

**VIABILIDAD FRANQUICIA DE AREPAS RELLENAS EN LA CIUDAD
DE BOGOTÁ**

Jefferson Ríos Gutiérrez, Cod 351330

Christian Gustavo Bernal Garzón, Cod 351357

Universidad Católica de Colombia
Facultad de Ciencias Económicas y administrativas
Programa Especialización Formulación y Evaluación Social y Económica de Proyectos
Bogotá – Colombia
2018

**VIABILIDAD FRANQUICIA DE AREPAS RELLENAS EN LA CIUDAD
DE BOGOTÁ**

Jefferson Ríos Gutiérrez, Cod 351330

Christian Gustavo Bernal Garzón, Cod 351357

**Tesis presentada como requisito parcial para optar al título de:
Especialista en Formulación y Evaluación social y económica de Proyectos**

Director:

**Universidad Católica de Colombia
Facultad de Ciencias Económicas y administrativas
Programa Especialización Formulación y Evaluación Social y Económica de Proyectos
Bogotá – Colombia
2018**



Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:
Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.



Sin Obras Derivadas — No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

Dedicatoria

Dedicado a nuestras familias, amigos y conocidos. También aquellas personas que viven el emprendimiento como una forma de vida, camino a la plenitud y el éxito.

Contenido

Resumen.....	1
Palabras clave.....	1
Abstract	2
Keywords	2
1. Generalidades del trabajo de grado	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Justificación.....	3
1.3 Marco Teórico.....	4
1.4 Objetivos	7
1.4.1 Objetivo General:	7
1.4.2 Objetivos Específicos:.....	7
2. Diseño Metodológico	8
3. Estudio de Mercado.....	9
3.1 Análisis del sector	9
3.2 Análisis del Mercado Específico.....	10
3.2.1 Producto	10
3.2.2. Clientes.....	10

3.2.3 Localización Geográfica de los Clientes	10
3.4 Competencia.....	11
Entre nuestros competidores tenemos dos categorías:	11
3.4.1 Formales	11
3.4.2 Informales	11
3.5 Recolección de datos	13
3.6 Conclusiones recolección de datos.....	14
36.1 Precios	15
4. Estudio Técnico.....	16
4.1 Estudio Administrativo	16
4.1.2 Misión	16
4.1.3. Visión.....	16
4.1.4 Análisis DOFA.....	17
4.1.5 Organigrama.....	17
4.1.6 Personal	17
4.1.7 Capacitación	18
4.1.8 Puntos de venta	18
4.1.9 Aspectos legales	18
4.2 Insumos	20
4.3. Proceso Productivo.....	20

4.4 Obras físicas	20
4.5 Plan de manejo Ambiental	22
4.6 Informe de Equipos	23
4.6.1 Justificación Método de depreciación y valor de disposición final.	24
4.7 Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico.	24
5. ESTUDIO FINANCIERO	25
5. 1 Inversiones diferidas	25
5.1.2 Inversión en activos fijos	26
5.1.3 Gastos operacionales	26
5.1.4 Adecuación local	26
5.1.5 Capital de trabajo	26
5.1.6 Inversiones iniciales	26
5.1.7 Presupuesto de ventas	27
5.2 Análisis de costos	28
5.2.1 Costos fijos mensuales	28
5.2.2 Costos variables	28
5.3 Flujo de caja libre.....	28
5.3.1 Análisis de los indicadores financieros	29
5.4 Análisis de Sensibilidad	29
5.5 Punto de Equilibrio	31

6. Conclusiones	32
7. Bibliografía	33

Anexos

Resumen

Se logró identificar que en Colombia existe una tendencia en aumento de comer por fuera del hogar, debido a varios factores, como; la falta de tiempo para preparar sus propias comidas, largas distancias entre su hogar y lugar de trabajo y los problemas de movilidad en algunas ciudades. Teniendo en cuenta estas nuevas tendencias y necesidades, se formula el siguiente proyecto de comida rápida “Ferchry’s Arepa gourmet y artesanal”, restaurante que busca diferenciarse de los demás restaurantes de la ciudad de Bogotá, gracias a aspectos como la calidad en el servicio, procesos de producción de bajo costo, y su modelo de preparación eficaz que permite que la atención al comensal sea rápida.

Ferchry’s Arepa gourmet y artesanal se especializa en preparar arepas en diferentes presentaciones y diferentes ingredientes que podrán ser acompañadas de jugos naturales, bebidas gaseosas y bebidas calientes derivadas del café. Dónde comer una arepa al desayuno, almuerzo o comida se convierte en una mejor opción para el consumidor debido a relación optima entre calidad- precio que ofrece Ferchry’s Arepa Gourmet y Artesanal.

Palabras clave

Arepa rellena, bajo costo, viabilidad, TIR.

Abstract

It was found that in Colombians there is an increasing tendency to eat outside the home, due to several factors, such as lack of time to prepare their own meals, long distances between home and place of work and in some cities problems of mobility. Under the understanding of the new trends and needs, the following fast food project "Ferchry's Arepa gourmet and artisanal" is formulated, a restaurant that seeks to differentiate itself from other restaurants in the city of Bogotá, thanks to aspects such as quality of service, low-cost production processes, and its effective preparation model that allows customer service to be fast.

Ferchry's Arepa gourmet and artisan specializes in preparing arepas in different presentations, and different ingredients that can be accompanied by natural juices, soft drinks and hot drinks derived from coffee. Where to eat an appetizer for breakfast, lunch or dinner becomes a better option for the consumer due to the optimal relationship between quality and price offered by Ferchry's Arepa Gourmet and Artisanal.

Keywords

Arepa stuffed, low cost, viability, TIR.

1. Generalidades del trabajo de grado

1.1 Planteamiento del problema

Hemos identificado que la población colombiana, tiene afinidad por la arepa; plato típico tradicional colombiano, la cual se prepara de muchas formas en la mayor parte de regiones del

país. Lo anterior nos ha aproximado a entender que hay una necesidad insatisfecha frente a la demanda de la misma, a su vez, los competidores de este producto no han desarrollado una propuesta o concepto de “arepa”. Que seduzca ampliamente al consumidor.

Entendimos que la arepa hace parte de la cadena de productos alimenticios del día a día de las familias colombianas y otras regiones vecinas del continente latinoamericano, adicional observamos que entre los competidores directos formales e informales, es muy poco el desarrollo de un icono de marca o franquicia que oferte este producto, lo cual si lo han hecho productos similares o complementarios como: Hamburguesas, Perros Calientes, Pizzas, Productos a base en frutas, Café, Empanadas, Pastas, Pollo entre otros. Por ello nuestro problema se enfoca en establecer una franquicia del producto arepa que satisfaga la necesidad de los consumidores.

1.2 Justificación

Ferchry’s Arepa gourmet y artesanal, será una cadena de restaurantes de servicio rápido, enfocada en ofrecer productos frescos y de la más alta calidad, el producto icono es la arepa rellena en todas sus presentaciones. La idea de negocio busca cubrir la demanda que existe actualmente en las calles colombianas de arepa rellena, desde las horas de la mañana con la clásica arepa con huevo y jamón, hasta las horas de la tarde con la arepa rellena de carnes y demás tópicos.

Actualmente no se ha identificado un restaurante que unifique todas las clases de arepas, a un precio justo y agilidad en la atención. Es por eso, que Ferchry’s busca llenar todos estos vacíos de mercado. Por otro lado, la mayoría de los actuales oferentes de este producto son informales,

los cuales venden la arepa en las principales calles de la ciudad Bogotá, obteniendo así, una buena respuesta por parte de mercado, sin embargo, son muchas las personas que se abstienen de consumir este producto en la calle por inadecuada manipulación de alimentos, por tanto conduce a Ferchry's a ofrecer un portafolio de productos ricos en ingredientes naturales propios de nuestra cultura colombiana, a esto se suma instalaciones con un circuito de elaboración con orden, calidad y servicio en locales que contarán con los mayores estándares de salubridad que garanticen un producto de calidad.

1.3 Marco Teórico

Según una entrevista realizada por la revista Colombiana Dinero a Francisco Paillie, presidente de la junta directiva de la Cámara Colombiana de Franquicias (Col franquicias (Revista Dinero, 2018)), menciona que de la totalidad de marcas existentes, 247 son nacionales y 196 extranjeras y se concentran, con mayor fuerza, en ciudades como Bogotá (50%), Medellín (12%), Cali (6%), Barranquilla (4%) y Bucaramanga (3%). De acuerdo con cálculos de esta firma, a través de esta actividad se generan más de 40.000 empleos directos y 5.000 indirectos, con la ventaja de que esta fuerza laboral está capacitada para responder al suministro de bienes y servicios en negocios aceptados comercialmente y son competitivos.

