad
- La población escogida del en los estratos medio y alto de la ciudad de Floridablanca
- Publico que no comen en su vivienda
- Turistas
- Publico que le guste comer feliz e innovador

4.1.3. Estudio de los Clientes

Lo clientes de CONO CREPIZZ que les gusta las comidas rápidas tendrán la posibilidad de comer su pizza o su creps de manera algo diferente de la comida tradicional la mayoría de las personas lo utilizan para salir de la monotonía. Por lo anterior en este segmento principalmente va dirigido a hombres y mujeres.

Tabla 1 Poblacion por sexo Ciudad de Floridablanca



Figura 1.

Fuente, Población por sexo Dane, <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/santander/floridablanca.pdf> (Elaboración propia del autor, 2022)

Segmentación De Clientes

La siguiente tabla se presenta la segmentación de clientes a la cual se dirige los productos de CONNO CREPIZZ:

Ilustración 1 Segmentación de Clientes

SEGM ENTOS	CRITERIOS			
	DEMOGR AFICOS	SOCI O- ECNOMICO	GEOGR AFICOS	PSICOG ÁFICOS
NAS PERSONAS	Género: M o F	Estrat o: 3, 4, 5, y 6.	Ciudad de Floridablanca Barrios La Paz, Cañaveral y anillo vial	-Sociables -Círculo de amistades -Competitivos -Modernos -Vanguardista - Originalidad
	Edad: Entre los 25 a 68 años de edad.	Clase social: Media, Media-alta y Alta		

Fuente: Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Basado en barrios.

Descripción de segmentación de los clientes de CONNO CREPIZZ.

La segmentación de cliente permite definir las características especiales del mercado objetivo, lo cual no ayuda a tener más valor de aprobación.

- Publico de 1 - 68 años de edad de la ciudad de Floridablanca
- Los estratos que lo van a conformar son medio y alto de la ciudad de Floridablanca
- Publico que como fuera de casa
- Turistas

- Publico que le guste comer feliz e innovador

4.1.4. Competencia

Durante año 2020 la venta del sector de pizza, Domino's y Papa Johns's fueron líderes representando 33% y 22% del total del mercado, siendo los líderes en el mercado.

El consumo de pizza se expandió en cada continente, y en Colombia, por ejemplo, el mercado sumó más de \$1,8 billones durante 2020. En 2020, el mercado de las pizzerías en Colombia alcanzó \$323.000 millones; según registra Euromonitor, desde 2014 la cifra ha tenido un crecimiento de 42%; y para 2025 podría alcanzar \$428.000 millones, lo que representaría un incremento adicional de 32%. Fuente: La república (Euromonitor, 2021)GraficoLR_ER,09/02/2021, Cifra de la venta de pizzas en Colombia <https://www.larepublica.com>.

"Todos los productos de la industria perdieron ventas, pero el que menos perdió fue la pizza. Consideramos que se puede deber a dos cosas: uno, a que la pizza ya tenía una clientela de domicilio; y dos, como ha caído el poder adquisitivo, la pizza resulta una solución para que más gente coma por menos precio", comentó Henrique Gómez, presidente ejecutivo de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acodres). Que pizzerías lideran el mercado Colombiano. <https://www.peru-retail.com/que-pizzerias-lideran-mercado-colombiano/>.

Dentro del análisis realizado se pudo determinar que Domino's pizza y Crepes & Wafflesps son competidores más representativos en el sector de Floridablanca, líderes en el mercado y de gran trayectoria, para determinar las estrategias a implementar para el

fortalecimiento de nuestra empresa, se hace necesario realizar un análisis de las principales características de esta marca.

Domino's Pizza

Dirección: Carrera 25 #30 - 51, 577 Floridablanca

Porción desde \$17.900

Observación

Dentro del análisis se determina que si bien Domino's es una marca reconocida en el mercado, CONNO CREPIZZ puede ofrecer una experiencia diferencial como lo es su forma diferente de presentación, ingredientes con gran variedad y de primera calidad, destacando siempre el buen servicio a los clientes.

Zirus Pizza Lagos

Dirección: Carrera 29#13-14 Local 9 Glorieta, Floridablanca

Porción desde \$14.000

Observación: Aunque es un gran competidor en Floridablanca es una de las más concurridas por su economía y variedad, con esta empresa CONNO CREPIZZ marca la diferencia de la agilidad en las entregas y en los productos de calidad.

Crepes & Waffles

Ubicación: Centro Comercial La Florida Calle 31 #26A-19 Local 309 Floridablanca

Porción desde \$17.000

Observación: En 1980 se creó crepes cadena de restaurantes colombiana creada en 1980 en la ciudad de Bogotá de gran trayectoria y posicionamiento en el mercado. Fuente, (marketinginteli, s.f.) Caso de crepes &

waffles.<https://www.marketinginteli.com/documentos-marketing/casos-marketing/caso-crepeswaffles/#:~:text=En%20Crepes%20%26%20Waffles%20se%20promueve,vida%20con%20un%20sabor%20inconfundible.>

4.1.6. Metodología a la investigación

La metodología que se va a hacer, es la realización de la una encuesta, para indagar las preferencias y estilos de nuestros clientes, mediante la investigación cuantitativa y cualitativa, la cual nos ayudará a identificar nuestros clientes, sus preferencias y su aceptación del producto, que será parte del estudio de mercado.

4.1.6.1 Investigación cualitativa y cuantitativa

La encuesta va encaminada a la ciudad de Floridablanca de los estratos 4,5,6 de los Barrios La Paz, Cañaveral y anillo vial que consuman productos de comida rápida. En la elaboración de la encuesta se eligió el método de investigación cualitativos y cuantitativos.

Análisis de datos: Se utilizará para la recolección de datos, en cuanto a población, preferencias y gustos de nuestros posibles clientes, entre otros. (Vea la ilustración 2).

Ilustración 2 Organización de la Encuesta para Análisis Del Mercado

	Pregunta	Respuesta
Aspectos sociodemográficos	Genero.	a. F b. M
	¿En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra?	a. 20 a 25 años b. 25 a 35 años c. 35 a 45 años d. 45 en adelante
Disposición de compra	¿Consume pizza o crepes?	a. Si b. No
	¿estaría dispuesto a consumir una pizza y crepes en forma de cono que además de su sabor tenga una gran experiencia?	a. Si b. No

Cocimiento del Producto	¿Conoce un restaurante que ofrece pizza o crepes en forma de CONNO?	a. Si b. No
Habito de Compra	¿Cada cuánto acostumbra comer pizza o crepes?	a. 1 vez x mes b. 2 veces x mes c. 3 veces x mes d. Mas de 3 a veces x mes
Sitios de preferencia de compra	¿Cuáles son los sitios de su preferencia para consumir pizza o crepes?	Abierta
Sitios de preferencia de compra Preferencia de Compra	¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado CONNO CREPIZZ?	a. Centro de Floridablanca b. Centro comercial Caracolí c. Centro comercial Cañaveral d. No sabe, no responde
	¿Cuál es el motivo principal para que elija comer pizza o crepes?	a. Por Tiempo b. Porque es económica c. Por ser una comida social d. Otro
Grado de Inversión	¿Cuál es su valor promedio que gasta en consumo de comida rápida?	a. De \$3.500 a \$5.000 b. De \$5.500 a \$8.000 c. De \$8.500 a \$10.000 d. De \$10.500 en adelante
Grado de Inversión	¿Cuál es el rango precio que estaría dispuesto a pagar por CONNO PIZZA?	a. De \$5.000 a \$10.000 b. De \$10.500 a \$15.000 c. De \$15.500 en adelante

Fuente: Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) estructura encuesta de análisis del mercado.

4.1.6.2 Proceso de Investigación

Realizada la estructura de la encuesta se determinó la población que estará presente en el estudio de mercado, va encaminada a las personas de los estratos 4,5,6 de la ciudad de Floridablanca Barrios La Paz, Cañaveral y anillo vial. Debido al problemática del COVID – 19, por tal razón se realizaron a la población anteriormente mencionada.

4.1.6.3 Método de muestreo.

El método que se va a realizar en el proyecto será el muestreo aleatorio simple con una población finita, donde se toma de referencia la a la población de los estratos 4,5,6 de la ciudad de Floridablanca Barrios La Paz, Cañaveral y anillo vial.

4.1.6.4 Cálculo y tamaño de muestra.

Para nuestro aleatorio simple, se tomaron de referencia los datos suministrados por el Dane en el 2015, se eligió la población de los barrios con estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Floridablanca. El 8% de la población corresponde a los estratos anteriormente mencionados que en su totalidad son 20.681 habitantes.

Ilustración 3 Formula de Muestreo aleatorio simple

$$\sigma \frac{\sigma^2}{n} = \left(\frac{N - n}{N - 1} \right)$$

Fuente: (Abascal, 2005), Análisis de Encuestas, Idelfonso Grande y Elena Abascal

Una vez reconocida la población se desarrolla la encuesta teniendo presente las siguientes variables y especificaciones del muestreo aleatorio simple.

TABLA 2 *Calculo del tamaño de muestreo*

Cálculo del tamaño de muestra

		Introducir
		valores:
(Z) = Nivel de confianza deseado	95	%
		(ingrese número entre 90% y 99%)
(N) = Tamaño de la Población	20681	
(p) = Proporción de población	0,8	
Error deseado (e) = +/-	5	%
		Resultado:
Muestra (n)=	246	

Fuente: Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Calculo del tamaño de la muestra.

El nivel de confianza que se le aplica a la encuesta es del 95% es de 246, es perfecto para identificar el acogimiento de la población con el producto de CONN CREPIZZ.

ELABORACIÓN DE LAS ENCUESTAS

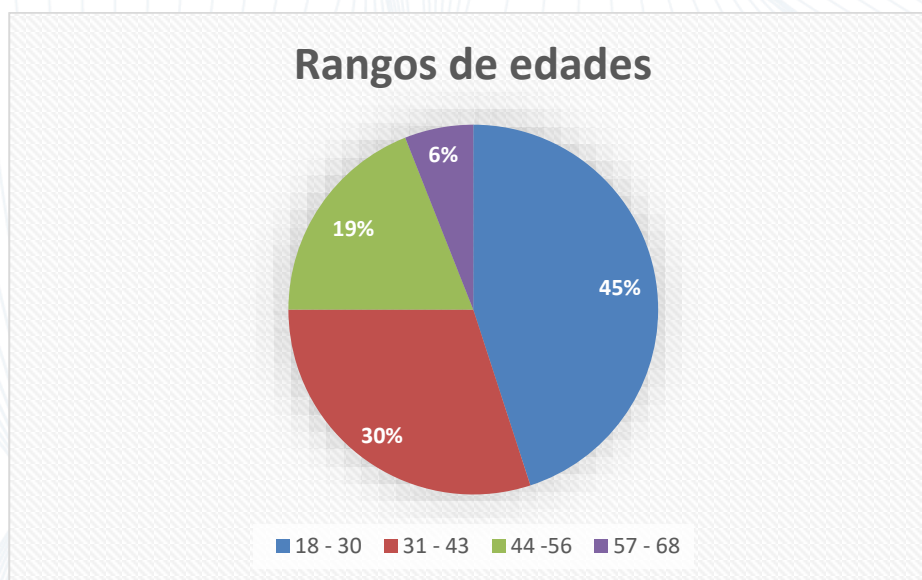
Encuesta: Esta será realizada a los residentes del área de estudio con el fin de las preferencias de nuestros clientes obteniendo información mediante sus puntos de vista sobre el producto, Se realiza un formato con las preguntas anteriormente mencionadas y se entrega de forma presencial y virtual.

