

AREPAS A LA LATA

Trabajo presentado en la asignatura Opción de Grado III Creación de Empresa
como proyecto de investigación por

**KATHERIN LOPEZ CUARTAS
CECILIA SANTAMARÍA**

presentado a:

NESTOR ECHAVARRIA

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR C.U.N.
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C. 2017

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	4
1. JUSTIFICACIÓN	5
2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	6
2.1 Definición de la Estructura Organizacional	6
2.2 Tamaño de La Empresa	7
2.3 Normatividad.....	7
2.4 Costos Administrativos.....	8
2.5. Planeación estratégica generativa	9
2.6. Estudio de mercado.....	15
2.7 Estrategias	19
3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	21
3.1 Objetivo del Estudio Legal.....	21
3.2 Marco Legal	21
3.3 Definición de la empresa.....	22
3.4 Constitución legal.....	23
4. ESTUDIO TÉCNICO	32
4.1 Objetivos del estudio Técnico	32
4.2 Ficha técnica del Producto (B/S)	32
4.3 Descripción del Proceso	35
4.4 Requerimientos y Necesidades	38
4.5 Plan de Producción.....	48
5 ESTUDIO FINANCIERO	51
5.1 Ingresos	51
5.2 Egresos	51
5.3 Capital de trabajo	51
5.4 Fuentes de Financiación	51
5.5. Flujo de Caja	52
5.6 Balance de General	53
5.7 Estado de Resultados	55
5.8 Valor Presente Neto (VPN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).....	56

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS	58
6.1 Impacto Ambiental.....	58
6.2 Impacto Social.....	59
6.3 Impacto Económico.....	59
Conclusiones	60
Bibliografía	61

INTRODUCCIÓN

Durante el transcurso de la historia de la humanidad, el hombre ha estado enfrentado al reto inigualable de organizar los recursos que tiene a su disposición de la mejor y más eficaz manera con el fin de obtener, ya sea, soluciones a los innumerables problemas que lo aquejan, o, de generar beneficios que le permitan tener una mejor calidad de vida. En pro de la consecución de esta ardua tarea, el hombre ha hecho posible la existencia de los mercados, los sistemas económicos y la industria y por ende de la Administración que permite gestionar dichos recursos para cumplir con los objetivos trazados.

Ahora bien, el presente trabajo es el resultado de aplicar las nociones y enfoques de la Administración en la concepción de una Idea de Negocio en una de las industrias más importante: la alimentaria, específicamente en el sector de comidas rápidas, el cual evidencia un crecimiento importante en los últimos años en la ciudad de Bogotá y el cual permite generar ingresos a las familias bogotanas así como a emprendedores que buscan establecer sus pequeñas o medianas empresas en este sector.

La Idea de Negocio lleva por nombre “Arepas a la Lata” y contempla el diseño, producción, promoción, distribución y venta del producto y logística. De esta manera, se podrá mejorar un producto y un servicio existente, priorizando sus valores agregados, al integrar todos los procesos del negocio.

En el primer capítulo se presenta el estudio administrativo, en el cual se incluye la definición de la estructura organizacional, tamaño y normatividad de la empresa así como los costos administrativos. Luego se presenta el estudio administrativo legal que abarca desde la información jurídica y definición de la empresa hasta la constitución legal de la misma. En el tercer capítulo, se encuentra el estudio técnico en el que se establecen los objetivos del estudio y se describen la ficha técnica del producto, el proceso productivo, los requerimientos y necesidades y el plan de producción. En el cuarto capítulo se evidencia los resultados del estudio financiero en el que se puede identificar los ingresos, egresos, flujos de caja, capital de trabajo y fuentes de financiación. Así, en el sexto capítulo se describen los impactos sociales, ambientales y económicos, teniendo en cuenta los stakeholders de la idea de negocio. Para finalizar, se presentan una serie de conclusiones y recomendaciones respectivamente.

1. JUSTIFICACIÓN

Dentro de la industria alimentaria encontramos la industria cárnica, la industria pesquera, la industria láctea, la industria de bebidas, la industria de panificación, y las famosas industrias alimenticia de snack y comidas rápidas, entre muchas otras. Durante la última década, esta última se ha consolidado en el mundo al ofrecer una opción de comida al alcance de todos, con precios asequibles y de alta practicidad al ser una alternativa para aquellas personas que no pueden o quieren ir a casa a comer, debido al estilo de vida apresurado característico de nuestra época. Esta situación es corroborada por el estudio del Grupo Nielsen sobre tendencias de comida fuera del hogar, en el que afirman que “aunque a la mayor parte de los colombianos les gusta comer en sus casas, las múltiples ocupaciones hoy los obligan a cambiar esta dinámica, hasta el punto que 38% de los comensales dijeron tomar sus alimentos fuera de ella” [1]. Además, en este informe se evidencia que la elección del menú “(...) se concentra en el sector de comidas rápidas, al mostrar que 51% de los latinoamericanos así lo prefiere; mientras Colombia abandera esta cifra con 53%.” (Revista Dinero, 2016)

En Colombia, la industria alimenticia de comidas rápidas ofrece una gran variedad de opciones para los consumidores; sin embargo, la arepa representa una receta tradicional que continua en auge. De hecho, según Portafolio (2016) la arepa “(...) sigue siendo el tercer alimento más consumido en el país luego de los huevos y el pan” [2]. Además, en este informen resaltan que “la arepa, en sus diferentes versiones, es típica de diversas regiones en Colombia, y la más reciente tendencia de consumo ha posicionado la arepa rellena como una nueva opción de almuerzos, equilibrada y deliciosa”.

En el marco de dicho auge, se ha decidido plasmar una Idea de Negocio en la que la tradicional arepa colombiana de maíz peto se ofrece con una serie de valores agregados que permitan brindar una variedad de sabores al mercado bogotano, acompañado de un servicio diferencial.

2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

2.1 Definición de la Estructura Organizacional

En una primera instancia, la empresa contará con personal calificado para desarrollar las actividades del área de Producción y Comercial. La Administración y coordinación de las áreas se llevará a cabo por los socios y administradores de la organización.

CARGO	N°	SALARIO	PERFIL
Administrador y líder de operaciones	1	\$ 2.000.000	Profesional en administración de Empresas, y/o carreras afines, Aptitudes de liderazgo, visión, responsabilidad, honestidad, alto compromiso ético, manejo de equipo de trabajo, innovador, estratégico, con experiencia en el sector de Alimentos. Capacidad de negociación.
Colaboradores de Operaciones	5	\$737.717 SMMLV	Bachiller académico, excelente presentación personal, buenas relaciones interpersonales enfocadas en la atención al cliente, manejo de trabajo bajo presión. Certificado de manipulación alimentos.
Contador Externo	1	ODS Contrato por Orden de Servicio	Profesional en contaduría pública con amplia experiencia laboral para trabajar con vinculación a nivel externo. Responsable del manejo de la contabilidad, y cumplimiento de todos los requisitos legales para el funcionamiento acorde a la ley de la compañía. El contador externo se contratará a partir del segundo año de funcionamiento de la empresa

Tabla 1. Descripción de cargos, Arepas a la Lata. Creación propia.

A continuación se presenta el Organigrama de la empresa. Es necesario aclarar que las diferentes áreas se encuentran a cargo del administrador y líder de operaciones. En la medida en la que empresa crezca, dichas direcciones serán ocupadas por personas diferentes, para las cuales la empresa diseñará un perfil de puesto de trabajo y así poder realizar el proceso de reclutamiento, contratación y formación adecuado.

AREPAS A LA LATA LTDA. ORGANIGRAMA

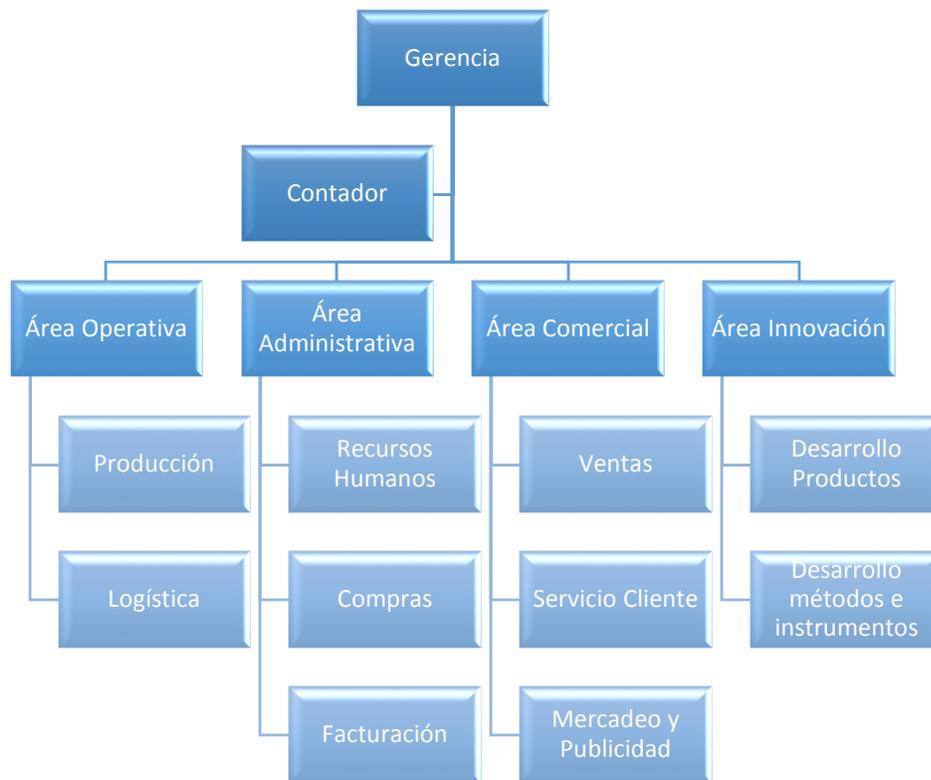


Figura 1. Organigrama Empresa Arepas a la Lata Ltda. Creación propia.

2.2 Tamaño de La Empresa

“Arepas a la lata” iniciará como una mipyme y de acuerdo al artículo 2 de la ley 590 de 2000, Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa, nuestra organización será concebida como Microempresa ya que cuenta con una planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores y además los activos totales tienen un valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes [3].

2.3 Normatividad

La empresa se constituirá mediante contrato que conste en documento privado, inscrito en el registro mercantil de la cámara de comercio en la ciudad de Bogotá. La legislación vigente que regula nuestra actividad económica se desglosa en el apartado tres.

2.4 Costos Administrativos

2.4.1 Gastos Administrativos

En el área administrativa, la empresa requiere una persona quien devengará un salario de \$2.000.000 al mes, sin auxilio de transporte, con sus respectivas prestaciones sociales. Otros gastos administrativos se desglosan a continuación:

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
1	Sueldos	\$ 24.000.000
2	Prestaciones sociales	\$ 5.020.784
3	Parafiscales y seguridad social	\$ 7.272.000
4	Servicios públicos	\$ 3.840.000
5	Arriendo	\$ 6.000.000
6	Depreciaciones Administrativas	\$ 788.000

Tabla 2. Gastos de Personal Año 1. Creación propia.

2.4.2 Gastos de puesta en Marcha

Para la puesta en marcha a nivel legal, la empresa incurrió en los siguientes gastos:

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA		
1	Gastos notariales	\$ 18.000
2	Rut	\$ 0
3	Rues	\$ 0
4	Registro en cámara comercio 0.7%	\$
5	Formulario Registro	\$ 4.000
6	Derecho de Inscripción	\$ 39.000
7	Matricula año 1	\$ 0
8	Certificado existencia	\$ 8.600
9	Inscripción libros	\$20.600
10	Apertura cuenta bancaria	\$ 0
11	Trámites DIAN	\$ 0
12	Señalización y extintores	\$100.000

Tabla 3. Gastos de Puesta en Marcha. Creación propia.

2.5. Planeación estratégica generativa

2.5.1. Misión

Nuestra misión es dar un excelente producto satisfaciendo la necesidad de nuestro cliente, gracias a nuestra calidad, frescura, textura, sabor, presentación y nuestro excelente servicio y atención al cliente.

2.5.2. Visión

En el año 2023 seremos una empresa reconocida en Bogotá por sus franquicias adaptándonos a las diferentes costumbres y cambios del mercado, con nuestra gran calidad y contando con personal altamente calificado para prestar un excelente servicio y los más altos estándares de calidad.

