

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de arepas ocañeras en Floridablanca, Santander.

Lady Maryury Quintero Herrera

Mónica Johanna Reyes García

Trabajo de grado presentado para optar el título de Profesional en Gestión Empresarial

Directora

Marcela Patricia Arenas Crisanchó

Especialista en Ingeniería de operaciones en manufactura y servicios

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Gestión empresarial

Bucaramanga

2022

Dedicatoria

A Dios que siempre ha sido la guía en cada uno de mis pasos; a mis padres Jesús Abel y Candelaria, mis hermanos Martha, Jhon, Karol, Zarela y especialmente a mi hermano Arlin Yused, quien físicamente no se encuentra con nosotros, pero sé que desde el cielo celebra conmigo este logro.

Lady Maryury Quintero Herrera

A mi esposo Carlos Javier quien, con su amor, paciencia y ejemplo, me motiva a crecer académicamente.

A mis hijos Ariadna Sofía y Nicolás Javier, quienes se unieron a mi etapa de estudio para educarme en la mejor profesión del mundo, ser mamá.

A mi madre Aurora, y hermanos Daniela y Martín quienes, a través de la distancia, me brindaron su amor y apoyo.

Mónica Johanna Reyes García

Agradecimientos

Mi sincero agradecimiento al Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia, a la Universidad Industrial de Santander, a los profesores que contribuyeron significativamente durante todo el proceso de formación y especialmente a la profesora Marcela Patricia Arenas Cristancho, por todo su esfuerzo, ayuda y dedicación durante el desarrollo del trabajo de grado, sin ella esto no hubiera sido posible.

A la profesora Margarita Rodríguez Villabona, coordinadora del programa Gestión Empresarial, gracias por todo el acompañamiento recibido durante nuestra estancia académica.

Finalmente, agradezco a la Fundación Aurelio Llano Posada, por el apoyo económico brindado a través de la Universidad Industrial de Santander.

Lady Maryury Quintero Herrera

A Dios por poner en mí el sentir de aprender y crecer profesionalmente, por mostrarme el camino, las herramientas, personas y articular de manera perfecta mis ámbitos de hogar, trabajo y estudio que me llevaron a lograr esta meta.

A la Universidad Industrial de Santander, por su trabajo constante en brindar educación de alta calidad, los medios y herramientas necesarios para adquirir conocimiento y tener programas con modalidad a distancia que permiten acceder a la educación en paralelo con otras responsabilidades de la vida diaria.

A los docentes que, con cada una de sus cátedras, me enseñaron fuera del conocimiento del área específica, a ser mejor persona, valores y crear lazos de amistad. Son excelentes profesionales que contribuyeron a una formación integral con sello UIS. Especialmente a la directora Marcela Patricia Arenas Cristancho, quien me animó a continuar con este proceso, dedicó su tiempo en

explicarnos y orientarnos de manera práctica como desarrollar esta factibilidad. También a mi primera profesora y quien me acompañó indirectamente en toda la carrera, Claudia Patricia Calderón.

A mi compañera de cipas Lady, quien ha demostrado total sentido de pertenencia, responsabilidad, paciencia y amistad en este proceso para conmigo y este trabajo.

Finalmente, agradezco a la Universidad Pontificia Bolivariana, por su apoyo económico durante esta etapa académica.

Mónica Johanna Reyes García.

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	19
1. Análisis general del sector	21
1.1 Descripción del sector	21
1.3. Evolución del sector	23
1.4. Tendencias del sector	25
1.5. Identificación de oportunidades y amenazas.	28
1.6. Marco legal.....	28
1.7. Contexto geográfico	29
2. Estudio de mercados	31
2.1 Descripción del producto.....	31
2.1.1. Descripción, usos y especificaciones del producto.....	31
2.1.2. Atributos diferenciadores.....	32
2.2. Segmento de mercado.....	32
2.3. Estudio de la demanda.....	33
2.3.1 Necesidades de información	33
2.3.2 Tipo de estudio.....	33
2.3.3. Enfoque	33
2.3.4. Fuentes de información.....	34
2.3.5. Técnicas de investigación.	34
2.3.6. Instrumento para la recolección de la información.....	34
2.3.7. Modo de aplicación.....	34

2.3.8 Cálculo de muestra.....	34
2.3.9 Alcance	35
2.3.10. Tiempo de aplicación.....	35
2.3.11. Tabulación, presentación y análisis de resultados	35
2.3.12. Estimación de la demanda actual	51
2.3.13. Estimación de la demanda efectiva.....	52
2.3.14. Proyección de la demanda para los próximos 5 años	52
2.4. Análisis de la oferta.....	53
2.5. Descripción del producto mínimo viable	55
2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto mínimo viable.....	55
2.5.2. Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.....	55
2.6. Estructura de comercialización y de distribución.....	56
2.7. Estrategia para fijación de precios.....	57
2.8. Relacionamiento con los clientes	57
2.8.1. Estrategias de comunicación.....	57
2.8.2. Presupuesto de comunicación.....	57
2.8.2.1. Presupuesto de lanzamiento.....	58
2.8.2.2. Presupuesto de operación.....	58
3. Estudio técnico.....	60
3.1. Tipo de proyecto.....	60
3.2. Desarrollo operativo del proyecto	60
3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable.....	60
3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave:	61

3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)..	64
3.2.4 Análisis ambiental.....	64
3.2.5 Recursos claves	64
3.2.5.1. Talento Humano.....	64
3.2.5.2 Infraestructura.	65
3.2.5.3. Materiales, insumos o mercancías.	66
3.2.6. Distribución de planta.....	68
3.2.7 Localización.....	69
3.2.8 Control de calidad	71
3.3. Capacidad del proyecto	72
3.2.1 Capacidad total diseñada por línea de producto	72
3.3.2 Capacidad instalada	74
3.3.2 Capacidad instalada y proyectada.....	74
4. Estudio administrativo	76
4.1 Forma de constitución	76
4.2 Estructura organizacional	76
4.2.1 Misión	76
4.2.2 Visión.....	76
4.2.3 Valores Corporativos.	77
4.2.4 Organigrama	77
4.2.2 Asignación salarial.....	78
5. Estudio financiero	81
5.1 Inversiones fija y diferida.....	81

5.1.1 Inversión Fija	81
5.1.2 Inversión diferida	85
5.2 Costos y gastos	86
5.1.1 Costos de producción	86
5.1.2 Gastos de administración y ventas	90
5.3. Capital de trabajo.....	93
5.3.1 Periodo de capital de trabajo.....	93
5.3.2 Estructura del crédito.	93
5.4. Inversión total.....	97
5.5. Estructura de capital	97
5.5.1 Recursos propios.....	97
5.5.2 Recursos de financiación.	98
5.6. Precio de venta	98
5.7. Estados financieros proyectados.....	99
5.7.1 Estado de Resultados proyectado.....	99
5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.....	100
5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado	101
5.8. Evaluación financiera	103
5.8.1 Razones financieras	103
5.8.2 Indicadores de viabilidad.	107
6. Conclusiones	110
7. Recomendaciones.....	112
8. Referencias Bibliográficas	113

9. Apéndices 119

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Conocimiento del producto.....	36
Tabla 2. Frecuencia de consumo.....	36
Tabla 3. Preferencias de relleno (selección múltiple).....	38
Tabla 4. Preferencia modalidad de pedido.....	39
Tabla 5. Lugar de consumo.....	40
Tabla 6. Consideraciones en el momento de compra	41
Tabla 7. Conformación grupo de acompañantes.....	42
Tabla 8. Valor de compra actual	43
Tabla 9. Modalidad de pago.....	44
Tabla 10. Conocimiento del producto.....	45
Tabla 11. Aceptación del producto	46
Tabla 12. Preferencia de ubicación (selección múltiple)	47
Tabla 13. Precios dispuestos a pagar	48
Tabla 14. Preferencia de medio para ordenar (selección múltiple)	49
Tabla 15. Preferencia medio de publicidad (selección múltiple).....	50
Tabla 16. Demanda actual proyectada	53
Tabla 17. Demanda efectiva proyectada.....	53
Tabla 18. Matriz análisis de la competencia.....	54
Tabla 19. Presupuesto de lanzamiento.....	58
Tabla 20. Presupuesto de operación.....	59
Tabla 21. Ficha técnica del producto mínimo viable.....	60

Tabla 22. Talento Humano	64
Tabla 23. Equipos de oficina	65
Tabla 24. Maquinaria y equipos.....	65
Tabla 25. Muebles y enseres de producción	66
Tabla 26. Materiales, insumos directos.....	66
Tabla 27. Materiales, insumos indirectos	67
Tabla 28. Distribución planta.....	68
Tabla 29. Micro localización Método cualitativo	71
Tabla 30. Capacidad Total diseñada	73
Tabla 31. Capacidad Total instalada.....	74
Tabla 32. Capacidad Total instalada y proyectada.	75
Tabla 33. Asignación salarial.....	78
Tabla 34. Base de liquidación de nómina Asignación salarial	79
Tabla 35. Estructura salarial	79
Tabla 36. Estudio de proveedores	81
Tabla 37. Equipos de oficina	82
Tabla 38. Equipos de computación y comunicación	82
Tabla 39. Maquinaria y equipo	83
Tabla 40. Muebles y enseres.....	84
Tabla 41. Herramientas	84
Tabla 42. Inversión fija.....	85
Tabla 43. Inversión diferida.....	85
Tabla 44. Costos fijos	86

Tabla 45. Materia prima.....	87
Tabla 46. Materiales indirectos.....	88
Tabla 47. Costos variables	88
Tabla 48. Mano de obra directa	89
Tabla 49. Costos totales de producción	90
Tabla 50. Nómina administrativa.....	90
Tabla 51. Nómina de ventas (servicio al cliente-mesero).....	91
Tabla 52. Gastos de administración y ventas (Las redes sociales estarán a cargo de la administradora).....	92
Tabla 53. Gastos variables de administración y ventas	92
Tabla 54. Gastos totales de administración y ventas	93
Tabla 55. Amortización de crédito.....	93
Tabla 56. Resumen capital de trabajo	96
Tabla 57. Inversión total	97
Tabla 58. Recursos propios.....	97
Tabla 59. Precio de venta.....	98
Tabla 60. Estado de resultados proyectados	99
Tabla 59. Flujo de fondos proyectado.....	100
Tabla 62. Estado de situación financiera inicial y proyectada.....	101
Tabla 63. Valores Razones financieras	103
Tabla 64. Razones de liquidez	104
Tabla 65. Razones de operación	105
Tabla 66. Razones de rentabilidad.....	105

Tabla 67. Razones de endeudamiento.....	106
Tabla 68. Tasa interna retorno	107
Tabla 69. Cálculo del Valor presente neto.....	108
Tabla 70. Periodo de recuperación.....	108
Tabla 71. Punto de equilibrio.....	109

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Producto.....	31
Figura 2. Conocimiento del producto	36
Figura 3. Frecuencia de consumo	37
Figura 4. Preferencias de relleno	38
Figura 5. Preferencia modalidad de pedido	39
Figura 6. Lugar de consumo	40
Figura 7. Consideraciones en el momento de compra	41
Figura 8. Conformación grupo de acompañantes	42
Figura 9. Valor de compra actual.....	43
Figura 10. Modalidad de pago	44
Figura 11. Conocimiento del producto	45
Figura 12. Aceptación del producto.....	46
Figura 13. Preferencias de ubicación	47
Figura 14. Precios dispuestos a pagar.....	48
Figura 15. Preferencia de medio para ordenar (selección múltiple)	49
Figura 16. Preferencia medio de publicidad	51
Figura 17. Estructura de comercialización y de distribución.....	57
Figura 18. Diagrama de proceso	63
Figura 19. Distribución de planta.....	68
Figura 20. Organigrama	78
Figura 21. Punto de equilibrio	109

Lista de Apéndices

	pág.
Apéndice A. Encuesta.....	119
Apéndice B. Cotización SG-SST.....	121
Apéndice C. Cotización Análisis Ambiental	123
Apéndice D. Cotización (Valores de referencia) para Inversión	127
Apéndice F. Cotización Sistema contable	132

Glosario

Amasado: Es la acción por medio de la cual se homogeniza la masa mediante el sobado de esta (Gaviria, 2019).

Arepa: Es un alimento básico que se elabora a partir de una masa que se arma con diferentes técnicas simples y rellenas, a la que se le da forma redondeada de diferentes tamaños y se cuecen en parrilla, tiestos, hornos o fritas (Gaviria, 2019).

Cara de la arepa: Es un término tradicional de Ocaña para referirse a la delgada capa de la arepa que se desprende al asarse y permite el relleno (Aragón, 2018)

Microempresa: Las microempresas son las que cuentan con un personal no superior a 10 trabajadores y con activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes (smmlv). Las pequeñas empresas son las que tienen entre 11 y 50 trabajadores, y activos totales mayores a 501 smmlv y menores a 5.001 smmlv (Misterio de Comercio, Industria y turismo, 2004)

Molienda: Es el primer paso del amasado, realizado con la ayuda de un molino de disco (Hoyos, 2012)

Pilones: Son recipientes de madera cuya forma es cóncava y se utiliza para moler maíz (Hoyos, 2012)

Tiesto: Es una parrilla ideal para asar arepas, fabricada en aluminio fundido, en forma circular que permite distribuir de manera uniforme el calor y alcanzar una cocción homogénea. (Imusa, 2021)

Trillado: Es el proceso de dividir los granos de maíz en trozos pequeños para esto se requiere del uso de máquinas trilladoras. (Aragón, 2018)

Resumen

Título: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de arepas ocañeras en Floridablanca, Santander *

Autor: Lady Maryury Quintero Herrera y Mónica Johanna Reyes García **

Palabras Clave: factibilidad, familia, arepa, ocañera, obesidad, maíz

Descripción:

Las arepas ocañeras son un plato típico de la región, símbolo y legado del departamento de Norte de Santander, son un alimento rico en fibra y nutrientes al ser elaborado principalmente con maíz blanco y conservando su elaboración de manera tradicional. La arepa es un alimento que no puede faltar en la mesa de las familias ocañeras, es un producto práctico, fácil de preparar y se puede combinar con muchos tipos de rellenos. Dada la cercanía de la provincia de Ocaña con Santander, este producto es conocido y apetecido por la población santandereana. La dinámica de las familias y habitantes de Floridablanca, cada vez se ve marcada por la escasez de tiempo a la hora de preparar alimentos, especialmente en las horas del almuerzo y cenas. Pese a que en el mercado se encuentran varios establecimientos de comidas rápidas y otros dedicados exclusivamente a la fabricación y venta de las arepas ocañeras, éstos no cuentan con un producto natural que conserve el método de preparación tradicional y originario de Ocaña. Así mismo, al observar se evidencia que, en el municipio de Floridablanca, especialmente en el casco antiguo no hay un lugar para deleitarse con este producto es por esta razón que se busca estudiar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de arepas ocañeras en Floridablanca.

* Trabajo de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Directora: Marcela Patricia arenas Crisancho, Especialista en Ingeniería en Manufactura y Servicios.

Abstract

Title: Feasibility study for the creation of a company dedicated to the manufacture and commercialization of arepas ocañeras in Floridablanca, Santander.*

Authors: Lady Maryury Quintero Herrera, Mónica Johanna Reyes García.**

Key Words: feasibility, family, arepa, ocañera, obesity, corn

Description:

The arepas ocañeras are a typical dish of the region, symbol and legacy of the department of North of Santander, they are a food rich in fiber and nutrients as it is made mainly with white corn and preserving its preparation in a traditional way, the arepa is a A food that cannot be missing on the table of families from Ocañeras, it is a practical product, easy to prepare and can be combined with many types of fillings. Given the proximity of the province of Ocaña with Santander, this product is known and desired by the Santander population. The dynamics of the families and inhabitants of Floridablanca, each time is marked by the shortage of time when preparing food, especially at lunch and dinner hours. Despite the fact that in the market there are several fast food establishments and others dedicated exclusively to the manufacture and sale of arepas from Ocaña, they do not have a natural product that preserves the traditional preparation method native to Ocaña. Likewise, it is evident that, in the municipality of Floridablanca, especially in the old case, there is no place to enjoy this product and for this reason we will seek to study the feasibility for the creation of a company dedicated to the manufacture and marketing of arepas ocañeras in Floridablanca.

* Graduation Project

**Business Management. Institute for Regional Projection and Distance Education - IPRED. Director: Marcela Patricia Arenas Cristancho, Specialist in Manufacturing Operations and Services.

Introducción

El presente trabajo surge del deseo de continuar con el proceso investigativo, realizado durante la etapa de estudio del programa Tecnología Empresarial, desarrollando la idea emprendedora de una empresa dedicada a elaborar arepas ocañeras. Una vez analizadas las diferentes modalidades de trabajos de grado en la etapa profesional, se eligió realizar este estudio de factibilidad.

La gastronomía es considerada un arte que cumple funciones desde deleitar con sabores y aromas los paladares de las personas; identificar las costumbres, ideologías y tradiciones de familias, regiones y países, hasta estudiar la composición molecular de los alimentos. Por otro lado, la arepa es ese alimento que ha venido acompañando desde tiempos vetustos a la identidad y cultura de Colombia y que se ha adaptado como sello diferenciador en la gastronomía regional.

La arepa ocañera ha perdurado en el tiempo por ser muy básica y fácil de combinar con diferentes sabores de rellenos, al provenir de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander, se ha dado a conocer en Bucaramanga y su área metropolitana posicionándose como una opción de comida rápida en la ciudad.

Durante el desarrollo de esta factibilidad se abordaron varios aspectos que permitieron determinar la viabilidad del emprendimiento. En el primer capítulo se encuentra el estudio de mercados, donde a través de la recolección y análisis de dato se pudo identificar las empresas del sector que representan la competencia y determinar la demanda, la oferta y los precios del producto.

En el segundo capítulo, mediante el estudio técnico se analizó a profundidad el tipo del proyecto, el desarrollo operativo, y la capacidad del mismo, con el objetivo de conocer la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles.

Para el tercer capítulo, estudio administrativo, se estableció la forma de la constitución de la empresa, la definición del alcance y el objetivo general que se plantean en la visión, misión y los valores corporativos. También la conformación del equipo de trabajo, sus funciones, asignación salarial y jerarquía.

En el cuarto capítulo se planteó el estudio financiero, donde se realizaron proyecciones de las inversiones fijas y diferidas, costos y gastos, inversión total, estructura de capital, precio de venta, estados financieros proyectados, hasta llegar a la evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto planteado.

Finalmente se realizó la evaluación del proyecto, para identificar los gustos, preferencias y hábitos alimenticios, en especial el conocimiento y consumo de arepas ocañeras de la población de Floridablanca.

1. Análisis general del sector

1.1 Descripción del sector

La gastronomía es considerada un arte que cumple funciones desde deleitar con sabores y aromas los paladares de las personas; identificar las costumbres, ideologías y tradiciones de familias, regiones y países, hasta estudiar la composición molecular de los alimentos. Por otro lado, la arepa es ese alimento que ha venido acompañando desde tiempos vetustos a la identidad y cultura de Colombia y que se ha adaptado como sello diferenciador en la gastronomía regional.

Para la economía colombiana ha sido de gran importancia el sector de las microempresas, pues éstas han generado empleo y desarrollo tanto regional como nacional. Por esto, el gobierno se ha interesado en crear políticas y programas que ayuden al fortalecimiento de este sector económico como también el de producción de alimentos.

La fabricación y elaboración de arepas se encuentra clasificada en la actividad económica 1089 “Elaboración de otros productos alimentos N.C.P” (La preparación y expendio de comidas preparadas, tales como: empanadas, bolis, buñuelos, perros calientes, arepas, chorizos, etcétera, siempre que estos sean vendidos a un agente comercial o un tercero.) de acuerdo a la codificación de actividad económica de la Cámara de Comercio” (DIAN, 2021).

De otro lado se pudo conocer que el sector de alimentos procesados tiene una amplia demanda mundial, cercana a los 600.000 millones de dólares anuales y ha registrado una importante recuperación en el comportamiento exportador. Adicionalmente, este sector puede brindar encadenamientos productivos hacia adelante y atrás en materia de actividades agropecuarias, enlatados, embotellamientos y maquinaria específica, así como servicios financieros, de diseño, marketing y demás (Gobierno de Colombia, 2019). Adicionalmente se

conoció que, a nivel mundial, el sector de la comida rápida genera ingresos de más de \$ 570 mil millones, que es más que el valor económico de la mayoría de los países. A pesar que la pandemia del Covid 19 ha alterado los habitualmente constantes cursos de producción y consumo de alimentos a nivel mundial. Las empresas de las industrias de alimentos, bebidas y bienes de consumo se enfrentan a un menú sin precedentes de nuevos patrones de consumo, percepciones e inquietudes (Argintzona, 2020).

En el ámbito nacional se evidenció que, el sector de alimentos procesados tiene resultados positivos en materia de exportación, al igual que otros subsectores de la industria de alimentos y bebidas. “Resultando favorable para el sector dado el incremento de las ventas al exterior, que para el año 2017 representaron un total de \$38.630 millones de dólares, dando como resultado un crecimiento del 19,7% entre los años 2017 y 2018”. Según la Cámara de Comercio Bogotá en la actualidad “hay más de 9.800 industrias dedicadas a procesar alimentos en todo Colombia”, lo que consolida a este sector dentro de los más fuertes. Esta entidad también reveló que “el consumo de alimentos y bebidas tuvo un incremento del 40% durante el año 2019”, lo que representa un reto para el sector dado el crecimiento de los últimos años. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2021)

Según el informe de ANALDEX (2020), “En 2020, la industria nacional de agricultura, alimentos y bebidas aumentó un 7,0% con respecto a 2019. Este comportamiento se debe al aumento de los siguientes sectores: I Animales vivos y productos de origen animal Animalia (42,0%), III Grasas animales o vegetales (14,1%), IV Productos de la industria alimentaria; Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagres (6,0%), y II productos vegetales (4,4%)”.

En aspectos de orden regional de acuerdo con el Indicador Mensual de Actividad Económica, IMAE del Banco de la República, para “el tercer trimestre del 2019, la economía de la región del Nororiente, integrada por los departamentos de Santander, Arauca, Boyacá y Norte

de Santander, registró un crecimiento del 3,4% frente al mismo periodo del 2018” (Banco de la República, 2019). Según Raddar este comportamiento del sector puede obedecer a la llegada de la población migrante a Santander. Lo que viene impulsando la creación de nuevos restaurantes y negocios de comidas procesadas, esto con la finalidad de satisfacer la demanda. De acuerdo a Euromonitor, en Colombia el sector restaurantes y demás generaron más de un millón de empleos y se proyectan ventas por aproximadamente \$38 billones de pesos para el 2021 (Pizón, 2019).