Para completar el análisis como fuente de información se va a realizar la siguiente encuesta en la población de Floridablanca.

4.1.6.5 Análisis de resultados

A continuación, se da a presentar los resultados de acuerdo a las 246 encuestas realizadas a la población de Floridablanca, de los estratos 4,5,6 de los Barrios La Paz, Cañaveral y anillo vial.

figura 2. rangos de edades de personas

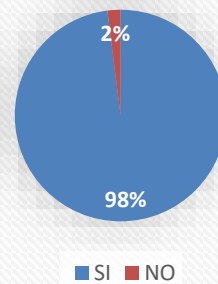


Fuente: Chaparro,(Elaboración propia del autor, 2022) rangos de edades de personas

Del 100% de las personas encuestadas notamos que el 45% corresponden a las edades de 18 y 30 años, el 30% son las personas de las edades entre 31 y 43 años, por otro lado, el 19% corresponde al 44 y 56 año y por último el 6% corresponde a las edades de 57 – 68. Al ser el 45% de las edades de 18 y 30 años con mayor porcentaje es muy asertivo contemplar estrategias de mercadeo que atraiga a ese tipo de población.

Figura 3. Consumo de Pizza y Crepes

Consumo de Pizza y Crepes

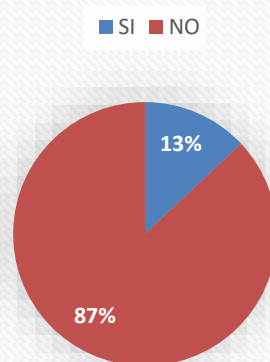


Fuente: Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Consumo de Pizza y Crepes.

Del 100% de las encuestadas notamos que el 98% ha consumido pizzas y crepes y el 2% no consume, lo cual permite que el producto tenga aceptación favorable en la población escogida para la venta del producto.

Figura 4. Conocimiento de producto

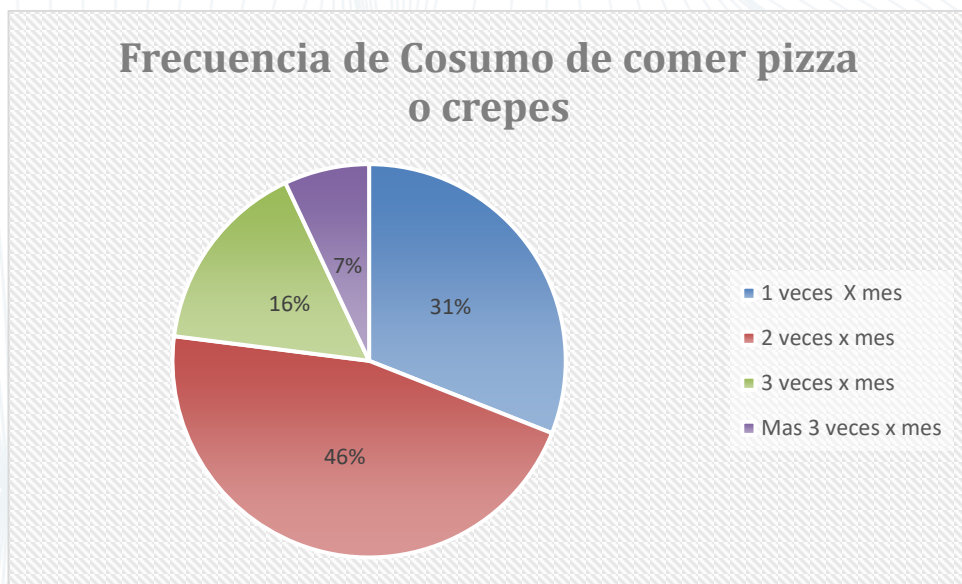
Conocimiento del producto



Fuente: Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Conocimiento de producto.

En las encuestadas se observa que el 87% en la ciudad de Floridablanca no conoce el producto, al momento de realizar la encuesta se encontró que 13 personas ya conocen la pizza en cono en Bogotá D.C, este resultado se analizó que es muy importante las estrategias de Marketing, para que los clientes conozcan CONNO CREPIZZ.

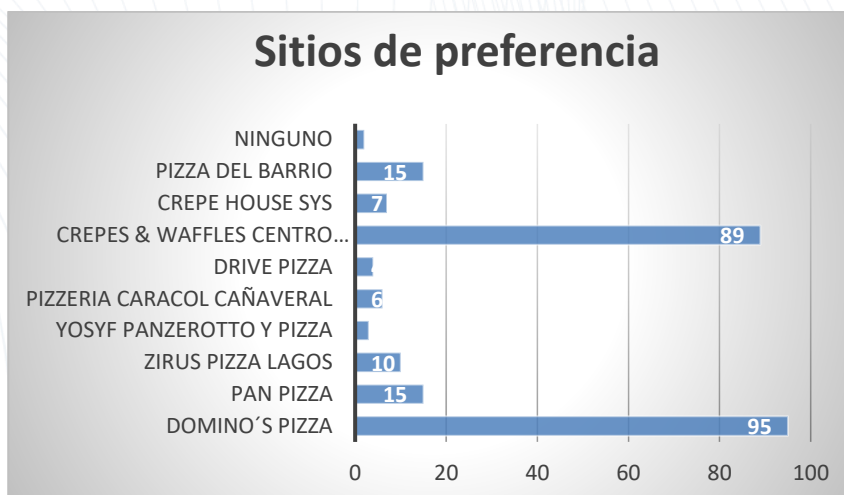
Figura 5. Frecuencia de comer pizza o crepes.



Fuente: Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Frecuencia de comer pizza o crepes.

Resultado: Del 100% de las personas encuestadas notamos que el la frecuencia de consumo las más notoria es la de 2 veces por mes que corresponde a 46% y el consumo de más de 3 veces está compuesto, por él es del 7% de la población.

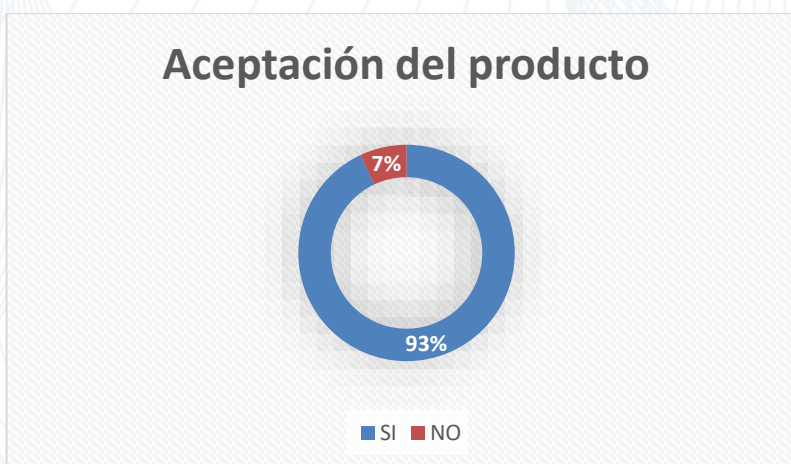
Figura 6.Sitios de preferencias



Fuente: Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Sitios de preferencias

Resultado: De las 246 personas encuestadas 95 frecuenta a Domino's Pizza seguida de Crepes & waffles con 89 personas, con este resultado podemos identificar cuáles son lugares de preferencia de los clientes y sus principales competidores de CONNO CREPIZZ.

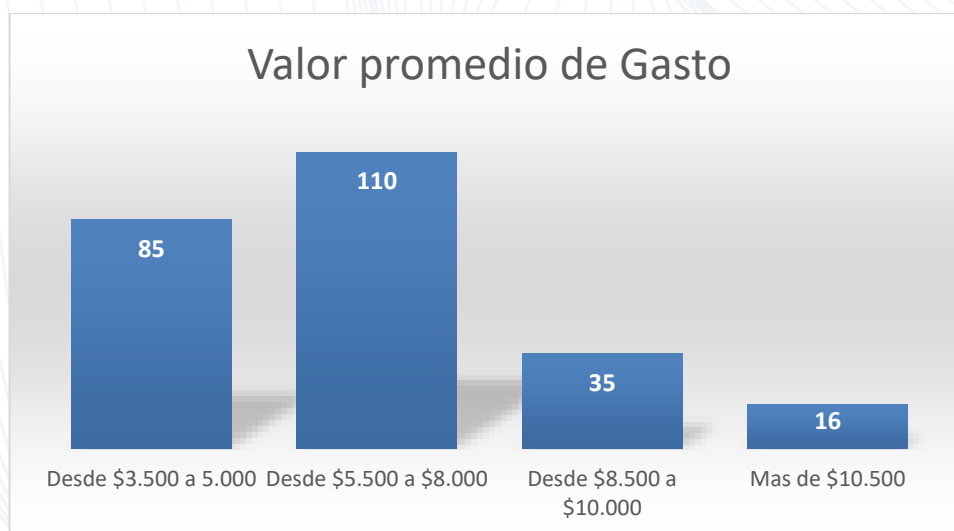
Figura 7. Aceptación del producto de CONNE CREPIZZ



Fuente: Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Aceptación del producto de CONNO CREPIZZ

Resultado: El 93% de las personas encuestadas muestran gran aceptación del producto, con este efecto permite e impulsa el desarrollo del presente plan de negocio.

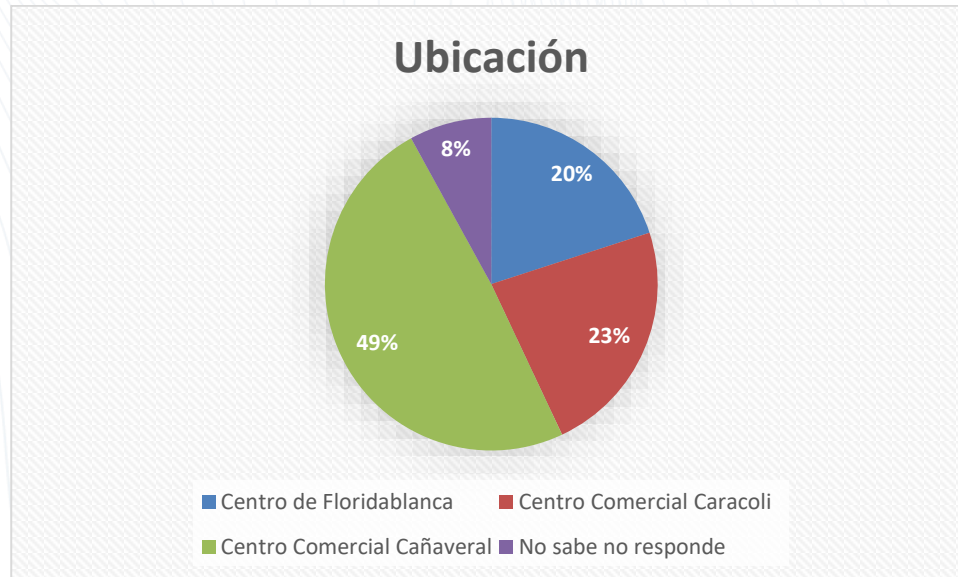
Figura 8. Valor promedio de gasto en comida rápida.