2.5.3. Imagen Corporativa



Figura 2. Logo Arepas a la Lata Ltda. Creación propia.

2.5.4. Valores

Calidad: Manejamos materias primas de primera, para conservar nuestro sabor y frescura.

Orden y limpieza: En nuestro punto de venta y en nuestra fábrica de producción acogidos a todos los lineamientos de sanidad e INVIMA

Respeto: Hacia las personas que trabajan con nosotros y hacia nuestros clientes.

Eficiencia: Al trabajar en tiempos estipulados en la organización y hacia nuestros clientes para que obtenga su producto en el menor tiempo posible.

2.5.5. Objetivo General

Satisfacer los gustos de nuestros clientes al brindarles un producto tradicional, conservando su frescura y calidad.

2.5.6. Objetivos Específicos

- Lograr que la empresa se posicione en el mercado, haciéndonos conocer y ser preferida por nuestros consumidores ser aspectados por los mismos innovando nuestros productos.
- Nuestros Clientes: Brindarles un excelente servicio, calidad en nuestros productos a un precio justo.
- Personal capacitado, con respeto hacia nuestros clientes, una buena comunicación y un excelente servicio.

2.5.7. Cinco Fuerzas De Porter



Figura 3. Fuerzas de Porter. Creación propia.

Amenaza De Los Nuevos Competidores:

- Distribución (una mayor cobertura)
- Precios
- Salgan al mercado más competidores

Poder De Negociación De Los Proveedores:

- Lograr mejores precios de compra
- Optimizar tiempos de entrega
- Tener mayor portafolio de proveedores
- Justo a Tiempo

Amenaza De Productos Y Servicios Sustitutivos:

- Las entregas de un día para otro
- Servicio al cliente

Criterios Utilizados Para Seleccionar Estrategias:

- Crear productos competitivos
- Margen de los productos (Utilidad)
- Investigación de mercados
- Conocimiento del target (consumidor)
- Objetivos alcanzables
- Publicidad (4P)

Poder de Negociación de los Clientes:

- Logrando mayores ventas
- Minimizando los descuentos (realizando a otro tipo de inversión)
- Cumplir con los pedidos a un tiempo mínimo
- Apoyo técnico

2.5.8. Comprometidos con la Calidad

La política de la calidad de la compañía tiene como objetivo implementar y mejorar mecanismos internos, mediante el compromiso de nuestros colaboradores, de tal manera que nuestra operación garantice confiabilidad a nuestros clientes al satisfacer plenamente sus necesidades.

2.5.9. Política Integral De La Gestión

Garantizar confiabilidad a nuestros clientes, satisfaciendo siempre sus necesidades mediante el compromiso y competencia de nuestros colaboradores, apoyados en un Sistema Integral de Gestión que involucra la calidad, la inocuidad, la responsabilidad medioambiental, la seguridad industrial, la salud ocupacional y la seguridad física, en un marco de reciprocidad y rentabilidad, manteniendo un claro

enfoque hacia el mejoramiento continuo y previniendo cualquier actividad ilícita dentro de los procesos propios de nuestro negocio.

2.5.10. ¿Qué Buscamos Con Nuestro Sistema Integral de Gestión?

Mantener altos estándares en nuestros productos, cumpliendo con las disposiciones legales, reglamentarias aplicables y con los principios universalmente aceptados en materia de calidad e inocuidad, es decir, de seguridad para quienes los consumen.

Respaldar la inocuidad de nuestros productos declarando en la documentación pertinente las fuentes de material potencialmente alergénico.

Asegurar que los procesos internos se desarrollen bajo la reglamentación de seguridad establecida por la Compañía.

Mitigar el impacto que la organización ejerce sobre los recursos medioambientales, manteniendo buena convivencia con la comunidad.

Velar por la integridad física, social y mental de nuestros trabajadores, bajo los lineamientos del programa de salud ocupacional y de seguridad industrial, para mantener un ambiente de trabajo sano y seguro.

Tener un permanente compromiso y competencia del talento humano.

Ser competitivos.

Mantener un claro enfoque hacia el mejoramiento continuo en el Sistema Integral de Gestión.

2.5.11. Estrategias de Producción

- Definir claramente la competencia del personal para asignar a las diferentes líneas las personas con la experiencia, formación y habilidades necesarias.
- Mantener un programa o establecer mantenimiento preventivo en los equipos críticos y en las instalaciones físicas (servicios asociados a las maquinas).
- Plantear la producción teniendo en cuenta turnos completos (Lotes de producción). Que hagan más eficiente la línea.
- Mantener comunicación, así poder identificar a tiempo y oportunamente replantear la producción

2.5.12. DOFA Arepas A La Lata

Fortalezas

- Calidad y confiabilidad del producto
- Conocimiento pleno del producto
- Mejor elaboración del producto, comparado con la competencia
- Capacidad de entrega directa
- Mejoras continuas al producto
- Se puede atender desde las instalaciones actuales
- La gerencia está comprometida y confiada
- Experiencia en mercadeo directo

Debilidades

- Necesidad de una mayor fuerza de ventas
- Presupuesto limitado
- Aún no existe un plan detallado
- El personal de entrega necesita entrenamiento
- Imposibilidad de surtir a clientes en el extranjero

Oportunidades

- Se podría desarrollar nuevos productos
- Los márgenes de ganancia son buenos
- Los clientes finales responden ante nuevas ideas
- Se podría extender a otros países
- Nuevas aplicaciones especiales
- Se podrían lograr mejores acuerdos con los proveedores

Amenazas

- Los efectos ambientales pudieran favorecer a los competidores grandes
- Riesgo para la distribución actual
- La demanda del mercado es muy estacional
- Retención del personal clave
- Posible publicidad negativa.

Cadena Valor Arepas a la Lata

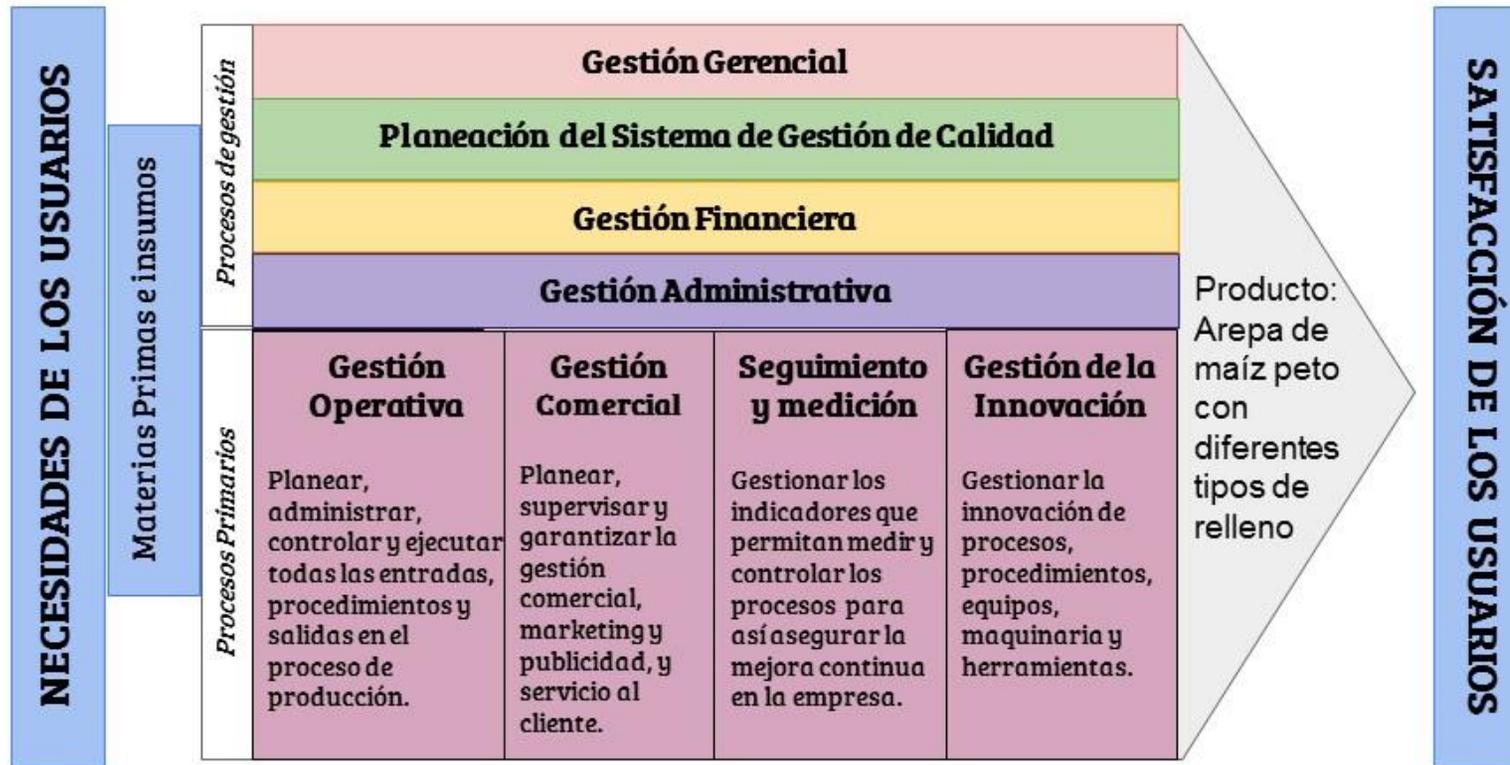


Figura 4. Cadena de valor. Arepas a la Lata Ltda. Creación propia.

2.6. Estudio de mercado

2.6.1. Segmentación

Perfil del Consumidor

- ¿Quién compra?

Todas aquellas personas que quieren satisfacer un antojo o simplemente quieren disfrutar de un pasa bocas.

- ¿Quién decide la compra?

Todos aquellos que tengan recursos económicos y quieran consumir el producto.

- Frecuencia de compra:

Semanal, mensual, esporádicamente.

- Grado de fidelidad hacia el producto:

En AREPAS A LA LATA, antojamos a nuestros clientes con la calidad y el sabor de los excelentes productos que brindamos, generando una experiencia de consumo placentera basada en un servicio superior, brindando estabilidad y rentabilidad a la empresa y a nuestros colaboradores. De esta manera creamos fidelidad.

- ¿Quiénes usan el producto?

Todos aquellos que compran el producto para su consumo, con un margen de error de un 5% que compra mas no consume.

- Edad: De los 5 a los 65 años de edad.
- Sexo: Masculino y Femenino.
- Clase socio económica. Estratos socioeconómicos de 2 en adelante.
- Estilo de vida (sociocultural):

En Colombia nuestro estilo de vida social se preocupa actualmente en tener una alimentación más balanceada, y cuerpos bien moldeados, a eso nos con lleva el mercado y debido a los tiempos de movilidad buscamos un producto fresco y de entrega casi inmediata.

AREPAS A LA LATA pensando en el consumidor y sus exigencias hemos creado una alimento que nos ha acompañado desde hace más de un siglo pero con nuevas técnicas e insumos de alta calidad que nos permite vender un producto bien estructurado en todos sus componentes con el cual el cliente se identifica y lo consume por su bajo impacto en grasas y carbohidratos ya que nuestro producto es elaborado en brasa de carbón, trabajamos con harina de maíz peto que le da sabor y textura.

- Diferencia de entre el producto y la competencia:

En el sector encontramos alrededor de unos 10 restaurantes, unas 3 panaderías, cigarrerías y un local de comida rápida y tan solo uno de ellos vende arepas rellenas. La diferencia entre el producto de ellos y nosotros son:

AREPAS A LA LATA	COMPETENCIA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuestras arepas son fabricadas a diario. ▪ No utilizamos conservantes. ▪ Son asadas al carbón. ▪ Materia prima de excelente calidad. ▪ Contamos con más de 25 combinaciones posibles. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arepas de paquete. ▪ Con conservantes. ▪ Asadas a la plancha. ▪ Tienen solo 6 combinaciones.

Tabla 4. Diferencia con la competencia. Creación propia.

- Ubicación:

Nos encontramos en el barrio **Modelo Norte** en la localidad de *Barrios Unidos*.



Figura 5. Localidades de Bogotá. Fuente: Portal Web, Alcaldía Mayor de Bogotá.