El modelo de franquicia se convierte en una de las opciones más importantes de emprendimiento, seguida de la innovación y el mejoramiento de un producto o servicio. Según María Lucía Castrillón Simmonds, gerente de la Federación Iberoamericana de Franquicias (FIAF (Federación Iberoamericana de Franquicias.), 2013) entidad que lidera el programa de micro franquicias en Colombia, considera que la inversión inicial en una micro franquicia no

debe superar los US\$ 25.000 (aproximadamente \$75 millones). Donde el formato micro de las franquicias es una “transferencia de un modelo de negocios probado, con una marca reconocida en el mercado formalizado, con marca registrada, pero que además tiene un bajo monto de inversión para el franquiciado”, precisa Castrillón Simmonds.

Las franquicias de comida rápida en Colombia se encuentran en condiciones óptimas para su crecimiento según un estudio global realizado por la compañía multinacional Nielsen (Nielsen, 2016), aplicado en 61 países del mundo, 7 de ellos en América Latina entre ellos Colombia, donde indica que aunque los colombianos prefieren las comidas hechas en casa, el porcentaje de comensales fuera del hogar una o más veces por semana tuvo un incremento que paso de 25% a 38% del año 2017 a 2018. Esto indica que los colombianos ya no reservan la comida por fuera para las ocasiones especiales, se trata de una forma de vida por conveniencia y practicidad, los encuestados vía online, afirman que se ven en la necesidad de buscar ofertas variadas que satisfagan sus necesidades alimenticias, en el momento indicado. Latinoamérica es la única región del mundo donde el almuerzo se toma en algún establecimiento de comida fuera del hogar más que la cena (65% vs. 45%) resto del continente. De hecho, Colombia ocupa el sexto lugar entre los 61 países abordados por el estudio, el porcentaje de encuestados que toma el almuerzo por fuera es del (72%), también están en el top 10 Chile (79%) y Brasil (72%).

En su libro *Formulación y evaluación de proyectos* (Marcial, 2006) define que un proyecto de inversión se debe hacer desde una propuesta técnica y económica, utilizando recursos humanos y tecnológicos generando procesos de innovación. Tales procesos se logran identificar hoy en día en las diferentes clases de negocio de comidas rápidas exitosos alrededor del mundo,

como McDonald's, sinónimo de comida rápida y franquicia. Otros casos exitosos y conocidos son: Andrés Cane de Res, Cosechas, Subway, Burguer King, KFC, Tacos Bell, entre otros.

Las franquicias mencionadas anteriormente tienen varios aspectos en común, como lo es lograrse posicionar en un mercado el cual parecía ya estar abastecido y crecer en un momento coyuntural económico no muy prospero para Colombia, sin embargo, aunque se evidencia una tendencia en los colombianos por consumir alimentos fuera del hogar, los altos costos de los mismos suelen desalentarlos, en especial por cuenta la desaceleración económica del país y el bajo nivel de ingresos de gran parte de la población.

En el mercado colombiano vienen surgiendo inversores extranjeros hace menos de 5 años, con nuevas tendencias de negocio entre ellas; Superficies de Retail, cadenas de panadería y comida especializada. Los negocios mencionados, reúnen un punto en común como lo es su propuesta diferencial de productos y servicios de bajo costo. Esto se concibe en el marco de estudios e investigaciones de mercado, situación que entendió el Holding de empresas Bakery Business International (BBI), creada en marzo de 2014, que a su vez son accionistas de Tostao' Café & Pan, Justo & Bueno y Restaurante Deliz. Quienes desde esta perspectiva crearon un modelo de negocio que se acomodara a las situaciones coyunturales de la economía colombiana con un esquema de precios que se acomoda a una mayor base de consumidores, de tal manera que no dependen directamente de un crecimiento económico sino de satisfacer una parte de la población que aún no era atendida. Aunque Tostao' Café & Pan no es una franquicia, si han tenido una expansión similar.

Por eso Ferchry's entiende los nuevos paradigmas del comensal colombiano y busca tener cabida en un mercado que permite aún más actores. Esto acompañado de valor agrado, innovación y lo más importante, precios competitivos. Aquello, nos va permitir tomar recursos de lo que existía, lo que está surgiendo entre las nuevas tendencias, para así lograr el éxito que finalmente esperamos.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General:

El objetivo de este proyecto es implementar una franquicia de comida rápida, que incorpore una solución alimenticia a los comensales que suelen comer fuera de casa, apoyado de servicio, agilidad y precios justos. Así, mismo, busca tener un rol importante entre las marcas más valiosas de comida en Colombia.

1.4.2 Objetivos Específicos:

- Lograr identificar los requerimientos específicos para establecer una línea de producción que permita minimizar tiempos que toma preparar los productos.
- Forjar una estructura de costos rígida por medio de alianzas con marcas productoras de areparina, y con algunos distribuidores mayoristas de carnes y abarrotes.
- Lograr abrir el primer establecimiento a finales del 2018. Y 5 puntos más en el transcurso de los dos años siguientes.

- Establecer estrategias que logren posicionar nuestra marca en la escena gastronómica, con herramientas digitales y mejoramiento en los tiempos de respuesta frente a situaciones adversas.

2. Diseño Metodológico

El presente proyecto busca determinar la viabilidad de la producción y comercialización de arepa rellena para replicar en formatos de micro franquicia reducido en las principales ciudades del país, manejando un proceso de producción de bajo costo. Por consiguiente, emplearemos recursos como: observación, análisis cualitativo, análisis cuantitativo, herramientas financieras e investigación de mercado para la construcción de diferentes fases tales como: Estudio Técnico en el cual se incluye la misión y visión del proyecto, los insumos y materias primas, descripción y valor de activos fijos, así como sus respectivas depreciaciones, un Estudio Legal para determinar requerimiento de personal. Todo con la finalidad realizar un estudio financiero, donde se determina la viabilidad del proyecto a partir de los datos recolectados en el estudio de mercado y estudio técnico.

Como la finalidad de nuestra investigación es poder comprobar nuestra hipótesis con hechos de práctica nuestra la finalidad de nuestra investigación será aplicada para poner a prueba nuestra teoría y aclarar conceptos con solo los hechos lo pueden hacer, además de definir valores y términos. Según la ubicación en el proceso será empírica ya que son muy pocos casos de estudio que tenemos en el caso de los negocios de arepa adicional nuestro modelo de negocio es nuevo y original, nos ocuparemos del diseño y las operaciones básicas que este comprende.

Según el procedimiento será descriptiva donde a partir de la observación recopilaremos datos con el fin de analizar, medir, contrastarlos, para así poder establecer relaciones estadísticas.

3. Estudio de Mercado

3.1 Análisis del sector

La industria gastronómica en Colombia cada vez crece, sin embargo, en los últimos años su crecimiento fue mucho más lento, teniendo en cuenta la desaceleración económica que vivió y que continúa por cuenta de la dependencia nacional de sectores económicos como hidrocarburos, esto ha hecho que otros sectores se vean afectados y la comida es uno de ellos. Esta actividad compuesta por restaurantes, cafeterías y panaderías que, según Euro monitor, vendió \$35 billones en 2016 y se proyecta que alcance \$38 billones en ventas en 2021, vivió unas de calor y otras de arena. Mientras algunos restaurantes independientes y pequeñas cadenas enfrentaron dificultades, las grandes organizaciones del sector registraron crecimientos importantes, según indica Claudia Barreto, presidente de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (Acordes).

La aparición de cadenas de cafeterías de bajo precio fue el primer conato de que en el sector algo estaba pasando”, dice Cadena, para quien, si bien la oferta es amplia y diversa, sigue representando oportunidades relevantes cuando se apunta a que las personas del común puedan consumir con más frecuencia en lugares bien presentados y de calidad. Esta es, asegura, una de las razones por las que cadenas como Tostao han logrado penetrar en el consumo. Hoy con más de 240 tiendas en Bogotá y Medellín, es un fenómeno que no está lejos de ocurrir en el canal de

restaurantes, en donde acaba de incursionar Deliz con un modelo similar (Cámara de Comercio de Bogotá).

3.2 Análisis del Mercado Específico

3.2.1 Producto

Cada vez el mercado exige nuevos retos entre los cuales esta; factor innovación, servicio, calidad y precios competitivos. Los negocios de Franquicias y Micro franquicias cada vez surgen como respuesta a personas o grupos que quieren emprender en diferentes actividades, es especial comida y derivados.

Nuestro producto se enfoca en la preparación y posterior la distribución de Arepa como una opción para cualquier momento del día, adicional ofrece atributos como: buen sabor, calidad y un precio que busca llegar a todos los niveles de ingreso, ya que emplea un modelo de bajo costo.

3.2.2. Clientes

Nuestros clientes serán personas en estratos socioeconómicos 3, 4,5 y 6, tomando como mercado objetivo la mayor parte de mercado masivo como son: estudiantes, empleados, independientes y personas que no están amparados en la formalidad. Lo anterior basado en unos precios competitivos en razón a una estructura de costos rígida.