Esto ha generado que la arepa logre posicionarse, dado que es un alimento versátil, económico y fácil de combinar con una gran variedad de rellenos o acompañamientos.

1.3. Evolución del sector

En cuanto a la economía colombiana, según información contenida en el Pacto por el crecimiento y generación de empleos del sector de alimentos procesados, Colombia presenta un crecimiento de producción del 7.3% en cadena de alimentos y un 6.5% en Industria Manufacturera, cuya representación en Billones de pesos es de \$39.6, con una tasa de empleo de 344.540 puestos ocupados, lo cual representa un incremento considerable en el año 2018 con respecto al 2016, en donde Santander representó el 3.66% de las empresas del sector de alimentos procesados (Colombia Productiva, 2020).

El sector de las comidas rápidas es un sector con un dinamismo único. De acuerdo a diferentes estudios realizados en el sector, en los últimos años se ha visto una explosión absoluta de diversidad tanto en los conceptos de restaurante como en las opciones de menú. Esta evolución refleja una industria que ha respondido a los gustos cambiantes de los consumidores, así como a los empresarios que encuentran oportunidades de nicho para obtener ganancias. La Revista la Barra, medio que sigue el comportamiento del sector, indica que aún existen oportunidades en la

industria de la comida rápida, aunque no está exenta de desafíos, pero claramente aún es posible obtener ganancias frente al mercado ya existente.

Los consumidores de comida rápida se centran en el sabor, el precio y la calidad, en ese orden, la comida a menudo es altamente procesada y preparada en una línea de ensamblaje, estos restaurantes se enfocan en la consistencia de la experiencia, la asequibilidad y la velocidad. Los restaurantes de comida rápida, junto con los restaurantes informales rápidos, conforman un segmento de la industria de restaurantes conocido como Restaurantes de Servicio Rápido. Este segmento supone más del 50% de las ventas de todo el sector de comidas (Quilaguy & Chaves, 2020). Si bien es cierto que, el servicio rápido alguna vez estuvo dominado por la comida rápida, el servicio informal rápido continúa ganando participación de mercado.

El sector agroalimentario es uno de los pilares de la economía nacional y es reconocido a nivel internacional, siendo un gran generador de empleo y comprometido con la sostenibilidad. “La producción de alimentos procesados, para el primer trimestre del año 2022 el PIB creció el 11.1% con respecto al mismo periodo del año 2021. Las actividades económicas que más contribuyeron a la dinámica del valor agregado fueron: Elaboración de productos alimenticios; elaboración de bebidas; elaboración de productos de tabaco con un crecimiento del 9,2%. del sector manufacturero en Colombia”. (DANE, PIB-Nacional trimestral, 2022)

Los principales alimentos procesados producidos fueron: bebidas y tabaco, carne procesada, panadería y molinería, lácteos, azúcar y panela, frutas procesadas, aceites y grasas, derivados del café y cacao y confitería.

En la actualidad, las arepas es uno de los mayores productos consumidos por las familias colombianas por sus aportes nutricionales y su precio accesible, según el periódico El Tiempo esta tendencia del aumento en el consumo de arepas obedece a la venta conjunta entre el mercado

moderno y el artesanal. Por años, estas son las cifras de las ventas y consumo de arepas en Colombia:

- 2009: 262.000 millones de pesos.
- 2010: 277.000 millones de pesos.
- 2011: 305.000 millones de pesos.
- 2012: 328.000 millones de pesos.
- 2013: 355.000 millones de pesos.
- 2014: 384.000 millones de pesos.
- 2015: 419.000 millones de pesos.
- 2016: 452.000 millones de pesos.
- 2017: 481.000 millones de pesos.
- 2018: 505.000 millones de pesos.

1.4. Tendencias del sector

Las tendencias del sector de comidas rápidas en Colombia tienen como elemento particular la combinación de datos de consumidores y de mercado, análisis predictivos, conocimientos orientados a la acción y recomendaciones de expertos como enfoque innovador que se pone en contexto para comprender mejor lo que significan las tendencias comerciales y de consumo para, y cómo podrían inspirar, las decisiones comerciales de los clientes de este sector en medio de temas globales y tiempos de incertidumbre.

Una de las tendencias actuales consiste en los restaurantes y las marcas que crean espacios multifuncionales y significativos donde los consumidores puedan conectarse, comprar y comer en persona o en línea. Las empresas utilizan de forma creativa los lugares de comida, bebida y servicio como foros donde los consumidores pueden pasar el tiempo, expresarse y conocer gente nueva.

Otra tendencia que probablemente no es de sorprender es la aparición de más opciones veganas y vegetarianas en los menús, y no sólo en establecimientos de alta cocina y restaurantes

centrados en verduras, sino en lugares reconocidos por no tenerlo como, hamburgueserías y restaurantes de carnes, pues los alimentos a base de plantas se están abriendo camino en el sector de la comida rápida (Spiwak, 2021).

“Las ventas de comida lista para preparar, es decir, los precocidos, van en tendencia de aumento. La comida para llevar se ha convertido en una opción consciente en plena pandemia y ahora puede que quede esta necesidad luego de superarla” (Foodretail, 2020). Como resultado, ha habido un gran aumento en la disponibilidad de alternativas saludables en los menús, incluso en los establecimientos de comida rápida. Es probable que esta tendencia no sólo continúe a lo largo de 2022, sino que también crezca en prominencia. En un mundo ajetreado, la gente busca comodidad, pero, ahora quieren una comodidad más saludable.

Por otro lado, el consumo de arepas en el país está en aumento, aunque es un mercado tradicionalmente informal. El mercado oficial solo alcanza los 60 mil millones de pesos y 10,500 toneladas de maíz al año, no se tienen estadísticas del mercado informal, pero las estimaciones pueden ser mayores ya que estas cifras se refieren solo a supermercados y no hay información de comercios en las cercanías. El surgimiento de pequeñas fábricas de arepas se debe principalmente al desempleo en el país, pero también a operaciones que se considera que requieren poca inversión y tecnología. Unas 12 empresas en el mercado procesan anualmente entre 200.000 y 250.000 toneladas de maíz blanco en masa lista para cocinar (Rodríguez, Higueta, & Bonilla, 2018).

En el mercado nacional, hay un aumento en el sector de los distintos tipos de arepas, adicionalmente se conoció que la arepa de maíz es un alimento tradicional, ícono de la cocina colombiana que hace parte del patrimonio gastronómico de los habitantes de las diferentes ciudades de Colombia y, por lo tanto, es de alto consumo. Por ejemplo, se consume la “arepa paisa”, elaborada con maíz blanco, es delgada, sin sal y acompaña cualquier comida; también se

consume la arepa de chocolate o de maíz dulce, la arepa de mote y la arepa de maíz pilao, que se prepara con maíz entero (Rodríguez, Higueta, & Bonilla, 2018).

Según el más reciente informe de Raddar, en Santander se ha venido impulsando la creación de nuevos restaurantes y negocios de comidas para satisfacer la demanda, dado que existe un crecimiento de la población por la llegada de migrantes que generan un comportamiento de consumo elevado de arepas, por la versatilidad de este alimento que permite una gran variedad de rellenos, como los ingredientes para la masa y su preparación, que puede ser desde horneadas, asadas, y fritas (Vanguardia, 2020).

La arepa hecha de harina precocida de maíz se ha posicionado al interior de las familias de Floridablanca por sus características nutricionales y por su precio accesible. Este es un alimento que además de ser parte de la canasta básica familiar colombiano, tanto así que este producto también está incluido dentro del Plato Saludable de la Familia del ICBF. Además, la arepa elaborada con harina precocida de maíz se ha convertido en el carbohidrato más económico del mercado, según el último boletín de Corabastos (Castillo, 2019).

Teniendo en cuenta las cifras anteriores se concluye que el sector económico de alimentos procesados va en aumento. Una posible razón se debe a que las personas cada día cuentan con múltiples campos de acción, carga laboral, tiempo prolongado en recorrer las distancias de la casa hacia el lugar de trabajo u estudio, generando escasez de tiempo para cocinar. Por tanto, la arepa en sus diversas presentaciones, se posiciona como una nueva y atractiva opción no solo para el desayuno sino también para el almuerzo entre los colombianos que buscan cada vez más alimentos auténticos, saludables, balanceados y fáciles de preparar.

1.5. Identificación de oportunidades y amenazas.

Para la creación de la empresa de arepas ocañeras se puede determinar diversas oportunidades que conllevarían al momento de ejecutarse la apertura de esta. Las oportunidades detectadas fueron:

- Crecimiento poblacional (llegada de migrantes).
- Modernización.
- Producto innovador en el sector de Floridablanca.
- Crecimiento del Sector.
- Ubicación de la empresa.

Así mismo, se identificaron algunas amenazas que afectan negativamente el emprendimiento.

- Las amenazas detectadas fueron:
- Ventas informales.
- Competencia de establecimientos de venta de comidas rápidas.
- Reconocimiento y trayectoria de la competencia.

1.6. Marco legal.

Hace referencia al conjunto de leyes, normas y reglamentos que son aplicables a las funciones o actividades que se plantea llevar a cabo en un establecimiento, para este caso por tratarse de un lugar de expendio de productos alimenticios se debe cumplir con la normatividad colombiana para evitar sanciones:

Resolución 2309 de febrero 24 de 1986 del Ministerio de Salud donde reglamenta el manejo de residuos especiales. Resolución que se debe aplicar al emprendimiento para el correcto desecho de los aceites y cualquier tipo de grasa que se use las diferentes preparaciones de los alimentos.

Decreto 3075 de 1997: registro sanitario de alimentos INVIMA.

Todo establecimiento o fabrica donde se fabrican o manipulan alimentos deben cumplir con este decreto, para este caso se debe dar cumplimiento al momento de elaborar las arepas.

Resolución 5109 de 2005. Establece los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados o materias primas para consumo humano.

Resolución 2674 del 2013. Condiciones básicas de higiene en la fabricación de alimentos.

Resolución 719 de 2015. Establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo para la salud pública que estos puedan presentar.

Resolución 2115. Resuelve las características que debe tener el agua para el consumo humano, así como las características, instrumentos y frecuencia del sistema de control y vigilancia para la calidad de la misma.

Resolución 666 de 2020. Adapta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y manejar el adecuado manejo de la pandemia COVID-19.

1.7. Contexto geográfico

En Santander se destacan las actividades gastronómicas, las cuales además de tener un futuro prometedor, son enfrentadas por las condiciones del entorno, la cultura, la economía, la política y lo social. Como ocurre en el municipio de Floridablanca, donde existe una gran multiplicidad de actividades económicas que, contribuyen con el recaudo municipal por concepto

de IVA; entre ellas se encuentran: comercio minorista no vehicular, comercio mayorista no vehicular con, otras actividades empresariales, la actividad industrial de vestidos, y la de alimentos y bebidas. 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 (Alcaldía de Floridablanca, 2021).

Actualmente, en el municipio se encuentran varios establecimientos que ofrecen una amplia oferta de alimentos, como las típicas obleas, dulces, comidas rápidas, comida típica santandereana, frutos del mar, arepas entre otros. Salir a deleitarse con ricos y varios manjares, son un atractivo para los ciudadanos que habitan en el municipio y el área metropolitana, como también para los turistas. Cada vez más, Floridablanca toma posicionamiento en sus lugares típicos, centros comerciales, parques y sedes recreacionales, y por supuesto en su gastronomía, contribuyendo al crecimiento económico, la mejora de la calidad de vida y el bienestar de la comunidad (Rodríguez D. , 2018).

Cuenta también con las clínicas Carlos Ardila Lulle, la clínica Cañaveral (SaludCoop), la Fundación Cardiovascular de Colombia (la cual es la sede principal en el país), la Clínica Guane y el Hospital de Floridablanca. También es sede de importantes instituciones educativas, la Facultad de Medicina de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Universidad Santo Tomás, Universidad Pontificia Bolivariana, y sede técnica del Sena.

2. Estudio de mercados

2.1 Descripción del producto

2.1.1. Descripción, usos y especificaciones del producto.

Arepa ocañera preparada con maíz blanco trillado, 100% natural sin aditivos ni conservantes, su principal característica es una fina capa crocante que se logra al momento del asado, lo cual permite que la arepa se pueda rellenar con complementos naturales, como son vegetales frescos, carnes magras, semillas, quesos bajos en grasa, proteínas vegetales, elegidos por los clientes de acuerdo a una carta de menú.

Sus características son:

- Forma geométrica: redonda
- Peso: 105 g. aproximadamente
- Dimensión: 15 centímetros de diámetro por 1,0 centímetros de espesor
- Consistencia: crocante y delgada

Figura 1. *Producto*



2.1.2. Atributos diferenciadores

El principal atributo diferenciador es la materia prima, por el uso del maíz blanco trillado el cual no contiene aditivos ni conservantes. A pesar de que la arepa es un carbohidrato, ésta puede ser incluida en una dieta saludable por su gran contenido de fibra y ser una excelente fuente de energía, que puede combinarse con diferentes rellenos bajos en grasa, manteniendo su aporte nutricional. (Zanin, 2020).

Dentro de las características principales se puede conocer que el maíz no contiene gluten, conservantes, colorantes ni saborizantes, posee una baja cantidad de sodio, siendo ideal para quienes necesitan realizar una dieta baja en sal, y al poseer fibra, puede reducir el riesgo de desarrollar enfermedades a nivel del intestino. Adicionalmente su preparación será asada, evitando el uso de aceites perjudiciales para la salud. (Zanin, 2020).

2.2. Segmento de mercado

Los clientes que se quieren impactar con la empresa Okñarepa es la población de hombres y mujeres entre las edades de 18 a 64 años del municipio de Floridablanca, Santander, representada en 187.649 habitantes, cabe resaltar que esta región cuenta con una población total de 316.200 pobladores (DANE, 2018). Esta población se encuentra ubicada en los diferentes barrios que conforman el municipio. Se pretende ofrecer una alternativa rápida y que a su vez puedan consumir un alimento rico, saludable y con precio justo.

2.3. Estudio de la demanda

2.3.1 Necesidades de información

Teniendo en cuenta la presente investigación se requiere conocer a mayor profundidad sobre los aspectos:

- Rellenos de preferencia de los clientes.
- Frecuencia de consumo de arepas.
- Criterios de calidad, precio, variedad de rellenos y apariencia de los sitios donde actualmente ofrecen productos similares.
- Saber que tanto conocen las personas de las propiedades del maíz blanco.
- Precios que están dispuestos a pagar por una arepa ocañera
- Preferencias de ubicación para el nuevo emprendimiento.
- Medios de publicidad de mayor aceptación en el mercado objetivo.

2.3.2 Tipo de estudio.

Corresponde a un estudio descriptivo, para conocer los gustos, preferencias y el grado de aceptación de una empresa que elaborará y venderá arepas ocañeras en Floridablanca.

2.3.3. Enfoque

El enfoque por el cual se obtendrá el conocimiento de la investigación corresponde a un enfoque mixto dado que se realiza la observación, análisis, y síntesis de los hechos o fenómenos presentes en la población objeto de estudio, identificando rasgos característicos con respecto al consumo del producto, su frecuencia de compra, valor dispuesto a pagar.

2.3.4. Fuentes de información

Las fuentes utilizadas para el desarrollo de la investigación serán de dos tipos: primarias y secundarias. Las fuentes primarias estarán constituidas por la población a la que se realizará el estudio: potenciales consumidores de las arepas. Fuentes secundarias como la recolección de datos relevantes para el desarrollo del estudio a través de publicaciones como son periódicos nacionales (Vanguardia Liberal, El Tiempo entre otros), informes del DANE, datos de investigaciones existentes en artículos científicos, trabajos de grado, formulación y evaluación de proyectos técnicos.

2.3.5. Técnicas de investigación.

Encuestas que se aplicarán a la población objeto de estudio mediante la técnica de muestreo aleatorio.

2.3.6. Instrumento para la recolección de la información

Cuestionario estructurado que se aplicará a la población objeto de estudio que se encuentra en el Apéndice A.

2.3.7. Modo de aplicación

Cuestionario enviado directamente mediante WhatsApp y correos electrónicos.

2.3.8 Cálculo de muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se empleará un muestreo tipo probabilístico aleatorio simple, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{(N - 1)e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{(1,75)^2 \times 187.649 \times 0,5 \times 0,5}{(0,08)^2 (187.648) + (1,75)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

Dónde:

N = Población = 187.649

Z= Nivel de confiabilidad =92%=1.75

e= Error estimado= 8% = 0,08

p= Probabilidad éxito = 50% = 0,5

q= Probabilidad no éxito= 50% = 0,5

n= Número de encuestas= 150

2.3.9 Alcance

El alcance del estudio será el municipio de Floridablanca, Santander.

2.3.10. Tiempo de aplicación

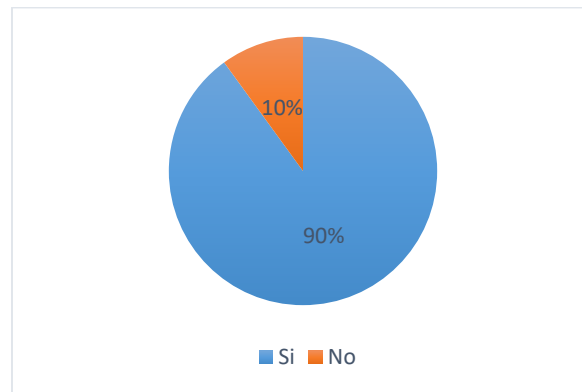
17 días, del 4 al 20 de febrero de 2022.

2.3.11. Tabulación, presentación y análisis de resultados

Pregunta 1. ¿Ha consumido arepas ocañeras con rellenos? Si su respuesta fue NO, por favor avance a la pregunta # 10.

Tabla 1. *Conocimiento del producto*

Respuesta	Frecuencia	%
Si	135	90
No	15	10
Total	150	100

Figura 2. *Conocimiento del producto*

Se pudo conocer que el 90% de los encuestados han consumido este producto, lo cual es favorable para la creación de la empresa productora de arepas ocañeras lo que se traduce en que es un alimento con alta aceptación y puede incursionar en el mercado de una manera positiva.

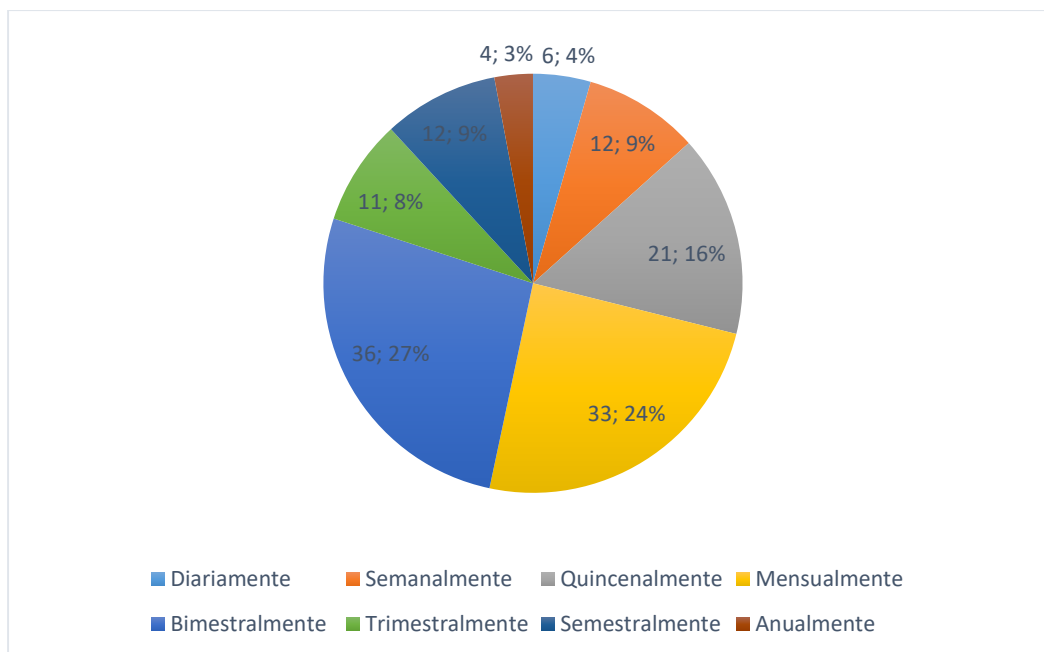
Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia consume arepa ocañera con relleno?

Tabla 2. *Frecuencia de consumo*

Respuesta	Frecuencia	%	Promedio Ponderado	Frecuencia anual
Diariamente	6	4,4	365*4,4%	16,06

Semanalmente	12	8,9	52*8,9%	4,63
Quincenalmente	21	15,6	26*15,6%	4,06
Mensualmente	33	24,4	12*24,4%	2,93
Bimestralmente	36	26,7	6*26,7%	1,60
Trimestralmente	11	8,1	4*8,1%	0,32
Semestralmente	12	8,9	2*8,9%	0,18
Anualmente	4	3,0	1*3,0%	0,03
Total	135	100,0	0	29,8

Figura 3. Frecuencia de consumo



La mayor concentración de las personas encuestadas que consumen arepas ocañeras en Floridablanca, lo hacen bimestralmente esto equivale al 26,7%. Seguido del 24% que lo hacen mensualmente y un 16% quincenalmente. Tan solo un 3% afirma consumirlas anualmente. Si bien es cierto que, la frecuencia de consumo es baja en los habitantes de Floridablanca que consumen

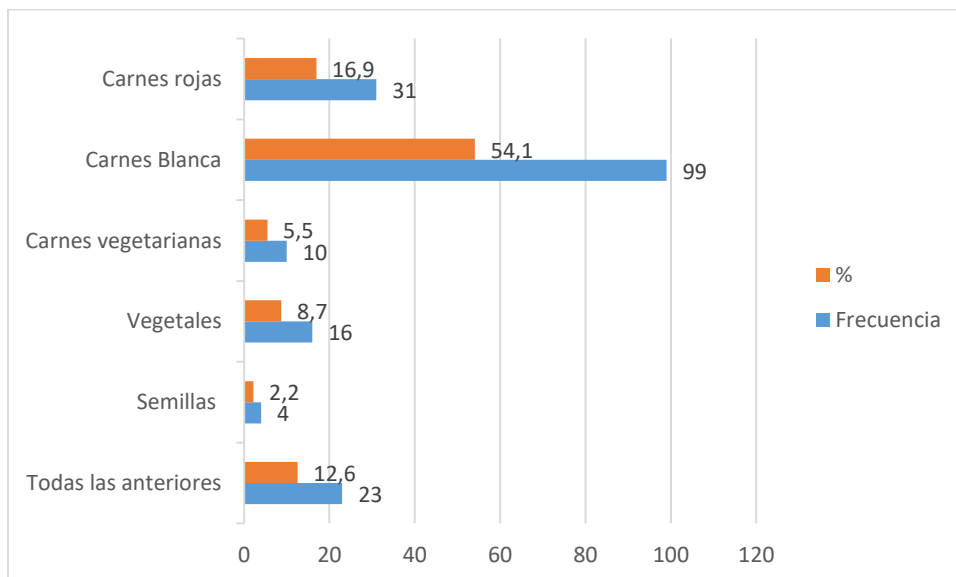
arepas ocañeras, la empresa espera poder captar este público como consumidores. En promedio una persona consume en el año 29,8 arepas.