- | | | | |
|------------------|---------------|--------------------|------------------------|
| 1. Usaquén | 6. Tunjuelito | 11. Suba | 16. Puente Aranda |
| 2. Chapinero | 7. Bosa | 12. BARRIOS UNIDOS | 17. Candelaria |
| 3. Santa Fe | 8. Kennedy | 13. Teusaquillo | 18. Rafael Uribe Uribe |
| 4. San Cristóbal | 9. Fontibón | 14. Los Mártires | 19. Ciudad Bolívar |
| 5. Usme | 10. Engativá | 15. Antonio Nariño | 20. Sumapaz |

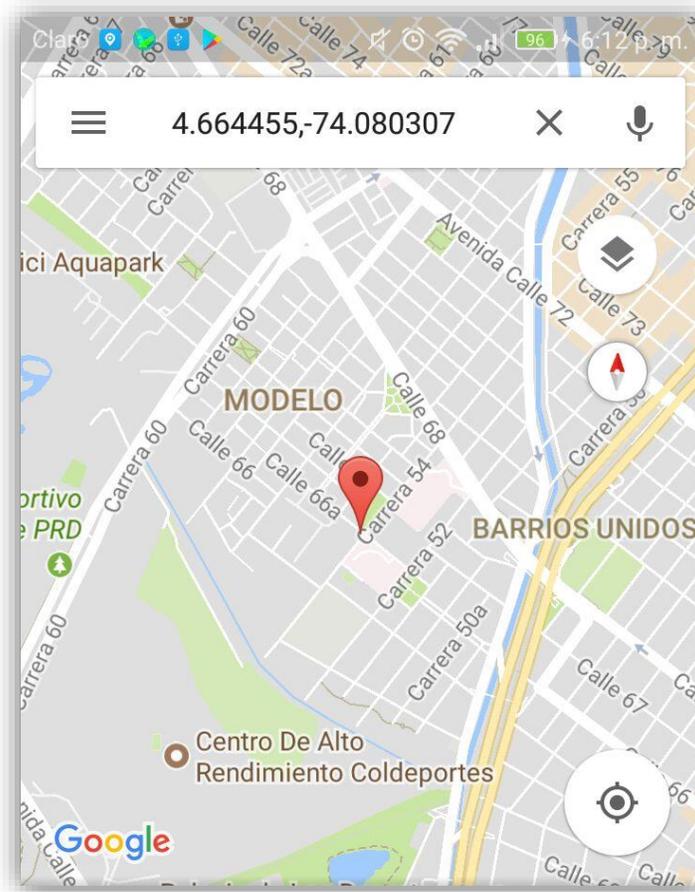


Figura 6. Ubicación Arepas a la Lata. Fuente: Google Maps.

Hábitos frente al Producto:

- Como se usa:

Para consumo vía oral.

- Cantidad promedio consumida por la persona:

Una persona puede consumir en promedio de 1 a 3 unidades.

- Frecuencia de compra:

Semanal, mensual, esporádicamente.

Incidencias de factores externos:

- ¿Cómo afecta la economía dentro del ciclo del producto?

La economía nos afecta directamente en la materia prima que necesitamos para realizar el producto los insumos tienden en nuestro país a una variación anual que no podemos controlar, por eso en AREPAS A LA LATA el costo del producto solo aumenta una vez al año ya que no podemos estar subiendo y bajando de precios, aunque claro esta se ve la diferencia de un porcentaje de un 3% en nuestras utilidades anuales.

- ¿Cómo afectan los cambios culturales?

Los cambios culturales también nos afectan pero de una forma indirecta, en AREPAS A LA LATA trabajamos para conservar esa tradición en nuestro producto y al mismo tiempo entendemos que nuestros consumidores también buscan un producto más saludable con su cuerpo y una alimentación balanceada.

Incidencias del producto dentro de la ecología:

- Empaque:

El empaque que nosotros utilizamos es totalmente reciclable. (Caja de cartón y papel parafinado).

- Manejo de residuos en la planta de producción:

Para mitigar el impacto ambiental en nuestra planta de producción separamos los desechos orgánicos, reciclables y sanitarios. También manejamos una trampa de grasas para evitar que la grasa tape el sistema de drenaje, y con el tema de aceite ya utilizado lo envasamos nuevamente en galones donde se evita el alto poder contaminante de este residuo y sirve para elaborar productos ecológicos como biodiesel o jabones.

2.7 Estrategias

2.7.1. Estrategia de Producto.

“Desarrollamos productos sabrosos, saludables e innovadores”.

Para el desarrollo de nuestra empresa, adoptamos aptitudes de dedicación y entrega a nuestro trabajo, obteniendo más conocimiento empírico y técnico en el sector Alimentario, en lo que las personas quieren como producto y nosotros como lo podemos desarrollar. Aquí será importante la comunicación con nuestros clientes y público en general, donde se le asignara a personal elegido el impulso de la marca, en los lugares más concurridos en los sectores donde la marca llegara, allí nos dedicaremos a escuchar; para estar seguros de qué es lo que quieren y necesitan los clientes y con ello entregarles productos que sobrepasen sus expectativas. Los costos en esta estrategia será Presupuestados en Un (1) SMLV + Costos de Desplazamiento y de Publicidad estándar en el sector.

2.7.2. Estrategia de Marca.

“Establecemos relaciones a largo plazo con nuestros consumidores”. Lograr posicionar la Marca, permitirá fijar una tradición de consumo en nuestro clientes. El objetivo primordial es hacer de la Marca un Vocablo para nuestros clientes, que permitan hacer de dicho “Vocablo”, un paso de una a otra generación en el consumo de nuestros productos. La estrategia está enfocada en fijar publicidad en todos los puntos de distribución y ligar campañas, contra la obesidad, el consumo de productos saludables y el desarrollo de actividades lúdicas para madres en etapas de gestión, esto con el objetivo de hacer ver la marca en un valor adicional de seguridad y bienestar en nuestros clientes. Los costos serán presupuestados por cada almacén donde se expone el producto, costos que cubren los gastos en publicidad y ubicación de las misma, por un valor de: Cerca de medio (1/2) SMLV.

2.7.3. Estrategia de Expansión.

Ciertamente, una de las ventajas competitivas más importantes para la empresa será su capacidad de extensión en Bogotá D.C. y municipios aledaños, llegando a los principales puntos de venta y también a los más alejados. Es decir buscaremos llegar a municipios y veredas en distintos sectores de la geografía local, es decir, concentraremos más esfuerzos en posicionar la marca en las tiendas de barrio y en los sectores alejados a los cascos urbanos de los municipios o ciudades.

2.7.4. Estrategia de Incremento de Márgenes.

“Incrementar la eficiencia para crear valor”.

La empresa busca siempre elevar su eficiencia. Para ello, ha desarrollado una tecnología propia para la elaboración de sus productos, lo que permitirá optimizar sus recursos, acortar sus tiempos de producción, elevar la calidad de los productos a través del uso de mejores empaques; buscando continuamente mantener a sus consumidores satisfechos. Esta estrategia se ligará en un día a día a interior de la empresa, donde dentro de cada uno de los procesos, existirán formatos y asesores de repostes en fallas, inconsistencias, y proceso a mejorar, allí se desarrollarán programas a nivel ingenieril, con el objetivo de implementar modelos de reconocimiento de falencias y a su vez correctivos, el Jefe de Producción es la cabeza en esta estrategia, con aportes de innovación y mejoramiento en el proceso. Los costos estarán ligados a los tiempos en el proceso de investigación y los respectivos honorarios generados por los ingenieros en dichos cargos.

2.7.5. Estrategia de adquisiciones.

“Identificamos nuevas oportunidades de crecimiento”.

En un largo Plazo, como estrategia, el crecimiento de la empresa estará orientado al aprovechamiento de nuevas ofertas en el mercado, frente a adquisiciones que se hagan de pequeños puestos móviles, que tenga un posicionamiento mínimo en el mercado y garantizen la estabilidad de marca de nuestro producto. Aunque sea una estrategia a largo plazo, será evidente que la empresa debe iniciar por preparar capitales de inversión, que permitan la expansión de la misma, lo ideal sería activar fondo de ahorro e inversión cada semestre e incluso trimestre, en tanto que si se tiene una oportunidad se logre enganchar dicha oportunidad.

2.7.6. Estrategia de Gestión de Talento.

“Impulsamos el desarrollo de nuestros colaboradores”.

En el mundo moderno de los negocios ya no hay cabida para las empresas que veían a los empleados (y “trabajadores”) como una carga económica más. En un ambiente donde se compite cada año entre *“las mejores empresas para trabajar”* y la sociedad está pendiente del trato que los empleados de las grandes corporaciones reciben; el éxito lo obtienen las compañías que ofrecen a sus empleados beneficios y/o compensaciones por el correcto desarrollo y actividad de su labor. Por ello sería ideal constituir un sistema de administración y medición de objetivos, con el fin de apoyar, incentivar e impulsar a los empleados con el logro sus metas de manera pronta y cabal, con los beneficios profesionales que esto conlleva. La implementación de esta estrategia implicaría la contratación de personal orientado a la calidad de procesos y la innovación de sistemas que permitan hacer la medición de objetivos y el control activo a los sistemas de administración.

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

3.1 Objetivo del Estudio Legal

Recoger la información jurídica que afecte a la empresa para determinar los trámites administrativos y legales necesarios para constituir la constitución de la misma, Por otro lado se deben tener aspectos tales como los laborales, comerciales, tributarios y de propiedad intelectual.

3.2 Marco Legal

Recopile la información jurídica, es decir los trámites administrativos y legales para la constitución de la empresa, investigue las leyes laborales, comerciales, tributarias y de propiedad intelectual que afecten a su empresa.

Para la creación de la empresa, se realizará los siguientes trámites:

ENTIDAD	TRÁMITES	CARÁCTER	DATOS CONTACTOS
Superintendencia de Industria y Comercio	Consulta de marca Registro de marca Registro de patente Expedición de certificado de pesas y medidas de calibración de instrumentos de medición	Voluntario, si usted desea proteger su marca, lema o patente	Cl. 13 #27-00, Bogotá (571) 592 04 00 - Bogotá (571) 587 00 00 Fax: (571) 587 02 84
Secretaría de Planeación	Solicitud de concepto de uso de suelo	Voluntario, si usted decide informarse sobre los usos de suelo permitidos en su establecimiento	CADE Carrera 30 No.25-90. Pisos 1-5-8-13 3358000. Información: 195 Curador Urbano 2 Calle 97 No. 13-55 6 35 3050
Secretaria Distrital de Ambiente	Permiso de vertimiento	Obligatorio, de acuerdo al impacto ambiental que genere su actividad	Avenida Caracas No. 54 – 38 +57 (1) 377 8899
DIAN	RUT	Obligatorio	Carrera 8 Nº 6C - 38 Edificio San Agustín; PBX (57+1) 6079999; PBX (57+1) 3824500
Cámara de Comercio de Bogotá	Matrícula Mercantil	Obligatorio	Calle 67 nro. 8-32/44 (571) 383 0330

Tabla 5. Marco Legal. Creación propia.

Además, la empresa debe planear su quehacer, respetando los lineamientos de las siguientes leyes:

Resolución 604 de 1993	"Por la cual se reglamenta parcialmente el título <u>V</u> de la Ley 9ª de 1979, en cuanto a las condiciones sanitarias de las ventas de alimentos en la vía pública".	http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22641
LEY 9 de 1979	Por la cual se dictan Medidas Sanitarias.	http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1177#0
Ley 590 del año 2000	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa	http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672
Ley 222 de 1995	Por la cual se modifica el Libro II del Código de Comercio, se expide un nuevo régimen de procesos concursales y se dictan otras disposiciones.	http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6739

Tabla 6. Marco Legal 2. Creación propia.

3.3 Definición de la empresa

3.3.1 Clasificación de las Mipymes

“Arepas a la lata” iniciará como una mipyme y de acuerdo al artículo 2 de la ley 590 de 2000, Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa, nuestra organización será concebida como Microempresa ya que cuenta con una planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores y además los activos totales tienen un valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes. [3]

3.3.2 Clasificación Internacional de actividades económicas (CIIU)

Actividad económica: **5619** Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p

La preparación y el expendio para consumo inmediato desde vehículos motorizados o no, puestos móviles, entre otros, de comidas preparadas tales como: empanadas, buñuelos, perros calientes, arepas, chorizos, etc. Este código es necesario para el trámite de RUT Y la inclusión en las posteriores declaraciones de impuestos.