3.2.3 Localización Geográfica de los Clientes

Inicialmente el proyecto plantea una zona de macro localización en la Localidades de Barrios Unidos, Chapinero, Teusaquillo y Kennedy. Con lo cual, en un principio de testeara el modelo en

Chapinero específicamente en la zona Universitaria de la Universidad Católica de Colombia y en zona de Kennedy-Techo, con el objetivo de tener un modelo rentable para así poder ofertar una unidad de negocio que conquiste a nuestro franquiciados.

3.4 Competencia

Entre nuestros competidores tenemos dos categorías:

3.4.1 Formales: Negocios legalmente constituidos por medio de régimen común o simplificado con establecimiento de comercio, ofertando Arepa de maíz, Harina pan, Boyacense, Choclo. Estas son acompañadas por adicionales: Huevo, Queso, Carne pollo, Carne res u otros. Adicional, encontramos una diversidad de negocios de Arepa Venezolana, la cuales tiene una buena respuesta de su demanda tanto de su gente nativa de ese país como los consumidores colombianos. Es de notar, que tenemos una amplia competencia de productos sustitutos como los son las comidas rápidas, empanadas y productos de antojos como Snacks.

Por otro lado, hemos evidenciado la oferta de negocios de micro franquicia, entre los cuales está; Colombiarepa, Arepart, Arepiz los cuales están en una fase de inicio y esperando respuesta por parte del mercado. Es de aclarar, que aún no son un modelo de negocio totalmente exitoso, para ofrecer una solución de Inversión atractiva a sus franquiciados.

3.4.2 Informales: persona natural sin ningún vínculo formal ante las entidades que vigilan y regulan esta actividad económica, a su vez, son un gran número de puestos de arepa, conocidos como vendedores informales, lo cuales preparan y comercializan arepa en diferentes formas. Esta incidencia de comercio informal, hace referencia a la falta de inclusión al mercado laboral formal y un salario mínimo legal vigente que no cubre las necesidades básicas de las familias más

vulnerables, esto a su vez genera, una serie externalidades negativas como: invasión al espacio público, manipulación de alimentos de forma inapropiada, contaminación visual, ruidos y contaminación de basuras.

Son una competencia fuerte, porque manejan unos precios accesibles al consumidor corriente y tiene una respuesta de servicio simple y rápida. Adicional no tiene costos fijos como: arriendos, impuestos, publicidad y servicios. La forma en que preparan las arepas es en base a carbón y cuento al uso de energía eléctrica suelen usar batería de autos o instalaciones hechizas derivadas de unidades residenciales o comercios. Esto nos indica que en medio de la informalidad obtienen un margen interesante, ya que su estructura de costos y gastos es más cómoda, maximizando mucho más su beneficio. Por lo anterior, tenemos un ejemplo en la ciudad de Bogotá en las localidades de Chapinero, Barrios Unidos y los Mártires. Encontrando que por cada 3 kilómetros cuadrados, existe en promedio entre 10 a 15 puestos de arepa informal, vendiendo en promedio 200 a 300 unidades, con un precio que oscila entre los \$ 1.500 a 4.000 pesos colombianos. Esto quiere decir que tienen un ingreso operacional promedio por día de \$ 350.000 a \$ 1.000.000 (estudio de mercado por medio de observación de campo).

Existe una competencia directa informal importante, como los son los bienes sustitutos, que este caso serían la venta de empanadas, comidas rápidas y Snacks. Son un gran componente que operan de forma similar a lo explicado anteriormente.

3.5 Recolección de datos

Empleamos un modelo estadístico probabilístico para tomar una muestra poblacional, con el fin de realizar una encuesta con el objetivo de tener un acercamiento de los gustos y preferencia de nuestros posibles comensales. La muestra poblacional la tomamos del número de habitantes de las siguientes 3 localidades; Kennedy 1.230.500 habitantes, Chapinero 166.000 habitantes y Teusaquillo 137.641 habitantes.

Tamaño de la Muestra Nivel de confianza: 95% correspondiente a 1.96

Proporción esperada: 5% correspondiente a 0.05

q (1 – p): 0.95

d: 5% correspondiente a 0.05

N: 1.534.141 (Población estrato 3,4, 5 & 6)

Fórmula para calcular el # de Encuestas:

$$n = 1.534.141 * (1.96)^2 * 0.05 * 0.95 / (0.05)^2 * (1.534.141 - 1) + (1.96)^2 * 0.05 * 0.95$$

$$n = 279,943.91 / 3,835.53$$

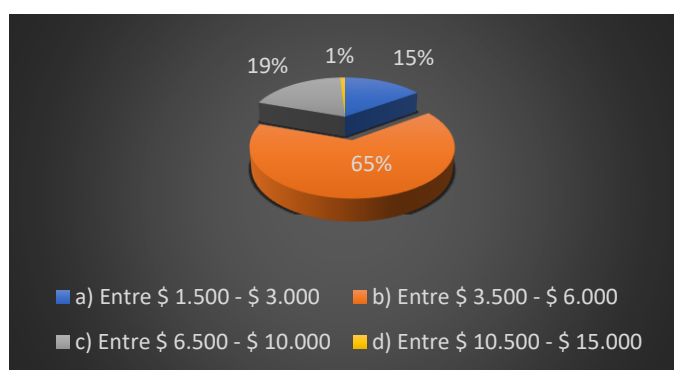
$$n = 72.98.$$

La encuesta fue realizada de forma aleatoria a familiares, conocidos y transeúntes de las diferentes localidades, sin embargo, en nuestro ejercicio para determinar la muestra poblacional a encuestar, tomamos de forma arbitraria otros 39 encuestados para un total de 112 encuestados. Esto con la finalidad de disminuir el sesgo y tener información mas acertada que nos permita un mejor campo de acción. Entre los 112 encuestados tenemos que el 51.8% son mujeres y el 48.2%

son hombres (Ver gráfico 1), en edades entre 21 a 60 años, lo cual nos brinda un horizonte un poco más claro para entender los gustos y preferencia de nuestro posible mercado objetivo.

Los resultados de la encuesta se encuentran en los anexos

Gráfico 8: ¿Cuál es el valor que está dispuesto a pagar si desayunas fuera de casa?



Encontramos que el 65% está dispuesto a pagar entre \$ 3.500 a \$ 6.000 pesos, el 15% entre \$ 1.500 a \$ 3.000 y solo un 1% entre \$10.500 y \$15.000.

3.6 Conclusiones recolección de datos

Con la anterior encuesta tenemos un alcance importante frente a nuestro principal producto que es la arepa, encontrando así:

- La arepa tiene aceptación entre hombres, mujeres de todas las edades. Esto es lógico, ya que hace parte de nuestra cultura gastronómica e idiosincrasia de la región.
- Las arepas están en varios momentos alimenticios de las personas, en especial; desayuno, onces y la necesidad de satisfacer un gusto por una comida rápida.
- Encontramos que la gente tiene la disponibilidad de pago en la misma dirección de nuestros precios.

- Evidenciamos que somos una respuesta alimenticia cuando toman la decisión de comer por fuera de casa.

36.1 Precios

Nuestro proyecto tiene como base un esquema de bajo costo, por lo cual tendríamos un promedio de Ticket entre los \$ 2000 pesos, para productos base, como la arepa con queso y jamón y \$ 5000 pesos, para arepas con adiciones acompañadas de una bebida fría o caliente. Lo anterior en base a una estructura de costos que busca la mejor negociación con los principales productores y proveedores. Adicional, serán precios competitivos teniendo en cuenta que la competencia informal es muy agresiva, aparte nos enfrentamos a productos complementarios como son las empanadas, siendo estas de mayor venta y con mayor aceptación. **(Ver Anexos Estudio de Mercado – Tabla de precio)**

3.6.2 Estrategia de ventas

Nuestra propuesta de ventas al comensal uno a uno, se enfocará en satisfacer una necesidad alimenticia en un primer momento del día, como el desayuno y espacios alimenticios a lo largo del día. Así mismo, con productos de calidad, acompañados de buen servicio y reducción de tiempos de atención por medio de la implementación de líneas de producción en masa. Lo anterior buscando atender un nicho de mercado masivo que incluya la mayor cantidad de niveles de ingreso.

4. Estudio Técnico

4.1 Estudio Administrativo

El presente estudio administrativo de **Ferchry's** Colombia S.A.S., incluye aspectos importantes tales como la justificación de la empresa, misión, visión y se definen los objetivos específicos y generales además de las acciones a realizar para alcanzarlos.

Por otra parte, se incluyen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con el fin de proponer un perfil adecuado y seguir con la alineación del logro de las metas empresariales.

4.1.2 Misión

Ferchry's Colombia S.A.S. es una cadena de restaurantes de servicio rápido, la cual ofrece soluciones a nuestros clientes en los momentos más importantes de su día a día, donde pueden disfrutar más y esperar menos por un buen desayuno, almuerzo o antojo, siendo así un lugar que permite a todos nuestros clientes vivir una gran experiencia cada vez que nos visiten.