Pregunta 3. ¿Cuál es el relleno de su preferencia? (selección múltiple)

Tabla 3. Preferencias de relleno (selección múltiple)

Respuesta	Frecuencia	%
Carnes rojas	31	16,9
Carnes Blanca	99	54,1
Carnes vegetarianas	10	5,5
Vegetales	16	8,7
Semillas	4	2,2
Todas las anteriores	23	12,6
Total		100,0

Figura 4. Preferencias de relleno



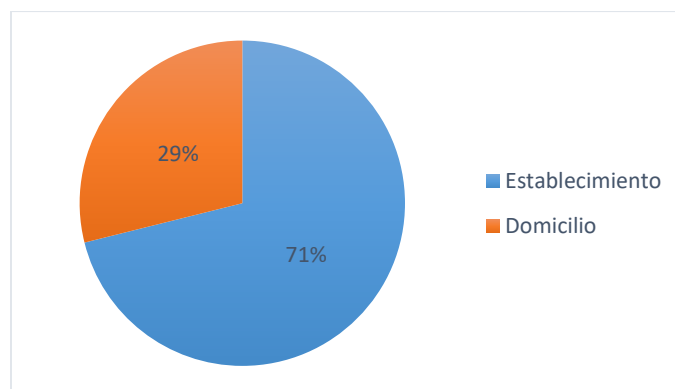
Dentro de las preferencias de rellenos por parte de los encuestados las carnes blancas son las predilectas con un 54,1%, seguidas de las carnes rojas con 17%. Las semillas son la opción de menor acogida, lo cual se podría usar sólo en casos específicos y a petición del cliente, por lo que no se ofrecerá una arepa ocañera rellena exclusivamente con este relleno.

Pregunta 4. ¿Generalmente las ordena para consumir en el establecimiento o prefiere pedido a domicilio?

Tabla 4. *Preferencia modalidad de pedido*

Respuesta	Frecuencia	%
Establecimiento	96	71,1
Domicilio	39	28,9
Total	135	100

Figura 5. *Preferencia modalidad de pedido*



Se pudo conocer que el 71% de las personas que respondieron la encuesta prefieren consumir el producto en el establecimiento, sin embargo, un importante 29% de los encuestados indicó preferencia por la modalidad de pedido a domicilio. Por lo cual, se debe incluir en el

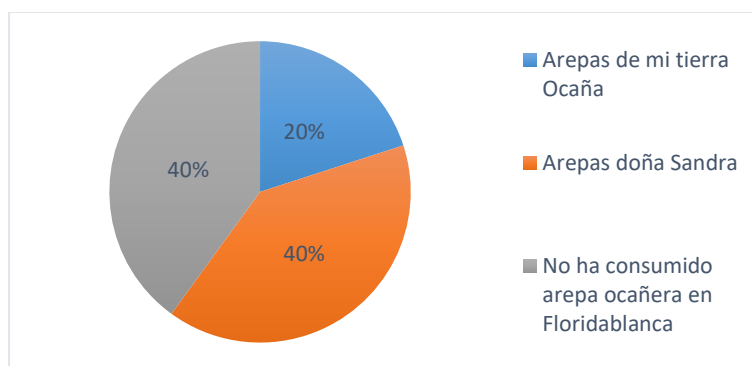
presupuesto inicial un buen porcentaje de capital para la apertura del establecimiento que cuente con características autóctonas de Ocaña, comodidad, modernidad y facilidad de acceso, contemplando la logística del servicio a domicilio.

Pregunta: 5 ¿En cuál establecimiento prefiere ordenar arepas ocañeras?

Tabla 5. *Lugar de consumo*

Respuesta	Frecuencia	%
Arepas de mi tierra Ocaña	27	20,0
Arepas doña Sandra	54	40,0
No ha consumido arepa ocañera en Floridablanca	54	40,0
Total	135	100

Figura 6. *Lugar de consumo*



Se puede apreciar que el 40% de la población encuestada no ha consumido arepa ocañera en Floridablanca, lo que se puede interpretar como favorable teniendo en cuenta la escasez de lugares en esta región que venden productos similares. El 20% indicó que prefiere Arepas de mi

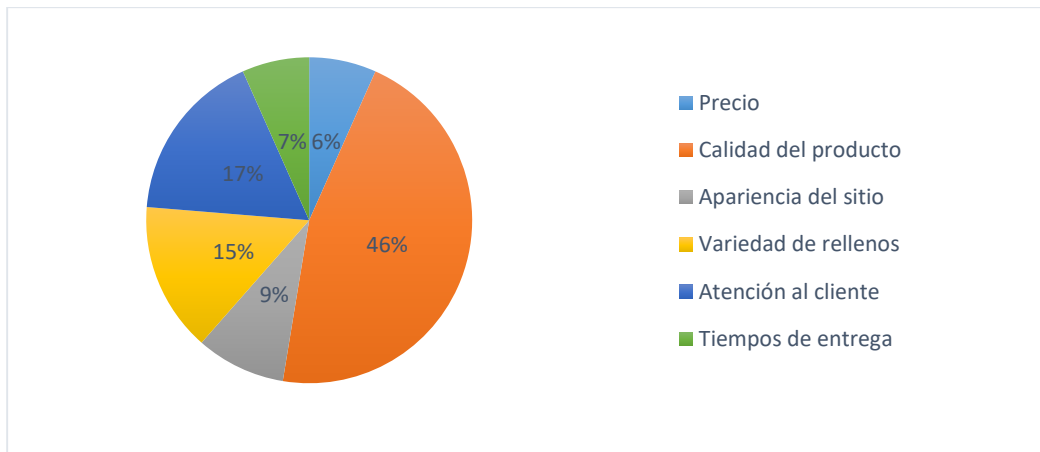
tierra Ocaña y el restante 40% refiere preferencia por el establecimiento Arepas doña Sandra. Lo anterior permite inferir que no hay un monopolio establecido de este producto y que los oferentes se disputan la participación del mercado.

Pregunta: 6. ¿Cuál de los siguientes factores aprecia más del lugar, donde consume arepas ocañeras?

Tabla 6. *Consideraciones en el momento de compra*

Respuesta	Frecuencia	%
Precio	9	6,7
Calidad del producto	62	45,9
Apariencia del sitio	12	8,9
Variedad de rellenos	20	14,8
Atención al cliente	23	17,0
Tiempos de entrega	9	6,7
Total	135	100

Figura 7. *Consideraciones en el momento de compra*



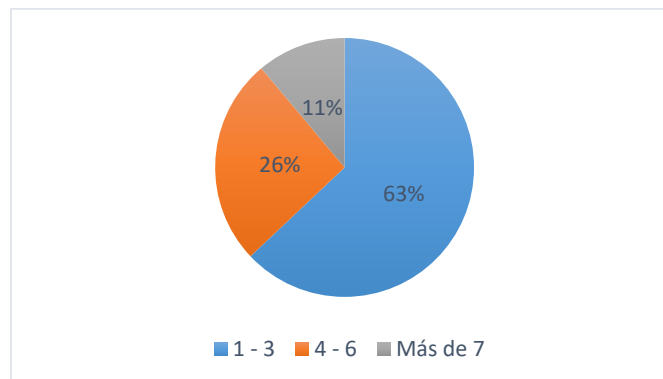
La calidad del producto es la consideración con mayor porcentaje para los residentes encuestados de Floridablanca, con un 46%. También es importante la atención al cliente con un 17%. Lo que hace pensar que la mayor fuerza y trabajo debe imprimirse en estos aspectos para lograr una consolidación de la empresa donde las arepas ocañeras sean elaboradas de manera artesanal, rica en ingredientes saludables que cumplan con estándares de calidad sin descuidar el aspecto precio.

Pregunta 7. ¿Cuándo va a un establecimiento de arepas ocañeras, generalmente ¿Con cuántas personas sale a comer?

Tabla 7. *Conformación grupo de acompañantes*

Respuesta	Frecuencia	%	Media	Promedio
1 - 3	85	63,0	2	1,26
4 - 6	35	25,9	5	1,30
Más de 7	15	11,1	7,5	0,83
Total	135	100		3,39

Figura 8. *Conformación grupo de acompañantes*



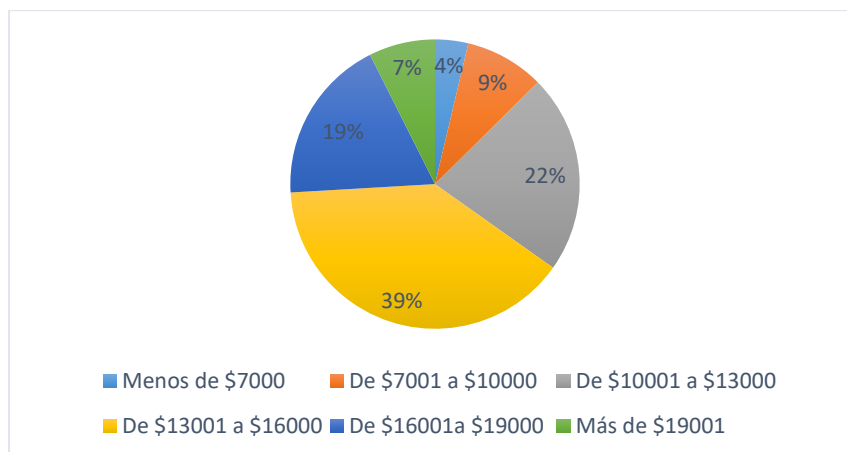
De la población encuestada se puede evidenciar que, el 63% generalmente salen a comer acompañados con un grupo de 1 a 3 personas. El resto de la población se divide con un 26% acompañados de 4 a 6 personas y un 11% más de 7 personas. Con esto se puede pensar que en una sola orden de pedido se venderán varias cantidades, como también tener disponibilidad de mesas para varias personas en el establecimiento. El promedio de acompañantes en cada mesa sería de 3 personas.

Pregunta 8. ¿Cuál es el precio que paga actualmente por las arepas ocañeras?

Tabla 8. *Valor de compra actual*

Respuesta	Frecuencia	%	Media	Promedio
Menos de \$7000	5	3,7	5500	203,7
De \$7001 a \$10000	12	8,9	8500	755,6
De \$10001 a \$13000	30	22,2	11500	2.555,6
De \$13001 a \$16000	53	39,3	14500	5.692,6
De \$16001a \$19000	25	18,5	17500	3.240,7
Más de \$19001	10	7,4	20500	1.518,5
Total	135	100		13.966,7

Figura 9. *Valor de compra actual*



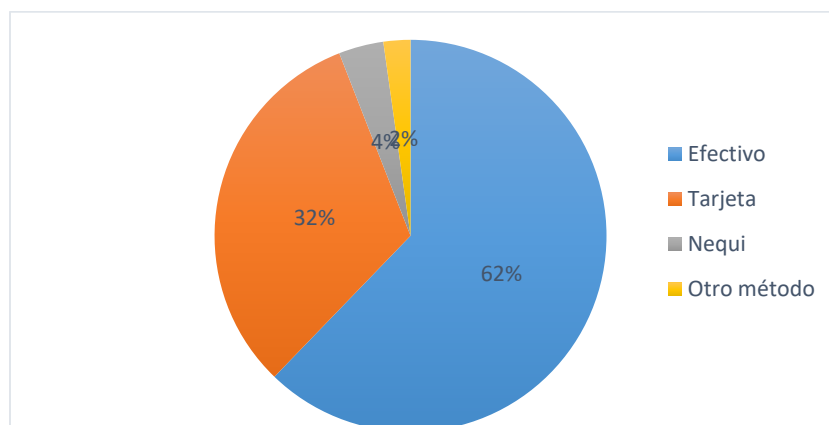
Se observa que un gran porcentaje de los encuestados (39%) indicó que pagan actualmente entre \$13.001 a \$16.000 por las arepas ocañeras, seguido un 22% de personas que pagan entre \$10.001 a \$13.000, mientras que el 19% afirma pagar entre \$16.001 a \$19.000, lo que indica que se debe trabajar en busca de un equilibrio de precio que sea favorable para el cliente y el vendedor. El valor promedio de compra entre los consumidores es de \$14.000 por arepa.

Pregunta 9. ¿Qué método de pago utiliza?

Tabla 9. Modalidad de pago

Respuesta	Frecuencia	%
Efectivo	84	62,2
Tarjeta	43	31,9
Nequi	5	3,7
Otro método	3	2,2
Total	135	100

Figura 10. Modalidad de pago



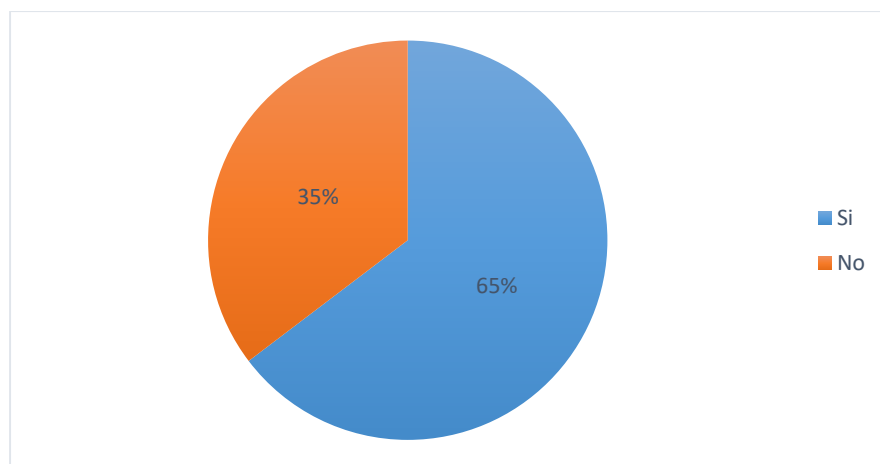
Se pudo determinar que el 62% de las personas encuestadas prefiere pagar en modalidad de efectivo, seguido de un importante 32% que prefieren pagar con tarjeta. Lo anterior puede considerarse beneficioso para la nueva empresa, teniendo en cuenta que se tendrá flujo de dinero efectivo en caja.

Pregunta 10. ¿Sabía que las tradicionales arepas ocañeras están elaboradas con maíz trillado y se caracterizan por su baja cantidad de grasas saturadas?

Tabla 10. *Conocimiento del producto*

Respuesta	Frecuencia	%
Si	97	64,7
No	53	35,3
Total	150	100

Figura 11. *Conocimiento del producto*



Se determinó que el 65% de las personas que respondieron la encuesta conocen las características y beneficios del maíz, y el otro 35% de los encuestados desconocen esta información,

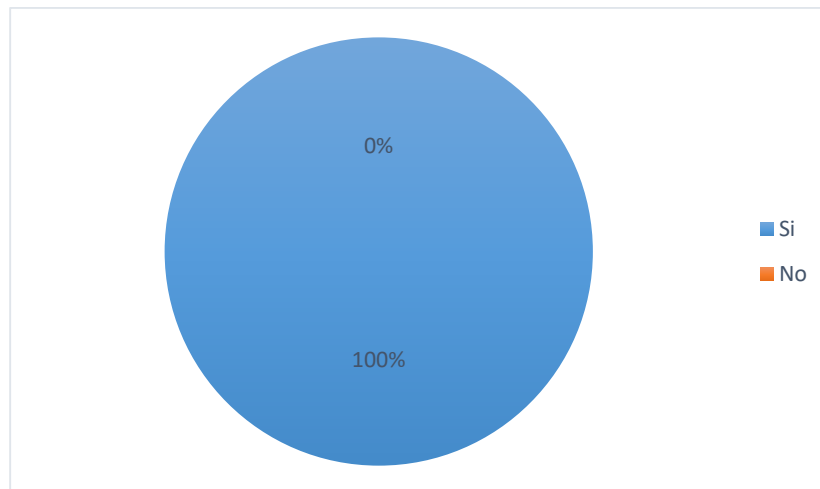
lo que hace pensar que se debe concentrar la fuerza de trabajo en publicidad y promoción en dar a conocer los beneficios saludables de la materia prima de elaboración del producto.

Pregunta 11. ¿Le gustaría que en Floridablanca se creara una nueva empresa de arepas ocañeras con relleno, elaboradas con maíz blanco trillado?

Tabla 11. *Aceptación del producto*

Respuesta	Frecuencia	%
Si	150	100
No	0	0
Total	150	100

Figura 12. *Aceptación del producto*



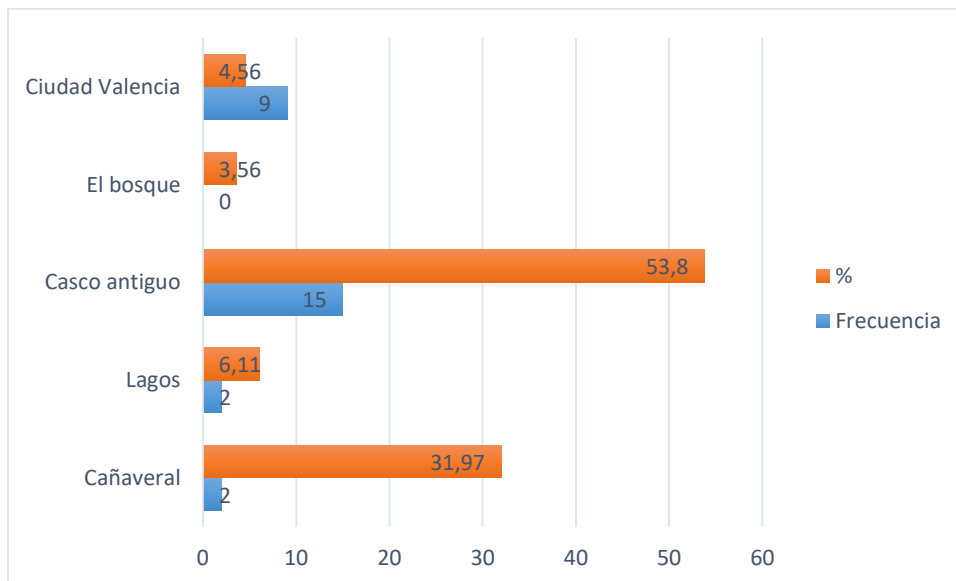
Se observa que el 100% de los encuestados manifestó aceptación en la apertura de la nueva empresa, resultado que se considera significativamente favorable para la puesta en marcha del emprendimiento.

Pregunta 12. ¿Cuál de estas opciones considera más conveniente para la ubicación de la empresa en Floridablanca?

Tabla 12. Preferencia de ubicación (selección múltiple)

Respuesta	Frecuencia	%
Cañaveral	63	32,0
Lagos	12	6,1
Casco antiguo	106	53,8
El bosque	7	3,6
Ciudad Valencia	9	4,6

Figura 13. Preferencias de ubicación



La mayor concentración de respuestas indica que el casco antiguo es el lugar de preferencia para la apertura de la nueva empresa con un 53,8 % y como segunda opción se encuentra Cañaveral

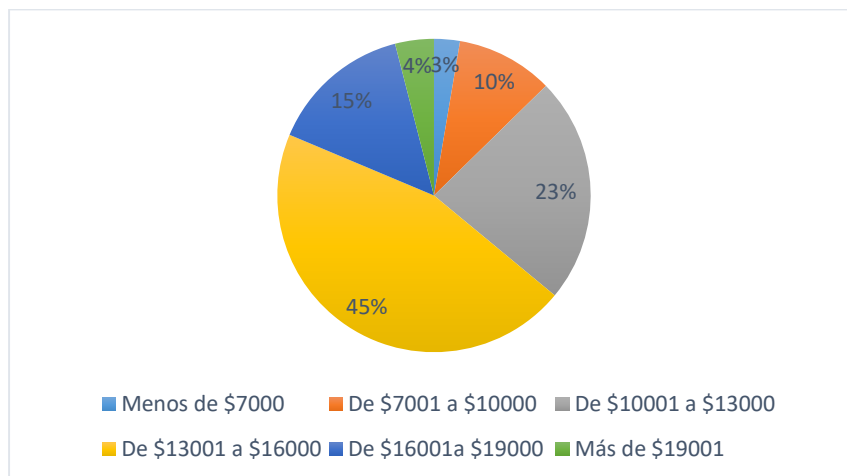
con un 31,97%. El casco antiguo es un punto central, reconocido, de fácil acceso y se debe estudiar la viabilidad económica para su consideración.

Pregunta 13. ¿A qué precio compraría una arepa ocañera con relleno?