3.3.3 Clasificación de las sociedades

De acuerdo con la ley 222 de 1995 (Legislación comercial) Arepas a la Lata será una sociedad de tipo comercial, con persona jurídica clasificada como sociedad limitada, con un total de dos socias que formaran parte de la junta de socias y a su vez las administradoras de la organización. EL capital inicial es de \$20.000.000, el cual se desglosa en el apartado seis.

3.4 Constitución legal

A continuación se presentan los estatutos de constitución de la organización, con el cual se podrá realizar el respectivo registro en cámara de comercio. (Modelo de estatutos de la Cámara de Comercio de Bogotá) [4].

AREPAS A LA LATA ESTATUTOS DE CONSTITUCIÓN

Bogotá D.C., Septiembre 20 de 2017

CONSTITUYENTES: Katherin Lopez Cuartas, cédula ciudadanía 1070918761, Carrera 116ª N° 66-04, Bogotá y Cecilia Santamaria, cédula ciudadanía 53011781, Calle 83 surN° 91-48 Interior 18, apartamento 303, Bogotá

La sociedad que se constituye por medio de este documento es una sociedad comercial del tipo **sociedad Limitada**, esta se regirá por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos y por las normas que de manera especial regulan este tipo de sociedades y dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 22 de la 1014 de 2006, ya que la sociedad cuenta con diez (10) o menos trabajadores o los activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) SMLMV.

CAPITULO I

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Objeto y Duración de la sociedad

ARTICULO PRIMERO.-DENOMINACIÓN: La sociedad que se constituye por medio de este documento actuará bajo la denominación **AREPAS A LA LATA** Limitada, de nacionalidad colombiana.

ARTÍCULO SEGUNDO.- DOMICILIO SOCIAL: El Domicilio principal de la sociedad es la ciudad de **Bogotá** Pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

ARTICULO TERCERO.- TÉRMINO DE DURACIÓN: La sociedad tendrá un término de () años, contados a partir de la fecha de este documento, pero podrá disolverse anticipadamente cuando sus socios así lo decidan.

ARTICULO CUARTO.- OBJETO SOCIAL:

La preparación y venta para consumo inmediato, desde puestos móviles, de comidas preparadas, principalmente de arepas de maíz peto, arepas rellenas y arepas con chorizo entre otros complementos.

CAPITULO II

Capital y Cuotas

ARTICULO QUINTO.- CAPITAL: El capital social a la fecha de la constitución es de \$20.000.000 el cual se encuentra totalmente cancelado en con los aportes en dinero o en especie, de cada uno de los socios al momento de la constitución, dividido de la siguiente manera:

NOMBRE	COMPOSICION DEL CAPITAL		
	Numero de cuotas	Valor de las cuotas	Valor total de capital
Katherinne Lopez	1	10.000.000	10.000.000
Cecilia Santamaria	1	10.000.000	10.000.000

ARTÍCULO SEXTO.- RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS. Los socios responderán hasta el monto de sus aportes.

ARTÍCULO SEPTIMO.- CESION DE CUOTAS. Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas, lo que implicara una reforma estatutaria la cual se hará por documento privado cumpliendo con lo establecido en el Decreto 4463 de 2006 y artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, (previa aprobación de la junta de socios) el documento privado será otorgado por cedentes, cesionarios y representante legal. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito para que dentro de los 15 días hábiles, manifiesten si tiene interés en adquirirlas, según el precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta.

CAPITULO III

Dirección, administración, representación de la sociedad

ARTÍCULO OCTAVO.- ORGANOS SOCIALES La representación de la sociedad y la administración de los negocios sociales corresponde a todos y a cada uno de los socios.

ARTÍCULO NOVENO.- ATRIBUCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS: Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios.

Decidir sobre el retiro y exclusión de socios, ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, el representante legal, el revisor fiscal o cualquier otra persona que hubiere incumplido sus obligaciones u ocasionado daños o perjuicios a la sociedad. Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda. La junta de socios podrá delegar la representación y administración de la sociedad en un gerente estableciendo de manera clara y precisa sus

atribuciones. La junta de socios se compone de los socios inscritos en el Libro de Registro de socios, o de sus representantes reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La junta ejerce las funciones previstas en el artículo 187 del Código de Comercio. En la junta de socios cada uno tendrá tantos votos cuantas cuotas posea en la compañía. Las decisiones de la junta de socios se tomarán por un número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halle dividido el capital de la compañía. Será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada socio con una antelación correspondiente. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá la presencia de los socios que representen cuando menos la mitad más una de las cuotas del capital social. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO DECIMO.- ADMINISTRACION Y REPRESENTACION DE LA SOCIEDAD: La administración y representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo del representante legal, el cual contara con un suplente que lo remplazara en sus faltas absolutas o temporales. El suplente tendrá las mismas atribuciones que el representante legal cuando entre a remplazarlo.

ARTÍCULO DECIMO PRIMERO – FACULTADES DE REPRESENTACIÓN LEGAL:

La representación se extenderá a todos los actos comprendidos en el objeto social, incluidos aquellos que tengan carácter de complementario o accesorio.

ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO.- ARTÍCULO DECIMO CUARTO.- REVISOR FISCAL:

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPITULO IV

Reserva legal, balance y reparto de utilidades

ARTÍCULO DECIMO TERCERO.- ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHOS DE INSPECCION.

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de

junta de socios en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO DECIMO CUARTO.- RESERVA LEGAL. De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal.

ARTICULO DÉCIMO QUINTO.- BALANCE GENERAL.- Anualmente, el 31 de diciembre se cortarán las cuentas para hacer el inventario y el balance general correspondiente así como el estado de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio, el estado de flujos de efectivo y el estado de cambios en la situación financiera del respectivo ejercicio. El balance, el inventario, los libros y demás piezas justificativas de los informes, serán depositados en la oficina de la administración con una antelación de quince (15) días hábiles a los socios con el fin de que puedan ser examinados por los mismos.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.- APROBACIÓN DEL BALANCE: El balance debe ser presentado por el representante legal de la sociedad limitada a consideración de la junta de socios con los demás documentos a que se refiere el artículo cuatrocientos cuarenta y seis (446) del Código de Comercio. Si la sociedad llegare a ser vigilada por la Superintendencia de Sociedades, dentro de los treinta (30) días siguientes a la reunión de la Asamblea de Accionistas, el representante legal remitirá a la Superintendencia de Sociedades una (1) copia del balance y de los anexos que lo expliquen o justifiquen, junto con el acta en que hubieran sido discutidos y aprobados.

ARTÍCULO DÉCIMO SEPTIMO.- RESERVAS: La sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Los socios podrán decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

CAPITULO V

Disolución y liquidación

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO.- DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD: La sociedad se disolverá por decisión de las socias o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

PARÁGRAFO PRIMERO.- En los casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO: ENERVAMIENTO DE CAUSALES DE DISOLUCIÓN: Podrá evitarse la disolución de la sociedad por acciones simplificada adoptando las medidas a que hubiere lugar de acuerdo a cada causal en específico, siempre que el enervamiento ocurra dentro de los seis (6) meses siguientes a la fecha en que el accionista único reconozca su acaecimiento.

ARTÍCULO VIGÉSIMO.- LIQUIDACIÓN: La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designen los accionistas. Los accionistas designarán un liquidador, quien será responsable de adelantar el proceso liquidatorio conforme a la ley. Durante la duración del proceso de liquidación, el accionista único conserva los mismos poderes que tuvo durante la vida activa de la sociedad.

ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO.- NOMBRAMIENTOS: Mediante la presente se nombra como representante legal a Katherin Lopez Cuartas, cédula ciudadanía 1070918761

3.4.1 Registro Único tributario (RUT)

Como requisito para la constitución de la empresa se debe tramitar el RUT, que se define como el mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los responsables de obligaciones administradas y controladas por la DIAN en materia tributaria, aduanera y cambiaria. Cuando un responsable de las obligaciones tributarias se inscribe en el RUT, la DIAN le asigna un NIT (Número de Identificación Tributaria), con el cual se va identificar en lo sucesivo.

Figura 6. Ejemplo Rut. Fuente: Portal Web, DIAN.

3.4.2 Requisitos del registro mercantil RUES

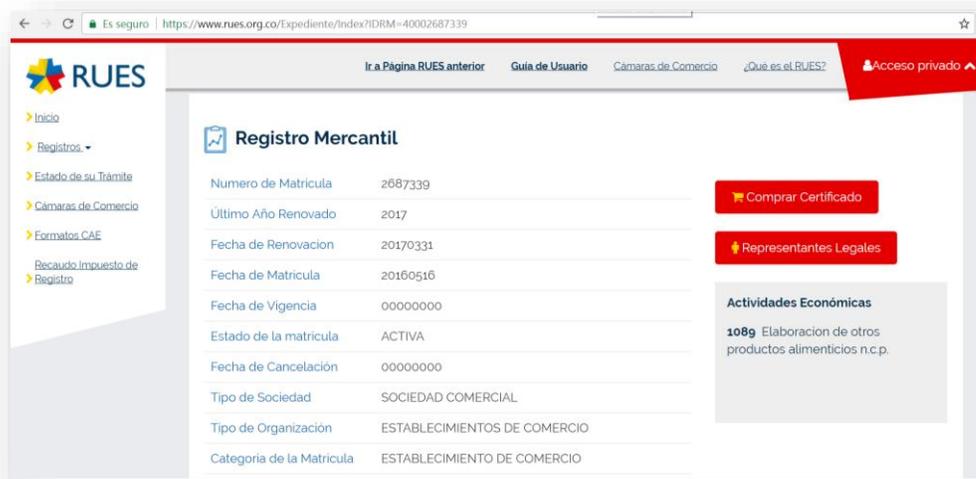


Figura 7. Registro Mercantil Arepas a la Lata. Fuente: Portal Web, RUES.

Registro Mercantil

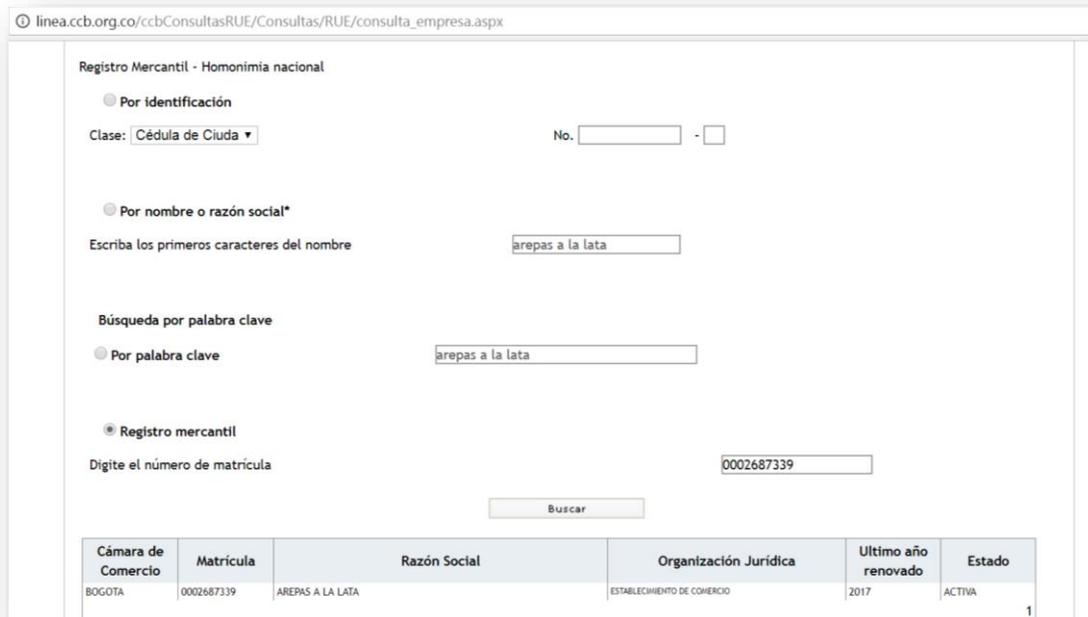


Figura 8. Registro Mercantil Arepas a la Lata. Fuente: Portal Web, RUES.