4.1.3. Visión

Ferchry's se proyecta en el año 2020 ser líder en la venta de arepa rellena en Colombia, reconocida por ofrecer productos frescos, deliciosos, de la más alta calidad y a precios justos, logrando así posicionarnos en el mercado nacional y luego internacional por medio de la satisfacción y reconocimiento de cada uno de nuestros clientes, comprometiéndonos con sus necesidades y así estar siempre innovado de la mano de la preferencia de nuestros consumidores.

4.1.4 Análisis DOFA

Por medio de esta herramienta analítica y teniendo en cuenta toda la información recolectada en el estudio de mercado, se realizó la tabla número 1 (**Ver Anexos Estudio Técnico tabla 1 Análisis DOFA**) donde se evidencia las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, para así examinar los campos de acción de mejora en el proyecto y montar una planificación estratégica de éxito.

El tabal numero 1 nos permite identificar planes de acción para afrontar las debilidades que se podrían afrontar en el transcurso de la ejecución del proyecto, de manera que los riesgos se minimicen al máximo.

4.1.5 Organigrama

La estructura principal de la empresa se muestra en la tabla número 2 (**Ver Anexo Estudio Técnico Tabla 2 Organigrama.**), donde se muestra la función de cada uno de los empleados sus responsabilidades y relaciones entre sí. Una de las ventajas que tiene el proyecto es que disminuye sus costos al reducir las contrataciones de personal, ya que al estandarizar los procesos de producción permite agilizar las tareas de los empleados.

4.1.6 Personal

El proyecto tendrá la apertura de 2 puntos de ventas, por lo cual se contratará; 1 Cajero, 1 Ensamblador y despachadores por punto. También se contratará un coordinador para supervisar la operación en conjunto de los dos puntos y los procesos de manipulación de alimentos (las funciones de coordinador serán de manera mixta entre los dos socios de la compañía).

4.1.7 Capacitación

Se contratará a una persona para capacitar al equipo de cada punto venta, en temas como: manipulación de alimentos, composición de los cuerpos de las arepas, preparación de salsas, preparación de recetas, tiempos y movimientos, y técnicas de servicios al cliente. El costo por esta labor será de \$ 50.000 por hora.

4.1.8 Puntos de venta

Inicialmente el proyecto contara con dos puntos de venta, uno de ellos será de entra por salida, es decir el espacio para comer dentro del lugar es reducido, y se caracterizara por ofrecer el producto listo para llevar y comer en otro lugar o en la calle al caminar. Este primer punto quedar ubicado en la zona de influencia de la Universidad Católica de Colombia.

El segundo punto contara con un espacio más grande donde los consumidores tendrán la oportunidad de comer dentro del lugar, la ubicación de este punto será en la zona centro de la ciudad de Bogotá. Las características y planos de los dos puntos, se realizaron teniendo en cuenta las medidas de los equipos de trabajo que se utilizaran, (**Ver Anexos 4.1.8 Puntos de venta - Figura 1 y 2**).

4.1.9 Aspectos legales

Ferchry's será constituido como una sociedad de acciones simplificada (S.A.S), donde sus socios iniciales serán Jefferson Ríos Gutiérrez y Christian G. Bernal. En primera instancia se realizará la inscripción en el registro mercantil, luego será constituida como una persona jurídica distinta a sus accionistas y tendrá como nombre **Ferchry's S.A.S**.

Los aspectos legales que se incluyen a continuación en la tabla numero 3 donde se presenta los parámetros de ley según la secretaria de salud de Bogotá, Cámara y Comercio, cuerpo de bomberos, sayco y asimpro y la DIAN, que se deben tener en cuenta y cumplir para el funcionamiento de un establecimiento de comida rápida en Bogotá. Sin embargo es de aclarar que los requisitos pueden variar dependiendo la ciudad donde se valla a establecer el negocio, aunque en este trabajo solo se exponen los requisitos en la ciudad de Bogotá, ya que sería en esta ciudad donde se desarrollaría el modelo de prueba.

Adicional existen otros costos adicionales que se pueden incluir dentro de los aspectos legales, como lo son:

- Solicitud y apertura de cuenta bancaria a nombre de la entidad, será solicitado una copia del certificado de existencia de la empresa.

Costo: Tramite sin costo.

- Inscripción de libros: Trámite obligatorio, son: libro de Actas y de acciones, (Cámara de comercio de Bogotá).

Costo: \$ 12.800 c/u

A continuación, en la tabla 2 se encuentran los aspectos legales que se deben tener en cuenta para la constitución y funcionamiento de Ferchry's, así como los costos en los que se incurre en cada uno de los tramites (**Ver Anexos 4.1.9 Aspectos legales - Tabla 3**).

4.2 Insumos

El menú de Ferchry's Arepa Gourmet y Artesanal, presenta una variedad de 12 clase de arepas, con el fin de ofrecer un menú variado y diferentes opciones para las diferentes horas del día, para garantizar los inventarios de insumos necesarios para la preparación de cualquiera de las arepas, se realiza el siguiente informe de insumos el cual se debe verificar cada inicio de mes. (Ver Anexos 4.2 Insumos - Tabla 3).

4.3. Proceso Productivo

Una de los valores agregados del restaurante es el proceso de producción de su producto (Ver Anexos, Procesos de Producción Producto Final - Figura 3.) y proceso productivo. A Continuación, se explicará a detalle el proceso productivo:

- Contacto Inicial con proveedores
- Recepción de materia prima
- Verificación de estado de materia prima
- Ubicación de materia prima en bodega y nevera según el producto.
- Preparación de rellenos para posteriormente ponerlos en la azafata eléctrica, que los mantendrá calientes para su consumo inmediato durante la jornada del día.
- A final de la jornada se hace cierre de caja e inventario.

4.4 Obras físicas

Ferchry's es un modelo de negocio de bajo costo, maneja unas características especiales para la adecuación de los locales en los cuales se establecerán los negocios, aunque los espacios de los locales pueden variar, los requerimientos y adecuaciones del lugar siempre serán los

mismos, garantizando un estándar de negocio. A continuación, se estipularán las características generales de un local de Ferchry's.

1. Metraje del local entre 15 mts cuadrados a 50 mts cuadrados
2. Estufas hornos y demás equipos de cocina instalados en un espacio no mayor de 5 metros cuadrados
3. Front o barra de atención y despacho con una medida de 4 mts de largo
4. Baño para locales con superficies mayores a los 25 mts cuadrados
5. Acometida de gas luz y agua
6. La iluminación debe ser suficiente para asegurar una iluminancia uniforme en todo el local
7. Sistemas de ventilación adecuados, campanas de extracción de humo
8. Pisos en rustico o madera
9. Paredes en ladrillo Tonalá y algunas pintadas de blanco
10. Diferenciación entre espacios cálidos y fríos.
11. En la parte externa se tendrá se ubica el aviso principal del negocio y las puertas y ventanas las cuales serán de vidrio templado.

La información sobre los cotos de las obras físicas se obtiene a partir de cotizar en el mercado con diferentes empresas de adecuación de interiores, se realiza un promedio de los diferentes costos brindados por cada una de ellas. (Para observar más con detalle las obras físicas (**Ver Anexos Estudio Técnico tabla 4 - Obras físicas.**))

4.5 Plan de manejo Ambiental

A partir de la matriz de aspectos e impactos ambientales, (**Ver anexo Estudio Técnico - Tabla 5 Matriz de aspectos e impactos**) hemos logrado identificar que hay algunas actividades que generan más impacto que otras, como la elaboración del producto, la limpieza de materias primas y la limpieza de las instalaciones, actividades que traen impacto negativo debido al uso de recurso finito como el agua. Además de estas debido a la actividad de día a día del restaurante, se generan una gran cantidad de residuos sólidos. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos y para mitigar los impactos negativos en el ambiente que genera el funcionamiento del restaurante, se realizara un plan de gestión ambiental el cual está basado en buenas prácticas ambientales el cual se explicara en el Figura 3 (**Ver anexos Estudio Técnico - Figura 4 Plan de manejo ambiental.**)

Se espera que como resultado de estas buenas prácticas ambientales se pueda mitigar el impacto negativo ambiental resultante del funcionamiento del restaurante. Además de:

- Reducir el consumo de agua
- Disminuir la generación de residuos solidos
- Facilitar la reutilización de desechos reciclables
- Minimizar el efecto ambiental de las emisiones atmosféricas, de los ruidos y de los vertimientos de agua.
- Reducir el consumo de energía

En conclusión la implementación de buenas prácticas ambientales, lograrían mitigar al máximo los efectos negativos ambientales, por ejemplo un grifo cerrado evita que se envíen al alcantarillado de 5 a 10 litros de agua por minuto, es decir en vez de lavar las hortalizas con el

grifo abierto lo haremos en un recipiente con agua limpia, otro ejemplo. En la cocina, los hornos, fuegos y placas deben ser limpiados frecuentemente para evitar que las grasas no impidan la transmisión de calor, mantener limpias las bombillas y luminarias permite un ahorro de hasta el 10%. Aprovechar al máximo la luz natural en el día y usar colores claro

4.6 Informe de Equipos

Los equipos cotizados y preseleccionados en el siguiente informe, cuentan con una característica en común, y es que son todos especializados en producción en masa de producto,

Lo cual garantizara una atención rápida y de calidad al consumidor final. Adicional permiten disminuir el desperdicio de alimento y agilizar las tareas de los trabajadores gracias que son prácticos y usan tecnología de vanguardia.