Tabla 13. Precios dispuestos a pagar

Respuesta	Frecuencia	%	Media	Promedio
Menos de \$7000	4	2,7	5500	146,7
De \$7001 a \$10000	15	10,0	8500	850,0
De \$10001 a \$13000	35	23,3	11500	2683,3
De \$13001 a \$16000	68	45,3	14500	6573,3
De \$16001a \$19000	22	14,7	17500	2566,7
Más de \$19001	6	4,0	20500	820,0
Total	150	100		13640

Figura 14. Precios dispuestos a pagar



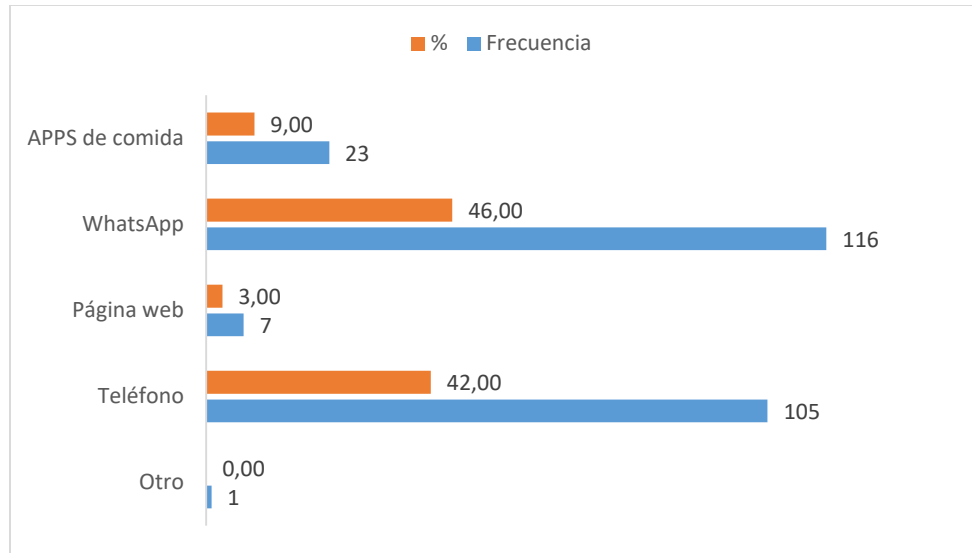
El 45% de la población encuestada está dispuesta a pagar un valor entre \$13001 a \$16000 por una arepa ocañera. El 23% pagaría ente \$10001 a \$13000, sin embargo, el 15% estaría dispuesto a pagar entre \$16001 a \$19000. Lo anterior demuestra que las personas no siempre optan por precios económicos sino que, apoyan la respuesta de la pregunta N° 6 de este cuestionario donde afirman que la calidad del producto es lo que más valoran a la hora de comprar un producto como el aquí indicado. Adicionalmente, se halló que el valor promedio de compra es de \$13.640 pesos.

Pregunta 14. ¿Por cuál medio le gustaría ordenar nuestro producto?

Tabla 14. *Preferencia de medio para ordenar (selección múltiple)*

Respuesta	Frecuencia	%
APPS de comida	23	0,4
WhatsApp	116	41,7
Página web	7	2,8
Teléfono	105	46,0
Otro	1	9,1
Total		100

Figura 15. *Preferencia de medio para ordenar (selección múltiple)*

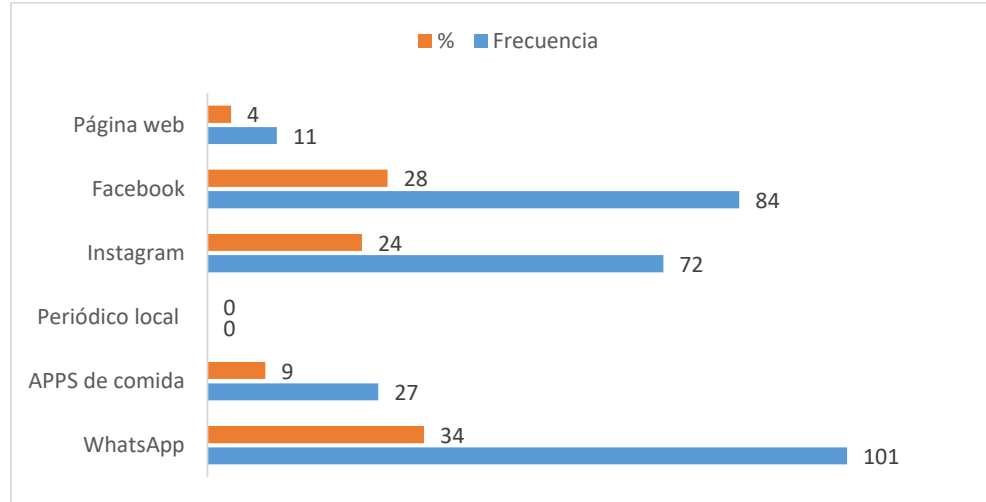


Los medios de comunicación que más fueron elegidos para realizar ordenes de pedido fueron el WhatsApp con 46% y el teléfono con un 42%, por lo que se dará continuidad al uso de estas herramientas de comunicación.

Pregunta 15. ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría enterarse de nuestros productos?

Tabla 15. *Preferencia medio de publicidad (selección múltiple)*

Respuesta	Frecuencia	%
Página web	11	7
Facebook	84	56
Instagram	72	48
Periódico local	0	0
APPS de comida	27	18
WhatsApp	101	67

Figura 16. *Preferencia medio de publicidad*

Las redes sociales WhatsApp y Facebook son los medios de comunicación con mayor acogida por parte de los encuestados para recibir información con 34,24% y 28,47% respectivamente. Importante reconocer que la red social Instagram también se considera como una red de preferencia para los usuarios, lo cual es de beneficio para la empresa, dado que se cuenta con estas redes sociales para promocionar el producto.

2.3.12. Estimación de la demanda actual

Para calcular la demanda actual se aplicará la siguiente fórmula: $DE = \text{Mercado objetivo} \times \text{Porcentaje de consumo} \times \text{Frecuencia promedio} \times \text{Cantidad de acompañantes}$.

- Dónde: Mercado objetivo: 187.649 (Hombres y mujeres entre 18 a 64 años habitantes de Floridablanca)
- Porcentaje de consumo = 90% personas que consumen arepas con relleno (pregunta 1)
- Frecuencia Promedio= 29.8 anual (Se promediaron los porcentajes de frecuencia)
- Número de personas promedios que va a establecimientos de comida= 3.39

$$DE = (187.649) \times (90\%) \times (29.8)x (3)$$

$$DE = 15.098.238$$

La estimación de la demanda actual corresponde a 15.098.238 arepas ocañeras vendidas anualmente.

2.3.13. Estimación de la demanda efectiva

Para realizar el cálculo de la demanda efectiva se tiene en cuenta la siguiente información:

Demanda actual: 15.098.238 arepas ocañeras al año

Pregunta 11. Expectativa de apertura de la nueva empresa= 100%

De esta manera, la demanda efectiva se calcula así:

$$\text{Demanda efectiva anual} = 15.098.238 \times 100\% = 15.098.238$$

2.3.14. Proyección de la demanda para los próximos 5 años

Para la realizar la proyección de la demanda se tendrá en cuenta el crecimiento poblacional de municipio de Floridablanca Santander, este dato obedece al 1,22% según datos del DANE (DANE, 2018). Teniendo en cuenta esta información se aplicará la siguiente formula: Valor presente – Valor futuro

$$F = p(1 + i)^n$$

n = 1,2,3,4 y 5 años

p = valor presente de la demanda actual

i = factor de crecimiento de consumo (1,22%)

N= el año al cual se va a proyectar F= valor futuro

Tabla 16. *Demanda actual proyectada*

AÑO	DEMANDA ACTUAL PROYECTADA
1	15.282.437
2	15.468.882
3	15.657.603
4	15.848.625
5	16.041.979

Tabla 17. *Demanda efectiva proyectada*

AÑO	DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA
1	15.282.437
2	15.468.882
3	15.657.603
4	15.848.625
5	16.041.979

2.4. Análisis de la oferta

Mediante la recolección de información se logró conocer los precios y principales características de la competencia. Se presentan en la siguiente matriz:

Tabla 18. *Matriz análisis de la competencia*

Variables	Arepas Doña Sandra	Arepas de Mi Tierra Ocaña
Descripción	Arepa de harina con diferentes rellenos (Carne, aguacate, queso, camarón, cábano, entre otros.)	Arepa de harina con diferentes rellenos (Carne de cerdo, pollo, chorizo, aguacate, huevos, entre otros.)
Localización	Cl. 5a #14-07, Casco urbano, Floridablanca, Santander, Colombia	Cra. 8 #27-3, Lagos III, Floridablanca, Santander, Colombia
Horarios de atención	Lunes a domingo 5:00pm-10:00pm	Lunes a domingo 4:00pm-10:30pm
Precios	Entre \$6.000 y \$16.000	Entre \$7.500 y \$19.000
Canal de comercialización	Venta del producto en establecimiento. Recepción de pedidos vía telefónica, WhatsApp	Venta presencial en establecimiento, generando una experiencia de consumo. También a través de apps como Rappi, Ifood.
Debilidades	Ofrecen productos con las mismas características.	Ofrecen productos con las mismas características.
Fortalezas	Precios más bajos	Posicionamiento de la marca
Antigüedad	Más de 5 años	Más de 5 años
Estrategias de promoción	Marketing digital en redes sociales (Facebook e Instagram) Realiza publicaciones de arepas especiales con motivos de fechas de celebración como son día amor y amistad, madres etc. Se enfoca en dar a conocer su producto.	Marketing digital en redes sociales (Facebook e Instagram) Se hace reels de experiencias por los clientes, promocionando el lugar y la comida, están enfocados en vender la experiencia de consumir el producto en su establecimiento.

2.5. Descripción del producto mínimo viable

2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto mínimo viable

Una vez analizada la información recolectada en la aplicación de la encuesta, se pudo conocer que la arepa ocañera tiene gran aceptación. En cuanto a los tipos de relleno surge una variación dado que los consumidores prefieren las carnes blancas, eligiendo el pollo como el principal relleno. La materia prima conserva su propuesta inicial, sin generar alteraciones ni cambios estructurales manteniendo el maíz blanco trillado como base en su preparación.

2.5.2. Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.

Una vez realizado el análisis del estudio de mercado, oferta y demanda, se pudo obtener una respuesta positiva frente al producto, se evidenció que es diferente a los ofertados actualmente en ese municipio de Floridablanca, como se menciona anteriormente la empresa ofrecerá arepas elaboradas 100% a base de maíz blanco trillado, que es un alimento altamente nutritivo, rico en fibra, libre de gluten y con bajo contenido de sodio.

El maíz blanco es comprado por las empresas molineras a los agricultores. Allí es tratado inicialmente por las trilladoras, que son máquinas que permiten el proceso de germinación, el cual consiste en partir el maíz extrayendo la concha y el corazón del grano, dando paso a la obtención del maíz blanco trillado, que se comprará como materia prima para la producción de las arepas.

Para conservar la mayor cantidad de propiedades nutricionales del maíz y evitar la adición de aditivos y conservantes, se realizará el proceso de transformación en la empresa. Este proceso inicia con la cocción del maíz en calderos. Luego se hace el proceso de escurrido y molido fino para dar paso al amasado. Cabe resaltar que, el amasado se realizará a mano conservando la técnica tradicional con el fin de lograr una textura más suave se reflejará al momento de consumir arepa.

Para los rellenos se escogerán las verduras y carnes frescas, las cuales serán sazonadas con productos naturales como es el tallo de apio, zanahorias y evitando el uso de condimentos procesados e ingredientes artificiales y aprovechando que los alimentos son producto de placer que destacan los sabores, presentaciones y texturas, de acuerdo a los gustos de los consumidores.

El consumo de las arepas en el establecimiento será una experiencia que evocará la cultura de la región mediante los aromas, y la ambientación del lugar que permitirán vivir un buen tiempo en familia.

Dentro de los atributos diferenciadores intangibles, se ofrecerá un producto elaborado por personal calificado en la producción y atención al cliente, cumpliendo con las normas sanitarias y la correcta manipulación de alimentos.

2.6. Estructura de comercialización y de distribución

Analizando los diferentes canales de distribución existentes y teniendo en cuenta que el tamaño de éstos, se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto hasta el usuario final, se optará por un canal directo de distribución donde no existan intermediarios entre el proveedor y el consumidor final, mediante un local de venta. Este local será el lugar donde se transformará la materia prima y se fabricarán las arepas y sus rellenos. Se despachará el producto a los clientes, bien sea para consumir en el establecimiento o para llevar. También se tendrá venta a domicilio a través de línea telefónica y redes sociales. Lo anterior, representa una ventaja, dado que el precio no se someterá a encarecimiento en el producto, pues no se tendrán intermediarios que incrementen su valor.

Figura 17. Estructura de comercialización y de distribución

2.7. Estrategia para fijación de precios.

Para diseñar la estrategia de precios se calculará el costo el producto teniendo en cuenta los gastos directos e indirectos, los gastos de administración y ventas. Se adicionará una margen de utilidad conveniente para la organización y se tendrán en cuenta los precios de la competencia, con la finalidad de introducir al mercado un producto económicamente competitivo y que cumpla con las expectativas del consumidor.

2.8. Relacionamiento con los clientes

2.8.1. Estrategias de comunicación.

- La empresa contará con medios de comunicación como son WhatsApp, Facebook e Instagram como canales oficiales de la organización.
- Evento de lanzamiento con diferentes actividades como: promociones y descuentos.
- Publicidad radial, a través de emisoras comunitarias de la región.
- Distribución de volantes
- Servicio de perifoneo local
- Publicidad en redes sociales 2 veces al mes. Esto será a través de Facebook mediante imágenes publicitarias.

2.8.2. Presupuesto de comunicación.

Se especifica el presupuesto de comunicación para la empresa Okñarepa.

2.8.2.1. Presupuesto de lanzamiento. A continuación, se presenta la descripción del presupuesto de publicidad y promoción de lanzamiento. Este último tendrá una duración de un mes, previo a la apertura del nuevo establecimiento. El rubro para el día de la apertura será destinado para cubrir el gasto de logística y animación. El paquete de publicidad en radio consta de cuatro pautas que serán emitidas una cada semana. Los volantes serán distribuidos durante dos semanas previas. El servicio de perifoneo se realizará una semana antes del lanzamiento. Las degustaciones serán el día de apertura. La publicidad en redes (conjunto de anuncios Facebook) será una vez a la semana por un mes.

Tabla 19. *Presupuesto de lanzamiento*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR
Evento (día de apertura)	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Diseño de logotipo	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Publicidad en radio(paquete)	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Volantes	2.000	\$ 50	\$ 100.000
Servicio de perifoneo	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Degustaciones	200	\$ 3.000	\$ 600.000
Publicidad en redes sociales	4	\$ 60.000	\$ 240.000
TOTAL			\$ 2.190.000

2.8.2.2. Presupuesto de operación. Se presenta el valor correspondiente al primer año de funcionamiento, acorde a las estrategias establecidas. Cabe resaltar que, mensualmente se pautará publicidad en redes sociales (conjunto de anuncios Facebook) durante el primer año de

funcionamiento, esto con el objetivo de atraer nuevos clientes, dar a conocer el establecimiento y promocionar el producto. La valla publicitaria estará ubicada en la vía Floridablanca, dado que este es altamente frecuentado por turistas y residentes de sectores aledaños.

Tabla 20. *Presupuesto de operación*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Valla publicitaria	\$ 230.000	\$ 2.760.000
Publicidad en redes sociales	\$ 60.000	\$ 720.000
TOTAL	\$ 290.000	\$ 3.480.000

3. Estudio técnico

3.1. Tipo de proyecto

La empresa es de producción, teniendo en cuenta que se realizará transformación de materia prima a producto final, para el caso de esta factibilidad se transformará el maíz en arepas ocañeras.

3.2. Desarrollo operativo del proyecto

3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable

Tabla 21. *Ficha técnica del producto mínimo viable*

Producto principal	Arepas ocañeras de maíz trillado, rellena de pollo	
Diseño		
Especificaciones técnicas	Cada 100 gramos de maíz contienen 70% carbohidratos, 20% de fibra, 10% de proteínas.	
Características físicas	Forma geométrica redonda, 15 cm de diámetro por 1 cm de espesor. Presentan una consistencia crocante y delgada,	

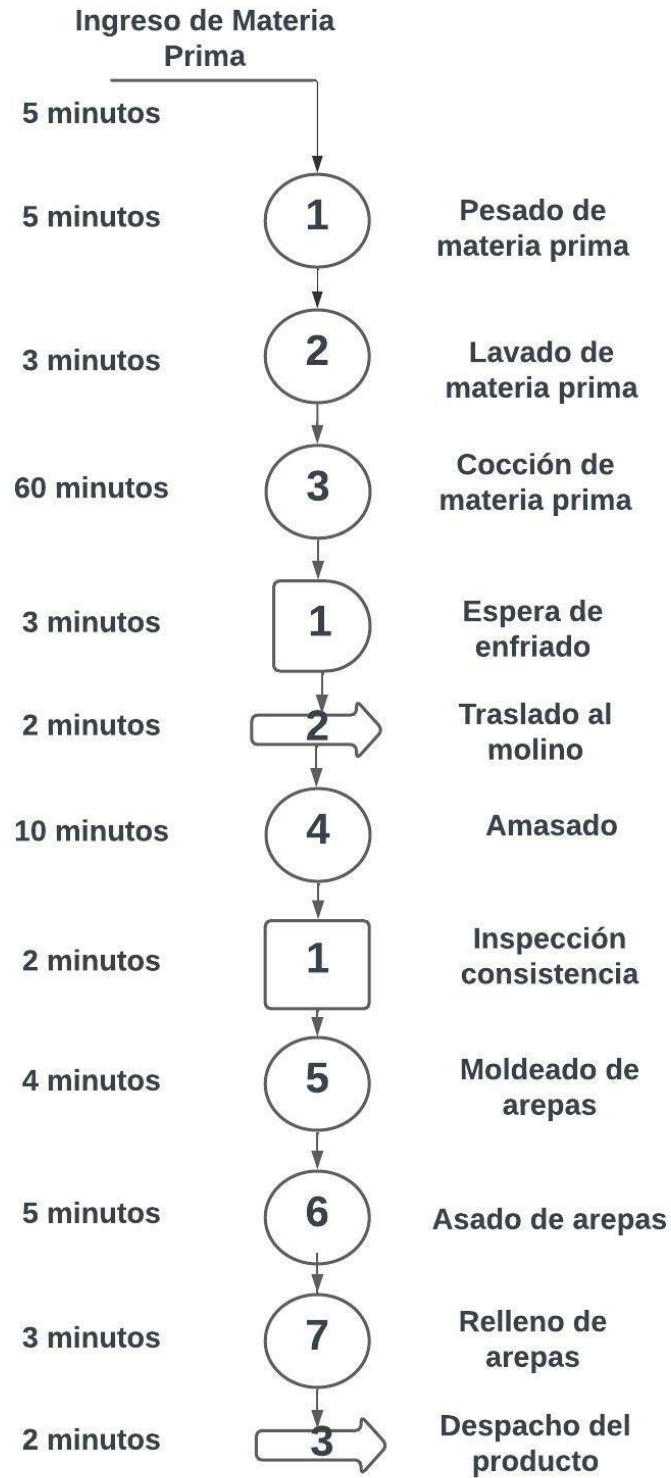
	textura propia del producto, su peso es de 105 gramos aprox. Deber estar libre de materiales extraños y olores fuertes.
Condiciones de almacenamiento	Se debe mantener en un lugar fresco, cumpliendo las normas sanitarias
Características organolépticas	Color: Blanco Olor: Característico Textura: Rugosa

3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave:

A continuación, se presentan las actividades que se realizan para la elaboración de las arepas ocañeras, con su respectivo diagrama de operaciones.

- **Ingreso de la materia prima al área de preparación:** Una vez se realiza el proceso de selección y compra del maíz se traslada a la empresa ubicada en Floridablanca.
- **Pesado de la materia prima:** Se llevará control de la cantidad de materia prima que pasará al proceso de transformación.
- **Lavado:** Cuando se determina la cantidad de maíz, se realiza un lavado profundo para retirar impurezas presentes.
- **Cocción de la materia prima:** Una vez lavado el maíz se vierte en un recipiente adecuado para iniciar el proceso de cocción.
- **Inspección y espera:** Se debe realizar vigilancia en un tiempo determinado para obtener el punto exacto de cocción.

- **Traslado al molino:** Cuando el maíz ya está frío ingresa al molino en un punto determinado para lograr una masa suave.
- **Amasado:** Se debe realizar un amado a mano para lograr una textura suave y consistente.
- **Inspección de consistencia:** Una vez finalizado el proceso de amasado se verifica que la masa se encuentre en el punto deseado de consistencia.
- **Moldeado de las arepas:** La masa se traslada a la mesa industrial, donde manualmente se extiende, se da una forma redonda y se logra el grosor deseado.
- **Asado de las arepas:** Este es el proceso más delicado durante la elaboración del producto, se realiza un asado a fuego medio y se debe mantener una vigilancia constante para lograr la formación de su característica capa crocante.
- **Relleno:** Una vez lista la arepa se procede a realizar el relleno con los productos de preferencia del consumidor.
- **Despacho del producto final:** Se entrega el producto final al consumidor

Figura 18. Diagrama de proceso

3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).

Dadas las características de la organización se debe tener en cuenta el cumplimiento del capítulo 1 “estándares mínimos para empresas, empleados y contratantes con 10 o menos trabajadores, clasificadas con riesgo I, II o III”; Artículo 3, de la resolución número 0312 de 2019.

El diseño, implementación y mantenimiento del sistema de Gestión de la seguridad y salud en el trabajo (SG-SST) será llevado a cabo por la profesional Julie Alexandra Carvajal, quien por el diseño del sistema cobrará \$2.000.000 de pesos. Ver apéndice. B.

3.2.4 Análisis ambiental.

La realización del análisis ambiental estará a cargo de la profesional Jessica Milena Hernández Gelves, Ingeniera ambiental, Especialista en sistemas integrados de gestión, quien presta sus servicios profesionales en la compañía Soluciones Integradas, empresa identificada bajo el NIT 10904806-8. Ver apéndice C.

3.2.5 Recursos claves

3.2.5.1. Talento Humano

Para el correcto funcionamiento de la nueva empresa se requiere el siguiente personal.

Tabla 22. *Talento Humano*

Cargo	Área	Número de personas
Administrador	Administrativa	1
Contador	Administrativa	1
Jefe de cocina	Operativo	1

Auxiliar de cocina	Operativo	2
Mesero	Servicio al cliente	1

3.2.5.2 Infraestructura.

Se requiere maquinaria y equipos para el correcto funcionamiento de la empresa

Tabla 23. *Equipos de oficina*

Activo	Cantidad	Especificaciones
Escritorios	1	Fabricados en madera, con cajones laterales
Computadores de mesa	1	Todo en uno Aio Levono V-130
Impresora	1	Multifunción a color HP
Sillas de escritorio	1	Silla tipo ejecutivos color negro de cinco ruedas, con regulación de altura y apoyabrazos.
Sillas de interlocutores	2	Estructura metálica en polipropileno
Archivador	1	Fabricados en madera, tipo torre. Office

Tabla 24. *Maquinaria y equipos*

Activo	Cantidad	Especificaciones
Máquina para moler maíz	1	Molino eléctrico para moler maíz. Potencia del motor ½ HP capacidad 5KG por minuto, contenedor plástico.
Mesón en acero inoxidable	1	fabricado en acero inoxidable. 120X60, altura 90 CM.