Fuente: Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Valor promedio de gasto en comida rápida.

Resultado: De las 100% personas encuestadas el mayor valor promedio que gastarían en comida es de \$ 5.500 a \$8.000.

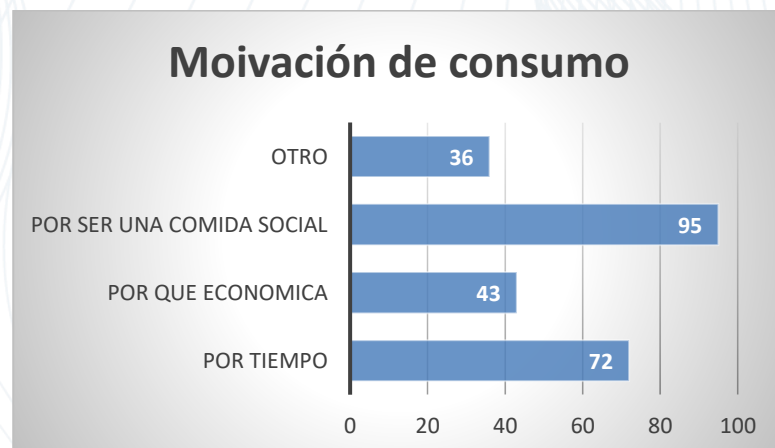
Figura 9. Ubicación De Acuerdo a los gustos



Fuente: Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Ubicación De Acuerdo a los gustos

Resultado: Se logra identificar que la mayoría de las personas prefiere disfrutar su CONNO CREPIZZ en el centro comercial Cañaveral ya que obtuvo un porcentaje del 49%.

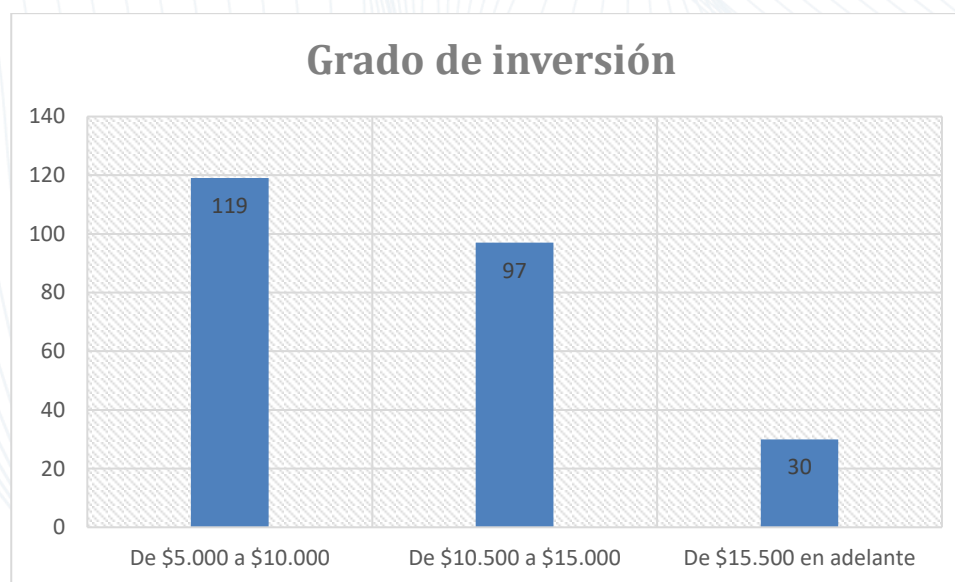
Figura 10 Motivación de consumo



Fuente: Chaparro,(Elaboración propia del autor, 2022) Motivación de consumo

Resultado: Se evidencia que lo más común en las personas cuando van a comer pizza y crepes tiene la motivación de compartir ya sea en familia o como amigos.

Figura 11 Grado de Inversión



Fuente: Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Grado de Inversión

De la población que se tomó como muestra para realizar las 246 encuestas nos arroja que el grado de inversión de los clientes, el mayor rango esta entre \$10.500 a \$15.000.

Estrategias de las 4P

Producto

CONNO CREPIZZ es la elaboración de una pizza y crepes en forma de cono, este producto tal vez te da una manera diferente e innovadora de disfrutar los ingredientes tradicionales de su pizza y crepes en un crocante cono especial. Además de su forma

cómoda para su consumo puede armar su pizza y crepes de acuerdo a sus gustos tipo gourmet. La comida rápida es un plato que la mayoría de las personas la prefiere ya sea por su rapidez, variedad o por disfrutar algo diferente de la comida normal.

Para realizar la diferenciación del producto aparte de su presentación, se orienta en brindar un buen y ágil servicio caracterizado por el sabor y calidad de CONNO CREPIZZ.

La carta de productos que ofrece CONNO CREPIZZ es:

Figura 12 Portafolio de Productos



Fuente: (Elaboración propia del autor, 2022) portafolio de productos

El anterior portafolio de CONNO CREPIZZ se emplearán los siguientes ingredientes para la elaboración de cada uno de sus productos.

Figura 13. Ingredientes para elaboración de CONNO CREPIZZ

INGREDIENTES PARA REALIZACION DE PORTAFOLIO DE CONNO CREPIZZ	
CARNES Y POLLOS	OTROS INGREDIENTES
Jamón res	Harina integral para masa
Jamón Premium	Aceite de oliva
Cabano	Polvo de levadura
Salchicha	Sal
Pollo Pechuga	Crema de Leche
Carne Molida	Aderezo o mermelada de arequipe
Carne Desmechada	Aderezo o mermelada frutos rojos
QUESOS	Base para Salsa Boloñesa
Queso doble crema tipo mozzarella	Pasta de Tomate
Queso descremado	Nachos
FRUTAS Y VERDURAS	
Cerezas	Lechuga crespa
Uvas	Perejil
Durazno	Chile rojo
Piña	Champiñón
Fresas	Cilantro
Mora	Mazorca desgranada
Banano	

Fuente: Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Ingredientes para elaboración de CONNO CREPIZZ.

Precio

- El precio de los productos de CONNO CREPIZZ está entre los 8.000 a 10.000; estando dentro del presupuesto de acuerdo a la

investigación de mercado la fijación de precio va ser acorde con nuestros competidores, el estudio financiero se encuentra más al detalle.

Tabla 3 Precio de Venta estimado para CONNO CREPIZZ

PRECIO DE VENTA POR PRODUCTO										
RECIBO DE VENTA	Hawaiana	champiñón	carne s	taliana	Mexicana	colombiana	Fiesta	Split	Splash	Vegetariana
A	8.700	8.700	8.700	9.700	9.700	9.700	10.000	10.000	10.000	9.700

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Precio de Venta estimado para CONNO CREPIZZ

- CONNO CREPIZZ se lanza al mercado con un precio justo logrando calidad vs precio e innovación.
- El precio va de acuerdo al tamaño y al sabor de cada CONNO CREPIZZ

Promoción

- CONNO CREPIZZ tendrá descuentos en temporadas logrando más atracción de público.
- CONNO CREPIZZ una de las formas para que lo vengana a conocer es mediante anuncios en radio y TV, volantes y a medida que crezca el negocio se van a proponer más estrategias de acuerdo a la necesidad del momento.

- Las redes sociales y medios de comunicación serán nuestro medio de publicidad ya que es lo que está en auge en estos momentos.
- En los productos que se tengan menor rotación crea descuentos.
- Tener un excelente diseño del producto

Plaza

CONNO CREPIZZ la entrega va hacer el canal directo, ya que, se va abrir un único punto de fabricación y venta en Floridablanca.

Figura 14. Distribución de CONNO CREPIZZ



Fuente: (Elaboración propia del autor, 2022) Distribución de CONNO CREPIZZ

El presente estudio de mercado no llevo analizar las preferencias de nuestros clientes, logrando identificar cual es la posición frente a un producto nuevo y novedoso como lo es CONNO CREPIZZ; De las 246 personas encuestados, los resultados fueron muy exitosos debido ya que no permite identificar, estudiar y realizar diferentes estrategias para el acogimiento de la piza en Cono.

5.1 Estudio Técnico

Estudio técnico nos permite identificar una óptima ubicación de nuestra empresa, de acuerdo a lo realizado en el estudio de mercado, en este apartado se identifica el proceso de ingeniería del proyecto, estructura física, el proceso productivo, inversiones y el recurso humano requeridos para la operación. Se presenta nuestra inversión para llevar en marcha el proyecto de CONNO CREPIZZ.

5.1.1 Localización

Macro localización

Departamento de Santander de Colombia

Micro localización

CONNO CREPIZZ estar ubicada en el municipio de Floridablanca de acuerdo al estudio realizado basado en factores que benefician la realización del negocio.

MÉTODO DE LOCALIZACIÓN

Método Sinérgico De Localización De Plantas (Brown Y Gibson)

También conocido como el método Sinérgico. Es un algoritmo cuantitativo de localización de plantas que tiene como objetivo evaluar entre diversas opciones, que sitio ofrece las mejores condiciones para instalar una planta, basándose en tres tipos de factores críticos, Fuente tomada de Objetivos y Subjetivos.(Unknown, 2022)Formulación y Evaluación de Proyectos <http://formevalproyectos.blogspot.com/2018/03/metodo-de-brown-y-gibson.html>

FORMULA

$$FOi = \frac{1}{\sum_i \frac{1}{ci}} \quad FSi = \sum_{j=1}^n Rij * Wj$$

Fuente. (Brown y Gibson) (Lopez B. S., 2019) Método sinérgico de localización de plantas

Se utilizo el método para poder realizar la mejor localización del local del proyecto teniendo en cuenta los siguientes factores:

FACTORES GENERALES

- Cultura
- Clima
- Seguridad

FACTORES DE MACROLOCALIZACIÓN

- Agua
- Mano De Obra
- Movilidad
- Comunicación
- Transporte
- Energía

FACTORES MICROLOCALIZACIÓN

- Transporte de los empleados
- Buenas Vías de acceso
- Servicios Públicos
- Recolección de Basuras

Se toma en referencia tres ciudades del Departamento de Santander que son:

- Floridablanca
- Girón
- Socorro

Tabla 4. Cálculo de método Brown y Gibson

CÁLCULO DE MÉTODO BROWN Y GIBSON				
SERVICIO	COSTOS			FACTOR
Ciudad	Ci		1/Ci	F0i
Girón	3500	1	0,0002857	0,28412439
Socorro	3000	3	0,0003333	0,33147846
Floridablanc	2587	5	0,0003865	0,38439713
a				
TOTAL			0,0010056	1
Factor		Índice de importancia relativa (wi)		
Cultura	0,6667			
Clima	0,3333			
Seguridad	0			
Total	1			

Fuente: (Elaboración propia del autor, 2022)

Cálculo del método de Brown y Gibson para la localización de CONNO CREPIZZ.