El mantenimiento y limpieza son de facilidad y no es necesario el desmonte de ninguno de ellos para esta actividad, de manera que se optimiza el tiempo y garantiza que los empleados no tengan una sobrecarga de responsabilidades. para más información detallada de equipos (**Ver Anexos Estudio técnico - Tabla 6 Ficha técnica de equipos.**)

La parrilla y la plancha al igual que la barra de baño de marías, todos estos quipos son de sobreponer, con el fin maximizar los espacios y garantizar que el restaurante se pueda instalar en locales pequeños, y así de minimizar costos fijos como lo son el arriendo, teniendo en cuenta que implementaremos el proyecto en superficies desde los trece metros cuadrados.

4.6.1 Justificación Método de depreciación y valor de disposición final.

Se realiza la depreciación por medio del método de línea recta, ya que según las políticas establecidas por la compañía los equipos de producción sufrirán un desgaste promedio igual cada año, y se usarán de manera constante cada uno de estos, adicional a esto los equipos se depreciaron a 5, 7 y 10 años, y su valor de salvamento se determinó que será el 20% del valor comercial de cada uno de estos. (Para observas más a detalle la depreciación y disposición final de los equipos, **Ver Anexos Estudio Técnico Tabla 7 - Depreciación anual de equipos.**), se calcularon los valores totales de depreciación de los equipos y sus valores de salvamento. El costo de compra de los equipos se obtiene a partir de la información recolectada del estudio de mercado, donde se realizó una serie de cotizaciones de los posibles proveedores de los equipos de cocina y se determinó tener como aliado a la empresa Pallomaro S.A importadora y fabricadora de equipos para cocinas industriales.

4.7 Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico.

El proyecto es viable técnicamente para la producción y comercialización de arepa rellena en la ciudad de Bogotá. Según el estudio legal, los requerimiento por las diferentes entidades son asequibles y no hay barreras de entrada a la información, en cuanto a las obras físicas y adecuaciones de cada uno de los locales, se logró identificar que los precios de la mano de obra tienden a la baja, ya que la emigración masiva de venezolanos han generado sobreoferta de este servicio.

Los equipos con los cuales contara cada uno de los restaurantes son de alta tecnología y están programados para trabajar durante largas jornadas, adicional son para producción en masa, de manera que se agiliza la preparación de los productos.

Para la elaboración de producto y atención de cada uno de los locales, solo se disponen de dos empleados y un tercero que será el coordinador de los dos primeros puntos de atención, con lo cual se garantiza mantener los costos fijos bajos, ya que los procesos de producción y la tecnología de los quipos ayudan a maximizar tiempo y reducir tareas.

Los insumos y materias primas se compraran en la Central de Abastos de Bogotá, que ofrece precios bajos con respecto a sus competidores, adicional se cuenta con productos frescos y de la más alta calidad.

Se recomienda hacer seguimiento a los procesos de producción, de manera que se garantice el sabor, calidad, y agilidad en el servicio, pilares que identificaran al Ferchry's Arepa Gourmet y Artesanal.

5. ESTUDIO FINANCIERO

Esta parte es una de las definitivas y en la cual consolida información de los estudios anteriores, mostrándonos o acercándonos a determinar si hay viabilidad o por contrario derogamos el proyecto.

5. 1 Inversiones diferidas

✓ Aspectos legales	\$ 686.646
✓ Desarrollo de marca y Brand	\$ 4.500.000
✓ Cámaras y sistema de alarma	\$ 500.000
✓ Adecuación local	\$ 8.504.000

Total \$ 14.190.646

5.1.2 Inversión en activos fijos

Total: \$ 46.949.166

En este rubro de inversión se incluye el acondicionamiento de la oficina de administración, es decir, que en el momento de franquiciar el modelo o replicar este formato de negocio esta cifra se reduce porque se omiten ítems como: Escritorio, Computador administración, impresora administración, archivador y software por un valor de \$5.945.000. (**Ver Anexos Estudio Financiero – Tabla 8 Inversiones en Activos Fijos**)

5.1.3 Gastos operacionales

La entrada a producción de nuestro proyecto surge una serie de rubros los cuales tiene que estar cubiertos para óptimo funcionamiento de nuestra unidad de negocio. (**Ver Anexos Estudio Financiero – Tabla 9 Gastos Operacionales**)

Total: \$ \$8.194.066

5.1.4 Adecuación local

Total: \$ 8.504.000. (**Ver Anexos Estudio Financiero – Tabla 10 Adecuación Local**)

5.1.5 Capital de trabajo

Se calcula un Capital de trabajo, teniendo en cuenta 4 meses de Gastos Operacionales del negocio, es decir que se requiere un valor de \$ \$32.776.263

5.1.6 Inversiones iniciales

Nuestro proyecto de inversión Ferchry's requiere una inversión inicial de:

- Inversiones en Activos Fijos \$ 46.949.166 Pesos.
- Gastos operacionales \$ \$8.194.066.

- Activos diferidos \$ 5.686.646.
- Capital de Trabajo por \$ \$32.776.263

Total, inversión inicial \$ \$93.916.075

5.1.7 Presupuesto de ventas

Nuestra expectativa de ventas es: 200 unidades por un precio promedio de nuestro menú de arepas por valor de \$ 3.683, 100 unidades de bebidas calientes o frías por un precio promedio de \$ 1.667 pesos, aclaramos; que las bebidas no tienen la misma similitud en unidades vendidas que las arepas, ya que calculamos solo la tercera parte en relación a las arepas, esto debido a que las personas no siempre acompañan su plato fuerte con las bebidas que ofertamos. La anterior proyección de precios se ajusta a la dinámica de modelo Low Cost el cual abarcaría varios segmentos de mercado principalmente el masivo y clasificado como lo son el estrato medio-alto. Adicional, tendríamos la opción de maximizar nuestros ingresos con productos complementarios como los son: Carne de Pollo y Res a la plancha o en pincho acompañado siempre de arepa. Así podemos cumplir con las necesidades de los diferentes momentos del día del comensal. **(Ver Anexos Estudio Financiero – Tabla 11, Tabla 12, Tabla 13, Tabla 14 Presupuesto de Ventas)**

Del segundo año en adelante se proyectó un incremento en las unidades vendidas del 5%, el precio mantiene constante los dos primeros años como estrategia de posicionamiento de marca, ya en el tercer año en adelante, realizamos un aumento de 3% correspondiente a la inflación proyectada por el Grupo Bancolombia.

5.2 Análisis de costos

5.2.1 Costos fijos mensuales

Los costos fijos mensuales son: Arriendo + Salarios + Servicios Públicos + Otros Gastos =
Total \$ **9.624.066**.

(Ver Anexos Estudio Financiero – Tabla 15, Tabla 16 Costos Fijos Mensuales)

5.2.2 Costos variables

Nuestros costos variables vienen dados por los insumos empleados en la elaboración de nuestros productos, por tal razón, son sujetos de cambios por el IPP, situaciones coyunturales como paros camioneros o vías en mal estado. (Ver Anexos Estudio Financiero – Tabla 17

Costos Variables)

Total \$ 4.978.400

5.3 Flujo de caja libre

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas		\$ 244.160.000	\$ 256.368.000	\$ 277.261.992	\$ 299.858.844	\$ 324.297.340
Costos Variables		\$ 59.740.800	\$ 61.533.024	\$ 63.379.015	\$ 65.280.385	\$ 67.238.797
Costos Fijos		\$ 109.488.790	\$ 112.773.454	\$ 116.156.657	\$ 119.641.357	\$ 123.230.598
Depreciación		\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150
Utilidad antes de Impuestos		\$ 69.793.260	\$ 76.924.372	\$ 92.589.170	\$ 109.799.952	\$ 128.690.795
Impuestos		\$ 23.031.776	\$ 25.385.043	\$ 30.554.426	\$ 36.233.984	\$ 42.467.962
Utilidad despues de Impuestos		\$ 46.761.484	\$ 51.539.329	\$ 62.034.744	\$ 73.565.968	\$ 86.222.833
Depreciaciones		\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150
Inversiones Inicial	-\$ 93.916.075	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de caja Operacional	-\$ 93.916.075	\$ 51.898.634	\$ 56.676.480	\$ 67.171.894	\$ 78.703.118	\$ 91.359.983

5.3.1 Análisis de los indicadores financieros

Hemos elaborado un flujo de caja libre con un horizonte de tiempo a 5 años, para determinar la viabilidad de nuestro proyecto, a razón de esto hemos estimado unos indicadores financieros con los cuales podemos inferir en los siguiente:

VPN: \$ \$62.278.749, lo cual resulta positivo para nosotros teniendo en cuenta que es el valor presente de nuestros flujos futuros y siendo mayor que nuestra inversión inicial.