Lavadero en acero inoxidable	1	Fabricado en acero inoxidable.
Estufa industrial	1	Parrillas super resistentes en hierro fundido de 35*35CM C/U, perilla de gran duración con válvulas en cobre.
Refrigerador horizontal	1	Modelo: FH9411W. Color blanco
Báscula	1	Capacidad 300 KG, digital colgante.

Tabla 25. *Muebles y enseres de producción*

Activo	Cantidad	Especificaciones
Olla industrial	1	Fabricada en acero inoxidable.
Batería de ollas	1	Marca Imusa, 5 piezas tamaño grande, antiadherente
Set de utensilios	1	Acero inoxidable con soportes de alta resistencia.
Botiquín	1	Elementos básicos de primeros auxilios
Extintor multipropósito	1	Fabricado en lámina, recargable con boquilla para descargue

3.2.5.3. Materiales, insumos o mercancías.

Para el primer año de operación requiere de los siguientes insumos para la elaboración de las arepas ocañeras.

Tabla 26. *Materiales, insumos directos*

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Maíz trillado	Kilo	0,0800	1.442
Sal	Kilo	0,0160	288
Pollo	Kilo	0,0140	252
Pimentón	Kilo	0,0500	901
Cebolla	Kilo	0,0500	901
Ajo	Libra	0,0250	451
Perejil	Libra	0,0250	451
Aceite	Litro	0,0140	252
Especias	Libra	0,0250	451

Tabla 27. *Materiales, insumos indirectos*

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1
Empaque	Unidad	1,0000	18.029
Servilletas	Unidad	1,0000	18.029
Bolsa papel	Unidad	1,0000	18.029

3.2.6. Distribución de planta

Figura 19. Distribución de planta

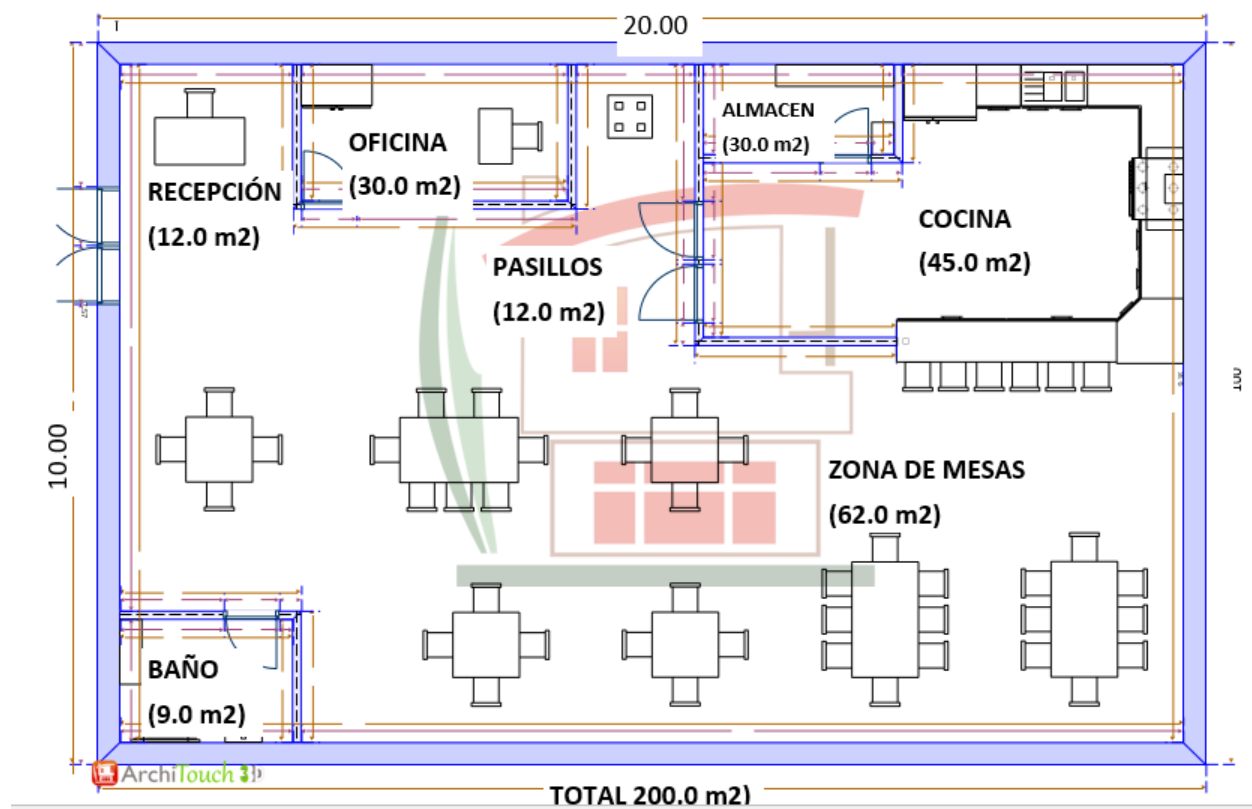


Tabla 28. Distribución planta

ÁREA	DIMENSIÓN
ÁREA DE PRODUCCIÓN	m2
Cocina	45 M2
Almacén	30 m2
ÁREA ADMINISTRATIVA	m2
Oficina	30 m2
Recepción	12 m2

Zona de mesas	62 m2
Pasillos	12 m2
Baño	9 m2
TOTAL, PLANTA:	200 m2

3.2.7 Localización

El estudio de localización está encaminado a determinar el lugar de ubicación final del proyecto, en este caso buscará un lugar óptimo para la elaboración y venta de las arepas ocañeras buscando la mejor utilización de los recursos tendientes a la disminución de los costos.

Este proceso se divide en dos partes que corresponden a la macro localización y micro localización, para una locación óptima se deben tener en cuenta algunos factores básicos que son:

- El mercado del productor
- Los costos de abastecimientos
- Infraestructura vial
- Infraestructura comercial.

3.2.7.2. Macro localización. Se estima que la empresa debe operar en el municipio de Floridablanca, dado que no existen lugares que vendan las arepas con las características de nuestro producto, adicionalmente Floridablanca es una zona de Santander altamente turística.

3.2.7.3. Micro localización.

Considerando las características de la empresa y teniendo en cuenta que en la compañía no se van a emitir ruidos fuertes que alteren el orden de la comunidad, ni tampoco existirá emisión de

humos o materiales contaminantes. Basados en esta información se han considerado tres lugares donde se puede instalar la empresa.

Ubicación 1. Cañaveral ubicado en comuna 2 del municipio de Floridablanca, Santander.

Ubicación 2. Casco urbano ubicado en la comuna 1 del municipio Floridablanca, Santander.

Ubicación 3. La Cumbre ubicado en la comuna 8 del municipio de Floridablanca, Santander.

Para seleccionar de manera imparcial el lugar más conveniente para la empresa Okñarepa se va a recurrir a la técnica de selección de ponderación de los factores y puntuación de los factores y grados, esta técnica consiste en asignar a cada valor un factor en porcentaje, dependiendo de la importancia en la localización de la empresa; esta se mide de menor a mayor importancia, teniendo en cuenta que la suma de la ponderación total de factores para cada lugar seleccionado es del 100%

Definido el puntaje máximo para los factores se procede a la asignación de los puntos para cada grado dentro de cada factor, el puntaje mínimo será cero y corresponderá al grado de menor significación; el máximo puntaje se le dará al grado de mayor importancia; la puntuación de los grados intermedios se hará en forma subjetiva dando la puntuación con

base en la progresión aritmética, donde la constante aritmética se determinará mediante la fórmula:

$$K = \frac{(\text{puntaje mayor} - \text{puntaje menor})}{n - 1}$$

A continuación, se muestra el proceso de la ponderación de los factores y puntuación de los factores grados.

Tabla 29. *Micro localización Método cualitativo*

CALIFICACIÓN				
FACTOR	PESO	UBICACIÓN 1	UBICACIÓN 2	UBICACIÓN 3
Necesidad de remodelación	15%	6	7	5
Área disponible	25%	7	9	6
Zona de parqueo	20%	6	7	5
Canon de arrendamiento	10%	7	6	5
Facilidad de acceso para clientes	30%	7	7	5
TOTALES	100%	6,65	7,4	5,25

Para establecer el resultado de la ubicación más adecuada, se tomó el porcentaje del peso y se multiplicó por el número que se asignó a la ubicación, el valor obtenido es la suma del peso y ubicación. Una vez finalizada la calificación, se logró determinar que el lugar más óptimo para la localización de la nueva empresa es el casco antiguo de Floridablanca, cabe resaltar que este lugar es bastante turístico, de fácil acceso y los costos de arrendamiento son moderados.

3.2.8 Control de calidad

Dentro la organización Okñarepa se tendrá en cuenta las buenas prácticas de manufactura en cada uno de los procesos, esto con la finalidad de no generar desperdicios de insumos, adicionalmente se llevarán a cabo las prácticas relacionadas en el decreto 3075 de 23 de 2007, la cual da las indicaciones de reglamentación sanitaria para la elaboración de alimentos.

Se realizarán las siguientes tareas para dar cumplimiento a las normas:

- Realizar inspección de calidad al maíz, y demás insumos que ingresan a la empresa para la elaboración de las arepas.
- Verificar fechas de vencimiento de los insumos.
- Verificar el punto de cocción de maíz, pollo y demás insumos, con el fin para garantizar un producto óptimo para el consumo humano.
- Inspeccionar que las personas encargadas de la elaboración de las arepas cumplan con las buenas prácticas en manipulación de alimentos.

3.3. Capacidad del proyecto

3.2.1 Capacidad total diseñada por línea de producto

Para conocer la capacidad diseñada, se establece el tiempo de la jornada laboral, este será de 8 horas diarias, que equivalen a 480 minutos por jornada, 6 días a la semana, de martes a domingo. Cabe aclarar que, cuando sea lunes festivo, el descanso será los días martes. El horario laboral será de 3:00pm a 11:00pm, con horario de apertura al público a las 4:00pm. Solo se tendrá un turno laboral, la parte de producción del producto será realizada por tres operarios (jefe de cocina y dos auxiliares).

- Número de operarios: 3
- Horas laboradas por turno: 8
- Número de turnos: 1
- Días laborados al año: 365

Como se presentó en el diagrama de procesos el tiempo promedio de elaboración de una arepa es de 17.5 minutos, que equivalen a 0,29 horas (Se realizó cálculo para un lote de 30 arepas). Este valor se calculó usando el estudio de métodos y tiempos.

DÍAS/AÑO	TURNOS	HORAS	OPERARIOS	TOTAL. HORAS/AÑO
365	1	8	3	8760

Para calcular la capacidad diseñada, se divide el total de horas laboradas al año en el tiempo promedio de elaboración de una arepa.

Tabla 30. *Capacidad Total diseñada*

Capacidad diseñada	
Días/año	365
Jornadas	1
Horas	8
Operarios	3
Horas/año	8.760
Tiempo de elaboración(minutos)	525.600
Arepas al año	30.034

3.3.2 Capacidad instalada

La capacidad instalada se calcula teniendo en cuenta el tiempo real de producción, los días laborales al año descontando los días de descanso, el número de personas que van a elaborar el producto y la maquinaria disponible, basados en esa información se puede conocer la capacidad instalada de la empresa.

Tabla 31. *Capacidad Total instalada*

Capacidad instalada	
Días/año	313
Jornadas	1
Horas (pausas activas)	7
Operarios	3
Horas/año	6.573
Tiempo de elaboración(minutos)	394.380
Arepas al año	22.536

Finalizado el proceso de cálculos, se pudo determinar que la capacidad instalada de la empresa será de 22.536 unidades de arepas al año.

3.3.2 Capacidad instalada y proyectada

Para determinar la capacidad utilizada y proyectada de la empresa Okñarepa, se tendrá en cuenta un porcentaje de aumento anual del 3% y una participación en el mercado con un porcentaje de utilización de 80% en el primer año.

Tabla 32. *Capacidad Total instalada y proyectada.*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacidad diseñada	30.034				
Capacidad instalada	22.536	22.536	22.536	22.536	22.536
Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada	80%	81%	82%	83%	84%
Capacidad utilizada y proyectada	18.029	18.254	18.480	18.705	18.930
Porcentaje de Participación en el mercado	0,12%	0,12%	0,12%	0,12%	0,12%

4. Estudio administrativo

4.1 Forma de constitución

Okñarepa estará constituida bajo la modalidad de S.A.S, Sociedad por Acciones Simplificadas, se eligió esta modalidad ya que se considera la más acorde para el emprendimiento por siguientes razones:

- Proceso de formación muy ágil y sencillo.
- El empresario puede fijar las reglas que regirán la organización.
- Flexibilidad para adaptarse a las particularidades del negocio.
- La responsabilidad de los socios se limita a sus aportes.

4.2 Estructura organizacional

4.2.1 Misión

Okñarepa es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de arepas ocañeras en Floridablanca Santander, que busca satisfacer las necesidades del cliente, ofreciendo un producto saludable y cumpliendo con los estándares de calidad.

4.2.2 Visión

Okñarepa se proyecta para el año 2024 ser reconocida en el mercado regional, destacada por su excelente calidad, contando con un equipo altamente calificado y comprometido, pensando en el bienestar del consumidor.

4.2.3 Valores Corporativos.

Responsabilidad: Seremos una organización responsable con los colaboradores, clientes y el medio ambiente, siempre procurando ofrecer un producto de alta calidad.

Honestidad: Siempre actuar bajo la justicia, evitando acciones que puedan ir en contra de los colaboradores y clientes.

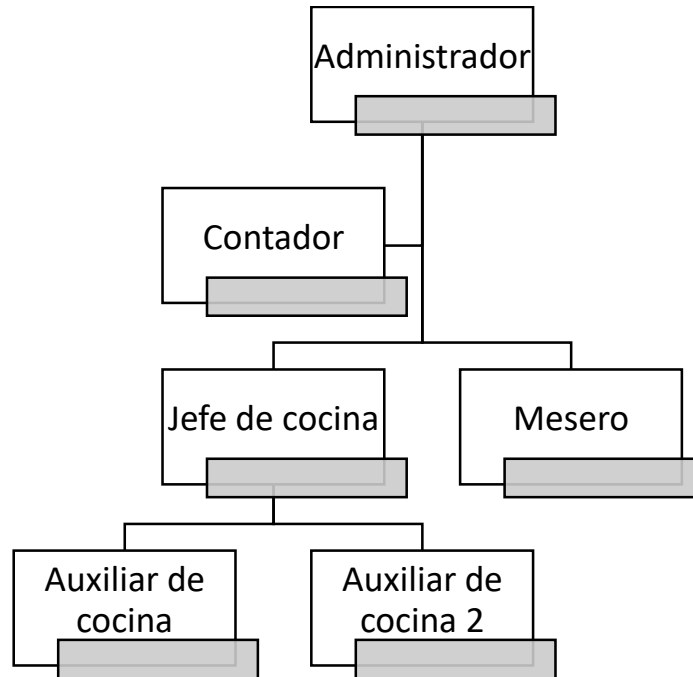
Trabajo en equipo: Promover el trabajo colaborativo y la buena interacción del personal, para dar cumplimiento a los objetivos trazados.

Actitud de servicio: Servir con vocación a nuestros clientes y colaboradores, siempre dispuestos a brindar un trato amable.

4.2.4 Organigrama

Para el correcto funcionamiento de la empresa Okñarepa se contará con un equipo de trabajo conformado por:

- Administrador
- Contador
- Jefe de cocina
- Auxiliar de cocina (2 personas)
- Mesero

Figura 20. Organigrama

4.2.2 Asignación salarial

Para la asignación de salarios de la empresa Okñarepa se tomará como base el salario mínimo legal vigente y considerando las prestaciones de ley. Cabe resaltar que el salario del contador será por prestación de servicios.

Tabla 33. Asignación salarial

CARGO	SUELDO	SUBSIDIO TRANSPORTE	ÁREA	TIPO DE CONTRATO	Nº PUESTOS
Administrador	\$ 1.200.000	\$ 117.172	Administrativa	Indefinido	1
Contador	\$ 1.000.000	\$ 0	Administrativa	Contrato Prestación de Servicios.	1
Mesero	\$ 1.000.000	\$ 117.172	Servicio al cliente	Indefinido	1
Jefe de cocina	\$ 1.150.000	\$ 117.172	Operativa	Indefinido	1

Auxiliar de cocina	\$ 1.000.000	\$ 117.172	Operativa	Indefinido	2
---------------------------	--------------	------------	-----------	------------	---

Tabla 34. Base de liquidación de nómina Asignación salarial

CARGO	PORCENTAJE
SUELDO	
SUB.TRANSP	
Cesantías	8,333%
Intereses a las Cesantías	1,000%
Prima de servicios	8,333%
Vacaciones	4,167%
Salud	8,500%
Pensión	12,000%
ARL	0,500%
SENA	2,000%
ICBF	3,000%
Caja de compensación	4,000%
Dotación	5,000%

Tabla 35. Estructura salarial

Cargo		Administrador	Jefe de cocina	Auxiliar de Cocina	Mesero
Tipo de contrato		Indefinido	Indefinido	Indefinido	Indefinido
Nómina operativa	Porcentaje				
SUELDO		\$ 1.200.000	\$ 1.150.000	\$ 1.150.000	\$ 1.150.000
SUB.TRANSP		\$ 117.172	\$ 117.172	\$ 117.172	\$ 117.172
Cesantías	8,333%	\$ 109.760	\$ 105.593	\$ 93.094	\$ 93.094
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 13.172	\$ 12.672	\$ 11.172	\$ 11.172
Prima de servicios	8,333%	\$ 109.760	\$ 105.593	\$ 93.094	\$ 93.094
Vacaciones	4,167%	\$ 54.880	\$ 52.797	\$ 46.547	\$ 46.547
Salud	8,500%	\$ 102.000	\$ 97.750	\$ 85.000	\$ 85.000
Pensión	12,000%	\$ 144.000	\$ 138.000	\$ 120.000	\$ 120.000
ARL	0,500%	\$ 6.000	\$ 5.750	\$ 5.000	\$ 5.000
SENA	2,000%	\$ 24.000	\$ 23.000	\$ 20.000	\$ 20.000
ICBF	3,000%	\$ 36.000	\$ 34.500	\$ 30.000	\$ 30.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 48.000	\$ 46.000	\$ 40.000	\$ 40.000

Dotación	5,000%	\$ 60.000	\$ 57.500	\$ 50.000	\$ 50.000
Salario real		\$ 2.024.744	\$ 1.946.327	\$ 1.711.079	\$ 1.711.079
Nº de puestos		1	1	1	1
Costo total nómina	\$	\$	\$	\$	\$
	24.296.923	24.296.923	23.355.928	20.532.943	20.532.943

5. Estudio financiero

5.1 Inversiones fija y diferida

5.1.1 Inversión Fija.

Para la inversión fija de Okñarepa se tendrá en cuenta:

Equipos de oficina, equipos de computación y comunicación, maquinaria y equipo, muebles, enseres y herramienta, con valor total de \$7.024.700.

Tabla 36. Estudio de proveedores

Equipos/materia prima	Proveedor	Forma de pago	Precio
Computador	Tecnoplaza	Contado/ 36 cuotas	\$ 1.070.000
	Comertec	Contado/24 cuotas	\$ 1.209.000
Impresora	Tecnoplaza	Contado/48 cuotas	\$ 243.000
	New technologies	Contado	\$ 350.000
Silla de escritorio	Solutions&commerce	Contado/48 cuotas	\$ 186.900
	Oficina ibiza	Contado/12cuotas	\$ 195.000
Sillas interlocutoras	Ekonomodo Colombia	Contado/12cuotas	\$ 89.800
	Ekonomodo design	Contado/12cuotas	\$ 95.000
Archivador	Bylmo	Contado/48 cuotas	\$ 242.900
	Artemisa	Contado/48 cuotas	\$ 260.000
Teléfono	52 bits	Contado/48 cuotas	\$ 139.000
	Tor.technology	Contado/ 18 cuotas	\$ 143.000
Celular	Tecnojmsoluciones	Contado/12cuotas	\$ 536.000
	Celumovilstore	Contado	\$ 600.000
Mesón acero	Tu negocio.com	Contado/48 cuotas	\$ 310.000
	North group	Contado/12cuotas	\$ 350.000
Lavadero de empotrar	Manufacturas inoxidables	Contado/12cuotas	\$ 230.000
	North group	Contado	\$ 250.000
Estufa Industrial	Surticocinas	Contado/ 36 cuotas	\$ 226.900
	Tu negocio.com	Contado/12cuotas	\$ 330.000
Refrigerador horizontal	Comercializadora RCI	Contado/ 36 cuotas	\$ 1.900.000
	Refrinorte	Contado/12cuotas	\$ 2.300.000
Bascula	Mercarcomprar	Contado/48 cuotas	\$ 130.000

	SIJ distribuciones SAS.	Contado	\$	150.000
Olla industrial	Brayner	Contado/12cuotas	\$	130.000
	J.J	Contado/12cuotas	\$	145.000
Maíz trillado	Molinos el Águila	Contado/crédito	\$	2.700
	Plaza centro abastos	Contado	\$	3.000
Pollo	Plaza centro abastos	Contado	\$	9.000
	Alkosto	Contado	\$	9.500
Aceite	Alkosto	Contado	\$	7.500
	Éxito	Contado	\$	7.980
Especias	Alkosto	Contado/crédito	\$	5.600
	Plaza centro abastos	Contado	\$	5.000

Tabla 37. Equipos de oficina

Ver apéndice D. Cotización - valores de referencia

ACTIVO	CANTI	VALOR	VALOR	DEPRECIACIÓN	VALOR DE
	DAD	UNITARIO	TOTAL	ANUAL	SALVAMENTO
Escritorios	1	\$ 276.900	\$ 276.900	\$ 45.380	\$ 50.000
Computador	1	\$ 1.070.000	\$ 1.070.000	\$ 94.000	\$ 600.000
de mesa					
Impresora	1	\$ 243.000	\$ 243.000	\$ 32.600	\$ 80.000
Silla de	1	\$ 186.900	\$ 186.900	\$ 27.380	\$ 50.000
escritorio					
Sillas de	2	\$ 89.800	\$ 179.600	\$ 32.920	\$ 15.000
interlocutores					
Archivador	1	\$ 242.900	\$ 242.900	\$ 43.580	\$ 25.000
TOTALES			\$ 2.199.300	\$ 275.860	\$ 820.000

Tabla 38. Equipos de computación y comunicación

Ver apéndice D. Cotización - valores de referencia

ACTIVO	CANTI DAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Teléfono	1	\$ 139.000	\$ 139.000	\$ 25.800	\$ 10.000
Celular	1	\$ 536.000	\$ 536.000	\$ 103.200	\$ 20.000
TOTAL			\$ 675.000	\$ 129.000	\$ 30.000

Tabla 39. Maquinaria y equipo

Ver apéndice D. Cotización - valores de referencia

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Máquina para moler maíz	1	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 100.000	\$ 300.000
Mesón en acero inoxidable	1	\$ 310.000	\$ 310.000	\$ 22.000	\$ 200.000
Lavadero en acero inoxidable	1	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 4.000	\$ 250.000
Estufa industrial	1	\$ 226.900	\$ 226.900	\$ 3.380	\$ 210.000
Refrigerador horizontal	1	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 270.000	\$ 550.000

Báscula	1	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 21.200	\$ 24.000
TOTALES			\$ 3.596.900	\$ 412.580	\$ 1.534.000

Tabla 40. Muebles y enseres

Ver apéndice D. Cotización - valores de referencia

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES	VALOR	VALOR
			UNITARIO	TOTAL
Olla industrial	1	Fabricada en acero inoxidable	\$ 130.000	\$ 130.000
Batería de ollas	1	Marca Imusa, 5 piezas tamaño grande, antiadherente	\$ 189.000	\$ 189.000
Set de utensilios	1	Acero inoxidable con soportes de alta resistencia. Siete piezas	\$ 62.900	\$ 62.900
Botiquín	1	Elementos básicos de primeros auxilios	\$ 33.800	\$ 33.800
Extintor multipropósito	1	Fabricado en lámina, recargable con boquilla para descargar.	\$ 57.900	\$ 57.900
TOTAL				\$ 473.600

Tabla 41. Herramientas

Ver apéndice D. Cotización - valores de referencia

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES	VALOR UNITARIO
---------------	-----------------	-------------------------	-----------------------

Kit de herramientas	1	Juego de 40 piezas	\$ 79.900
----------------------------	---	--------------------	-----------

Tabla 42. Inversión fija

CONCEPTO	VALOR
Equipo de oficina	\$ 2.199.300
Equipo de computación y comunicación	\$ 675.000
Maquinaria y equipo	\$ 3.596.900
Muebles y enseres operativos	\$ 473.600
Herramientas, repuestos y accesorios	\$ 79.900
TOTAL, INVERSIÓN FIJA	\$ 7.024.700

5.1.2 Inversión diferida.

El total de la inversión diferida para la nueva empresa es de \$ 16.010.000.