Tabla 5. Índice de importancia relativa método Brown y Gibson

IMPORTANCIA RELATIVA MÉTODO BROWN Y GIBSON					
Ciudad	Rij			Índice de importancia relativa (wi)	Fsi
Girón	0,25	0	0,17	0,6667	0,167
Socorro	0,25	1	0,33	0,3333	0,5
Floridablanca	0,5	0,67	0,5	0	0,557
MPL=K(F0i)+(1-K)x(Fsi)					
Expertos: k	0,75				
Mpl					
Mpl Girón	0,25				
Mpl Socorro	0,50				
Mpl Floridablanca	0,51				

Fuente: (Elaboración propia del autor, 2022) Índice de importancia relativa método Brown y Gibson

Tabla 6 Micro localización de CONNO CREPIZZ

CIUDAD	CULTURA					CLIMA					SITIO SEGURO				
	PARACION		SUMA	Rij		COMPARACION	SUMA	Rij		COMPARACION	SUMA	Rij			
GIRON	1	0	0	1	0,25	0	0	0	0	0,00	0	1	0	1	0,17
SOCORRO	0	0	1	1	0,25	0	1	0	1	0,33	1	0	1	2	0,33
FLORIDABLANCA	0	1	1	2	0,5	1	1	0	2	0,67	1	1	1	3	0,50
	TOTAL		4	1		TOTAL		3	1		TOTAL		6	1	

Fuente: (Elaboración propia del autor, 2022) Micro localización de CONNO CREPIZZ

SITIO SEGURO Resultado: De acuerdo al método de localización la mejor opción fue la ciudad de Floridablanca.

5.1.2 Ingeniería del Proyecto

C. Valor Empresarial

Figura 15. Cadena de valor empresarial de CONNO CREPIZZ



Fuente: Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Cadena de Valor de CONNO CREPIZZ recuperado de (María del Rocío Fierro Zurita, 2018)

Producción

Figura 16. Proceso de producción de CONNO CREPIZZ



Fuente, Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Proceso de producción de CONNO CREPIZZ

Formato de servicio

A continuación, está el formato de servicio

Tabla 7 Formato de servicio de CONNO CREPIZZ



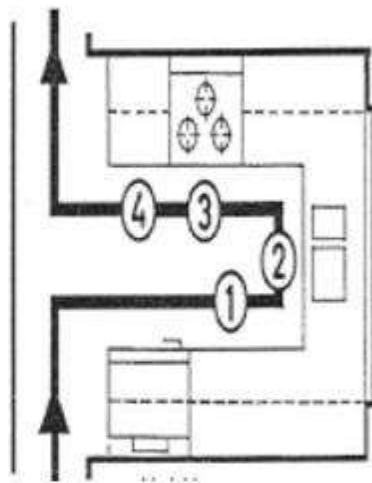
Ficha técnica CONNO CREPIZZ - Pizza y Creeps en forma de Cono

Razón Social	CONNO CREPIZZ LTDA
Personas	Cientes de estrato 4, 5 y 6
Proceso	Producir y comercializar
Responsable del proceso	Gerente (Aura Lizeth Chaparro Moyano)
Descripción del servicio	Producción: Contar con las mejores prácticas de salubridad Venta: La venta de los productos va hacer directa a solicitud del cliente
Necesidad de los clientes	Degustar alimentos de buena calidad Productos de fácil preparación con buenos estándares de salubridad
Tiempo de entrega de Entrega	Las entregas son de forma directa al cliente
Requisitos técnicos	Buenas prácticas de manufactura
Supervisión	Se realiza supervisión antes de la entrega verificado que se lo que hay pedido el cliente
Persona encargada de la aprobación	Gerente

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Ficha técnica de CONO CREPIZZ


División de la Planta

Figura 17. División de la Planta de CONO CREPIZZ



Fuente; Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Distribución de la Planta de CONO CREPIZZ

Distribución

- Etapa 1 Almacenamiento de los alimentos recién adquiridos para su posterior preparación.
 - Etapa 2: Limpieza y desinfección de los alimentos.
 - Etapa 3: Ubicación maquinaria de cocción.
 - Etapa 4: Se encuentra la zona de presentación Gourmet 
- según
- Mesones en acero inoxidable
 - Zona de lavado

Requerimientos de maquinaria y equipos de producción

En la siguiente tabla evidenciamos al equipo y maquinaria necesaria para la elaboración de CONNO CREPIZZ

Tabla 8 Equipo y maquinaria de Producción CONNO CREPIZZ

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Precio U	Precio Total
Estufa industrial 4 puestos	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Horno industrial para el cono pizza	1	\$ 17.000.000	\$ 17.000.000
Nevera electro luz de 400 lts	1	\$ 1.140.000	\$ 1.140.000
Mesa de cocina industrial	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Mesas tipo pufs para 4 personas	4	\$ 290.000	\$ 1.160.000
Computador Lenovo de escritorio	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
tv led de 43 con soporte pared	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
software para la contabilidad de las ventas	1	\$ 600.000	\$ 600.000
caja monedero registradora Casio	1	\$ 400.000	\$ 400.000
olla de presión 15 lts	1	\$ 280.000	\$ 280.000
Set cuchillos profesional	1	\$ 96.000	\$ 96.000
Set de vasos tipo jarra caja x 4	6	\$ 50.000	\$ 300.000
Uniformes	3	\$ 200.000	\$ 600.000
Escoba, recogedor y 1 trapero	1	\$ 10.000	\$ 10.000
licuadora semiprofesional Oster	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Canecas de Basura baños	2	\$ 7.000	\$ 14.000
Caneca de basura cocina	2	\$ 13.500	\$ 27.000
Caneca area clientes	2	\$ 65.000	\$ 130.000
bandejas de servicio para comida	6	\$ 12.000	\$ 72.000
TOTAL			\$ 26.809.000

Fuente; Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Maquinaria y equipo de CONNO CREPIZZ

Adecuaciones y arreglos de la planta

En este cuadro se explica los recursos de infraestructura que se utilizara en el proyecto como: canon de arrendamiento mensual, área aproximada, ubicación, gastos de remodelación y de publicidad.

Tabla 9 Adecuaciones y arreglos de la planta CONNO CREPIZZ

RECURSOS INFRAESTRUCTURA		
ZONA DE TRABAJO	REQUERIMIENTO	COSTO TOTAL
CANON ARRENDAMIENTO:	Mensual	\$ 1.000.000
REMODELACIÓN O ADECUACION DEL AREA:	Resane y pintura para paredes y techo Área de 20 mts ² aproximadamente	\$ 2.200.000
CIUDAD:	Remodelación del baño e iluminación para dichas áreas del establecimiento	
REMODELACIÓN O ADECUACION DEL AREA: PUBLICIDAD	Materiales y mano de obra	\$ 600.000
	Letrero principal luminoso con el nombre del establecimiento (50x100 cm)	
	Volantes en papel y 6 cartas de menú	\$ 300.000
TOTAL		\$ 4.100.000

Fuente; (Elaboración propia del autor, 2022) Adecuaciones y arreglos de la planta CONNO CREPIZZ

Insumos y materias primas

La unidad de medida utilizada es en Gramo y libra, de los insumos y materia primas de CONNO CREPIZZ.

Tabla 10 Materia primas e insumos Para la Elaboración de CONNO PIZZA

REQUERIMIENTOS PARA LA ELABORACION CONO-PIZZA			
Elementos	Valor unidad	Cantida d	Cost o x gramo
Harina de trigo integral para masa x 500 gr	\$ 3.500	500	7,0
Queso doble crema tipo mozzarella X 500gr	\$ 9.000	500	18,0
Queso descremado x 500 gr	\$ 8.000	500	16,0
Jamón res x 500 gr	\$ 6.000	500	12,0

Jamón Premium x 500 gr	\$ 8.000	500	16,0
Cabano x 500 gr	\$ 5.600	500	11,2
Salchicha x 500 gr	\$ 4.000	500	8,0
Aceite de oliva x 500 ml	\$ 33.650	500	67,3
Polvo de levadura x 500 gr	\$ 9.000	500	18,0
Sal x 500 gr	\$ 1.000	500	2,0
Cerezas x 500 g	\$ 7.400	500	14,8
Uvas x 500g	\$ 5.000	500	10,0
Crema de Leche x 500 g	\$ 4.000	500	8,0
Durazno x 500 g	\$ 6.000	500	12,0
Piña procesada x 500 g	\$ 3.000	500	6,0
Fresas x 500 g	\$ 3.500	500	7,0
Mora x 500 g	\$ 2.500	500	5,0
Aderezo o mermelada de arequipe x 500 g	\$ 4.600	500	9,2
Aderezo o mermelada frutos rojos x 500 g	\$ 9.000	500	18,0
Banano x 500 g	\$ 1.500	500	3,0
Pollo Pechuga x 500 g	\$ 4.500	500	9,0
Base para Salsa Boloñesa	\$ 2.500	500	5,0
Pasta de Tomate x 500 g	\$ 2.000	500	4,0
Lechuga crespa x 500 g	\$ 2.500	500	5
Perejil x 500 g	\$ 2.500	500	5
Chile rojo x 500 g o Jalapeños	\$ 60.000	500	120
Champiñón	\$ 9.000	500	18
Cilantro x 500	\$ 1.300	500	3

Mazorca desgranada x 500	\$ 2.000	500	4
Carne Molida x 500 g	\$ 8.000	500	16
Carne Desmechada x 500 g	\$ 10.000	500	20
Nachos x 200 g	\$ 4.000	500	20

Fuente; (Elaboración propia del autor, 2022) Insumos Para la Elaboración de CONNO CREPIZZ

Tamaño del proyecto

Se requiere un local que cuente con los servicios básicos, para la adecuación de nuestra maquinaria y equipo, que tenga con los espacios necesarios y adecuados para la organización de todas las áreas.

Es puntual recalcar que CONNO CREPIZZ de acuerdo a los estudios realizado anteriormente, en la ciudad de Floridablanca, en el centro comercial Cañaveral queda la ubicación de la empresa por que cumple con requerimientos como los son el transporte, servicios, cercanía en nuestros proveedores, excelentes vías de acceso, movilidad y comunicación, de acuerdo al estudio de mercado nos da más veracidad debido a que las preferencias de nuestros clientes se encuentran en esa zona.

De acuerdo a lo contemplado en el tamaño del proyecto CONNO CREPIZZ en recurso de infraestructura tiene un costo de \$4.100.000 pesos, para efectos de maquinaria y equipo el costo es de \$26.809.000 pesos, además hay que tener lo demás costos, como lo vamos a visualizar en el estudio financiero del presente trabajo, lo que permite un buen funcionamiento de nuestro modelo de negocio.

6.1 Estudio Organizacional y legal

6.1.1 Estudio Organizacional

Misión

CONNO CREPIZ ofrece un producto innovador elaborado con ingredientes de primera calidad, brinda un buen servicio, logrando la satisfacción y expectativas de nuestros clientes, generando un ambiente familiar y desarrollo para sus colaboradores y proveedores.

Visión

Ser empresa líder en 10 años en el sector de las comidas rápidas mediante la innovación y atención especializada destacándonos por la calidad de nuestros productos, donde nuestra eficacia logre llenar de prosperidad entre nuestros clientes, empleados y proveedores.

Valores de la Empresa

- Honestidad: Realizamos nuestros procesos con transparencia y rectitud
- Responsabilidad: Trabajamos con seriedad cumpliendo siempre los compromisos de nuestra empresa.
- Principal el respeto: Buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

El organigrama es lineo - funcional

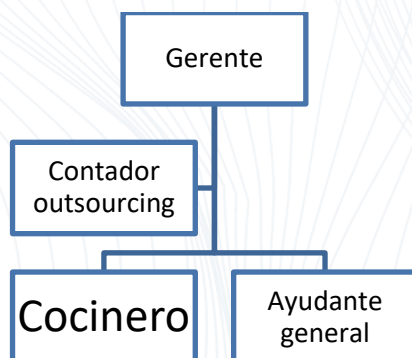


Figura 18..Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) Organigrama lineal de CONNO CREPIZZ

CONNE CREPIZZ es una empresa de comida rápida, el organigrama está conformado por Gerente se encarga de la administración, funcionamiento y manejo de caja. El cocinero que se encarga de realizar el producto y el auxiliar de oficios de la limpieza del lugar.