TIR: Este indicador resulta bastante atractivo, luego que nuestro proyecto tendría un máximo de retorno de 58%, adicional supera las expectativas de nuestra TIO que es el 30%, Sin embargo, este resultado es producto de un escenario favorable para nuestra unidad de negocio, por lo cual sensibilizaremos nuestro modelo con diferentes impactos en las variables de entrada.

5.3.2 Relación Costo Beneficio: Podemos inferir que por cada \$ 1 invertido, este no devolverá \$ 1,66, para lo cual es una buena opción para nosotros como inversionista.

5.4 Análisis de Sensibilidad

Hemos sensibilizado nuestro modelo flujo de caja libre en tres posibles escenarios, con lo cual, tendremos mejores recursos en el momento de la toma de decisiones, por consiguiente, a continuación, presentaremos los tres posibles casos:

- **Escenario Pesimista**

Hemos proyectado un promedio de 100 unidades vendidas por día y 2400 a al mes, es decir que al año serian 28.800. Por el lado de las bebidas, tendríamos una tercera parte de las cantidades de las arepas. En el siguiente cuadro se pueden ver los resultados de este ejercicio:

VARIABLE	UNIDADES	TIR	VPN	RELACION BEN/COSTO
Unidades vendidas arepas	\$ 28.800	0%	-\$ 158.166.095	-0,68
Unidades vendidas bebidas frias o calientes	\$ 9.600			

Este escenario es el menos probable para que un inversionista confié, teniendo en cuenta que el retorno es 0%, adicional, tiene VPN negativo, lo cual indica que el proyecto es una total perdida vendiendo un promedio de 100 unidades diarias.

- **Escenario Moderado**

Hemos proyectado un promedio de 200 unidades vendidas por día y 4800 al mes, es decir que al año serian 57.600. Por el lado de las bebidas, tendríamos una tercera parte de las cantidades de las arepas. En el siguiente cuadro se pueden ver los resultados de este ejercicio:

VARIABLE	UNIDADES	TIR	VPN	RELACION BEN/COSTO
Unidades vendidas arepas	\$ 57.600	58%	\$62.278.749,99	1,66
Unidades vendidas bebidas frias o calientes	\$ 19.200			

Este escenario muestra un mejor panorama, ya que tenemos una buena TIR de 58% superior a nuestro TIO de 30%, adicional el VPN es de \$ 62.278.749, lo cual es positivo porque el proyecto ya presenta unos beneficios en términos de utilidad y retorno, adicional este escenario tiene una buena relación beneficio costo, lo cual nos dice que el inversionista por casa peso invertido tendrá como devolución 1,66.

- **Escenario Optimista**

Hemos proyectado un promedio de 300 unidades vendidas por día y 7200 al mes, es decir que al año serian 86400. Por el lado de las bebidas, tendríamos una tercera parte de las cantidades de las arepas. En el siguiente cuadro se pueden ver los resultados de este ejercicio:

VARIABLE	UNIDADES	TIR	VPN	RELACION BEN/COSTO
Unidades vendidas arepas	\$ 86.400			
Unidades vendidas bebidas frias o calientes	\$ 28.800	149%	\$ 282.723.595	4,010385542

Este escenario es mucho más ambicioso, ya que tenemos una TIR de 149% superior a nuestro TIO de 30%, adicional el VPN es de \$ 282.723.595 indicándonos unos excedentes que superarían las expectativas de cualquier inversionista interesado, adicional, este escenario tiene una excelente relación beneficio costo, lo cual nos dice que el inversionista por casa peso invertido tendrá como devolución 4.010.

5.5 Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio en unidades monetarias Pesos = punto equilibrio unidades * precio venta unitario (año 1) = 39.923 paquetes * \$3.683: \$ 147.036.409, partiendo de las cifras encontradas, se realizó el cálculo del punto de equilibrio en ventas, en el año 1 las ventas proyectadas son de \$ \$244.160.000, pero si la empresa vende:

\$147.036.409, las utilidades serán de \$ 0,0, en este punto de ventas, no habría ni pérdidas ni ganancias.

6. Conclusiones

El presente estudio nos arroja unas buenas expectativas de acuerdo a todas las etapas de nuestra investigación, sin embargo, a pesar de que hablamos de un modelo de franquicia, tenemos la responsabilidad de testear nuestro proyecto para garantizar márgenes positivos y el posicionamiento de marca y Brand, para así tomar la decisión de ofertar franquicias o asumir la expansión de forma directa. Nuestro modelo es sujeto de cambios de acuerdo a nuestros Costos Fijos y Costos Variables, los recursos comprometidos en la inversión no son financiados por ninguna entidad privada o pública, por tanto, sería comprometido el patrimonio de nosotros los socios, sin embargo, tenemos la posibilidad de ceder una equidad de acciones y en contraprestación recibiríamos recursos para apalancar el desarrollo del proyecto.

7. Bibliografía

- Colombia este 2018, Revista DINERO, Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/franquicias-mas-importantes-de-colombia-2018/255585>.
- Noticias de intereses.2018, Las ventajas de las franquicias en Colombia, Federación Iberoamericana de Franquicias 2013. Recuperado de: <https://www.portalfiaf.com/category/noticias>.
- 38% de los colombianos come fuera de su hogar una o más veces a la semana, the Nielsen Company. Recuperado de: <http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2016/38-por-ciento-de-los-colombianos-come-fuera-de-su-hogar-una-o-mas-veces-a-la-semana.html>.
- Córdoba, Marcial. Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá, Ecoe Ediciones – 2006.
- Hernández Abraham. Formulación y evaluación de proyectos de Inversión. 4a Edición México, THOMSON – 2002
- Córdoba, Marcial. Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá, Ecoe Ediciones – 2006
- Hernández Hernández Abraham. Formulación y evaluación de proyectos de Inversión. 4a Edición México, THOMSON – 2002
- Miranda, Juan. Gestión de proyectos. Bogotá, MM Editores – 2006
- Mokate, Karen. Evaluación financiera de proyectos de inversión. Bogotá, Alfaomega-Uniandes 2004
- Sapag, N. Proyectos de Inversión. Formulación y evaluación. México, Pearson – 2007

- Sapag, N. y Sapag, R. Preparación y evaluación de proyectos. Bogotá, McGraw-Hill – 2008
- Florez, J. A. (2015). Proyectos de inversion para las pyme. Bogotá: ECOE.
- Meza Orozco, J. d. (2010). *Evaluación financiera de proyectos* (2a. ed.). Bogotá: ECOE.
- Proyecciones macroeconómicas Bancolombia:
file:///C:/Users/pirro/Downloads/Tabla%20Macroecon%C3%B3micos%20Proyectados%20-%20Abril%202018.pdf

Anexos

Resultados de la encuesta

3.1 Estudio de mercado

Recolección de datos

Resultados de la encuesta

Gráfico 1: Genero

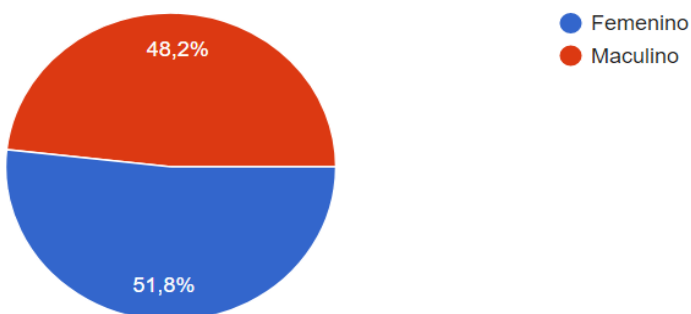
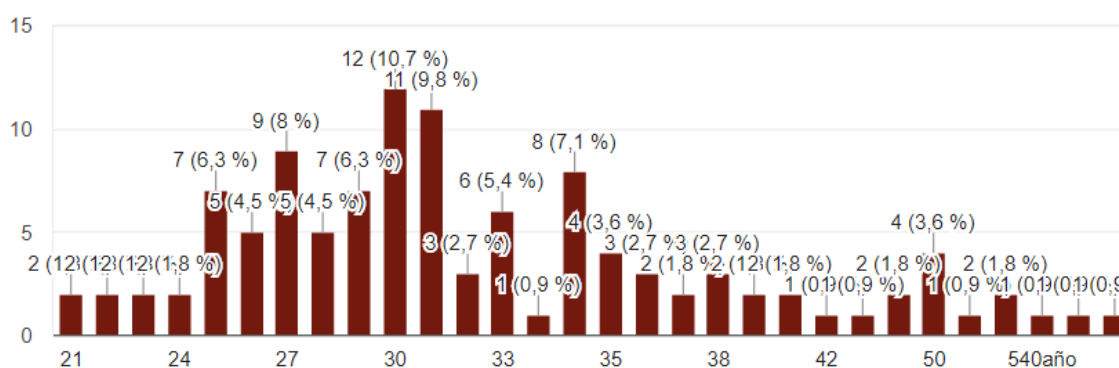


Gráfico 2: Edad



Entre los 112 encuestados encontramos una edad mínima de 21 años y una edad máxima de 60 años, también podemos observar que el promedio de edad es de 33 años, adicional podemos inferir

que hubo una mayor participación en edades entre 27 a 35 años de edad de los participante de la encuesta.