3.4.5 Revisión técnica de seguridad (bomberos)

Teniendo en cuenta que la empresa realiza sus actividades con una infraestructura física, se debe solicitar al cuerpo de bomberos la revisión técnica y el permiso correspondiente. “El Concepto Técnico de Bomberos es la apreciación técnica emitida por el Cuerpo Oficial de Bomberos de Bogotá D.C., a través de la cual SE REVISAN las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios que se presentan en las edificaciones o establecimientos del distrito.”

Es necesario presentar el certificado vigente de Cámara de Comercio y al ser un establecimiento nuevo el valor a pagar es equivalente a dos salarios mínimos diarios legales vigentes por cada establecimiento.

3.4.6 Normas sanitarias y de salud (secretaría de salud)

Como la empresa realiza sus actividades con una infraestructura física, se debe solicitar en la Secretaría Distrital de Salud la licencia de sanidad. Ésta corresponde al nivel de alto riesgo debido a las actividades de procesamiento de alimentos. Así pues, es necesario contar con conexión a la red de acueducto y alcantarillado, tener pisos, paredes y techos en óptimas condiciones, iluminación y ventilación natural o artificial y cumplir con las normas de recolección de basura. Además de las buenas prácticas de manufactura, control de calidad y manipulación de alimentos. Se debe cumplir con los requisitos sanitarios de la Ley 9 de 1979, la Resolución 2674 de 2013, RESOLUCIÓN 10984 DE 1993 y el costo de la licencia se liquidará de acuerdo a la Resolución 033 de 1991.

3.4.7 Impacto ambiental (secretaría de ambiente)

Arepas a la lata es una empresa que en su sistema de producción genera desechos, así que se establece un sistema de disposición de desechos y vertimientos para generar el mínimo impacto al medio ambiente. Esto es posible en la medida en la que el proceso productivo no se utilizan productos químicos adicionales. Los insumos para el lavado de los implementos de trabajo son de tipo ecológico. Así pues, se solicitará los permisos correspondientes en la Secretaría Distrital de Ambiente. A mediano plazo, la empresa no prevé instalar anuncios fuera de las instalaciones así que dicho permiso no será realizado en esta etapa.

3.4.8 Uso del Suelo

De acuerdo con el plan de ordenamiento territorial establecido, es necesario solicitar el certificado de uso de suelo en la Oficina de Planeación. Este trámite debe ser previo al montaje de la empresa.

A continuación se presenta el informe de características y datos del predio, generado por el SINUPOT [5]

Informe de Predios en Zonas de Amenaza



- Corredor Ecológico Ronda
- ZMPA
- Amenaza por Remoción en Masa
 - Amenaza Alta
 - Amenaza Media
 - Amenaza Baja
- Amenaza por Inundación
 - Amenaza Alta
 - Amenaza Media
 - Amenaza Baja
- Malla Vial
- Vías Principales
- Cuerpos de Agua
- Parques Zonales
- Parques Metropolitanos
- Lotes
- Manzanas
- Barrios



Dirección: KR 116 A 664

El predio correspondiente al lote de código 0056369472 NO se encuentra en zona de amenaza por inundación y NO se encuentra en zona de amenaza por remoción en masa.



Figura 11. Informe predio empres Arepas a la Lata. Fuente: Portal Web, SINUPOT.

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Objetivos del estudio Técnico

- Identificar los procesos misionales, operativos y de apoyo la empresa Arepas a la Lata.
- Identificar las entradas, procedimientos y salidas de cada uno de los procesos de la empresa Arepas a la Lata.

4.2 Ficha técnica del Producto (B/S)

FICHA TÉCNICA		
1	DENOMINACIÓN DE BIEN	Arepa Rellena
2	DENOMINACIÓN TÉCNICA DEL BIEN	Arepa de maíz peto con relleno. Tipos de relleno: Queso doble crema, queso campesino, jamón, piña, chorizo, carne desmechada, pollo desmechado, chicharrón, carne de hamburguesa, plátano en trozos.
3	CODIGO CIU. ACTIVIDAD ECONÓMICA EMPRESA	5619 Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p. La preparación y el expendio para consumo inmediato desde puestos móviles de comidas preparadas tales como: arepas y otros.
4	CLASE REGISTRADA EN INDUSTRIA Y COMERCIO	30
5	DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL PRODUCTO	Producto para consumo inmediato obtenido a partir de la masa de maíz peto, molido, cocido, amasado, moldeado, asado y relleno. El producto presenta una consistencia semidura, de forma disco de diámetro de 13cm * 0,6cm de grosor. De color blanco y sabor característico. No contiene colorantes ni preservantes. Peso aproximado de 110 gr por unidad.

6	PRESENTACIÓN COMERCIAL	<p>Venta por unidad:</p> <p>Arepa Sola</p> <p>Arepa De Queso</p> <p>Arepa De Jamón</p> <p>Arepa De Jamón Y Queso</p> <p>Arepa Doble Queso Y Jamón</p> <p>Arepa Hawaiana, Jamón, Queso Y Piña</p> <p>Arepa Con Chorizo</p> <p>Arepa Queso Y Chorizo</p> <p>Arepa Queso, Jamón Y Chorizo</p> <p>Arepa Con Queso, Carne</p> <p>Arepa Con Queso, Pollo</p> <p>Arepa Con Queso, Chicharrón</p> <p>Arepa Con Carne De Hamburguesa + Jamón + Queso</p> <p>Arepa Mixta (Con Queso Y Dos Carnes)</p> <p>Arepa Con Queso Carne + Pollo Y Chicharrón</p> <p>Arepa Con Jamón, Queso + Carne + Pollo + Chicharrón</p> <p>Arepa Con Doble Queso +Jamón + Carne + Pollo + Chicharrón</p>
7	CARACTERÍSTICAS SENSORIALES	<p>Textura: Semidura</p> <p>Color: Blanco</p> <p>Olor: Característico de la arepa de maíz peto</p> <p>Sabor: Característico del tipo de relleno</p>
8	VIDA ÚTIL ESPERADA	<p>Se recomienda consumo inmediato de la arepa rellena.</p> <p>La arepa sin relleno tiene una vida útil de dos semanas, en las condiciones de almacenamiento adecuadas, pero se recomienda consumir tan pronto como sea posible para mantener las condiciones de frescura ideal del producto.</p>
9	TABLA NUTRICIONAL	Ver Anexo.
10	EMPAQUE	Bolsa de aluminio
11	CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO	<p>Almacenar el producto en canastas higiénicas en un lugar fresco, limpio, seco y aireado, alejado de los rayos del sol y de cualquier fuente de contaminación.</p> <p>Los alimentos que hacen parte del relleno deben ser refrigerados después de cocinados.</p>
12	INSTRUCCIONES DE CONSUMO	Consumir inmediatamente después de asadas por el personal de la empresa
13	PRECAUCIONES Y/O RESTRICCIONES	N/A
14	DATOS DEL FABRICANTE	<p>Arepas a la Lata.</p> <p>Carrera 116ª N° 66-04, Engativá, Bogotá</p>

15	FOTO DEL PRODUCTO	
----	-------------------	--

Tabla 7. Ficha técnica Arepa de Maíz Peto de Arepas a la Lata. Creación propia.

Información Nutricional / Nutrition Facts	
Tamaño por porción/serving size : 1 arepa / 1 arepa (110gr)	
Porciones por envase/ serving per container 1	
Cantidad por porción /Amount per serving	
Calorias / calories 130	Calorias de la grasa / calories from fat 20
	% Valor Diario / Daily Value*
Grasa Total / Total Fat 2g	3%
Grasa Saturada/ Saturated Fat 0,5g	3%
Grasa Trans / Trans Fat 0g	
Colesterol / Cholesterol <5mg	1%
Sodio / Sodium 50 mg	2%
Carbohidrato Total /Total Carbohydrate 22g	7%
Fibra dietaria / Dietary Fiber 0g	0%
Azúcares / Sugars 6g	
Proteína / Protein 4g	8%
Vitamin A / Vitamin A 4%	Vitamina C / Vitamin C 0%
Calcio / Calcium 8%	Hierro / Iron 4%
<p>Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas / Percent daily values are based on 2000 calories diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calories needs.</p>	

Tabla 8. Información Nutricional Arepa de Maíz Peto de Arepas a la Lata. Creación propia.

4.3 Descripción del Proceso

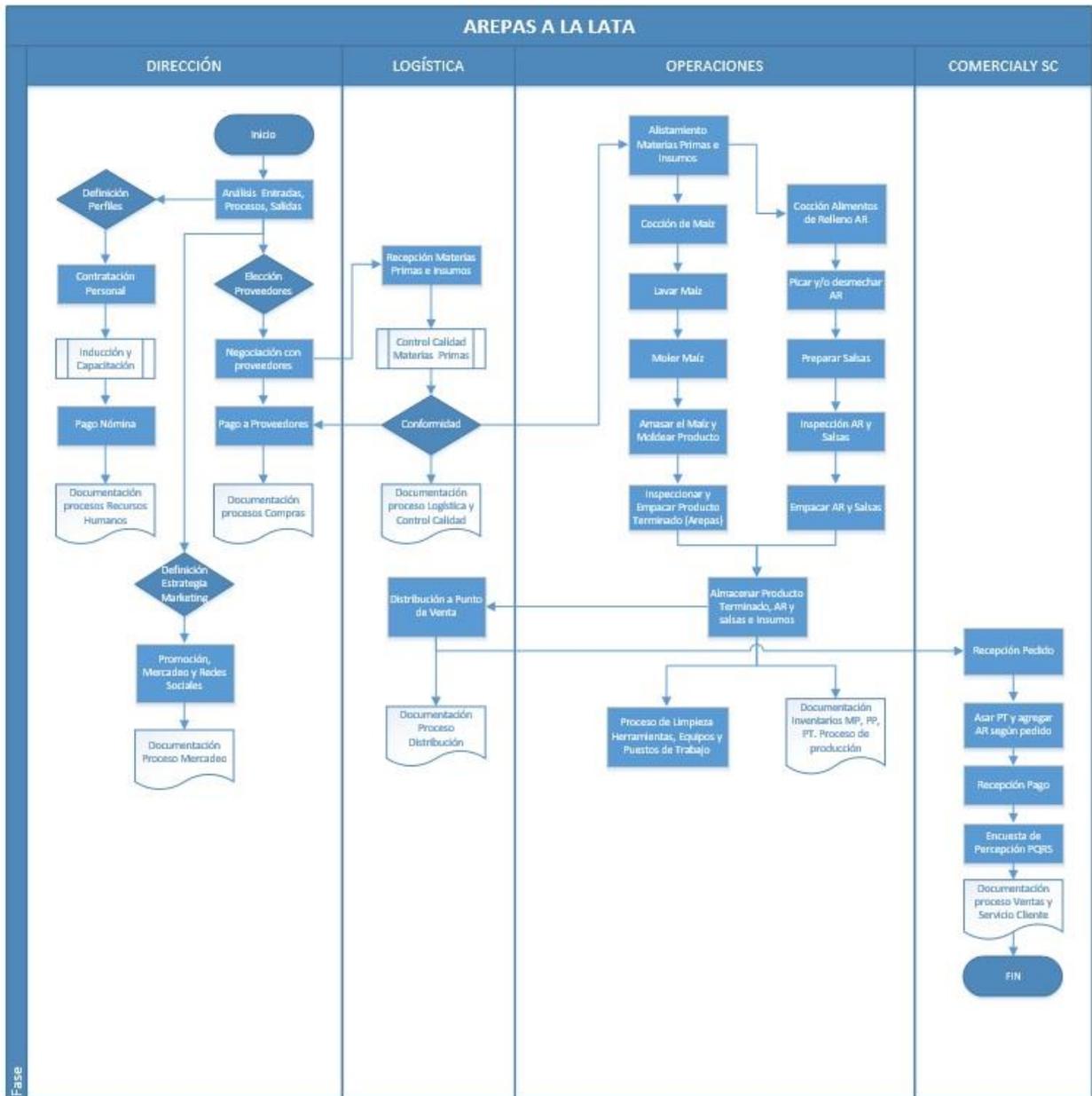


Figura 12. Diagrama de flujo de Funciones Cruzadas. Arepas a la Lata. Creación Propia. Microsoft Visio 2013.