Contrato laboral

Se va a contratar a término indefinido.

Horarios de trabajo

Comienza la jornada laboral a las 3 pm., hasta las 10 de la noche.

Descripción de los puestos

El contador será contratado por honorarios de acuerdo a la norma vigente.

- **Gerente**

Educación - Administrador

Responsabilidad y Deberes

Se encarga de la parte administrativa del negocio logrando un buen funcionamiento de la empresa y es responsable de caja.

- **Cocinero**

Nivel académico bachiller o técnico con alto conocimiento en preparación de pizzas y crepés.

6.1.2 Estudio legal

CONNE CREPIZZ será una Sociedad Limitada – LTDA este tipo de sociedades es bastante acogida por en el sector logrando tener buena acogida para pequeñas y grandes empresas, constituida bajo escritura pública, El capital estará dividido en cuotas de igual valor, de acuerdo a las condiciones previstas en la ley o en los estatutos, los socios responderán hasta el monto de sus aportes, cada socio debe cumplir con lo que se determine en os estatutos.

Duración

Tiempo definido que debe fijarse en la escritura pública, la sociedad podrá continuar con los herederos. Fuente, Recuperado de (Lopez S. , 2016) Tipos de Sociedades y empresas, <https://www.colconectada.com/tipos-de-sociedades-y-caracteristicas/>

Contrato de sociedad

ARTÍCULO 101. VALIDEZ DEL CONTRATO DE SOCIEDAD. Para que el contrato de sociedad sea válido respecto de cada uno de los asociados será necesario que de su parte haya capacidad legal y consentimiento exento de error esencial, fuerza o dolo, y que las obligaciones que contraigan tengan un objeto y una causa lícitos. Se entiende por

error esencial el que versa sobre los móviles determinantes del acto o contrato, comunes o conocidos por las partes.

Constitución

Verificar previamente en la Cámara de Comercio que no existe otra sociedad o establecimiento de comercio con el mismo nombre de la sociedad que se pretende registrar.

- La sociedad comercial o civil se constituyen mediante escritura pública ante notaria salvo en los casos señalados en la Ley 1014 de 2006:
- Deberá tener como mínimo los siguientes requisitos, según el artículo 110 del

Código de Comercio:

- Comparecencia y firma de los socios apoderados.
- Nombre, domicilio e identificación de los socios.
- El nombre de la sociedad.
- El domicilio social.
- El objeto social, enunciando en forma clara las actividades principales, Sopena de ineficacia.
- El capital social, el número de cuotas en que se divide, el valor de cada cuota y los aportes que corresponden a cada socio.

La forma de administración o representación legal de la sociedad y las atribuciones y limitaciones del representante legal, En caso de que no menciones las facultades del representante legal, se entenderá que tiene las facultades previstas en la ley comercial.

- La duración precisa de la sociedad.

- Los nombramientos de representantes legales y órganos de administración y fiscalización.
- La constancia de aceptación de los cargos y sus identificaciones,
- Cláusula compromisoria.

Fuente, Recuperado de (Expide el Código de Comercio el presidente de la República de Colombia, 1971)
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41102>

Registro mercantil en la Cámara de Comercio

Este documento le permite a los comerciantes y sus establecimientos, registrar públicamente toda su actividad mercantil, como la inscripción o anotación de los diferentes actos u operaciones, libros y documentos que sean de carácter mercantil, o que afecten a la persona del comerciante, con el fin de darles publicidad y los efectos jurídicos que la ley señala. Fuente, (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2021) Matricula mercantil, <https://www.camaradirecta.com/crear-mi-empresa/registros-publicos/renueve-su-matricula-mercantil-ciudadanos/>

6.1.3 Impacto Ambiental

La sensibilidad y el respeto del medio ambiente es un fenómeno creciente que involucra todos los procesos de las empresas. Todo restaurante de comidas se nutre de unos recursos finitos, y por tanto debe velar por mantener dicho entorno en las mejores condiciones posibles de limpieza, sostenibilidad, y salubridad. Y ello solo es posible, si la empresa se preocupa de controlar y gestionar sus desechos y su impacto ambiental.

ONNE CREPIZZ tiene como parte de sus valores el cuidado al medio ambiente, una de las actividades primordiales a corto, mediano y largo plazo es cumplir siempre con el deber ambiental lo cual nos ayude a certificar la gestión medioambiental conforme a una norma internacional como puede ser la norma ISO 14001.

Medidas de Seguridad por COVID 19

Resolución 00000350 de 2022 del 1 de marzo

Las siguientes medidas se deben tener en cuenta en los establecimientos; El esquema completo no incluye la dosis de refuerzo.

Se deberán implementar las siguientes medidas generales:

- Medidas de autocuidado
- Cuidado de la salud mental
- Lavado e higiene de manos
- Distanciamiento físico
- Uso de tapabocas
- Ventilación adecuada
- Limpieza y desinfección
- Manejo de residuos
- Comunicación del riesgo y cuidado de la salud

Fuente, tomado de Ministerio de salud y protección social (1 marzo de 2022)

RESOLUCIÓN NUEMERO OOOOO350 DE 2022, recuperado de
<https://www.minsalud.gov.co/>

7.1 Estudio Económico

El Estudio económico es muy importante para la evaluación de un proyecto, por tal motivo encontrara en este apartado el detalle la estructura económica del proyecto en tres años, lo cual nos permite identificar la viabilidad de nuestra ide de negocio, logrando ver una perspectiva de su puesta en marcha.

7.2 Inversión Inicial

La tabla que se va presentar a continuación, identifica las diferentes rubricas que se necesitan para dar inicio al proyecto, y así lograr tener un plus de para dar inicio al estudio económico de CONNO CREPIZZ.

Tabla 11 Presupuesto de Inversión CONNO CREPIZZ

INVERSIÓN			
RECURSOS INFRAESTRUCTURA			
ZONA DE TRABAJO	REQUERIMIENTO		COSTO TOTAL
CANON ARRENDAMIENTO	Mensual		\$1.000.000
REMODELACIÓN O ADECUACION DEL AREA	Resane y pintura para paredes y techo Área de 20 mts ² aproximadamente		\$2.200.000
	Remodelación del baño e iluminación para dichas áreas del establecimiento		
	Materiales y mano de obra		
TOTAL			\$3.200.000
DETALLE	CANT.	PRECIO U.	PRECIO TOTAL
Muebles y enseres			
Mesa de cocina industrial	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Mesas tipo pufs para 4 personas	4	\$ 290.000	\$ 1.160.000
Subtotal			\$ 2.360.000
Equipo de Computo			
Computador Lenovo de escritorio	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000

tv led de 43 con soporte pared	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
software para la contabilidad de las ventas	1	\$ 600.000	\$ 600.000
caja monedero registradora Casio	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Subtotal			\$ 3.800.000
Maquinaria y equipo			
Estufa industrial 3 puestos	1.	\$ 800.000	\$ 800.000
Horno industrial para el cono pizza	1.	\$ 17.000.000	\$ 17.000.000
Nevera electro luz de 400 lts	1.	\$ 1.140.000	\$ 1.140.000
Subtotal			\$ 18.940.000
TOTAL, ACTIVOS FIJOS			\$ 25.100.000
Activos Diferidos	CANT.	PRECIO U.	PRECIO TOTAL
Gastos constitución legal			
Acta de constitución Notaria	1.	\$ 6.000	\$ 6.000
Registro Cámara de comercio	1.	\$ 58.000	\$ 58.000
Apertura cuenta Bancaria	1.	\$ 100.000	\$ 100.000
Industria y comercio	1.	\$ 88.000	\$ 88.000
Subtotal			\$ 252.000
Activos PN	CANT.	PRECIO U.	PRECIO TOTAL
Menae desechable			\$ 106.000
Utensilios de cocina			\$ 1.709.000
Insumo de trabajos varios			\$ 780.000
Subtotal			\$ 2.595.000
Actividades de Maketing preoperativas	CANT.	PRECIO U.	PRECIO TOTAL
Volantes	3000	\$ 17	\$ 51.000
Letrero principal luminoso	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Cartas para Menú	10	\$ 15.000	\$ 150.000
Perifoneo	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Pautas en la radio y redes sociales	4	\$ 25.000	\$ 100.000
Subtotal			\$ 1.001.000
Total, Activos Diferidos			\$ 3.848.000
Activo corriente capital trabajo (2 meses	CANT.	Precio U.	Total
Gasto Administrativo	2	\$500.000	\$1.000.000
Nomina	2	\$4.616.137	\$9.232.274
Gasto de ventas	2	\$100.000	\$200.000
Subtotal			\$10.432.274
TOTAL, INVERSIÓN			\$ 42.580.274

Fuente, Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022), Presupuesto de Inversión CONNO CREPIZZ.

Se observa que tiene una inversión total \$ 42.580.274 lo cual se hace un supuesto bajo la financiación, donde se requiere la participación de 3 socios.

7.2 Depreciación

Tabla 12 Depreciación en pesos / método en línea recta

Depreciación Activo fijo	1 años	2 años	3 años	4 años	5 años	6 años	7 años	8 años	9 años	10 años
Muebles y enseres	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ 236.000
Equipo de computo	\$ 760.000	\$ 760.000	\$ 760.000	\$ 760.000	\$ 760.000					
Maquinaria y equipo	\$2.114.000	\$2.114.000	\$2.114.000	\$2.114.000	\$2.114.000	\$2.114.000	\$2.114.000	\$2.114.000	\$2.114.000	\$2.114.000
Depreciación en pesos / método en línea recta										
Depreciación Activo fijo	Costo Total		Año	Depreciación Mensual		Depreciación Anual				
Muebles y enseres	\$ 2.360.000		10	\$ 19.667		\$ 236.000				
Equipo de computo	\$ 3.800.000		5	\$ 63.333		\$ 760.000				
Maquinaria y equipo	\$ 21.140.000		10	\$ 176.167		\$ 2.114.000				
Total, Depreciación en pesos				\$ 259.167		\$ 3.110.000				

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022), Depreciación en pesos / método en línea recta

7.3 Balance General

En el análisis que se estima a situación inicial de la empresa, en activos la inversión será de \$ 42.580.274, que se distribuyen, \$11.432.274 pertenecen a activos corrientes y \$ 27.300.000 que corresponden a activos fijo.