Gráfico 3: ¿Con que frecuencia desayunas en la semana?

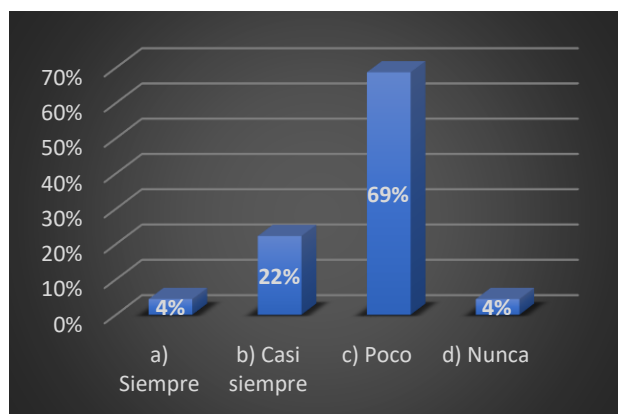


Encontramos que un 79% de las personas da importancia a su primera comida del día, seguido de un 13% que solo desayuna entre 3 a 4 veces por semana y 6% entre 1 a 2 dos veces por semana. Por otro lado, solo el 1% no desayuna, es decir

que no da importancia a su primera comida del día002E

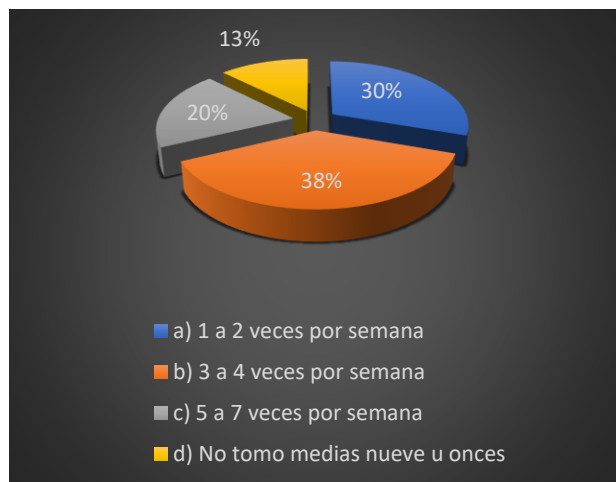
Gráfico 4: ¿Cuántas veces desayuna por fuera?

El 46% desayuna por fuera entre 1 a 2 veces por semana, mientras que una tercera parte desayuna en casa, por otro lado un 13% entre 3 a 4 veces por semana y un 7% desayuna por fuera.

Gráfico 5: ¿Consumes alimentos preparados en la calle?

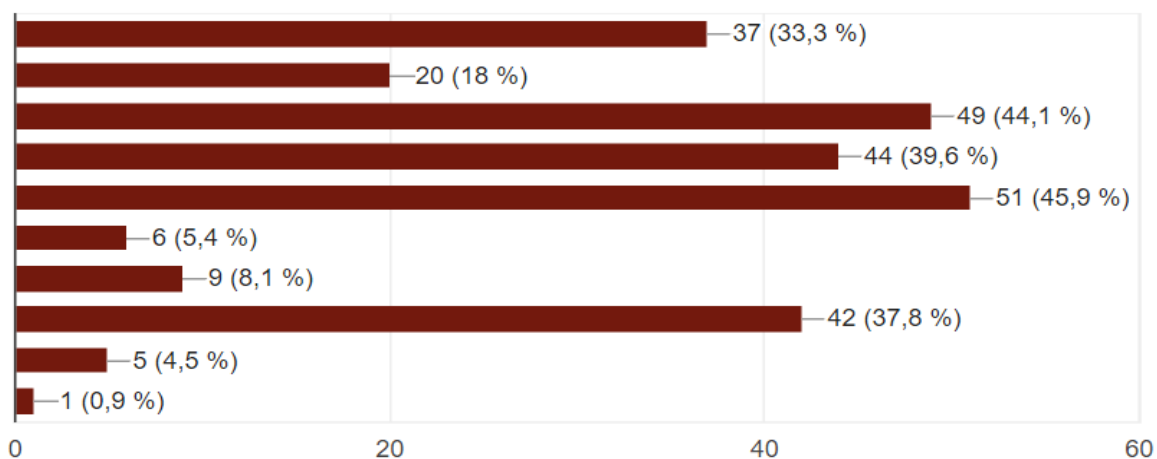
El 69% de las personas consumen pocos alimentos preparados en la calle, sin embargo, tienen tendencia a hacerlo, esto debido a la gran oferta informal y la facilidad de acceso a estos bienes. Así mismo el 22% casi siempre lo hace, el 4% lo hace siempre y otro 4% nunca lo hace.

Gráfico 6: ¿Sueles consumir medias nueves u onces?



El 38% suele tomar onces entre 3 a 4 veces por semana, otro 30% de 1 a 2 veces, 20% casi todos los días y por ultimo 13% no toma onces ni medias nueves.

Gráfico 7: Si desayunara por fuera de casa, ¿Cuál sería su desayuno de preferencia? (múltiple respuesta)



a) Arepa en cualquiera de sus presentaciones

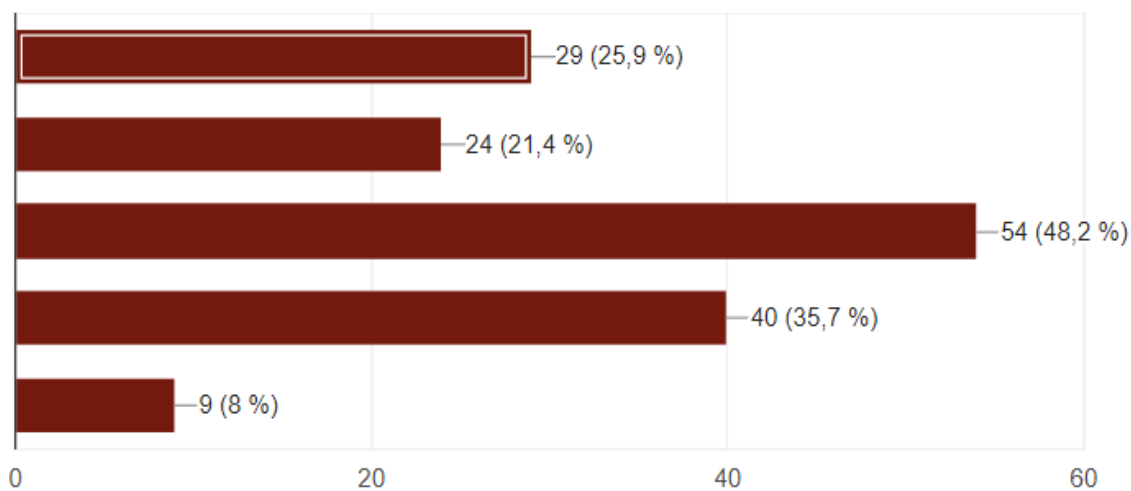
b) Cereal

c) Fruta

- d) Caldo
- e) Huevos
- f) Carne bistec a caballo
- g) Arroz
- h) Productos de Panadería (pastel de pollo, pastel de carne, buñuelos, pastel gloria)
- i) Carne

Entre los encuestados hay una preferencia a la hora de desayunar por fuera por los Huevos con un 45%, seguido de la Fruta con 44%, Caldo 39%, productos de Panadería 37%, Arepa 33%, Cereal 18%, Arroz 8%, Carne Bistec a Caballo 5% y Carne 4%,

Gráfico 9: ¿Cuál sería su alimento de elección si tomaras medias nuevas u onces? (múltiple respuesta)



- a) Arepa rellena (huevo perico, carne pollo, carne res, queso, jamón)
- b) Empanada
- c) Fruta o Cereal
- d) Productos de Panadería (pastel de pollo, pastel de carne, buñuelos, pastel gloria, etc.)
- e) Frituras o comida de paquete

Entre los productos que los encuestados prefieren consumir en la hora de onces son: Fruta y Cereal 48%, Productos de panadería 35%, Arepa rellena 25%, y frituras o comida de paquete 8%.