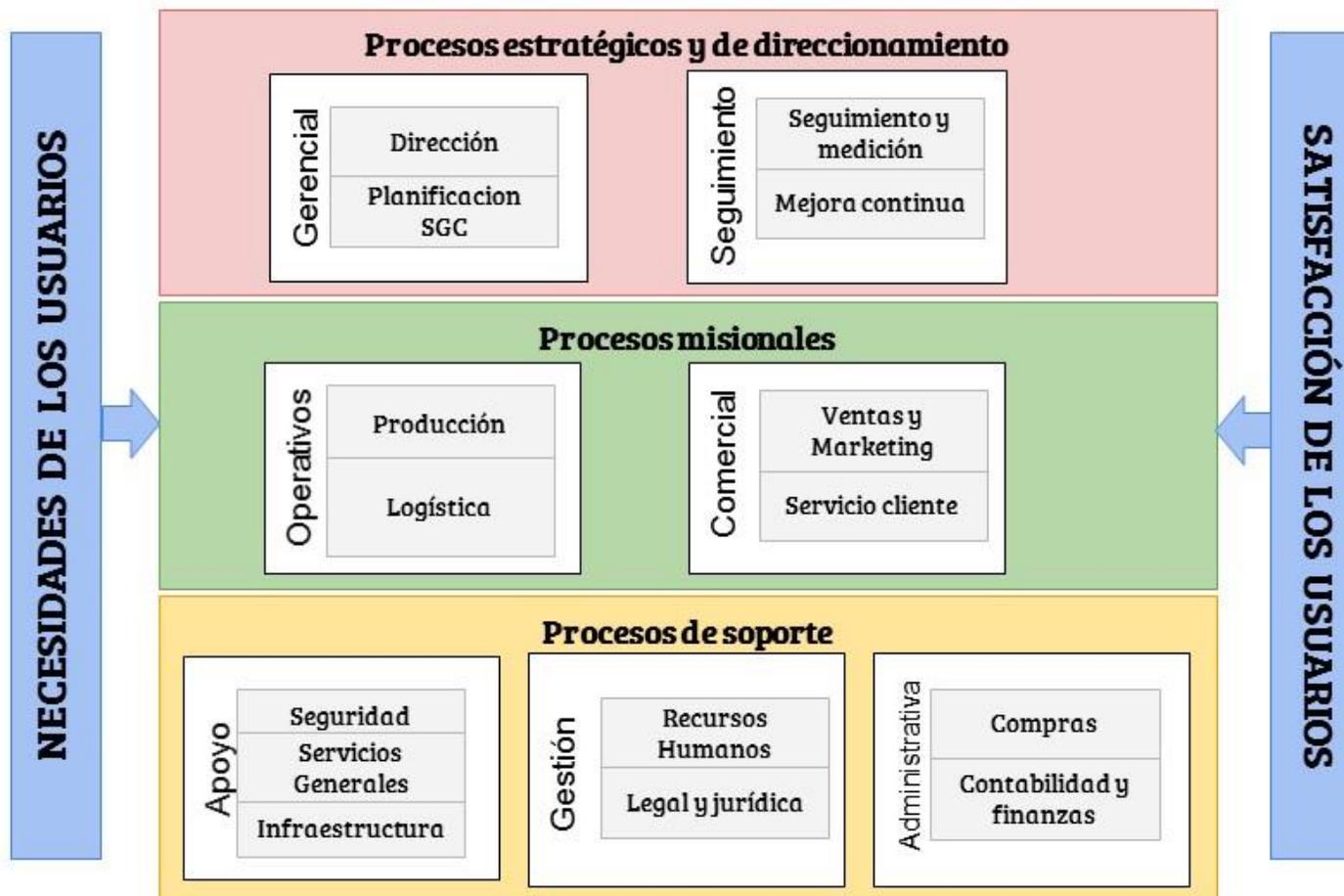


Figura 13. Mapa de Procesos. Arepas a la Lata.
Creación Propia. Microsoft Power Point 2013.

EMPRESA: AREPAS A LA LATA										
PROCESO: Proceso Productivo		INICIA: Recepción Materia Prima					TERMINA: Transporte Producto a Punto Venta			
PRODUCTO: Arepas		CANTIDAD: 430 Unidades					COLABORADORES: 5			
N	ACTIVIDAD	●	➔	▢	▣	▲	TIEMPO / Min	DISTANCIA	OBSERVACIONES	
1	Recepción materia prima	x					60	N/A		
2	Almacenamiento MP					x	10	N/A		
3	Recepción de insumos	x					10	N/A		
4	Almacenamiento Insumos					x	20	N/A		
5	Cocción del Maíz	x					240	N/A		
6	Alistar alimentos para relleno	x					40	N/A		
7	Cocinar / preparar rellenos	x					180	N/A		
8	Lavar el Maíz	x					25	N/A		
9	Moler el Maíz	x					20	N/A		
10	Amasar el Maíz	x					40	N/A		
11	Moldear las Arepas	x					30	N/A		
12	Verificar el tamaño y forma				x		5	N/A		
13	Empacar las arepas						10	N/A		
14	Verificar los rellenos				x		10	N/A		
15	Empacar los rellenos						10	N/A		
16	Almacenar producto					x	5	N/A		
17	Limpieza estaciones trabajo	x					20	N/A		
18	Distribuir productos a punto de venta		x				60	N/A	Al concluir el embalaje, el producto queda almacenado durante la tarde para sea despachado para la venta nocturna	
		Total proceso						735	13h25min	
		Total proceso Recepción						100	1h39min	Se realiza una vez a la semana
		Total Operaciones						635	10h35min	
		Total proceso Distribución						60	1h	

RESUMEN: El proceso no se realiza en secuencia. El proceso productivo sigue una dinámica de producción de tipo Flow Shop. Para la empresa el estudio de distancias no aplica debido a la corta distancia entre puestos de trabajo, es decir, los desplazamientos son inferiores a 1 minuto.

Tabla 9. Proceso productivo: Arepa de Maíz Peto de Arepas a la Lata.
Creación propia. Microsoft Excel 2013

4.4 Requerimientos y Necesidades

4.4.1. Infraestructura

Capacidad Instalada: 600 arepas/día

Capacidad Utilizada: 450 arepas/ día

Proyección de producción: 343 arepas /días

En la actualidad, la empresa Arepas a la Lata tiene un predio en arriendo, en el cual se ha adaptado la planta de producción. No se prevé construcción de edificios ni remodelación del edificio actual en los primeros años de actividad. A continuación se presentan las fotos y plano de la planta de producción.



Foto 1. Planta de Producción. Arepas a la Lata. Creación propia.



Figura 14. Plano de Planta de Producción. Arepas a la Lata.
Creación Propia. Microsoft Visio 2013.



Foto 4. Planta de Producción. Área de inspección y alistamiento. Arepas a la Lata. Creación propia.



Foto 4. Vehículo de distribución del producto. Arepas a la Lata. Creación propia.

La empresa Arepas a la Lata inicia vendiendo sus productos en puestos móviles de comida, adaptándose siempre a la normativa del código de policía así como a las normativas dadas por los Ministerios de salud, ambiente y trabajo; así como todo lo referente a la elaboración, manipulación y venta de alimentos.



Foto 5. Punto de Venta. Arepas a la Lata. Creación propia.

4.4.2. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CANTIDAD	EQUIPO O MAQUINARIA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	MOLINO ELECTRICO	\$ 850.000	\$ 850.000
1	NEVERA	\$ 900.000	\$ 900.000
1	OREADOR	\$ 300.000	\$ 300.000
1	ESTUFA INDUSTRIAL DE 3 PUESTOS	\$ 350.000	\$ 350.000
1	OLLA A PRESION DE 30 LTR	\$ 800.000	\$ 800.000
2	SARTENES	\$ 30.000	\$ 60.000
1	DESMECHADOR	\$ 300.000	\$ 300.000
1	LICUADORA	\$ 80.000	\$ 80.000
1	BASCULA	\$ 125.000	\$ 125.000
TOTAL			\$ 3.765.000

Tabla 10. Maquinaria y Equipo. Arepas a la Lata. Creación propia.



Foto 6. Molino. Arepas a la Lata.
Creación propia.



Foto 7. Innovación: Desmechador carne.
Arepas a la Lata. Creación propia.



*Foto 8. Estufa Industrial.
Arepas a la Lata. Creación propia.*



*Foto 9. Innovación: Desmechador carne.
Arepas a la Lata. Creación propia.*



*Foto 10. Báscula
Arepas a la Lata. Creación propia.*



*Foto 11. Olla. Arepas a la Lata
Creación propia.*

4.4.3. Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	EQUIPO O MAQUINARIA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	MESAS EN ACERO INOXIDABLE	\$ 500.000	\$ 1.500.000
1	TANQUE DE AGUA 110 LTR	\$ 30.000	\$ 30.000
1	ESTANTES	\$ 80.000	\$ 80.000
2	SILLAS EN MADERA	\$ 25.000	\$ 25.000
TOTAL			\$ 1.635.000

Tabla 11. Muebles y enseres. Arepas a la Lata. Creación propia.

4.4.4. Herramientas

HERRAMIENTAS			
CANTIDAD	EQUIPO O MAQUINARIA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
7	CANASTAS	\$ 5.000	\$ 35.000
3	CANECAS DE 20 LTR	\$ 10.000	\$ 30.000
1	MOLDE EN ACERO	\$ 150.000	\$ 150.000
1	CORTADOR DE MASA	\$ 3.000	\$ 30.000
30	COCAS	\$ 2.000	\$ 60.000
6	PINZAS	\$ 15.000	\$ 90.000
24	LIMPIONES	\$ 1.000	\$ 24.000
20	SALSEROS	\$ 1.500	\$ 30.000
6	SALEROS	\$ 1.000	\$ 6.000
12	CUCHARAS	\$ 1.500	\$ 18.000
12	CUCHILLOS DE MESA	\$ 1.500	\$ 18.000
6	CUCHILLOS	\$ 10.000	\$ 60.000
12	TENEDORES	\$ 1.500	\$ 18.000
12	RECIPIENTES HERMETICOS	\$ 15.000	\$ 180.000
2	CANECA PARA RESIDUOS	\$ 25.000	\$ 50.000
3	TABLAS DE CORTE	\$ 12.000	\$ 36.000
3	CUCHARON	\$ 15.000	\$ 45.000
TOTAL			\$ 880.000

Tabla 12. Herramientas. Arepas a la Lata. Creación propia.

4.4.5. Materias Primas e Insumos

N	MATERIA PRIMA	MEDIDA	V. UNITARIO	Q-ML-GR	V. TOTAL
1	MAIZ PETO	BULTO * 100 LB	\$ 70.000	44	\$ 30.800
2	AGUA	LITRO	NA	440	NA
3	LECHE	LITRO	\$ 2.800	1250	\$ 3.500
4	CREMA DE LECHE	LITRO	\$ 8.500	250	\$ 2.125
5	SALSAS	LITRO	\$ 3.250	2000	\$ 6.500
6	PANELA	LIBRA	\$ 1.300	100	\$ 260
7	HARINA	LIBRA	\$ 1.500	300	\$ 900
8	MANTEQUILLA	LIBRA	\$ 2.200	3000	\$ 13.200
9	SAL	LIBRA	\$ 600	1000	\$ 1.200
10	QUESO CAMPESINO	LIBRA	\$ 3.500	12000	\$ 84.000
11	QUESO DOBLE CREMA	LIBRA	\$ 4.500	6000	\$ 54.000
12	JAMON	LIBRA	\$ 5.000	4000	\$ 40.000
13	CARNE	LIBRA	\$ 12.500	10000	\$ 250.000
14	POLLO	LIBRA	\$ 7.000	9500	\$ 133.000
15	CHICHARRON	LIBRA	\$ 5.000	4500	\$ 45.000
16	PEPERONI	LIBRA	\$ 4.000	1000	\$ 8.000
17	PIÑA	LIBRA	\$ 1.300	1500	\$ 3.900
18	PLATANO MADURO	LIBRA	\$ 1.000	750	\$ 1.500
19	TOMATE	LIBRA	\$ 1.000	250	\$ 500
20	CEBOLLA	LIBRA	\$ 1.000	750	\$ 1.500
21	PIMIENTA	LIBRA	\$ 18.000	100	\$ 3.600
22	CHORIZOS	UND	\$ 850	60	\$ 51.000
23	CARNE DE HAMBURGUESA	UND	\$ 1.200	\$ 10	\$12.000
TOTAL DIARIO. 343 Unidades					\$ 715.685
TOTAL MES (25 Días)					\$ 13.637.775

Tabla 13. Materias Primas e Insumos. Mes. Arepas a la Lata. Creación propia.