Tabla 13 Estado de la situación financiera (Balance General)

Estado de la situación financiera (Balance General)			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente		Pasivos Corrientes	
Caja	\$11.432.274	Cuentas por pagar a proveedores	\$ -
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	\$11.432.274	Cesantías por pagar	\$ -
Activo Fijo		Intereses de cesantías	\$ -
Muebles y enseres	\$ 2.360.000	TOTAL, PASIVOS CORRIENTES	\$ -
Equipo de Computo	\$ 3.800.000	Pasivos no corrientes	\$ -
Maquinaria y equipo	\$ 21.140.000	Obligaciones financieras	\$ -
(-) Depreciación Acumulada	\$ 0	TOTAL, PASIVOS NO CORRIENTES	\$ -
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	\$ 27.300.000		
Activos diferidos		TOTAL, PASIVOS	\$ -
Diferidos	\$ 3.848.000	PATRIMONIO.	
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	\$3.848.000	Capital Soc.	\$ 42.580.274
		Utilidad Acu.	\$ -
TOTAL, ACTIVOS NO CORRIENTES	\$31.148.000	Res. Legal acu.	\$ -
		TOTAL, PATRIMONIO	\$ 42.580.274
TOTAL, ACTIVOS	\$ 42.580.274	PAS+PAT=ACT	\$ 42.580.274

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Estado de la situación financiera (Balance General)

7.4 Gastos

GASTOS													
	Enero	febrero	marzo	Abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	Diciembre	AÑO
Gastos Admón.													
Servicios públicos	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	550.000	6.600.000
Internet/telefonía móvil	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
Kit de bioseguridad	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	240.000
Papelería	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	120.000
Arriendos	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	
Honorarios Contador	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	3.600.000
Total Gasto Admón.	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	1.480.000	17.760.000
Gastos ventas													
Pautas en la radio y redes sociales	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
Volantes	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	51.000	612.000
Total Gasto de ventas	251.000	251.000	251.000	251.000	251.000	251.000	251.000	251.000	251.000	251.000	251.000	251.000	3.012.000
Depreciación en línea recta													
Depreciación	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	3.110.000
Total Depreciación	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	259.167	3.110.000
Gastos Diferidos													
Diferidos	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	3.848.000
Total de Diferidos	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	320667	3.848.000
TOTAL GENERAL DE GASTOS	2.310.833	2.310.833	2.310.833	2.310.833	2.310.833	2.310.833	2.310.833	2.310.833	2.310.833	2.310.833	2.310.833	2.310.833	27.730.000

Fuente, Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) . Gastos

7.5 Nomina De acuerdo al organigrama CONNO CREPIZZ tendrá en su nómina tres empleados; Gerente, cocinero y ayudante general, donde se proyectan las necesidades específicas, respectivamente para los primeros 3 años con una proyección de 7% de acuerdo al promedio de los anteriores años en Colombia, La tabla especifica el valor causado de los tres empleados con todo lo que la ley ordena como los son salud, pensión, cesantías, vacaciones, ARL y CCF. Tabla 14 Nomina

EMPLEADO															
CARGO	SALARIO		DIAS	AUX TRANS		TOTAL, DEVENGADO		SALUD		PENSION		TOTAL DEDUCCIONES	SUBTOTAL		
GERENTE	1.500.000,00		30	117.172,00		1.617.172,00		60.000,00		60.000,00		120.000,00	1.497.172,00		
COCINERO	1.000.000,00		30	117.172,00		1.117.172,00		40.000,00		40.000,00		80.000,00	1.037.172,00		
AYUDANTE GENERAL	1.000.000,00		30	117.172,00		1.117.172,00		40.000,00		40.000,00		80.000,00	1.037.172,00		
TOTALES	3.500.000,00		90	351.516,00		3.851.516,00		140.000,00		140.000,00		280.000,00	3.571.516,00		
EMPLEADOR															
CARGO	CESANTIAS		% CESANTIAS	PRIMA		VACACIONES		ARL		PENSION		CCF	SUBTOTAL		TOTAL
GERENTE	86.482,00		10.392,00	86.482,00		39.615,00		23.142,00		114.000,00		38.000,00	398.113,00		1.895.285,00
COCINERO	70.805,00		9.382,00	70.805,00		35.445,00		8.874,00		102.000,00		34.000,00	331.311,00		1.368.483,00
AYUDANTE GENERAL	72.425,00		8.694,00	72.425,00		32.577,00		4.078,00		93.749,00		31.249,00	315.197,00		1.352.369,00
TOTALES	229.712,00		28.468,00	229.712,00		107.637,00		36.094,00		309.749,00		103.249,00	1.044.621,00		4.616.137,00
CARGO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
GERENTE	1.895.285	1.895.285	1.895.285	1.895.285	1.895.285	1.895.285	1.895.285	1.895.285	1.895.285	1.895.285	1.895.285	1.895.285	22.743.420	24.335.459	26.038.942
COCINERO	1.368.483	1.368.483	1.368.483	1.368.483	1.368.483	1.368.483	1.368.483	1.368.483	1.368.483	1.368.483	1.368.483	1.368.483	16.421.796	17.571.322	18.801.314
AYUDANTE GENERAL	1.352.369	1.352.369	1.352.369	1.352.369	1.352.369	1.352.369	1.352.369	1.352.369	1.352.369	1.352.369	1.352.369	1.352.369	16.228.428	17.364.418	18.579.927
TOTALES	4.616.137	4.616.137	4.616.137	4.616.137	4.616.137	4.616.137	4.616.137	4.616.137	4.616.137	4.616.137	4.616.137	4.616.137	55.393.644	59.271.199	63.420.183

Fuente, Chaparro, (Elaboración propia del autor, 2022) . Nomina

7.6 Costo para la elaboración del conno y cada una de sus recetas

Las siguientes tablas especifican los insumos, valor unidad, cantidad y costo por gramo de las materias primas de cada uno de los productos de CONNO CREPIZZ.

Tabla 15 Insumos Para La Elaboración Conno-Pizza

INSUMOS PARA LA ELABORACION CONNO-PIZZA			
Elementos	Valor unidad	Cantidad	Costo x gramo
Harina de trigo integral para masa x 500 gr	\$ 3.500	500	7,0
Queso doble crema tipo mozzarella X 500gr	\$ 9.000	500	18,0
Queso descremado x 500 gr	\$ 8.000	500	16,0
Jamón res x 500 gr	\$ 6.000	500	12,0
Jamón Premium x 500 gr	\$ 8.000	500	16,0
Cabano x 500 gr	\$ 5.600	500	11,2
Salchicha x 500 gr	\$ 4.000	500	8,0
Aceite de oliva x 500 ml	\$ 33.650	500	67,3
Polvo de levadura x 500 gr	\$ 9.000	500	18,0
Sal x 500 gr	\$ 1.000	500	2,0
Cerezas x 500 g	\$ 7.400	500	14,8
Uvas x 500g	\$ 5.000	500	10,0
Crema de Leche x 500 g	\$ 4.000	500	8,0
Durazno x 500 g	\$ 6.000	500	12,0
Piña procesada x 500 g	\$ 3.000	500	6,0
Fresas x 500 g	\$ 3.500	500	7,0
Mora x 500 g	\$ 2.500	500	5,0
Aderezo o mermelada de arequipe x 500 g	\$ 4.600	500	9,2
Aderezo o mermelada frutos rojos x 500 g	\$ 9.000	500	18,0
Banano x 500 g	\$ 1.500	500	3,0
Pollo Pechuga x 500 g	\$ 4.500	500	9,0
Base para Salsa Boloñesa	\$ 2.500	500	5,0
Pasta de Tomate x 500 g	\$ 2.000	500	4,0
Lechuga crespa x 500 g	\$ 2.500	500	5
Perejil x 500 g	\$ 2.500	500	5
Chile rojo x 500 g o Jalapeños	\$ 60.000	500	120
Champiñón	\$ 9.000	500	18
Cilantro x 500	\$ 1.300	500	3
Mazorca desgranada x 500	\$ 2.000	500	4
Carne Molida x 500 g	\$ 8.000	500	16
Carne Desmechada x 500 g	\$ 10.000	500	20
Nachos x 200 g	\$ 4.000	500	20

Fuente, (Elaboración propia del autor, 2022) Insumos Para La Elaboración

Conno-Pizza

Tabla 16 Costeo de CONNO CREPIZZ tradicional hawaiana

CONNO CREPIZZ				
TRADICIONAL				
PRODUCTO:		HAWAIANA		
Materia Prima	U. Medida	Costo Unidad	No. Unidades	Costo Total
Harina	g.	7	32	\$ 224,00
Sal	g.	2	0,42	\$ 0,84
Levadura	g.	18	5	\$ 90,00
Aceite Oliva	g.	67,3	5	\$ 336,50
Harina espolvorear	g.	7	3,5	\$ 24,50
Pasta de Tomate	g.	4	25	\$ 100,00
Queso Mozarela	g.	18	25	\$ 450,00
Jamon	g.	12	25	\$ 300,00
Piña procesada	g.	6	25	\$ 150,00
COSTO TOTAL				\$ 1.675,84

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Costeo de CONNO CREPIZZ tradicional hawaiana.

Tabla 17 Costeo de CONNO CREPIZZ tradicional pollo y champiñón

CONNO CREPIZZ				
TRADICIONAL				
PRODUCTO:		POLLO Y CHAMPIÑÓN		
Materia Prima	U. Medida	Costo Unidad	No. Unidades	Costo Total
Harina	g.	7	32	\$ 224,00
Sal	g.	5	0,42	\$ 2,10
Levadura	g.	5	5	\$ 25,00
Aceite Oliva	g.	4	5	\$ 20,00
Harina espolvorear	g.	3,4	3,5	\$ 11,90
Pasta de Tomate	g.	4	25	\$ 100,00
Queso Mozarela	g.	5	25	\$ 125,00
Champiñón	g.	18	25	\$ 450,00
Pollo	g.	9	25	\$ 225,00
COSTO TOTAL				\$ 1.183,00

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Costeo de CONNO CREPIZZ tradicional hawaiana.

Tabla 18 Costeo de CONNO CREPIZZ tradicional Carnes

CONNO CREPIZZ				
TRADICIONAL				
PRODUCTO:		CARNES		
Materia Prima	U. Medida	Costo Unidad	No. Unidades	Costo Total
Harina	g.	7	32	\$ 224,00
Sal	g.	5	0,42	\$ 2,10
Levadura	g.	5	5	\$ 25,00
Aceite Oliva	g.	4	5	\$ 20,00
Harina espolvorear	g.	7	3,5	\$ 24,50
Pasta de Tomate	g.	4	25	\$ 100,00
Jamón Premium	g.	16	25	\$ 400,00
Cabano	g.	11,2	25	\$ 280,00
Salchicha	g.	8	25	\$ 200,00
COSTO TOTAL				\$ 1.275,60

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Costeo de CONNO CREPIZZ tradicional Carnes.

Tabla 19 Costeo de CONNO CREPIZZ Especial Italiana

CONNO CREPIZZ				
ESPECIAL				
PRODUCTO:		ITALIANA		
Materia Prima	U. Medida	Costo Unidad	No. Unidades	Costo Total
Harina	g.	7	32	\$ 224,00
Sal	g.	2	0,42	\$ 0,84
Levadura	g.	18	5	\$ 90,00
Aceite Oliva	g.	67,3	5	\$ 336,50
Harina espolvorear	g.	7	3,5	\$ 24,50
Pasta de Tomate	g.	4	25	\$ 100,00
Queso Mozarela	g.	18	25	\$ 450,00
Carne	g.	16	25	\$ 400,00
Cilantro	g.	2,6	25	\$ 65,00
COSTO TOTAL				\$ 1.690,84

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Costeo de CONNO CREPPIZ especial italiana.