Tabla 43. Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 1.200.000
Licencia de funcionamiento	\$ 720.000
Registro sanitario	\$ 550.000
Escritura de Constitución	\$ 650.000
Registro de libros y documentos	\$ 50.000

Estudio impacto ambiental	\$ 1.400.000
Diseño del SG-SST	\$ 2.000.000
Software contable (Alegra)	\$ 1.300.000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 5.000.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 2.190.000
Diseño de identidad corporativa	\$ 300.000
Diseño del sitio web o tienda virtual	\$ 300.000
Registro de marca	\$ 350.000
TOTAL, INVERSIÓN	\$ 16.010.000
DIFERIDA	
Amortización anual	\$ 3.202.000
Amortización mensual	\$ 266.833

5.2 Costos y gastos

5.1.1 Costos de producción

5.2.1.1 Costos fijos.

Dentro de este ítem se encuentran el arriendo, depreciación maquinaria y equipos, seguros, MOI, y otros.

Tabla 44. Costos fijos

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Arriendo	\$ 1.040.000	\$ 12.480.000
Teléfono	\$ 50.000	\$ 600.000

Internet	\$ 40.000	\$ 480.000
Depreciación operativa	\$ 41.523	\$ 498.280
TOTALES	\$ 1.171.523	\$ 14.058.280

5.2.1.2 Costos variables.

Este ítem está conformado por: Materias primas, materiales indirectos, insumos, mano de obra directa, mantenimiento, servicios públicos, y otros

Tabla 45. Materia prima

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Maíz trillado	Kilo	1.442	\$ 2.500	\$ 3.605.760
Sal	Kilo	288	\$ 2.300	\$ 663.460
Pollo	Kilo	252	\$ 8.850	\$ 2.233.768
Pimentón	Kilo	901	\$ 2.800	\$ 2.524.032
Cebolla	Kilo	901	\$ 2.500	\$ 2.253.600
Ajo	Libra	451	\$ 4.700	\$ 2.118.384
Perejil	Libra	451	\$ 2.000	\$ 901.440
Aceite	Litro	252	\$ 1.120	\$ 282.692
Especias	Libra	451	\$ 5.000	\$ 2.253.600
COSTO TOTAL INSUMOS O MATERIA PRIMA				\$ 16.836.736

Tabla 46. Materiales indirectos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Empaque	Unidad	18.029	\$ 20	\$ 360.576
Servilletas	Unidad	18.029	\$ 30	\$ 540.864
Bolsa papel	Unidad	18.029	\$ 50	\$ 901.440
COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS				\$ 1.802.880

Tabla 47. Costos variables

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 5.368.484	\$ 64.421.814
Materiales directos	\$ 1.403.061	\$ 16.836.736
Materiales indirectos	\$ 150.240	\$ 1.802.880
Acueducto	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Energía	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Gas	\$ 130.000	\$ 1.560.000
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 10.376	\$ 124.512
TOTALES	\$ 7.562.162	\$ 90.745.942

Tabla 48. Mano de obra directa

CARGO	PORCENTAJE	Jefe de cocina	Auxiliar de cocina
SUELDO		\$ 1.150.000	\$ 1.000.000
SUB.TRANSP		\$ 117.172	\$ 117.172
Cesantías	8,333%	\$ 105.593	\$ 93.094
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 12.672	\$ 11.172
Prima de servicios	8,333%	\$ 105.593	\$ 93.094
Vacaciones	4,167%	\$ 52.797	\$ 46.547
Salud	8,500%	\$ 97.750	\$ 85.000
Pensión	12,000%	\$ 138.000	\$ 120.000
ARL	0,500%	\$ 5.750	\$ 5.000
SENA	2,000%	\$ 23.000	\$ 20.000
ICBF	3,000%	\$ 34.500	\$ 30.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 46.000	\$ 40.000
Dotación	5,000%	\$ 57.500	\$ 50.000
SALARIO REAL		\$ 1.946.327	\$ 1.711.079
N° DE PUESTOS		1	2
COSTO TOTAL MOD	\$ 64.421.814	\$ 23.355.928	\$ 41.065.886

5.2.1.3 Costos totales de producción.**Tabla 49.** Costos totales de producción

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 1.171.523	\$ 14.058.280
COSTOS VARIABLES	\$ 7.562.162	\$ 90.745.942
TOTALES	\$ 8.733.685	\$ 104.804.222

5.1.2 Gastos de administración y ventas**5.1.2.1 Gastos fijos y variables de administración***5.15.2.1.1 Gastos fijos de administración***Tabla 50.** Nómina administrativa

CARGO	PORCENTAJE	Administrador
SUELDO		\$ 1.200.000
SUB.TRANSP		\$ 117.172
Cesantías	8,333%	\$ 109.760
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 13.172
Prima de servicios	8,333%	\$ 109.760
Vacaciones	4,167%	\$ 54.880
Salud	8,500%	\$ 102.000
Pensión	12,000%	\$ 144.000
ARL	0,500%	\$ 6.000

SENA	2,000%	\$ 24.000
ICBF	3,000%	\$ 36.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 48.000
Dotación	5,000%	\$ 60.000
SALARIO REAL		\$ 2.024.744
N° DE PUESTOS		1
COSTO TOTAL NÓMINA		\$ 24.296.923

Tabla 51. Nómina de ventas (servicio al cliente-mesero)

CARGO	PORCENTAJE	MESERO
SUELDO		\$ 1.000.000
SUB.TRANSP		\$ 117.172
Cesantías	8,333%	\$ 93.094
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 11.172
Prima de servicios	8,333%	\$ 93.094
Vacaciones	4,167%	\$ 46.547
Salud	8,500%	\$ 85.000
Pensión	12,000%	\$ 120.000
ARL	0,500%	\$ 5.000
SENA	2,000%	\$ 20.000
ICBF	3,000%	\$ 30.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 40.000
Dotación	5,000%	\$ 50.000

SALARIO REAL	\$ 1.711.079
N° DE PUESTOS	1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 20.532.943

Tabla 52. Gastos de administración y ventas (Las redes sociales estarán a cargo de la administradora)

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 2.024.744	\$ 24.296.923
Arriendo	\$ 260.000	\$ 3.120.000
Internet	\$ 40.000	\$ 480.000
Publicidad operativa	\$ 290.000	\$ 3.480.000
Contador	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Asesoría SG-SST	\$ 60.000	\$ 720.000
Papelería	\$ 30.000	\$ 360.000
Cafetería	\$ 20.000	\$ 240.000
Amortización de diferidos	\$ 266.833	\$ 3.202.000
Depreciaciones administrativas	\$ 33.738	\$ 404.860
TOTALES	\$ 4.025.315	\$ 48.303.783

5.15.2.1.1 Gastos variables de administración

Tabla 53. Gastos variables de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina de ventas	\$ 1.711.079	\$ 20.532.943

TOTALES	\$ 1.711.079	\$ 20.532.943
----------------	--------------	---------------

5.1.2.2 Gastos totales de administración y ventas

Tabla 54. Gastos totales de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 4.025.315	\$ 48.303.783
Gastos variables	\$ 1.711.079	\$ 20.532.943
Total	\$ 5.736.394	\$ 68.836.726

5.3. Capital de trabajo

5.3.1 Periodo de capital de trabajo.

Corresponde al efectivo que se requiere para el primer mes de producción y el correcto funcionamiento de la nueva empresa.

5.3.2 Estructura del crédito.

5.3.2.1 Amortización del crédito.

Tabla 55. Amortización de crédito

Préstamo	\$ 17.000.000	Interés mensual	1,30%	
Periodo	60	Valor cuota mensual	\$ 409.803	
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 188.803	\$ 221.000	\$ 409.803	\$ 16.811.197
2	\$ 191.257	\$ 218.546	\$ 409.803	\$ 16.619.940

3	\$ 193.744	\$ 216.059	\$ 409.803	\$ 16.426.196
4	\$ 196.262	\$ 213.541	\$ 409.803	\$ 16.229.934
5	\$ 198.814	\$ 210.989	\$ 409.803	\$ 16.031.120
6	\$ 201.398	\$ 208.405	\$ 409.803	\$ 15.829.722
7	\$ 204.017	\$ 205.786	\$ 409.803	\$ 15.625.705
8	\$ 206.669	\$ 203.134	\$ 409.803	\$ 15.419.036
9	\$ 209.356	\$ 200.447	\$ 409.803	\$ 15.209.680
10	\$ 212.077	\$ 197.726	\$ 409.803	\$ 14.997.603
11	\$ 214.834	\$ 194.969	\$ 409.803	\$ 14.782.769
12	\$ 217.627	\$ 192.176	\$ 409.803	\$ 14.565.142
	\$ 2.434.858	\$ 2.482.778	\$ 4.917.636	
13	\$ 220.456	\$ 189.347	\$ 409.803	\$ 14.344.686
14	\$ 223.322	\$ 186.481	\$ 409.803	\$ 14.121.364
15	\$ 226.225	\$ 183.578	\$ 409.803	\$ 13.895.139
16	\$ 229.166	\$ 180.637	\$ 409.803	\$ 13.665.973
17	\$ 232.145	\$ 177.658	\$ 409.803	\$ 13.433.828
18	\$ 235.163	\$ 174.640	\$ 409.803	\$ 13.198.665
19	\$ 238.220	\$ 171.583	\$ 409.803	\$ 12.960.445
20	\$ 241.317	\$ 168.486	\$ 409.803	\$ 12.719.128
21	\$ 244.454	\$ 165.349	\$ 409.803	\$ 12.474.674
22	\$ 247.632	\$ 162.171	\$ 409.803	\$ 12.227.042
23	\$ 250.851	\$ 158.952	\$ 409.803	\$ 11.976.191
24	\$ 254.113	\$ 155.690	\$ 409.803	\$ 11.722.078
	\$ 2.843.064	\$ 2.074.572	\$ 4.917.636	
25	\$ 257.416	\$ 152.387	\$ 409.803	\$ 11.464.662

26	\$ 260.762	\$ 149.041	\$ 409.803	\$ 11.203.900
27	\$ 264.152	\$ 145.651	\$ 409.803	\$ 10.939.748
28	\$ 267.586	\$ 142.217	\$ 409.803	\$ 10.672.162
29	\$ 271.065	\$ 138.738	\$ 409.803	\$ 10.401.097
30	\$ 274.589	\$ 135.214	\$ 409.803	\$ 10.126.508
31	\$ 278.158	\$ 131.645	\$ 409.803	\$ 9.848.350
32	\$ 281.774	\$ 128.029	\$ 409.803	\$ 9.566.576
33	\$ 285.438	\$ 124.365	\$ 409.803	\$ 9.281.138
34	\$ 289.148	\$ 120.655	\$ 409.803	\$ 8.991.990
35	\$ 292.907	\$ 116.896	\$ 409.803	\$ 8.699.083
36	\$ 296.715	\$ 113.088	\$ 409.803	\$ 8.402.368
	\$ 3.319.710	\$ 1.597.926	\$ 4.917.636	
37	\$ 300.572	\$ 109.231	\$ 409.803	\$ 8.101.796
38	\$ 304.480	\$ 105.323	\$ 409.803	\$ 7.797.316
39	\$ 308.438	\$ 101.365	\$ 409.803	\$ 7.488.878
40	\$ 312.448	\$ 97.355	\$ 409.803	\$ 7.176.430
41	\$ 316.509	\$ 93.294	\$ 409.803	\$ 6.859.921
42	\$ 320.624	\$ 89.179	\$ 409.803	\$ 6.539.297
43	\$ 324.792	\$ 85.011	\$ 409.803	\$ 6.214.505
44	\$ 329.014	\$ 80.789	\$ 409.803	\$ 5.885.491
45	\$ 333.292	\$ 76.511	\$ 409.803	\$ 5.552.199
46	\$ 337.624	\$ 72.179	\$ 409.803	\$ 5.214.575
47	\$ 342.014	\$ 67.789	\$ 409.803	\$ 4.872.561
48	\$ 346.460	\$ 63.343	\$ 409.803	\$ 4.526.101
	\$ 3.876.267	\$ 1.041.369	\$ 4.917.636	

49	\$ 350.964	\$ 58.839	\$ 409.803	\$ 4.175.137
50	\$ 355.526	\$ 54.277	\$ 409.803	\$ 3.819.611
51	\$ 360.148	\$ 49.655	\$ 409.803	\$ 3.459.463
52	\$ 364.830	\$ 44.973	\$ 409.803	\$ 3.094.633
53	\$ 369.573	\$ 40.230	\$ 409.803	\$ 2.725.060
54	\$ 374.377	\$ 35.426	\$ 409.803	\$ 2.350.683
55	\$ 379.244	\$ 30.559	\$ 409.803	\$ 1.971.439
56	\$ 384.174	\$ 25.629	\$ 409.803	\$ 1.587.265
57	\$ 389.169	\$ 20.634	\$ 409.803	\$ 1.198.096
58	\$ 394.228	\$ 15.575	\$ 409.803	\$ 803.868
59	\$ 399.353	\$ 10.450	\$ 409.803	\$ 404.515
60	\$ 404.544	\$ 5.259	\$ 409.803	\$ 0
	\$ 4.526.130	\$ 391.506	\$ 4.917.636	

5.3.2.2 Gastos financieros

Este gasto equivale al primer mes del interés del crédito por un valor de \$ 221.000.

5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo

Tabla 56. Resumen capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 8.733.685
Gastos de administración y ventas	\$ 5.736.394
Gastos financieros	\$ 221.000
Menos Depreciaciones	-\$ 75.262

Menos Amortización diferidos	-\$ 266.833
TOTAL, CAPITAL DE	
TRABAJO	\$ 14.348.984

5.4. Inversión total

Tabla 57. Inversión total

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 7.024.700
Inversión diferida	\$ 16.010.000
Inversión capital de trabajo	\$ 14.348.984
INVERSIÓN TOTAL	\$ 37.383.684

5.5. Estructura de capital

5.5.1 Recursos propios.

Se contará con \$20.383.684 pesos como recursos propios, que equivalen a un 54,53% de la inversión total de la empresa, este valor estará representado en equipos de producción, equipos de oficina, muebles, enseres, entre otros y efectivo. El restante 45,47% corresponderá a un crédito bancario por valor de \$17.000.000 pesos, con una tasa efectiva anual de interés del 16,77%.

Tabla 58. Recursos propios

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$ 20.383.684	54,53%

Crédito bancario	\$ 17.000.000	45,47%
TOTAL	\$ 37.383.684	100,00%

5.5.2 Recursos de financiación.

Se solicitará en el banco Davivienda un préstamo por un de monto de \$17.000.00 millones de pesos que equivale al 45,47% del total de la inversión. El crédito a solicitar será de tipo comercial, dado que es uno de los más recomendados para nuevas empresas. Se eligió el banco Davivienda, puesto que una de las autoras tiene sus productos con esta entidad financiera lo que le ha generado una buena vida crediticia y esto permitirá obtener una mejor tasa.

5.6. Precio de venta

Una vez realizados los estudios pertinentes, se conoció que el precio de venta será de \$10.702 pesos, con un margen de utilidad del 10%. Se pudo determinar que es un precio de venta competitivo con las empresas que ofrecen productos similares. Se analizó la competencia y se conoció que el precio de sus productos está entre \$6.000 y \$19.000. De acuerdo al estudio de mercados en la pregunta No 13, las personas están dispuestas a pagar un valor promedio \$13.640.

Tabla 59. Precio de venta.

Costos totales de producción	\$ 104.804.222
Gastos de administración y ventas totales	\$ 68.836.726
Costos y gastos totales	\$ 173.640.947
Capacidad utilizada año 1	18.029
Costos y gastos totales unitarios	\$ 9.631

Margen de utilidad	10%
Precio de venta	\$ 10.702
Precio al intermediario antes de IVA	0%
Precio al consumidor	\$ 10.702

5.7. Estados financieros proyectados

5.7.1 Estado de Resultados proyectado.

Tabla 60. Estado de resultados proyectados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 192.944.218	\$ 195.356.020	\$ 197.767.823	\$ 200.179.626	\$ 202.591.428
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$ 192.944.218	\$ 195.356.020	\$ 197.767.823	\$ 200.179.626	\$ 202.591.428
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$ 16.836.736	\$ 17.047.195	\$ 17.257.654	\$ 17.468.113	\$ 17.678.573
MOD	\$ 64.421.814	\$ 64.421.814	\$ 64.421.814	\$ 64.421.814	\$ 64.421.814
CIF	\$ 23.545.672	\$ 23.664.264	\$ 23.782.857	\$ 23.901.449	\$ 24.020.042
UTILIDAD BRUTA	\$ 88.139.996	\$ 90.222.747	\$ 92.305.498	\$ 94.388.249	\$ 96.471.001
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 24.296.923	\$ 24.296.923	\$ 24.296.923	\$ 24.296.923	\$ 24.296.923
Gastos generales	\$ 44.539.803	\$ 44.796.465	\$ 45.053.126	\$ 45.309.788	\$ 45.566.450
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 19.303.270	\$ 21.129.360	\$ 22.955.449	\$ 24.781.538	\$ 26.607.628
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 2.482.778	-\$ 2.074.572	-\$ 1.597.926	-\$ 1.041.369	-\$ 391.506
Menos 4x1000	-\$ 771.777	-\$ 781.424	-\$ 791.071	-\$ 800.719	-\$ 810.366
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 16.048.715	\$ 18.273.363	\$ 20.566.452	\$ 22.939.451	\$ 25.405.756
Menos Impuesto de Renta	-\$ 5.617.050	-\$ 6.395.677	-\$ 7.198.258	-\$ 8.028.808	-\$ 8.892.015
Menos Impuesto de Ind y Cio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD NETA	\$ 10.431.665	\$ 11.877.686	\$ 13.368.194	\$ 14.910.643	\$ 16.513.741
Menos Reserva Legal	-\$ 1.043.166	-\$ 1.187.769	-\$ 1.336.819	-\$ 1.491.064	-\$ 1.651.374
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 9.388.498	\$ 10.689.918	\$ 12.031.374	\$ 13.419.579	\$ 14.862.367

5.7.2 Flujo de Fondos proyectado

Tabla 61. Flujo de fondos proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 14.348.984	\$ 32.067.981	\$ 45.986.370	\$ 60.942.575	\$ 76.912.641
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS			\$	\$	\$	\$
		\$ 192.944.218	195.356.020	197.767.823	200.179.626	202.591.428
Operacionales			\$	\$	\$	\$
		\$ 192.944.218	195.356.020	197.767.823	200.179.626	202.591.428
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS			-\$	-\$	-\$	-\$
		-\$ 170.307.584	176.519.995	177.893.983	179.291.924	180.717.834
Materiales		\$ 16.836.736	\$ 17.047.195	\$ 17.257.654	\$ 17.468.113	\$ 17.678.573
MOD		\$ 64.421.814	\$ 64.421.814	\$ 64.421.814	\$ 64.421.814	\$ 64.421.814
CIF		\$ 23.545.672	\$ 23.664.264	\$ 23.782.857	\$ 23.901.449	\$ 24.020.042
Nómina administrativa		\$ 24.296.923	\$ 24.296.923	\$ 24.296.923	\$ 24.296.923	\$ 24.296.923
Gastos generales		\$ 44.539.803	\$ 44.796.465	\$ 45.053.126	\$ 45.309.788	\$ 45.566.450
Menos depreciaciones		-\$ 903.140	-\$ 903.140	-\$ 903.140	-\$ 903.140	-\$ 903.140
Menos amortizaciones		-\$ 3.202.000	-\$ 3.202.000	-\$ 3.202.000	-\$ 3.202.000	-\$ 3.202.000
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 5.617.050	\$ 6.395.677	\$ 7.198.258	\$ 8.028.808
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
4 x 1000		\$ 771.777	\$ 781.424	\$ 791.071	\$ 800.719	\$ 810.366
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 22.636.633	\$ 18.836.025	\$ 19.873.840	\$ 20.887.702	\$ 21.873.594
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 20.383.684	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2.509.000
Capital social	\$ 20.383.684					
Valor de salvamento						\$ 2.509.000
-EGRESOS	-\$ 23.034.700	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 2.199.300					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 675.000					
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 3.596.900					

Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 473.600					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 79.900					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 16.010.000					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	-\$ 2.651.016	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2.509.000
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 17.000.000					
Préstamo bancario	\$ 17.000.000					
-EGRESOS		-\$ 4.917.636	-\$ 4.917.636	-\$ 4.917.636	-\$ 4.917.636	-\$ 4.917.636
Abono a capital		\$ 2.434.858	\$ 2.843.064	\$ 3.319.710	\$ 3.876.267	\$ 4.526.130
Gastos financieros		\$ 2.482.778	\$ 2.074.572	\$ 1.597.926	\$ 1.041.369	\$ 391.506
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 17.000.000	-\$ 4.917.636	-\$ 4.917.636	-\$ 4.917.636	-\$ 4.917.636	-\$ 4.917.636
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$ 14.348.984	\$ 17.718.997	\$ 13.918.389	\$ 14.956.204	\$ 15.970.066	\$ 19.464.958

5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

Tabla 62. Estado de situación financiera inicial y proyectada

ACTIVOS CORRIENTES						
Fondos en caja						
Fondos en bancos	\$ 14.348.984	\$ 32.067.981	\$ 45.986.370	\$ 60.942.575	\$ 76.912.641	\$ 93.868.599
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 14.348.984	\$ 32.067.981	\$ 45.986.370	\$ 60.942.575	\$ 76.912.641	\$ 93.868.599
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 2.199.300	\$ 2.199.300	\$ 2.199.300	\$ 2.199.300	\$ 2.199.300	\$ 2.199.300

Equipo de computación y comunicación	\$ 675.000	\$ 675.000	\$ 675.000	\$ 675.000	\$ 675.000	\$ 675.000
Maquinaria y equipo	\$ 3.596.900	\$ 3.596.900	\$ 3.596.900	\$ 3.596.900	\$ 3.596.900	\$ 3.596.900
Muebles y enseres	\$ 473.600	\$ 473.600	\$ 473.600	\$ 473.600	\$ 473.600	\$ 473.600
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 79.900	\$ 79.900	\$ 79.900	\$ 79.900	\$ 79.900	\$ 79.900
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 903.140	-\$ 1.806.280	-\$ 2.709.420	-\$ 3.612.560	-\$ 4.515.700
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 7.024.700	\$ 6.121.560	\$ 5.218.420	\$ 4.315.280	\$ 3.412.140	\$ 2.509.000
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 16.010.000	\$ 16.010.000	\$ 16.010.000	\$ 16.010.000	\$ 16.010.000	\$ 16.010.000
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 3.202.000	-\$ 6.404.000	-\$ 9.606.000	-\$ 12.808.000	-\$ 16.010.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 16.010.000	\$ 12.808.000	\$ 9.606.000	\$ 6.404.000	\$ 3.202.000	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 37.383.684	\$ 50.997.541	\$ 60.810.790	\$ 71.661.855	\$ 83.526.781	\$ 96.377.599
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 2.434.858	\$ 2.843.064	\$ 3.319.710	\$ 3.876.267	\$ 4.526.130	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 5.617.050	\$ 6.395.677	\$ 7.198.258	\$ 8.028.808	\$ 8.892.015
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 2.434.858	\$ 8.460.114	\$ 9.715.387	\$ 11.074.525	\$ 12.554.938	\$ 8.892.015
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 14.565.142	\$ 11.722.078	\$ 8.402.368	\$ 4.526.101	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 14.565.142	\$ 11.722.078	\$ 8.402.368	\$ 4.526.101	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 17.000.000	\$ 20.182.192	\$ 18.117.755	\$ 15.600.626	\$ 12.554.938	\$ 8.892.015
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 20.383.684	\$ 20.383.684	\$ 20.383.684	\$ 20.383.684	\$ 20.383.684	\$ 20.383.684
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 1.043.166	\$ 2.230.935	\$ 3.567.754	\$ 5.058.819	\$ 6.710.193
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 9.388.498	\$ 10.689.918	\$ 12.031.374	\$ 13.419.579	\$ 14.862.367
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 9.388.498	\$ 20.078.416	\$ 32.109.790	\$ 45.529.369
PATRIMONIO TOTAL	\$ 20.383.684	\$ 30.815.349	\$ 42.693.035	\$ 56.061.229	\$ 70.971.872	\$ 87.485.613
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 37.383.684	\$ 50.997.541	\$ 60.810.790	\$ 71.661.855	\$ 83.526.810	\$ 96.377.628

5.8. Evaluación financiera

5.8.1 Razones financieras

Las razones financieras son considerados indicadores que permiten cuantificar la realidad económica de un proyecto en un horizonte de tiempo proyectado lo que permite a los inversionistas reconocer el probable comportamiento en tanto la capacidad del proyecto de asumir las diferentes obligaciones durante las operaciones. A continuación, se presentan las razones financieras analizadas partiendo de los siguientes valores:

Tabla 63. Valores Razones financieras

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente	\$ 32.067.981	\$ 45.986.370	\$ 60.942.575	\$ 76.912.641	\$ 93.868.599
Pasivo corriente	\$ 8.460.114	\$ 9.715.387	\$ 11.074.525	\$ 12.554.938	\$ 8.892.015
Inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ventas	\$ 192.944.218	\$ 195.356.020	\$ 197.767.823	\$ 200.179.626	\$ 202.591.428
Activo fijo neto	\$ 6.121.560	\$ 5.218.420	\$ 4.315.280	\$ 3.412.140	\$ 2.509.000
Activo total	\$ 50.997.541	\$ 60.810.790	\$ 71.661.855	\$ 83.526.781	\$ 96.377.599
Pasivo Total	\$ 20.182.192	\$ 18.117.755	\$ 15.600.626	\$ 12.554.938	\$ 8.892.015
Utilidad Operacional	\$ 19.303.270	\$ 21.129.360	\$ 22.955.449	\$ 24.781.538	\$ 26.607.628
Intereses	1,30%	1,30%	1,30%	1,30%	1,30%
Patrimonio	\$ 30.815.349	\$ 42.693.035	\$ 56.061.229	\$ 70.971.872	\$ 87.485.613
Utilidad Bruta	\$ 88.139.996	\$ 90.222.747	\$ 92.305.498	\$ 94.388.249	\$ 96.471.001
Utilidad neta	\$ 10.431.665	\$ 11.877.686	\$ 13.368.194	\$ 14.910.643	\$ 16.513.741
Activos totales	\$ 50.997.541	\$ 60.810.790	\$ 71.661.855	\$ 83.526.781	\$ 96.377.599

5.8.1.1 Razones de liquidez

En este ítem se encuentran la razón corriente, prueba ácida y capital de trabajo.

Tabla 64. Razones de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corriente	activo corriente / pasivo corriente	No veces	3,79	4,73	5,50	6,13	10,56
Prueba ácida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	3,79	4,73	5,50	6,13	10,56
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$\$	\$ 23.607.8 67	\$ 36.270.98 3	\$ 49.868.0 50	\$ 64.357.7 03	\$ 84.976. 584

Con respecto a la razón corriente, se establece que para el año 1 está asciende a 3,79 lo que significa que por cada peso que se debe, se cuenta con 3,79 pesos para financiarlo. Al contar con una razón corriente mayor a la unidad, el capital neto de trabajo necesariamente será un valor positivo. Con respecto al capital de trabajo, para el primer año este indicador asciende a \$23.607.867 lo cual permite reconocer que se cuenta con exceso de activos corrientes sobre pasivos corrientes como resultado de las actividades del primer año de operaciones. La prueba ácida corresponde a los mismos indicadores de razón corriente dado que no cuenta con inventarios.

5.8.1.2 Razones de operación

Entre estas razones está la rotación de activos corrientes, fijos y totales.

Tabla 65. Razones de operación

RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	6,02	4,25	3,25	2,60	2,16
Rotación activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	31,52	37,44	45,83	58,67	80,75
Rotación activo total	ventas / activo total	No veces	3,78	3,21	2,76	2,40	2,10

Con respecto a las razones de operación, la rotación de activo corriente indica que, por cada unidad monetaria del activo corriente, el proyecto genera 6,02 pesos por ventas, mientras que la rotación de activo fijo indica que, por cada unidad monetaria del activo fijo, el proyecto genera 31,52 pesos por ventas. Para el caso de la rotación de activo total, por cada unidad monetaria del activo total, el proyecto genera 3,78 pesos por ventas.

5.8.1.3 Razones de rentabilidad

En este ítem se encuentran las razones de rentabilidad con relación al capital, rentabilidad con relación a la inversión, margen bruto de ganancias, margen neto de ganancias.

Tabla 66. Razones de rentabilidad

RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ ventas	%	45,68%	46,18%	46,67%	47,15%	47,62%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	5,41%	6,08%	6,76%	7,45%	8,15%

Rendimiento activos	utilidad neta/ activos totales	%	20,46%	19,53%	18,65%	17,85%	17,13%
----------------------------	--------------------------------------	---	--------	--------	--------	--------	--------

Con respecto a las razones de rentabilidad, el proyecto cuenta con un margen bruto de utilidad de 45,68% en el primer año, lo que indica que, por cada 100 pesos en ventas 45,68 pesos corresponden a utilidad bruta. Sobre el margen de utilidad neta, por cada 100 pesos en ventas 5,41% corresponden a utilidad neta. El rendimiento de activos indica que, por cada 100 pesos de activos totales 20,46% corresponden a la utilidad neta. Lo que puede considerarse favorable para el proyecto dado, que “los estudios indican que el margen de utilidad bruta del sector de alimentos está alrededor del 22.5%.” (Travers.estudio, 2020)

5.8.1.4 Razones de endeudamiento

Entre estas razones de puede encontrar el nivel de endeudamiento, endeudamiento a corto plazo y cobertura de intereses.

Tabla 67. Razones de endeudamiento

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	37,00%	29,79%	21,77%	15,03%	9,23%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	7,77	10,18	14,37	23,80	67,96
Índice participación patrimonial	patrimonio / activo total	%	60,43%	70,21%	78,23%	84,97%	90,77%

Ante las razones de endeudamiento, se establece que, para el endeudamiento total por cada 100 pesos de activo total 37,00 son de pasivo total. Sobre la cobertura de intereses, por cada peso

de interés, el proyecto genera 7,77 pesos en utilidad operacional. Sobre el índice de participación patrimonial, por cada 100 pesos de activo total, 60,43 pesos pertenecen al patrimonio.

5.8.2 Indicadores de viabilidad.

Para determinar la viabilidad financiera del proyecto se tienen en cuenta los indicadores Tasa Interna de Retorno, el Valor Presente Neto, el periodo de recuperación y el punto de equilibrio.

5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento a la cual el valor presente neto del flujo de caja del proyecto es cero. Si la TIR es menor que el costo de oportunidad del capital, el proyecto no es viable desde un punto de vista económico. De acuerdo al cálculo de la TIR para las proyecciones a cinco años del presente proyecto, es la siguiente:

Tabla 68. Tasa interna retorno

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 20.383.684	\$ 17.718.997	\$ 13.918.389	\$ 14.956.204	\$ 15.970.066	\$ 19.464.958
VNA	-\$ 20.383.684	\$ 14.566.169	\$ 9.405.922	\$ 8.308.832	\$ 7.293.425	\$ 7.307.764
VALOR RECUPERADO		\$ 14.566.169	\$ 23.972.091	\$ 32.280.924	\$ 39.574.349	\$ 46.882.112
		VPN	\$ 33.544.503			

TIR 74,85%

En el caso del presente proyecto, la TIR de 74,85% indica que se encuentra muy por encima del costo de oportunidad de capital por tanto se traduce en viabilidad para su ejecución, es decir, se trata de un proyecto económicamente atractivo para inversión.

5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN)

El valor presente neto como indicador financiero consiste en la suma del valor presente de todos los flujos de efectivo futuros. A continuación, se presenta el cálculo del VPN.

Tabla 69. Cálculo del Valor presente neto

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 20.383.684	\$ 17.718.997	\$ 13.918.389	\$ 14.956.204	\$ 15.970.066	\$ 19.464.958
VNA	-\$ 20.383.684	\$ 14.566.169	\$ 9.405.922	\$ 8.308.832	\$ 7.293.425	\$ 7.307.764
VALOR RECUPERADO		\$ 14.566.169	\$ 23.972.091	\$ 32.280.924	\$ 39.574.349	\$ 46.882.112

VPN \$ 33.544.503

En el caso del presente proyecto el indicador VPN es positivo con \$33.544.503 lo que determina que el proyecto es viable para inversión.

5.8.2.3 Período de recuperación

Tabla 70. Periodo de recuperación

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR RECUPERADO	\$ 14.566.169	\$ 23.972.091	\$ 32.280.924	\$ 39.574.349	\$ 46.882.112

Dentro de las condiciones evaluadas y proyectadas financieramente para la nueva empresa la inversión, la cual asciende a \$ 37.383.684, se recupera en el tercer año de operaciones, lo cual significa que la empresa tiene un proceso de recuperación acorde a la cantidad de ventas y una rentabilidad coherente con el producto en un periodo de cinco años.

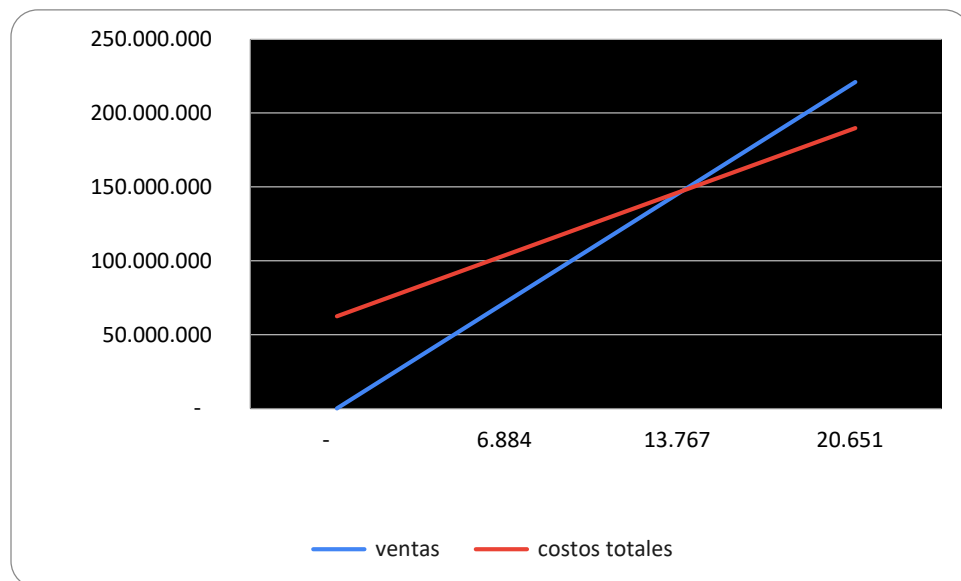
5.8.2.4 Punto de equilibrio

Tabla 71. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	76,36%
En función de cantidades producidas (Q)	13.767
En función de volumen de ventas (\$)	\$ 147.337.909

Con respecto al punto de equilibrio del emprendimiento, se tiene presente que existen diferentes formas de reconocerlo, a saber, desde el uso de la capacidad instalada, desde la cantidad de unidades producidas y desde el volumen de ventas. La forma tradicional de establecer el punto de equilibrio está en función de la cantidad de producción necesaria para hacer los costos cero y que no exista ni pérdida ni ganancia. En ese orden de ideas, las cantidades que generan equilibrio en este emprendimiento ascienden a 13.767 arepas en el primer año, 1.147 al mes, es decir, 48 diarias.

Figura 21. *Punto de equilibrio*



6. Conclusiones

Con respecto a la realización del estudio de mercados, se diseñó un instrumento de recolección de información tipo encuesta el cual fue aplicado a 150 personas del municipio de Floridablanca, que permitió reconocer las preferencias y características de los consumidores y aspectos generales del mercado, definiendo la aceptación de la idea de negocio la cual fue del 100%. Se analizó la competencia definiendo los factores de aquellos establecimientos con reconocimiento, lo que significó tenerlos en cuenta para cuando se dé inicio de operaciones. Se determinó la demanda efectiva la cual ascendió a 15.098.238 productos. Así mismo, se estableció la estructura de comercialización y distribución de las arepas ocañeras estableciendo el canal directo como opción inicial y con una estrategia de precios enfocada en costos.

Ante el propósito de efectuar un estudio técnico, se lograron definir los procesos y aspectos operativos de la puesta en marcha del emprendimiento, así como la infraestructura, maquinaria y equipos requeridos para el funcionamiento del punto de venta, teniendo en cuenta los recursos que permitan la elaboración de las arepas. Se logró establecer los parámetros de calidad, la macro y micro localización del proyecto, así como la capacidad utilizada y proyectada contando con 18.029 productos vendidos en el primer año, con un porcentaje de penetración del 0,12%.

Con respecto al desarrollo del estudio administrativo, se lograron determinar las condiciones de constitución de la empresa, así como la estructura organizacional, definiendo la misión, visión, valores corporativos y el organigrama. El proyecto espera contratar directamente a seis empleados, personal requerido en los resultados del estudio operacional, quienes son los que

pondrán en marcha el emprendimiento. De igual manera, se establecieron los salarios y el tipo de contratación, información importante para el estudio financiero.

Sobre el objetivo de efectuar un estudio financiero para el emprendimiento Okñarepa se logró cuantificar la inversión, la cual asciende a los 37 millones de pesos, así como la definición de costos y gastos en los que se incurre en la operación y administración de la empresa. Se establecieron los porcentajes de las fuentes de financiación las cuales fueron 54,53% para los socios fundadores y 45,47% correspondiente a un crédito bancario. Por último, se proyectaron los estados financieros en un horizonte a cinco años lo que sirve como insumo principal para la evaluación financiera a partir de los indicadores más relevantes. Donde se logró determinar la viabilidad económica del emprendimiento, la tasa interna de retorno calculada asciende al 74,85% este puede parecer un poco alto, pero obedece a que es un emprendimiento de alimentos, donde los estudios han revelados que su margen de utilidad es alto.

El valor presente neto se calculó en \$ 33.544.503 lo cual demuestra la solidez del producto en un horizonte de cinco años. Así mismo, se estableció que el periodo de recuperación de la inversión será de tres años aproximadamente. Se encontró que las unidades necesarias para dar equilibrio a las operaciones sin perder ni ganar serán de 13.763, lo que significa que se deben vender \$147.337.909 millones de pesos en el primer año a un ritmo de capacidad del 80%.

7. Recomendaciones

Es importante la realización e inspección a profundidad de los diferentes estudios, es de gran relevancia tener claridad de los mismos, dado que partiendo de ellos se puede tener un horizonte más claro para la puesta en marcha del proyecto, de igual la manera efectuar el paso a paso de procedimientos que se requieren para el correcto funcionamiento de la factibilidad.

Se recomienda a los inversionistas efectuar un estudio adicional para la incorporación de productos complementarios, esto con la finalidad de abarcar más proporción del mercado y lograr unos niveles de rentabilidad más amplios. Así mismo, se recomienda en un horizonte no mayor a dos años, efectuar un análisis de creación de sucursales en otros municipios de la ciudad de Bucaramanga, con el objetivo de expandir la idea de negocio, satisfacer la demanda y crecer en el tiempo.

Se recomienda al emprendedor e inversionistas ampliar los canales de distribución de las arepas, mediante la participación en aplicaciones de entregas a domicilio como Rappi, Ifood entre otros, con el propósito de abarcar más proporción del mercado de comidas rápidas. Adicionalmente se sugiere mayor participación en las diferentes redes sociales y de esta manera lograr una mejor inclusión en el mercado y dar a conocer mejor el producto.

Se recomienda a los emprendedores efectuar un análisis de proveedores que permita a la empresa contar con diferentes cotizaciones de materia prima e insumos para la producción, con el propósito de mejorar el costo del producto terminado y a su vez mejorar la rentabilidad del emprendimiento.