PROVEEDORES	
NOMBRE	CONTACTO
SALSAMENTARIA FLOR DEL CAMPO	4357009
CARNICERIA SABANAS DEL DORADO	3012246703
QUESOS EL PINAR	3118328569
RICO JAMON	3102302549
CHORIZOS EL CHAMO	2291929
LA CEIBA	5470512

Tabla 14. Datos de Proveedores. Arepas a la Lata. Creación propia.

4.4.6. Insumos

ELEMENTO	UND DIA	MEDIDA	Q MENSUAL	V UNITARIO	V TOTAL
CARBON	1	BULTO	25	\$ 15.000	\$ 375.000
SERVILLETAS	5	PQT * 100	125	\$ 1.300	\$ 162.500
BOLSA ALUMINIO	5	PQT * 100	125	\$ 2.000	\$ 250.000
BOLSA BLANCA	3	PQT * 100	75	\$ 1.300	\$ 97.500
BOLSA DE BASURA	7	UND	175	\$ 150	\$ 26.250
GUANTES	50	UND	1250	\$ 15	\$ 18.750
TAPABOCAS	4	UND	100	\$ 600	\$ 60.000
BOLSA TINA	3	UND	75	\$ 240	\$ 18.000
					\$ 1.088.000

Tabla 15. Insumos. Mes. Arepas a la Lata. Creación propia.

ELEMENTO	UNIDADES	MEDIDA	CANTIDAD	V UNITARIO	V TOTAL
JABON LOZA	4	GRAMOS	2000	\$ 5.000	\$ 20.000
JABON REY	4	GRAMOS	1500	\$ 6.000	\$ 24.000
DESENGRASANTE	3	LITROS	3000	\$ 7.000	\$ 21.000
ESPONJA LOZA	3	UNIDAD	3	\$ 1.000	\$ 3.000
ESPONJA BRILLO	15	UNIDAD	15	\$ 200	\$ 3.000
JABON EN POLVO	12	GRAMOS	10000	\$ 2.800	\$ 33.600
BLANQUEADOR	6	LITROS	3000	\$ 2.500	\$ 10.000
FABULOSO	5	LITROS	1500	\$ 3.000	\$ 12.000
TRAPERO	1	UNIDAD	1	\$ 5.000	\$ 5.000
ESCOBA	1	UNIDAD	1	\$ 5.000	\$ 5.000
RECOGEDOR	1	UNIDAD	1	\$ 5.000	\$ 5.000
JABON DADO	2	GRAMOS	1000	\$ 2.000	\$ 4.000
TOTAL					\$ 144.600

Tabla 16. Insumos de Aseo. Mes. Arepas a la Lata. Creación propia.

4.5 Plan de Producción

4.5.1. Políticas de Producción

- Cero Inventario de Producto Terminado. La promesa de valor que se le ofrece al cliente involucra un producto elaborado el mismo día, para así brindar un producto artesanal, fresco y natural. Así, el Stock de arepas de maíz peto diario cera de cero unidades.
- La rotación de Alimentos AR será máximo de tres días, y todos serán almacenados en refrigeradores.
- El plan de producción está dado por la demanda. Las unidades de producción diaria deben ser igual a las unidades de ventas diarias. Los planes de venta y producción deben tener en cuenta las condiciones meteorológicas debido a la naturaleza del punto de venta (puesto de comida móvil, al aire libre).
- Se proyecta un crecimiento anual de ventas de 5,2%.
- De acuerdo a los resultados del estudio financiero, se establece que el primer año se empezará con una producción de 343 arepas/día (8.575 arepas/mes).
- El calendario de producción mensual se calcula para 25 días laborales.
- La empresa solo trabaja un turno de ocho horas diarias.

PLAN DE PRODUCCIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción Unidades	102.900	108.251	113.880	119.802	126.031

Tabla 17. Proyección plan de producción. Arepas a la Lata. Creación propia.

4.5.2. Plan de compras

Debido a la naturaleza del producto, se ha calculado las materias primas para producir un lote, el cual está constituido por 343 unidades de producto. De esta manera se puede afirmar que el costo unitario del producto es de \$1.590.

La recepción de materias primas e insumos se hace dos días a la semana: lunes y miércoles entre 7am y 10am. Después de verificar la Orden de Compra con el pedido, se realiza el pago al proveedor y se entrega la Orden de Compra siguiente.

N	MATERIA PRIMA	MEDIDA	V. UNITARIO	Q-ML-GR	V. TOTAL
1	MAIZ PETO	BULTO * 100 LB	\$ 70.000	44	\$ 30.800
2	AGUA	LITRO	NA	440	NA
3	LECHE	LITRO	\$ 2.800	1250	\$ 3.500
4	CREMA DE LECHE	LITRO	\$ 8.500	250	\$ 2.125
5	SALSAS	LITRO	\$ 3.250	2000	\$ 6.500
6	PANELA	LIBRA	\$ 1.300	100	\$ 260
7	HARINA	LIBRA	\$ 1.500	300	\$ 900
8	MANTEQUILLA	LIBRA	\$ 2.200	3000	\$ 13.200
9	SAL	LIBRA	\$ 600	1000	\$ 1.200
10	QUESO CAMPESINO	LIBRA	\$ 3.500	12000	\$ 84.000
11	QUESO DOBLE CREMA	LIBRA	\$ 4.500	6000	\$ 54.000
12	JAMON	LIBRA	\$ 5.000	4000	\$ 40.000
13	CARNE	LIBRA	\$ 12.500	10000	\$ 250.000
14	POLLO	LIBRA	\$ 7.000	9500	\$ 133.000
15	CHICHARRON	LIBRA	\$ 5.000	4500	\$ 45.000
16	PEPERONI	LIBRA	\$ 4.000	1000	\$ 8.000
17	PIÑA	LIBRA	\$ 1.300	1500	\$ 3.900
18	PLATANO MADURO	LIBRA	\$ 1.000	750	\$ 1.500
19	TOMATE	LIBRA	\$ 1.000	250	\$ 500
20	CEBOLLA	LIBRA	\$ 1.000	750	\$ 1.500
21	PIMIENTA	LIBRA	\$ 18.000	100	\$ 3.600
22	CHORIZOS	UND	\$ 850	60	\$ 51.000
23	CARNE DE HAMBURGUESA	UND	\$ 1.200	\$ 10	\$12.000
TOTAL DIARIO. 343 Unidades					\$ 715.685
Costo Materia Prima Unitario					\$ 1.590

Tabla 18. Compra Materias Primas e Insumos. Día. Arepas a la Lata. Creación propia.

4.5.3. Costos de Producción

a) Costos Variables

AÑO 1	
Costo de Materias Primas	\$ 163.653.303
Costo de Insumos	\$ 13.831.200
TOTAL	\$ 177.484.503

Tabla 19. Costos Variables Anual. Arepas a la Lata. Creación propia.

b) Costos Fijos

AÑO 1		
Sueldos Mano Obra Directa	\$	44.256.468
Prestaciones Sociales	\$	9.258.423
Aportes Patronales	\$	12.960.754
Auxilio de transporte	\$	4.988.400
Costo de mantenimiento equipo	\$	17.810.000
Costo de mantenimiento de instalaciones	\$	2.400.000
Depreciación Operación	\$	1.200.000
Arriendos	\$	960.000
Dotación	\$	3.120.000
Servicios: Celular	\$	1.440.000
TOTAL	\$	98.394.045

Tabla 20. Costos Fijos Anual. Arepas a la Lata. Creación propia.

c) Costos Unitarios

El costo unitario de cada arepa producida es de \$2.681 para el primer año

d) Punto de Equilibrio

La empresa debe producir y vender 343 arepas diarias para cubrir los costos totales de funcionamiento. Es decir, 102.900 unidades al año.

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Ingresos

En los primeros cinco años, solo se proyecta ingresos por ventas.

	Mensual	Anual
Ingreso por ventas	\$ 25.725.000	\$ 308.700.000

Tabla 21. Ingresos. Arepas a la Lata. Creación propia.

5.2 Egresos

	Mensual	Anual
Compras Mp / Inventarios	\$ 14.050.857	\$ 168.610.278
Nómina Operativa	\$ 5.955.337	\$ 71.464.045
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 2.144.167	\$ 25.730.000
Gastos Admon y Ventas	\$ 3.910.065	\$ 46.920.784

Tabla 22. Egresos. Arepas a la Lata. Creación propia.

5.3 Capital de trabajo

La empresa cuenta con un monto de inversión inicial de \$20.000.000 distribuida así:

INVERSIÓN FIJA	
Terrenos y Edificios	0
Maquinaria y Equipos	0
Equipos Computo y comunicaciones	0
Muebles y Enseres	\$ 7.880.000
Vehículos	\$ 6.000.000
Total	\$ 13.880.000
INVERSIÓN CIRCULANTE	
Capital de Trabajo	\$ 6.120.000

Tabla 23. Distribución de la Inversión. Arepas a la Lata. Creación propia.

5.4 Fuentes de Financiación

Para los primeros años de funcionamiento no se prevé solicitar préstamos a entidades financieras. Sin embargo, la empresa está abierta a acoger iniciativas de apoyo al emprendimiento del gobierno y otras entidades.

5.5. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS DE EFECTIVO						
Ingreso por ventas		308.700.000	324.752.400	341.639.525	359.404.780	378.093.829
EGRESOS DE EFECTIVO						
Compras Mp / Inventarios		168.610.278	173.668.587	178.878.644	184.245.003	189.772.354
Nómina Operativa		71.464.045	73.576.191	75.750.969	77.990.244	80.295.932
Costos Indirectos de Fabricación		25.730.000	26.501.900	27.296.957	28.115.866	28.959.342
Gastos Admon y Ventas		46.920.784	48.206.367	49.528.550	50.888.392	52.286.980
Pago de Impuesto de Renta		0	0	0	443.418	2.597.329
Pago de Dividendos			-2.819.867	-1.905.819	-881.252	172.150
Pago de deuda		0	0	0	0	0
Total egresos de Efectivo		312.725.107	319.133.178	329.549.302	340.801.670	354.084.087
Flujo Neto de efectivo Operativo		-4.025.107	5.619.222	12.090.223	18.603.110	24.009.742
Inversiones	-20.000.000					
Flujo Neto Total	-20.000.000	-4.025.107	5.619.222	12.090.223	18.603.110	24.009.742
Mas: Saldo Inicial de Caja			-4.025.107	1.594.115	13.684.338	32.287.448
Igual: Saldo Caja (Superavit o Deficit)		-4.025.107	1.594.115	13.684.338	32.287.448	56.297.190
Flujo neto Acumulado	-20.000.000	-24.025.107	-18.405.885	-6.315.662	12.287.448	36.297.190
Tiempo en que se recupera la inversión		5,3	Años			

Tabla 24. Flujo de Caja. Arepas a la Lata. Creación propia.