Tabla 20 Costeo de CONNO CREPPIZ Especial Mexicana

CONNO CREPPIZ				
ESPECIAL				
PRODUCTO:		MEXICANA		
Materia Prima	U. Medida	Costo Unidad	No. Unidades	Costo Total
Harina	g.	7	32	\$ 224,00
Sal	g.	2	0,42	\$ 0,84
Levadura	g.	18	5	\$ 90,00
Aceite Oliva	g.	67,3	5	\$ 336,50
Harina espolvorear	g.	7	3,5	\$ 24,50
Pasta de Tomate	g.	4	25	\$ 100,00
Queso Mozarela	g.	18	25	\$ 450,00
Carne	g.	20	25	\$ 500,00
Jalapeños	g.	120	2	\$ 240,00
Nachos	g.	20	5	\$ 100,00
COSTO TOTAL				\$ 2.065,84

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Costeo de CONNO CREPPIZ especial mexicana.

Tabla 21 Costeo de CONNO CREPPIZ Especial Colombiana

CONNO CREPPIZ				
ESPECIAL				
PRODUCTO:		COLOMBIANA		
Materia Prima	U. Medida	Costo Unidad	No. Unidades	Costo Total
Harina	g.	7	32	\$ 224,00
Sal	g.	2	0,42	\$ 0,84
Levadura	g.	18	5	\$ 90,00
Aceite Oliva	g.	67,3	5	\$ 336,50
Harina espolvorear	g.	7	3,5	\$ 24,50
Pasta de Tomate	g.	4	25	\$ 100,00
Queso Mozarela	g.	18	25	\$ 450,00



Maiz	g.	4	25	\$	100,00
Pollo	g.	9	25	\$	225,00
Carne	g.	20	25	\$	500,00
COSTO TOTAL				\$	2.050,84

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Costeo de CONNO CREPPIZ especial colombiana.

Tabla 22 Costeo de CONNO CREPPIZ Dulce Fiesta

CONNO CREPPIZ				
DULCE				
PRODUCTO:		FIESTA		
Materia Prima	U. Medida	Costo Unidad	No. Unidades	Costo Total
Harina	g.	7	32	\$ 224,00
Sal	g.	2	0,42	\$ 0,84
Levadura	g.	18	5	\$ 90,00
Aceite Oliva	g.	67,3	5	\$ 336,50
Harina espolvorear	g.	7	3,5	\$ 24,50
Pasta de Tomate	g.	4	25	\$ 100,00
Queso Mozarela	g.	18	25	\$ 450,00
Cerezas	g.	14,8	25	\$ 370,00
Uvas	g.	10	25	\$ 250,00
Durazno	g.	12	25	\$ 300,00
Crema de Leche	g.	8	25	\$ 200,00
COSTO TOTAL				\$ 1.845,84

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Costeo de CONNO CREPPIZ Dulce fiesta.

Tabla 23 Costeo de CONNO CREPPIZ Dulce Split

CONNO CREPPIZ				
DULCE				
PRODUCTO:		SPLIT		
Materia Prima	U. Medida	Costo Unidad	No. Unidades	Costo Total
Harina	g.	7	32	\$ 224,00



Sal	g.	2	0,42	\$	0,84
Levadura	g.	18	5	\$	90,00
Aceite Oliva	g.	67,3	5	\$	336,50
Harina espolvorear	g.	7	3,5	\$	24,50
Pasta de Tomate	g.	4	25	\$	100,00
Queso Mozarela	g.	18	25	\$	450,00
Banano	g.	3	25	\$	75,00
Crema de leche	g.	8	25	\$	200,00
Aderezo Arequipe	g.	9,2	25	\$	230,00
COSTO TOTAL				\$	1.500,84

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Costeo de CONNO CREPPIZ Dulce Split.

Tabla 24 Costeo de CONNO CREPPIZ Dulce Splasch

CONNO CREPIZZ				
DULCE				
PRODUCTO:	SPIASH			
Materia Prima	U. Medida	Costo Unidad	No. Unidades	Costo Total
Harina	g.	7	32	\$ 224,00
Sal	g.	2	0,42	\$ 0,84
Levadura	g.	18	5	\$ 90,00
Aceite Oliva	g.	67,3	5	\$ 336,50
Harina espolvorear	g.	7	3,5	\$ 24,50
Pasta de Tomate	g.	4	25	\$ 100,00
Queso Mozarela	g.	14	25	\$ 350,00
Moras	g.	5	25	\$ 125,00
Fresas	g.	7	25	\$ 175,00
Crema de leche	g.	8	25	\$ 200,00
Aderezo Frutos Rojos	g.	18	25	\$ 450,00
COSTO TOTAL				\$ 1.625,84

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Costeo de CONNO CREPPIZ Dulce Splasch.

Tabla 25 Costeo de CONNO CREPIZZ Vegetariana



CONNO CREPIZZ				
VEGETARIANA				
PRODUCTO:		HAWAIANA		
Materia Prima	U. Medida	Costo Unidad	No. Unidades	Costo Total
Harina	g.	7	32	\$ 224,00
Sal	g.	2	0,42	\$ 0,84
Levadura	g.	18	5	\$ 90,00
Aceite Oliva	g.	67,3	5	\$ 336,50
Harina espolvorear	g.	7	3,5	\$ 24,50
Pasta de Tomate	g.	4	25	\$ 100,00
Queso Descremado	g.	16	25	\$ 400,00
Lechuga	g.	5	25	\$ 125,00
Champiñón	g.	18	25	\$ 450,00
Perejil	g.	5	5	\$ 25,00
COSTO TOTAL				\$ 1.775,84

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Costeo de CONNO CREPIZZ Vegetariana.

7.7 Análisis de ventas

7.7.1 En Unidades por producto

Tabla 26 Análisis de ventas en Unidades por producto

ANÁLISIS DE VENTAS EN UNIDADES POR PRODUCTO (Conservador)-/ Proyección													8%		
	ENE.	FEBR.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Hawaiana	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400	2592	2799
Champiñón	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800	1944	2100
Carnes	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	1560	1685	1820
Italiana	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440	1555	1680
Mexicana	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	1320	1426	1540
Colombiana	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800	1944	2100
Fiesta	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	1260	1361	1470
Split	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	130	1560	1685	1820
Splash	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200	1296	1400
Vegetariana	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105	1260	1361	1470
TOTAL	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	1300	15600	16848	18196

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Pronostico de ventas en Unidades por producto

7.7.2 Ventas al público por Unidad

Tabla 27 Precio al público por unidad

Precios de venta al público										
PRECIO DE VENTA	Hawaiana	Champiñón	carnes	italiana	Mexicana	colombiana	Fiesta	Split	Splash	Vegetariana
ENERO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
FEBRERO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
MARZO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
ABRIL	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
MAYO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
JUNIO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
JULIO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
AGOSTO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
SEPTIEMBRE	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
OCTUBRE	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
NOVIEMBRE	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
DICIEMBRE	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
ENERO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
FEBRERO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
MARZO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
ABRIL	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
MAYO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
JUNIO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
JULIO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
AGOSTO	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
SEPTIEMBRE	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700

OCTUBRE	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
NOVIEMBRE	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
DICIEMBRE	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
AÑO 1	8700	8700	8700	9700	9700	9700	10000	10000	10000	9700
AÑO 2	9396	9396	9396	10476	10476	10476	10800	10800	10800	10476
AÑO 3	10148	10148	10148	11314	11314	11314	11664	11664	11664	11314

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Precio de venta al público

7.7.3 Análisis de ventas

Tabla 28 Análisis de ventas

PRESUPUESTO MENSUAL DE VENTAS EN MILES DE PESOS POR PRODUCTO															
	.ENE.	.FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGOS.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Hawai ana	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000	\$ 20.880.000	\$ 22.550.400	\$ 24.354.432
Champ iñón	\$ 1.305.000	\$ 1.305.000	\$ 1.305.000	\$ 1.305.000	\$ 1.305.000	\$ 1.305.000	\$ 1.305.000	\$ 1.305.000	\$ 1.305.000	\$ 1.305.000	\$ 1.305.000	\$ 1.305.000	\$ 15.660.000	\$ 16.912.800	\$ 18.265.824
Carnes	\$ 1.131.000	\$ 1.131.000	\$ 1.131.000	\$ 1.131.000	\$ 1.131.000	\$ 1.131.000	\$ 1.131.000	\$ 1.131.000	\$ 1.131.000	\$ 1.131.000	\$ 1.131.000	\$ 1.131.000	\$ 13.572.000	\$ 14.657.760	\$ 15.830.381
Italian a	\$ 1.164.000	\$ 1.164.000	\$ 1.164.000	\$ 1.164.000	\$ 1.164.000	\$ 1.164.000	\$ 1.164.000	\$ 1.164.000	\$ 1.164.000	\$ 1.164.000	\$ 1.164.000	\$ 1.164.000	\$ 13.968.000	\$ 15.085.440	\$ 16.292.275
Mexic ana	\$ 1.067.000	\$ 1.067.000	\$ 1.067.000	\$ 1.067.000	\$ 1.067.000	\$ 1.067.000	\$ 1.067.000	\$ 1.067.000	\$ 1.067.000	\$ 1.067.000	\$ 1.067.000	\$ 1.067.000	\$ 12.804.000	\$ 13.828.320	\$ 14.934.586
Colom biana	\$ 1.455.000	\$ 1.455.000	\$ 1.455.000	\$ 1.455.000	\$ 1.455.000	\$ 1.455.000	\$ 1.455.000	\$ 1.455.000	\$ 1.455.000	\$ 1.455.000	\$ 1.455.000	\$ 1.455.000	\$ 17.460.000	\$ 18.856.800	\$ 20.365.344

Fiesta	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 12.600.000	\$ 13.608.000	\$ 14.696.640
Split	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 15.600.000	\$ 16.848.000	\$ 18.195.840
Splash	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.960.000	\$ 13.996.800
Vegetariana	\$ 1.018.500	\$ 1.018.500	\$ 1.018.500	\$ 1.018.500	\$ 1.018.500	\$ 1.018.500	\$ 1.018.500	\$ 1.018.500	\$ 1.018.500	\$ 1.018.500	\$ 1.018.500	\$ 1.018.500	\$ 12.222.000	\$ 13.199.760	\$ 14.255.741
TOTAL	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 146.870.400	\$ 158.620.032	\$ 171.309.635

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Proyección de ventas

7.7.4 Ventas con Impuestos

Tabla 29 Ventas con Impuestos

VENTAS MAS IMPUESTOS															
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGOS.	SEP.	OCT.	NOVI.	DICI.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS DEL MES	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 146.870.400	\$ 158.620.032	\$ 171.309.635
MESES ANTERIORES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUBTOTAL	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 146.870.400	\$ 158.620.032	\$ 171.309.635
MAS IVA	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 27.905.376	\$ 30.137.806	\$ 32.548.831

MENOS RETENCION	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 3.671.760	-\$ 3.965.501	-\$ 4.282.741
TOTAL	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 14.258.668	\$ 171.104.016	\$ 184.792.337	\$ 199.575.724

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Ventas con Impuestos

7.7.5 Ingresos Ventas

Los ingresos se van a realizar en efectivo de manera inmediata cuando el cliente termine su consumo, ya que este tipo de negocios no maneja la modalidad de crédito, de acuerdo al análisis cada mes se va tener un ingreso de \$12.239.200 de pesos.