8. Referencias Bibliográficas

- Alcaldía de Floridablanca. (2021). ECONOMÍA. Obtenido de <https://www.floridablanca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>
- Alcaldía de Floridablanca. (2021). Informacion Publica. Obtenido de <https://floridablanca.gov.co/Paginas/default.aspx>
- Imusa. (2021). Asador rejilla de arepas # 14. Obtenido de https://www.imusahomeandcook.com/item-sarten_arepas_smart_imusa-322392/
- Aragón, L. (2018). Diccionario Folclórico Colombiano. Ibagué. Obtenido de <https://repositorio.unibague.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12313/360/5/Diccionario%20Folcl%C3%B3rico%20Colombiano.pdf>
- Argintzona, J. (2020). La industria alimentaria: una de la más impactadas por el Covid-19. Obtenido de <https://blog.digimind.com/es/tendencias/industria-alimentaria-impactada-por-el-covid-19>
- Banco de la República. (2019). Boletín Económico Regional. Obtenido de https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9777/ber_nororientes_III_trim_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Banco de la republica de Colombia. (2021). Boletín Económico Regiona. Antioquia, Choco. Obtenido de https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/10071/ber_Noroccidentales_II_trim_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Camara de Comercio. (2016). Conozca los requisitos para abrir un nuevo negocio de productos alimenticios. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril-2016/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>
- Cámara de Comercio. (2021). Descripción CIIU. Obtenido de <https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu>
- Castillo, Y. (2019). Proceso de preparación y evaluación de proyectos. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos102/proceso-preparacion-y-evaluacion-proyectos/proceso-preparacion-y-evaluacion-proyectos.shtml>
- CEPAL. (2014). Los pueblos indígenas en América Latina. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37050/S1420783_es.pdf
- Clinica Foscal. (2017). En Santander, 26% de los ciudadanos son obesos. Obtenido de <http://www.foscal.com.co/sala-prensa/en-santander-26-de-los-ciudadanos-son-obesos/>
- Colombia Productiva. (2020). Pacto por el crecimiento y para la generación de empleo del sector Farmacéutico. Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-capacita/publicaciones/pactos-por-el-crecimiento>
- DIAN. (2021). Código CIIU 1089 Actividades Económicas DIAN. Obtenido de <https://dian-rut.com/codigo-ciiu/1089/>
- DANE. (2018). Terridata, Demografía y población. Obtenido de <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/descargas>
- DANE. (2018). Proyecciones de población. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

DANE. (2022). PIB- Nacional trimestral

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim22_produccion_y_gasto.pdf

Esparza, J. (2020). Análisis y evaluación de proyectos de inversión. Obtenido de <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/UnidadII-ACPSC-137.pdf>

Gaviria, C. (2019). Arepas Colombianas Técnicas profesionales de cocina. Obtenido de <https://publicaciones.unisabana.edu.co/wp-content/uploads/9789581204960.pdf>

Gobierno de Colombia. (2019). Pacto por el crecimiento y para la generación de empleo del sector de alimentos procesados. Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=6e91963a-224c-46b6-8cb9-fd5f4b606f2f>

Gutiérrez, J. (2007). Formulación de proyectos. Obtenido de <https://www.efdeportes.com/efd106/formulacion-de-proyectos.htm>

Hoyos, C. (2012). Tambucos, ceretas y cafongos. Obtenido de <https://issuu.com/fundaciondivulgar/docs/tambucos>

La republica. (2020). Plataformas de domicilios reportaron crecimiento durante la cuarentena por covid-19. Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/el-boom-del-comercio-electronico/plataformas-de-domicilios-reportaron-crecimiento-durante-la-cuarentena-por-covid-19-3066590>

Lema, J. (2014). Proceso de proyectos. Obtenido de <https://es.slideshare.net/joselema102/procesodeproyectos-140106152207phpapp01>

Márquez, A. (2005). La palabra: AREPA. Obtenido de proz.com/forum/spanish/37342-la_palabra_arepa_alexis_m%3Frquez_rodr%3Fguez.html

Meixueiro, J., & Perez, M. (2008). Metodología general para la evaluación de proyectos. Obtenido de

https://www.cepep.gob.mx/work/models/CEPEP/metodologias/documentos/metodologia_general.pdf

Misterio de Comercio, Industria y turismo. (2004). Ley 905 de 2004. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501>

Monsalve, J. (2020). Diseño Del Alimento (Arepas). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/473669370/Diseno-del-alimento-Arepas>

Organización Mundial de la salud. (2021). Obesidad y sobrepeso. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>

Organizacion Panamericana de la salud. (2017). Sobrepeso afecta a casi la mitad de la población de todos los países de América Latina y el Caribe salvo por Haití. Obtenido de https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=12911:overweight-affects-half-population-latin-american-caribbean-except-haiti&Itemid=1926&lang=es

Portafolio. (2020). ¿Qué tan importante es para los colombianos la alimentación saludable? Obtenido de <https://www.portafolio.co/tendencias/que-tan-importante-es-para-los-colombianos-la-alimentacion-saludable-545678>

PORTAFOLIO. (2020). Siete de cada 10 colombianos consumen arepa en el desayuno. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/siete-de-cada-10-colombianos-consumen-arepa-en-el-desayuno-498533>

Revista Buen Gusto. (7 de agosto de 2019). Obtenido de <https://www.buengusto.co/las-variedades-de-la-arepa-colombiana/>

Rodríguez, D. (2018). Sector Primario en Colombia: Características e Importancia. Obtenido de <https://www.lifeder.com/sector-primario-colombia/>

Rodríguez, H., Higueta, J., & Bonilla, K. (2018). Innovación en la industria de la arepa de maíz en Colombia. Obtenido de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/biogenesis/article/download/336226/20791755/>

Salgar, L. (2005). El cultivo de maíz en Colombia. Obtenido de <https://www.semillas.org.co/es/el-cultivo-de-maz-en-colombia>

Semillas de identidad. (2020). Diagnóstico de maíces criollos de Colombia Región Caribe y Santanderes. Obtenido de <https://www.swissaid.org.co/sites/default/files/Regi%C3%B3n%20Caribe%20y%20Santander.pdf>

Travers.Estudios. Márgenes de beneficio del procesamiento de alimentos. Obtenido de <https://traders.studio/margenes-de-beneficio-para-el-sector-de-alimentos-y-bebidas/>

Trocel, H. (2020). Estudios: Tendencias de consumo de alimentos sanos en Colombia y Latinoamérica. Obtenido de <https://www.america-retail.com/estudios/estudios-tendencias-de-consumo-de-alimentos-sanos-en-colombia-y-latinoamerica/>

Universidad Nacional de Cordoba. (2021). Formulación y evaluación de proyectos técnicos. Obtenido de <https://feptgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-2/estudios-de-prefactibilidad/estudio-tecnico/>

Urrego, C. (2019). Las variedades de la arepa colombiana. Obtenido de <https://www.buengusto.co/las-variedades-de-la-arepa-colombiana/>

Velazco, B., & Vera, C. (2014). Caracterización de unidades productoras de arepas ocañeras en la ciudad de ocaña. Obtenido de

<https://revistas.ufps.edu.co/index.php/profundidad/article/download/2220/2211>

Zanin, T. (2020). Arepas: qué son, beneficios y cómo prepararlas. Obtenido de

<https://www.tuasaude.com/es/arepas/>

9. Apéndices

Apéndice A. Encuesta

¿Pregunta 1 ¿Ha consumido arepas ocañeras con rellenos? Si su respuesta fue NO, por favor avance a la pregunta # 10.

Respuesta: Si- No

Pregunta 2 ¿Con qué frecuencia consume arepa ocañera con relleno?

Respuesta: Diariamente- Semanalmente- Quincenalmente- Mensualmente- Bimestralmente- Trimestralmente- Semestralmente- Anualmente.

Pregunta 3. ¿Cuáles es el relleno de su preferencia?

Respuesta: Carnes rojas- Carnes blancas- Carnes vegetarianas- Vegetales- Semillas (quinua, lino, girasol, ajonjolí, entre otras) – Todas las anteriores.

Pregunta 4. ¿Generalmente las ordena para consumir en el establecimiento o prefiere pedido a Domicilio?

Respuesta: Establecimiento – Domicilio

Pregunta 5. ¿En cuál establecimiento prefiere ordenar arepas ocañeras?

Respuesta: Arepas de mi tierra Ocaña – Arepas doña Sandra – No ha consumido arepas ocañeras en Floridablanca.

Pregunta 6. ¿Cuál de los siguientes factores aprecia más, del lugar, donde consume arepas con relleno?

Respuesta: Precio- Calidad del producto- Apariencia del sitio- Variedad de rellenos- Atención al cliente- Tiempos de entrega.

Pregunta 7. ¿Cuándo va a establecimiento de arepas ocañeras, generalmente ¿con cuantas personas sale a comer?

Respuesta: 1 -3, 4 -6, Más de 7

Pregunta 8. ¿Cuál es el precio que paga actualmente por las arepas ocañeras?

Respuesta: Menos de \$7000 – De \$7.001 a \$10.00 – De \$1.001 de \$13.000 – De \$13.001 a \$16.000 – De \$16.001 a \$19000 – Más de \$19.0001.

Pregunta 9 ¿Qué método de pago utiliza?

Respuesta: Efectivo – Tarjeta – Nequi – Otro método.

Pregunta 10. ¿Sabía que las arepas ocañeras están elaboradas con maíz trillado y se caracterizan por su baja cantidad de grasas saturadas?

Respuesta: Si – No

Pregunta 11. ¿Le gustaría que en Floridablanca se creara una nueva empresa de arepas ocañeras con relleno, elaboradas con maíz blanco trillado?

Respuesta: Si – No.

Pregunta 12. ¿Cuál de estas opciones considera más conveniente para la ubicación de la empresa en Floridablanca?

Respuesta: Cañaveral - Lagos – Casco antiguo – El bosque – Ciudad Valencia.

Pregunta 13. ¿A qué precio compraría una arepa ocañera?

Respuesta: Menos de \$7.000 – De \$7.001 a \$10.000 – De \$10.001 a \$13.000 – De \$13.001 a \$16.000 – De \$16.001 a 19.000 – Más de \$19.001

Pregunta 14. ¿Por cuál medio le gustaría ordenar nuestro producto?

Respuesta: APPS de comida – WhatsApp – Pagina web– Teléfono – Otro


Pregunta 15. ¿Por cuál medio de comunicación le gustaría enterarse de nuestro producto?

Respuesta: Página web – Facebook – Instagram – Periódico local – APPS de comida – WhatsApp.

Apéndice B. Cotización SG-SST

SG-SST

Sistema de seguridad
salud en el trabajo



THINKINGTEC

4 de mayo del 2022
Bucaramanga - Santander

Señores:
OKñarepa

Cordial Saludo,

Para nosotros es muy grato tener la oportunidad de ofrecer nuestros servicios y experiencia en relación al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) según sus necesidades.

El SG-SST permite a los empleadores el reconocimiento de las condiciones de trabajo que inciden en el bienestar integral, la seguridad y salud de los trabajadores, contratistas, subcontratistas y todos los niveles de la organización, permitiendo realizar las respectivas acciones en pro de una mejora continua.


El desarrollo del Sistema cumple la normatividad según lo estipulado en el Decreto 1072 de 2015, la Resolución 0312 de 2019, entre otras vigentes, el cual debe estar disponible para las autoridades competentes de vigilancia y control, para la verificación del cumplimiento a los requisitos legales en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo, previniendo futuras sanciones o cierre total de la empresa. Recordar que el incumplimiento por la normatividad antes mencionada puede generar sanciones.

Las actividades y tareas a realizar en asesoría de diseño, implementación y mantenimiento de documentación para garantizar el cumplimiento de requisitos mínimos en SG-SST son:

Nº	ACTIVIDAD
1	CONTEXTUALIZACIÓN DEL SG-SST
2	IDENTIFICACION Y GENERALIDADES DE LA EMPRESA
3	MANUAL SGSST
4	RECURSOS FINANCIEROS, TÉCNICOS Y HUMANOS
5	POLITICA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO
6	POLITICA PARA LA PREVENCION DEL CONSUMO DE ALCOHOL, TABACO Y SUSTANCIAS PSICOACTIVAS
7	POLITICA ACOSO LABORAL
8	POLITICA EQUIDAD LABORAL
9	PLAN DE TRABAJO ANUAL
10	MATRIZ REQUISITOS LEGALES
11	CONTROL DE REGISTROS Y DOCUMENTOS
12	GESTIÓN DEL CAMBIO
13	AUDITORIAS INTERNAS
14	PROGRAMA SEGURIDAD E HIGIENE INDUSTRIAL:

SG-SST

Sistema de seguridad
salud en el trabajo



THINKINGTEC

	-EPP -ACCIDENTES LABORALES -INSPECCIONES -SEÑALIZACIÓN DE ÁREAS -ORDEN Y ASEO -REGLAMENTO HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL, OTROS.
15	PROGRAMA MEDICINA PREVENTIVA Y DEL TRABAJO: -EXÁMENES MÉDICOS OCUPACIONALES -ESTILOS DE VIDA SALUDABLE -SISTEMAS DE VIGILANCIA EPIDEMIOLÓGICA, OTROS.
16	PLAN CAPACITACIÓN, INDUCCIÓN Y REINDUCCIÓN
17	REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN
18	MATRIZ IDENTIFICACION DE PELIGROS, VALORACION DE RIESGOS Y DETERMINACION DE CONTROLES
19	PROGRAMA CONTRATISTAS
20	BRIGADA DE EMERGENCIA Y PLAN DE EMERGENCIA
21	COMITÉ CONVIVENCIA LABORAL -VIGIA
22	VIGIA OCUPACIONAL

DOCUMENTACIÓN
Se entregarán en medio físico y digital los documentos diseñados para actualizar el SG-SST de la empresa.

DESARROLLO
El desarrollo del plan de actividades se cumple y depende directamente de la colaboración y compromiso de la persona designada por la empresa para el manejo y coordinación del SG- SST.

DURACIÓN
El tiempo de ejecución de la propuesta del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo será de tres (3) meses.

PROPUESTA ECONÓMICA
El valor total de la implementación de la propuesta es de \$2.000.000 (Dos millones de pesos mcte).

El mantenimiento tendrá un valor de \$60.000 (sesenta mil pesos mcte.) mensuales.

DETALLE	PORCENTAJE DE PAGO
Al momento de la aprobación de la propuesta.	50%
Al finalizar la entrega de los documentos del SG-SST.	50%

CONTACTOS

Anderson Ballesteros	3163367747
Julie Alexandra Carvajal	3177262262

Apéndice C. Cotización Análisis Ambiental



PROPUESTA TÉCNICO - ECONÓMICA

Co-F-01
Versión 01
Pág 1 de 4

**PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA LA ELABORACIÓN DEL
DIAGNÓSTICO AMBIENTAL Y PLAN DE MANEJO AMBIENTAL EN LA EMPRESA
OKÑAREPA**

Norte de Santander, San José de Cúcuta
2022

Jessica Milena Hernández Gelves
Ingeniera Ambiental – Esp. Sistemas Integrados de Gestión
Ing.jessicahernandezg@gmail.com -3124550720
NIT. 10904806-8



PROPUESTA TÉCNICO - ECONÓMICA

Co-F-01
Versión 01
Pág 2 de 4

1. JUSTIFICACIÓN TÉCNICA

La Constitución Política de Colombia de 1991 elevó a norma constitucional la consideración, manejo y conservación de los recursos naturales y el medio ambiente, a través de los principios fundamentales; a. Derecho a un ambiente sano b. El medio ambiente como patrimonio común y c. Desarrollo Sostenible.

Para el cumplimiento de lo mencionado anteriormente se han establecido leyes, decretos y resoluciones para la regulación y protección de todos los recursos naturales y la continuidad de los servicios ecosistémicos ofertados por estos. Entre los mecanismos y requisitos establecidos se establece el diseño e implementación de los Planes de Manejo Ambiental a todas las organizaciones, instituciones, o empresas que por su naturaleza impacta directa o indirectamente en el medio ambiente, entendiendo el Plan de Manejo Ambiental como el conjunto detallado de actividades, que producto de una evaluación ambiental, están orientadas a prevenir, mitigar, corregir o compensar los impactos y efectos ambientales que se causen por el desarrollo de un proyecto, obra o actividad. Incluye los planes de seguimiento, monitoreo, contingencia, y abandono según la naturaleza del proyecto, obra o actividad.

2. OBJETO DE LA PROPUESTA

Prestar los servicios profesionales en la elaboración del diagnóstico e evaluación ambiental y Plan de Manejo Ambiental en la empresa OKÑarepa

Jessica Milena Hernández Gelves
Ingeniera Ambiental – Esp. Sistemas Integrados de Gestión
Ing.jessicahernandezg@gmail.com -3124550720
NIT. 10904806-8



PROPUESTA TÉCNICO - ECONÓMICA

Co-F-01
Versión 01
Pág 3 de 4

3. PROPUESTA

Los diagnósticos, evaluaciones y planes de manejo ambiental se realizan según lo dispuesto en el Decreto 1076 del 2015, con ciertas adaptaciones o cambios dados por la naturaleza de los impactos generados, tamaño de empresa, localización geográfica, entre otros. Para la empresa OKñarepa se presenta el siguiente contenido para la estructuración de su estudio ambiental con fines a general el Plan de Manejo Ambiental.

1. Introducción
2. Resumen ejecutivo
3. Marco Legal
4. Objetivos, metas y alcance
5. Delimitación del área de influencia directa e indirecta del proyecto
6. Descripción del proyecto que deberá incluir: Nombre de la empresa o organización, representante legal, responsables del PMA, localización, etapas, procesos, identificación y estimación de insumos, productos, residuos, emisiones y vertimientos, riesgos inherentes a la tecnología, sus fuentes y sistemas de control.
7. Compatibilidad del proyecto con los usos de suelos establecidos en POT
8. Recursos naturales renovables que se pretenden usar, aprovechar o afectar en el desarrollo del proyecto
9. Descripción, caracterización y análisis del medio biótico, abiótico, socioeconómico en el cual se pretende desarrollar el proyecto.
10. Identificación y evaluación de los impactos ambientales que pueda ocasionar el proyecto, obre o actividad, indicando cuales pueden prevenirse, mitigarse, corregirse o compensarse.
11. Programas de manejo ambiental del proyecto que contendrá lo siguiente:
 - a. medidas de prevención, mitigación, corrección y compensación de los impactos ambientales negativos al medio ambiente y/o comunidades.
 - b. programa de contingencia, seguimiento, evaluación y control.

Tiempo estimado de realización **2 meses**.

Jessica Milena Hernández Gelves
Ingeniera Ambiental – Esp. Sistemas Integrados de Gestión
Ing.jessicahernandezg@gmail.com -3124550720
NIT. 10904806-8



PROPUESTA TÉCNICO - ECONÓMICA

Co-F-01
Versión 01
Pág 4 de 4

San José de Cúcuta, 4 de mayo de 2022

Señores
OKñarepa

Asunto: PROPUESTAS TÉCNICO - ECONÓMICA

Cordial saludo,

Por medio de la presente adjunto la propuesta técnico-económica para la prestación los de servicios profesionales en la elaboración del diagnóstico y evaluación ambiental y Plan de Manejo Ambiental en la empresa OKñarepa.

Propuesta	Tiempo	Valor en pesos colombianos
Elaboración del diagnóstico, evaluación y plan de manejo ambiental descrito en ítem 3 de esta propuesta.	2 meses	Millón cuatrocientos \$ 1.400.000 pesos colombianos Incluye prestaciones sociales, transportes o viáticos, papelería.

Agradeciendo su atención, Cordialmente:

Jessica Hernandez.

JESSICA MILENA HERNANDEZ GELVES

Ing. Ambiental- Esp. En gerencia de Sistemas Integrados de Gestión
C.C 1090480618

Jessica Milena Hernández Gelves
Ingeniera Ambiental – Esp. Sistemas Integrados de Gestión
Ing.jessicahernandezg@gmail.com -3124550720
NIT. 10904806-8

Apéndice D. Cotización (Valores de referencia) para Inversión

Valores de referencia tomados en Mercado libre. <https://www.mercadolibre.com.co/>

Escritorio Manaos Wengue 102 Cm

Vendido por Bylmo

~~\$ 479.900~~**\$ 276.900** 42% OFF

en Hasta 12x \$ 23.075 sin interés

Envío gratis



Todo En Uno Aio Lenovo V130-20igm Celeron 4gb 1tb 19.5 Dvd

~~\$ 1189.000~~**\$ 1.070.000** 10% OFF

en 36x \$ 29.722

Envío gratis



Impresora a color multifunción HP Deskjet Ink Advantage 2375 blanca y verde 100V/240V

\$ 243.000

en 36x \$ 6.750

★★★★★ 221

Envío gratis

**MÁS VENDIDO**

Silla Escritorio Neumática Ecocuero Negro Nueva Envío Gratis

\$ 186.900

en 36x \$ 5.192

Envío gratis



Silla Interlocutora Para Oficina En Polipropileno Smart

\$ 89.800

en Hasta 12x \$ 7.483 sin interés



Archivador Office Wengue 46 Cm Bylmo

Vendido por Bylmo

~~\$ 389.900~~

\$ 242.900 37% OFF

en Hasta 12x \$ 20.242 sin interés

Envío gratis



Teléfono inalámbrico Panasonic KX-TGB110 negro

\$ 139.000

en 36x \$ 3.861

Envío gratis

★★★★★ 45



Xiaomi Redmi 9C Dual SIM 64 GB gris medianoche 3 GB RAM

\$ 536.000

en 36x \$ 14.889

Envío gratis

★★★★★ 257

Disponible en 3 colores



Máquina Para Moler Maíz - Molino Eléctrico Granos Motor 1 Hp

\$ 800.000

en 36x \$ 22.222

Usado



Mesón En Acero Inoxidable 120 X 60

\$ 310.000

en 36x \$ 8.611



Lavadero De Empotrar Acero Inoxidable

\$ 230.000

en Hasta 12x \$ 19.167 sin interés

Envío gratis



Estufa Industrial Tamalera Resiste 200 Kilos

\$ 226.900

en 36x \$ 6.303

Envío gratis



Refrigerador Horizontal

\$ 1.900.000

en 36x \$ 52.778



Bascula Dinamometro 300 Kg Bernalo Colgante Digital Peso

\$ 130.000

en 36x \$ 3.611

Envío gratis ⚡ FULL



Olla Caldero Industrial 40x40 Extrafuerte 50litros

\$ 130.000

en 36x \$ 3.611

Envío gratis



Juego De Ollas Imusa Tapa Azul X 5

\$ 189.000

en Hasta 12x \$ 15.750 sin interés

Envío gratis



Juego De Utensilios De Cocina 6 Unidades Set De Cubiertos

\$ 62.900

en Hasta 12x \$ 5.242 sin interés



Bolso Botiquín De Primeros Auxilios + Dotación

\$ 33.800

en 36x \$ 938⁸⁹



Extintor Abc Multiproposito 10 Libras, Base De Piso, Señal

\$ 57.900

en 36x \$ 1.608



Juego De Herramientas 40 Piezas

Vendido por Alluma Colombia

\$ 79.900

en 36x \$ 2.219

Envío gratis

Apéndice E. Cotización Sistema contable

Llámanos  al 601 514 1318 - Lunes a Viernes de 8 a 17:30 hrs y Sábados de 8 a 12 hrs


[Inicio](#)
[Características](#)
[Planes](#)
[Testimonios](#)
[Contacto](#)
[INGRESAR](#)
[CREAR CUENTA](#)

PYME

39.900 COP/Mes

10% de descuento en pago anual

EMPIEZA GRATIS

Facturas ilimitadas

Incluye Facturación Electrónica

Valor de facturación de hasta 35.000.000
COP/MES

2 Usuarios con acceso a Alegra

Multimoneda

Integración API

PRO

76.900 COP/Mes

10% de descuento en pago anual

EMPIEZA GRATIS

Facturas ilimitadas

Incluye Facturación Electrónica

Valor de Facturación de hasta 150.000.000
COP/MES

3 Usuarios con acceso a Alegra

Multimoneda

Integración API

PLUS

149.900 COP/Mes

10% de descuento en pago anual

EMPIEZA GRATIS

Facturas ilimitadas

Incluye Facturación Electrónica

Valor de Facturación de hasta 400.000.000
COP/MES

8 usuarios con acceso a Alegra

Multimoneda

Integración API