5.6 Balance de General

BALANCE GENERAL PROYECTADO AREPAS A LA LATA

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Efectivo	6.120.000	0	1.594.115	13.684.338	32.287.448	56.297.190
Cuentas Por Cobrar		15.435.000	16.237.620	17.081.976	17.970.239	18.904.691
Inventarios						
Total Activos Corrientes		15.435.000	17.831.735	30.766.314	50.257.687	75.201.881
Activos No Corrientes						
No Depreciables						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
ACTIVOS FIJOS						
Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipos	0	0	0	0	0	0
Equipos Computo	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	7.880.000	7.880.000	7.880.000	7.880.000	7.880.000	7.880.000
Vehículos		6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Total Activo Fijo Depreciable (Bruto)	7.880.000	13.880.000	13.880.000	13.880.000	13.880.000	13.880.000
(-) Depreciación Acumulada		1.988.000	3.976.000	5.964.000	7.952.000	9.940.000
Total Activo Fijo Depreciable (Neto)	7.880.000	11.892.000	9.904.000	7.916.000	5.928.000	3.940.000
Activos Diferidos	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS	14.000.000	27.327.000	27.735.735	38.682.314	56.185.687	79.141.881

PASIVO Y PATRIMONIO						
<u>Pasivos Corrientes</u>						
Proveedores		8.874.225	9.140.452	9.414.665	9.697.105	9.988.019
Otros Pasivos Corrientes						
Porción Corriente Pasiv a Largo plazo						
Pasivos Financieros a Corto Plazo						
Impuesto de Renta y Cree por Pagar		0	0	0	443.418	2.597.329
Total pasivos Corrientes	0	8.874.225	9.140.452	9.414.665	10.140.523	12.585.348
<u>Pasivos No Corrientes</u>						
Pasivos Financieros						
Cuentas por pagar		0	0	0	0	0
Total pasivos No Corrientes		0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS	0	8.874.225	9.140.452	9.414.665	10.140.523	12.585.348
<u>PATRIMONIO</u>						
Capital	14.000.000	14.000.000	14.000.000	14.000.000	14.000.000	14.000.000
Utilidades Retenidas		0	2.819.867	4.725.686	5.606.938	6.295.540
Utilidades del Ejercicio		0	0	0	860.752	5.041.874
TOTAL PATRIMONIO		18.452.775	18.595.283	29.267.649	46.045.164	66.556.534
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		27.327.000	27.735.735	38.682.314	56.185.687	79.141.881

Tabla 25. Balance General Proyectado. Arepas a la Lata. Creación propia

5.7 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
AREPAS A LA LATA						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS BRUTAS	308.700.000	324.752.400	341.639.525	359.404.780	378.093.829	1.712.590.534
Menos:						
Costo de Venta	275.878.549	284.087.129	292.541.236	301.248.218	310.215.645	1.463.970.777
Compras Mp / Inventarios	177.484.503	182.809.038	188.293.310	193.942.109	199.760.372	942.289.332
Nomina Operativa	71.464.045	73.576.191	75.750.969	77.990.244	80.295.932	379.077.380
Costos indirectos de fabricación	25.730.000	26.501.900	27.296.957	28.115.866	28.959.342	136.604.064
Depreciación Operativa	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	6.000.000
Utilidad Bruta en Ventas	32.821.451	40.665.271	49.098.289	58.156.562	67.878.183	248.619.756
Menos:						
Gastos de Administración	46.920.784	50.194.367	53.504.550	56.852.392	60.238.980	257.771.074
Amortización de Diferidos		0	0	0	0	0
Utilidad Operacional	-14.099.333	-9.529.096	-4.406.262	1.304.170	7.639.203	-19.091.317
Menos: Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	-14.099.333	-9.529.096	-4.406.262	1.304.170	7.639.203	-19.091.317
Menos Provisión de Impuestos	0	0	0	443.418	2.597.329	3.040.747
Utilidad Neta	-14.099.333	-9.529.096	-4.406.262	860.752	5.041.874	-22.132.064
Punto de Equilibrio	310.722.477	297.081.319	286.844.544	279.067.304	273.129.504	1.371.756.384

Tabla 26. Estado de Resultados. Arepas a la Lata. Creación propia

5.8 Valor Presente Neto (VPN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Análisis de Sensibilidad

AREPAS A LA LATA						
ANÁLISIS PROBABLE						
Análisis Actual	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos de Efectivo		308.700.000	324.752.400	341.639.525	359.404.780	378.093.829
Egresos de Efectivo		312.725.107	319.133.178	329.549.302	340.801.670	354.084.087
Flujo Neto de efectivo operativo		-4.025.107	5.619.222	12.090.223	18.603.110	24.009.742
Inversiones	-20.000.000	0	0	0	0	0
Flujo Neto Total	-20.000.000	-4.025.107	5.619.222	12.090.223	18.603.110	24.009.742

ANÁLISIS PESIMISTA						
95%	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos de Efectivo		293.265.000	308.514.780	324.557.549	341.434.541	359.189.137
Egresos de Efectivo		312.725.107	319.133.178	329.549.302	340.801.670	354.084.087
Flujo Neto de efectivo operativo		-19.460.107	-10.618.398	-4.991.753	632.871	5.105.051
Inversiones	-20.000.000	0	0	0	0	0
Flujo Neto Total	-20.000.000	-19.460.107	-10.618.398	-4.991.753	632.871	5.105.051

ANÁLISIS OPTIMISTA						
105%	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos de Efectivo		324.135.000	340.990.020	358.721.501	377.375.019	396.998.520
Egresos de Efectivo		312.725.107	319.133.178	329.549.302	340.801.670	354.084.087
Flujo Neto de efectivo operativo		11.409.893	21.856.842	29.172.199	36.573.349	42.914.433
Inversiones	-20.000.000	0	0	0	0	0
Flujo Neto Total	-20.000.000	11.409.893	21.856.842	29.172.199	36.573.349	42.914.433

	Actual	Pesimista	Optimista
Tasa Interna de retorno (TIR)	28%	-47%	93%
Valor Presente Neto (VPN)	2.053.757	-42.987.591	47.095.104
Valor Presente Neto (Ingresos)	900.826.956	855.785.609	945.868.304
Valor Presente neto (Egresos)	878.773.200	878.773.200	878.773.200
Relación Beneficio - Costo	1,0	1,0	1,1

Tabla 27. Análisis de Sensibilidad. Arepas a la Lata. Creación propia

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1 Impacto Ambiental

En el caso de Arepas a la Lata, dedicada a la elaboración y venta de arepas de maíz, se puede afirmar que el proceso productivo no genera impactos ambientales industriales de gran escala. Esto debido a que no se cuenta ningún procedimiento a altas temperaturas y no se usa productos químicos.

Ahora bien, la empresa tiene un área de innovación en la que se incluye un grupo de trabajo cuyo objetivo es innovar y mejorar los procedimientos para disminuir el impacto ambiental. Uno de los objetivos iniciales es el de diseñar procesos de lavado del maíz y de limpieza general en los que se minimice la cantidad de agua utilizada. Además, como se realiza la cocción de alimentos, el equipo de innovación generará un diseño de una trampa de grasa para el sistema de vertimiento, la cual esté totalmente adaptada a la planta y al proceso. En Colombia, la ley exige en la realización de pagos de impuestos a las industrias que generen una alta contaminación por vertimiento de aguas con contaminantes, pero no aplica para esta empresa; sin embargo, la empresa afirma su compromiso con el óptimo uso de los recursos naturales.

Por otro lado, la empresa busca negociar con proveedores que aseguren buenas prácticas de agricultura. Al mismo tiempo, se busca apoyar a los pequeños agricultores colombianos y de esta manera a la economía local.

Además, se promueve en el cliente final el uso racional de insumos como cajas, servilletas y bolsas. Esto generará, en el futuro, una disminución de insumos comprados por la empresa y así ese valor se puede reflejar en beneficios para el cliente en términos de cantidad de producto o precio.

Finalmente, la empresa se compromete a utilizar publicidad eco-amigable (redes sociales) y respetar la normatividad que regula los avisos para evitar la contaminación visual en la ciudad. Además, se compromete a cumplir las regulaciones de emisiones de gases de automóviles de distribución del producto. Para esto ha establecido un presupuesto anual para revisiones y reparaciones técnicas.

6.2 Impacto Social

Como se ha mencionado al inicio del presente documento, la arepa es un alimento de gran importancia para los hogares colombianos. Se puede incluso afirmar que la arepa tiene fuertes vínculos con la cultura colombiana. Así pues, el generar una idea de negocio cuya base central sea este alimento permite reafirmar los lazos de viejas y nuevas generaciones con la gastronomía típica de nuestro país.

Además, este alimento es saludable y lo puede consumir cualquier persona; lo que permite a la empresa apoyar estilos de vida saludable. Así, esta empresa puede ofrecer una alternativa que no propicia el detrimento de la salud como lo hace muchos otros productos que han invadido el mercado en la última década.

Finalmente, pero no menos importante, el funcionamiento de la empresa permite generar empleo en la comunidad en la que se encuentra. Principalmente, se busca apoyar a estudiantes que necesitan horarios flexibles para poder culminar sus estudios y a quienes se les da la oportunidad de poner en práctica, en la empresa, los conocimientos adquiridos en las instituciones de educación. Por otro lado, se apoya a las mujeres cabeza de familia, quienes pueden alternar sus responsabilidades familiares con las del trabajo. Arepas a la Lata, apoya y promueve el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, por eso se compromete tanto con sus clientes como con sus colaboradores.

6.3 Impacto Económico

En primera instancia, Arepas a la Lata genera un impacto económico positivo a cinco colaboradores con los que cuenta para su proceso productivo, a través de un ingreso estable y con un porcentaje atractivo de crecimiento de acuerdo al crecimiento de producción y ventas de la empresa.

Como segundo impacto positivo, se puede señalar el ingreso mensual estable que obtendrán los proveedores locales, a quienes se apoya a través de la vinculación en nuestra cadena de valor.

Finalmente, se proyecta un crecimiento estable de **5,2%** en los siguientes cinco años. Con unas ventas de **\$ 308.700.000** para el primer año y **\$ 378.093.829** para el quinto año, para el cual se analizará la factibilidad de expansión a otros puntos de la ciudad fijos y móviles así como pueblos de Cundinamarca.

Conclusiones

Se establece que la propuesta de negocio de la empresa Arepas a la Lata es viable. En primera instancia, porque los socios tienen experticia en el negocio y conocen el mercado, y reconocen a través del presente estudio que el formalizar el negocio les permite asegurar la trazabilidad de la información, una mejor planeación y una mejor toma de decisiones.

En términos técnicos, la viabilidad es inminente. Se cuenta con la capacidad instalada y con posibilidad de incrementar la producción para igualar el crecimiento de la demanda. Además, se cuenta con las herramientas, equipos y maquinaria; y la primera innovación de equipo constata la importancia del área de innovación en términos de optimización de los procesos.

Por otro lado, este estudio permitió esculpir la propuesta de valor que se le entregará al cliente: Una arepa de maíz peto, fresca (elaboración diaria), natural (sin preservantes ni colorantes), artesanal, con gran variedad de oferta de rellenos de deliciosos sabores y con un acogedor y excelente servicio al cliente. Además, fue posible analizar y mejorar el proceso productivo, la disposición de las áreas de operaciones, y en general analizar las entradas y salidas del proceso.

Ahora bien, con una Tasa Interna de Oportunidad del 25%, el negocio ofrece una rentabilidad de una TIR de 28% y un VPN de \$2.053.757 en las condiciones actuales del proyecto. Esto frente a un análisis optimista, al generar mejoras sustanciales en los procesos, negociación con proveedores y ventas, con una TIR de 98% se tendría un VPN de \$47.095.104. Y si se considera un crecimiento en las ventas de 5.2% anual, la inversión se recuperaría en 5,3 años. Es importante señalar que el presente estudio se basa en un ambiente real y no hipotético como se suele trabajar en muchos estudios. Se busca generar un margen de utilidad estable y creciente, al mismo tiempo que se garantice un producto de calidad para los usuarios, una convivencia armónica con la comunidad, excelentes condiciones de trabajo para los colaboradores y relaciones mutuamente benéficas con los proveedores.

Para cumplir con ese objetivo, los resultados del estudio indican que es necesario iniciar con una producción diaria de 343 arepas. A partir de los resultados del estudio de mercados, se puede afirmar que dichas unidades se venderán diariamente teniendo en cuenta el tamaño de mercado objetivo y el potencial y la aceptación de la propuesta de valor que ofrece Arepas a la Lata.

Bibliografía

- [1] Revista Dinero, «Dinero,» 2016. [En línea]. Available: <http://www.dinero.com/edicion-impresia/negocios/articulo/como-es-el-mercado-de-comida-rapida-en-colombia/240021>. [Último acceso: Septiembre 2017].
- [2] Revista Portafolio, «Portafolio,» 2016. [En línea]. Available: <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/siete-de-cada-10-colombianos-consumen-arepa-en-el-desayuno-498533>. [Último acceso: Septiembre 2017].
- [3] Alcaldía de Bogotá, «Normas Alcaldía de Bogotá,» 2000. [En línea]. Available: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>. [Último acceso: Septiembre 2017].
- [4] Cámara de Comercio de Bogotá, «CCB,» 2017. [En línea]. [Último acceso: Septiembre 2017].
- [5] Planeación Distrital, «SINUPOT,» 2017. [En línea]. Available: <http://sinupotp.sdp.gov.co/sinupot/index.jsf#>. [Último acceso: Septiembre 2017].
-