Tabla 30 Ingresos Ventas

RECAUDO EN VENTAS															
	MENSUAL												ANUAL		
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGOS.	SEPT.	OCT.	NOVI.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
PAGO DE CONTADO	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 146.870.400	\$ 158.620.032	\$ 171.309.635
TOTAL RECAUDOS	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 12.239.200	\$ 146.870.400	\$ 158.620.032	\$ 171.309.635

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Ingresos Ventas

7.7.6 Estado de resultados CONNO CREPIZZ

En el análisis de resultado de CONNO CREPIZZ se puntualiza en el primer año, una vez ya causado los impuestos la ganancia es de \$723.73 por mes, frente a la utilidad de los primeros tres años, en el primer año da como resultado una utilidad de \$8.684.757, para el segundo año \$ 9.379.538 y para el ultimo año es de \$10.129.901, siendo una utilidad positiva para el ejercicio, con este resultado del plan de negocio si se presenta a una inversionista seria atractivo.

Tabla 31 Estados de resultados CONNO CREPIZZ

ESTADO DE RESULTADOS CONNO CREPIZZ															
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS +															
VENTAS	\$ 12.239.20 0	\$ 12.239.20 0	\$ 12.239.20 0	\$ 12.239.20 0	\$ 12.239.20 0	\$ 12.239.20 0	\$ 12.239.20 0	\$ 12.239.20 0	\$ 12.239.20 0	\$ 12.239.20 0	\$ 12.239.20 0	\$ 12.239.20 0	\$ 146.870.4 00	\$ 158.620.0 32	\$ 171.309.6 35
															\$ -
- COSTO DE VENTAS	\$ 2.055.617	\$ 2.055.617	\$ 2.055.617	\$ 2.055.617	\$ 2.055.617	\$ 2.055.617	\$ 2.055.617	\$ 2.055.617	\$ 2.055.617	\$ 2.055.617	\$ 2.055.617	\$ 2.055.617	\$ 24.667.40 2	\$ 26.640.79 4	\$ 28.772.05 7
															\$ -
UTILIDAD BRUTA	\$ 10.183.58 3	\$ 10.183.58 3	\$ 10.183.58 3	\$ 10.183.58 3	\$ 10.183.58 3	\$ 10.183.58 3	\$ 10.183.58 3	\$ 10.183.58 3	\$ 10.183.58 3	\$ 10.183.58 3	\$ 10.183.58 3	\$ 10.183.58 3	\$ 122.202.9 98	\$ 131.979.2 38	\$ 142.537.5 77
															\$ -
- GASTOS OPERACIÓN															\$ -

Nomina	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 4.616.137	\$ 55.393.644	\$ 59.825.136	\$ 64.611.146
Gastos Administrativos	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 1.480.000	\$ 17.760.000	\$ 19.180.800	\$ 20.715.264
Gastos de Ventas	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 3.012.000	\$ 3.252.960	\$ 3.513.197
Gastos de Depreciación	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 259.167	\$ 3.110.000	\$ 3.358.800	\$ 3.627.504
Gastos Diferidos	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 320.667	\$ 3.848.000	\$ 4.155.840	\$ 4.488.307
IVA	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 2.325.448	\$ 27.905.376	\$ 30.137.806	\$ 32.548.831
otras retenciones	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 305.980	-\$ 3.671.760	-\$ 3.965.501	-\$ 4.282.741
Total, Egreso	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 8.946.438	\$ 107.357.260	\$ 115.945.841	\$ 125.221.508
UTILIDAD OPER.	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 14.845.738	\$ 16.033.397	\$ 17.316.069
- GASTOS FINAN	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ INGRESOS NO OPER.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTI. ANTES IMPTOS.	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 1.237.145	\$ 14.845.738	\$ 16.033.397	\$ 17.316.069
- IMPUESTO RENTA	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 433.001	\$ 5.196.008	\$ 5.611.689	\$ 6.060.624
UTI. NETA	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 804.144	\$ 9.649.730	\$ 10.421.708	\$ 11.255.445
Reserva Legal	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 80.414	\$ 964.973	\$ 1.042.171	\$ 1.125.545
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 723.730	\$ 8.684.757	\$ 9.379.538	\$ 10.129.901

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Estado de resultados CONNO CREPIZZ.

7.7.6 Punto de Equilibrio CONNO CREPIZZ

El punto de equilibrio es importante, ya que no permite identificar la cantidad de unidades a producir, para que la empresa no genere ni pérdida, ni ganancia. Se calculo el punto de equilibrio múltiple lo cual no arroja, que por lo menos se deben producir 1165 unidades para estar en equilibrio por mes.

Tabla 32 Punto de Equilibrio CONNO CREPIZZ

PUNTO DE EQUILIBRIO CONNO CREPIZZ								
COSTOS FIJOS	\$9.026.970							
PRODUCTO	PRECIO DE VENTA X U.	COSTO VARIABLE X U.	VENTAS ESTIMADAS X U	CONTRIBUCION MARGINAL UNITARIO	% DE PARTICIPACION DE VEN.	CONT. MARGINAL PONDERADA	CANT. DE U. EQUILI.	CANT. DE EQUILIBRIO POR U.
hawaiana	8700	1676	200	7024	15%	1081	1165	179
champiñón	8700	1183	150	7517	12%	867		134
Carnes	8700	1276	130	7424	10%	742		116
Italiana	9700	1691	120	8009	9%	739		108
Mexicana	9700	2066	110	7634	8%	646		99
colombiana	9700	2051	150	7649	12%	883		134
Fiesta	10000	1846	105	8154	8%	659		94
Split	10000	1501	130	8499	10%	850		116
Splash	10000	1626	100	8374	8%	644		90
Vegetariana	9700	1776	105	7924	8%	640		94
			1300		100%	7751		1165

Fuente, Chaparro (Elaboración propia del autor, 2022) Punto de Equilibrio CONNO CREPIZZ

Conclusiones y Logros

La realización del estudio de mercado, se identificó al sector donde va a introducir nuestros clientes, logrando identificar sus gustos, preferencias al momento de elegir un buen plato. De igual manera condujo a conocer bien a los demandantes, oferentes y competidores permitiendo establecer el punto de diferencia y mercado objetivo.

Para cualquier proyecto de inversión es de suma importancia tener claro que se va realizar, cuanto invertir, donde va estar ubicada la empresa, que medios se necesitan etc. para que la empresa tenga claros sus objetivos y llevarlos a cabo.

Con el desarrollo de este plan de negocio aplicamos varios aprendizajes que ha obtenido en el transcurso de nuestra vida académica, tanto a nivel organizacional como financiero logrando el objetivo establecido y así tener una visión de todas las consideraciones que debe tener en cuenta para desarrollar un buen modelo de plan de negocios.

CONNO CREPIZZ es un plan de negocio posible de llevar a cabo, que no requiere una gran inversión, de igual manera es una idea de negocio muy asequible para que el desee emprender y cuente con pocos recursos, es un producto muy innovador y aporta al desarrollo de la ciudad.

Lista de referencias

- Abascal, I. G. (2005). Analisis de Encuestas, Idelfonso Grande y Elena Abascal. En I. G. Abascal, *Analisis de Encuestas*. Madrid: ESIC.
- Ahumada, O. G. (2018). *Mexicanos y paisas líderes en el negocio de la pizza*. Obtenido de Mexicanos y paisas líderes en el negocio de la pizza:
- Aída Margarita Izquierdo Morán, L. K. (11 de 2018). *Edición Especial. Artículo No. 47 Modelo de negocio*. Obtenido de Edición Especial. Artículo No. 47 Modelo de negocio: <http://biblioteca.uan.edu.co/>
- Angie Carolina Jaraba y Tatiana Pérez Silva . (0 de 0 de 2012). *Angie Carolina Jaraba y Tatiana Pérez Silva* . Obtenido de
- Becerra. (2018). *Los Colombianos son los principales consumidores de pizza de la region*. O
- Camara de comercio de Bucaramanga. (2021). *Matricula Mercantil*. Obtenido de <https://www.camaradirecta.com>
- Dane. (2015). *Boletin Censo General*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co>
- Elaboración propia del autor. (2022). Elaboración propia del autor.,
- Euromonitor. (09 de 02 de 2021). *Euromonitor_GraficoLR_ER. Las cifras de la venta de pizza en Colombia*, págs. <https://www.larepublica.co>
- Expide el Codigo de comercio el presidente de la republica de Colombia. (27 de 03 de 1971). *Decreto 410* . Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma>
- <https://www.floridablanca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx#scroll-top>
- Furian, P. H. (16 de 08 de 2014). *Mapa politico de Colombia*. Obtenido de <https://www.istockphoto.com/es/vector/mapa-pol%C3%ADtico-de-colombia-gm507155527-45372600>
- Instituto Colombiano de Normas Tecnicas y Certificación (ICONTEC). (11 de 06 de 2009). *Norma Técnica NTS-USNA Sectorial de Colombia 008*. Obtenido de https://fontur.com.co/sites/default/files/2020-11/NTS_USNA008.pdf
- Kamila Andrea Pertuz Ruiz, S. S. (2018). *Plan de negocio CONPIZZ*. Obtenido de Plan de negocio CONPIZZ: https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/7184/1/2018_dise%C3%B1o_plan_negocio.pdf
- La Barra. (18 de 01 de 2018). *consumo de pizza en Colombia en cifras* . Obtenido de consumo de pizza en Colombia en cifras : <https://www.revistalabarra.com>
- Localizacion de Floridablanca*. (s.f.). Obtenido de <https://es.weather-forecast.com/locations/Floridablanca/forecasts/latest>

- Lopez, B. S. (2019). *Métodos de localización de planta*. Obtenido de Métodos de localización de planta: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/>
- Lopez, S. (24 de 04 de 2016). *Crear empresa: Tipos de sociedades y características*. Obtenido de Crear empresa: Tipos de sociedades y características: <https://www.colconectada.com/tipos-de-sociedades-y-caracteristicas/>
- María del Rocío Fierro Zurita, E. L. (2018). *Proyecto de inversión para la elaboración y comercialización de la pizza artesanal en cono, para el sector norte de la ciudad de Quito*. Obtenido de Proyecto de inversión para la elaboración y comercialización de la pizza artesanal en cono, para el sector norte de la ciudad de Quito: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/16773>
- marketinginteli. (s.f.). www.marketinginteli.com, municipio, I. d. (2021). *Alcaldía de Floridablanca*. Obtenido de Alcaldía de Floridablanca: <https://www.floridablanca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-municipio.aspx>
- Normatividad Manipulación de alimentos*. (2021). Obtenido de <https://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad>
- Reportnews. (23 de 11 de 2021). <https://colombia.reportnews.la/>. Obtenido de <https://colombia.reportnews.la/blog/2021/11/23/crece-el-pib-de-alojamiento-y-servicios-de-comida/>
- Segura, J. (s.f.). *Bootstrapping*. Obtenido de 2020: <https://estrategafinanciero.com/bootstrapping-que-es/>
- Unknown. (02 de 03 de 2022). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Obtenido de Formulación y Evaluación de proyectos: <https://zirus.pizza/>
- zirus.pizza. (2019). <https://zirus.pizza/>. Obtenido de <https://zirus.pizza/>: <https://zirus.pizza/>
- (Solorsano, 2021) <https://www.larepublica.co/empresas/domino-s-y-papa-john-s-tienen-mas-de-la-mitad-del-business-de-la-pizza-en-colombia-3122433>