3.6.1 Precio

Tabla

Lista de precio de los productos

Concepto	Costo venta	Precio de venta	Margen
Arepa de maíz 85 gr Peto con queso 15 gr y mantequillas 5gr	\$800	\$1.700	113%
Arepa de maíz blanco precocida (Harina pan) 85 gr, queso 15gr y mantequilla 5gr	\$900	\$2.000	122%
Arepa Boyacense 90 gr + queso fundido 35 gr	\$1.000	\$2.000	100%
Arepa 85 gr, con huevo revuelto (2 unidades), jamón 15 gr y queso 15 gr	\$1.300	\$3.000	131%
Arepa 85 gr con huevo perico 2 unidades + cebolla 5gr + tomate 5 gr + queso 15 gr	\$1.600	\$3.500	119%
Arepa 85 gr + 1 chorizo ternera	\$1.400	\$3.500	150%
Arepa 85 gr rellena Santaferena: pechuga 35 gr, cebolla 5 gr, apio, aguacate 5 gr, mayonesa 3gr, cilantro, limón, sal, pimienta.)	\$1.900	\$4.000	111%
Arepa Afro 85 gr: rellena de carne mechada 35gr, sazónada con tomate y condimentos, más queso amarillo rallado 20 gr.	\$1.700	\$4.000	135%
Arepa Mixta 85 gr: rellena de carne 35 gr, pollo 35 gr, queso 15 gr y jamón 15 gr	\$1.900	\$4.000	111%
Arepa la Marinera: camarones 50 gr y con salsa de ajillo o salsa de ceviche	\$2.000	\$4.500	125%
Pincho de carne de Pollo 150 gr+ Arepa 75 gr	\$2.500	\$6.000	140%
Pincho de carne de Res 150 gr + Arepa 75 gr	\$1.600	\$6.000	275%
Café 5 oz	\$300	\$1.000	233%
Capuchino 5 oz	\$500	\$1.500	200%
Late 5 oz	\$700	\$1.800	157%
Gaseosa 350 ml	\$800	\$1.500	88%
Jugo Natural 300 ml	\$1.000	\$2.500	150%
Agua 500 ml	\$1.000	\$1.700	70%
Promedio	\$1.272	\$3.011	140%

4. Estudios Técnico

4.1.4 Análisis DOFA

Tabla 1

Análisis DOFA.

fortalezas	Oportunidades
El modelo de negocio Low Cost permite ampliar la base de la demanda de nuestro producto	Actualmente en Colombia no existe un modelo de negocio de arepa rellena, que estandariza la producción y comercialización de esta.
Nuestro sistema de producción permite una atención rápida reduciendo al mínimo tiempos de espera del consumidor	La acogida internacional de la gastronomía Latinoamericana en el mercado Europeo y Norte Americano.
Según el estudio de mercado realizado, la arepa es uno de los preferentes de los colombianos para desayunar.	La frecuencia con que el ciudadano promedio desayuna o come por fuera, que permite garantizar la demanda potencial de nuestro
La mayoría de la competencia en el mercado no cuenta con los estándares mínimos de salubridad.	
No existencia de una oferta similar	
Debilidades	Amenazas
la disponibilidad de locales con la ubicación estratégica que requiere el proyecto	Paros agrarios
Ingreso de nuevas competencias	Aumento excesivo de canos de arrendamiento
Acceso a la financiación	Amplia competencia indirecta
Falta de experiencia en el mercado	Aumento de los precios de los insumos.

Fuente: Elaboración Propia

4.1.8 Puntos de venta

4.1.5 Organigrama.

Tabla 2

Organigrama

PUESTO PERFIL	DESCRIPCION
<p>Coordinador genera</p> <p>Profesional en Economía, con especialización en formulación de proyectos.</p>	<p>Planea organiza dirige y controla las operaciones de hasta 4 puntos de ventas de break up.</p> <p>Administrar y garantiza las políticas relacionadas con el manejo de inventarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administra y controla presupuestos, contratos, suministros y equipos. -Supervisa y garantiza los estándares de calidad. -Persona responsable de asegurar el correcto cobro de cuentas y atención a los clientes.
<p>Cajero</p> <p>Hombre o Mujer cursando tecnico tecnologo o profesional, no se requiere experiencia previa, Actitud para atencion al cliente y disponibilidad para trabajar jornadas de 7 horas de pie.</p>	<p>Administrar y garantiza las políticas relacionadas con el manejo de inventarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administra y controla presupuestos, contratos, suministros y equipos. - Supervisa y garantiza los estándares de calidad. -Persona responsable de asegurar el correcto cobro de cuentas y atención a los clientes. -Cobrar en todas las forma de pago (efectivo y tarjeta de crédito). - Entregar invariablemente nota de ventas y factura para los clientes que así lo requieran. -Registrar todas las ventas en el formato de ingresos. -Elaborar corte de caja en el cambio de turno y entregar a la cajera del turno vespertino con el formato establecido.
<p>Ensamblador</p> <p>Hombre o mujer con grado de bachillerato, no se requiere experiencia previa buena presentación personal. Persona encargada de alistamiento de órdenes, ensamble de las arepas y alistamiento de las bebidas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preparas ordenes según lo estipulado en el tikect • Alistar las órdenes para su entrega en la barra de entrega • Elaborar inventario a final de turno • Mantener en excelente presentación su área de trabajo • Cierre de negocio a final de turno

Fuente: Elaboración Propia.

Punto 1



Figura 1(fuente: Elaboración Propia)

Nota; Es un punto de entrada por salida, es decir que al comprar su ticket no se consumiría adentro del punto.

Punto 2

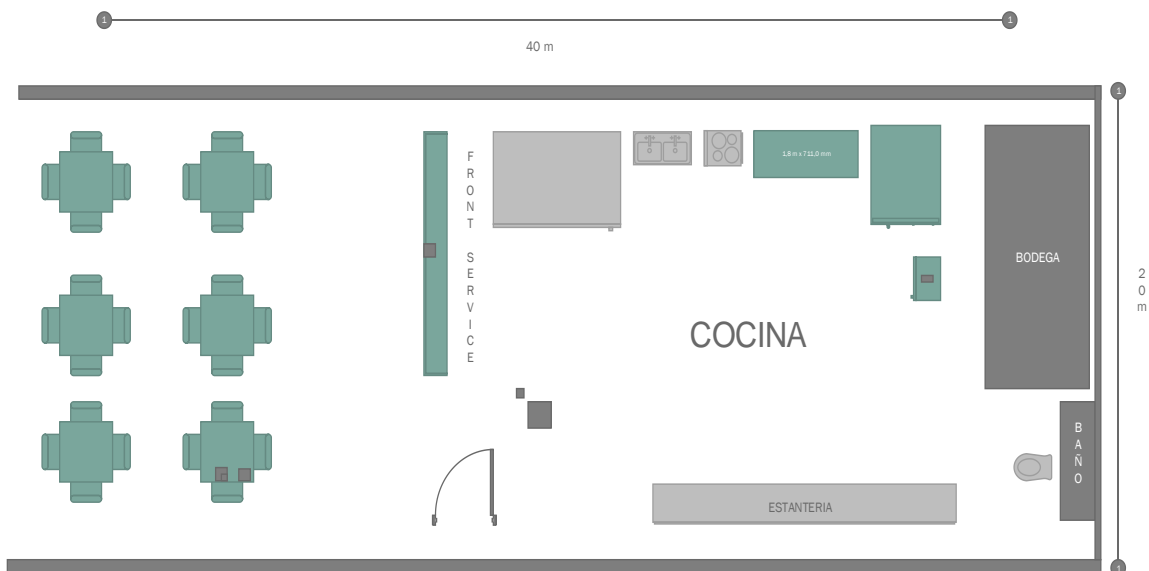


Figura 2 (Fuente: Elaboración Propia)

Nota: este primer plano se realiza en un punto donde habría espacio para que el consumidor tome su producto en el interior del restaurante.

4.1.9 Aspectos legales

Tabla 3
Aspectos legales

Norma o Proceso	Requisito	Costo
Registro único empresarial	Verificar que el nombre de la Sociedad no esté siendo utilizado. Esto se hace a través de la página del Registro Único Empresarial (RUES).	Tramite sin costo
Documento de constitución de sociedad	De acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá, allí se coloca el nombre, documento de identidad y domicilio de las accionistas, se incluye la Razón Social de la sociedad seguida de la terminación jurídica S.A.S y se coloca el domicilio principal de la sociedad. Se debe además establecer el capital autorizado, suscrito y pagado de la sociedad, y por último se debe incluir la forma de administración y el nombre, así como el documento de identidad y facultades de sus administradores. Cuando menos, se debe asignar un representante legal.	\$ 4.046 por firma y huella.
Matrícula mercantil vigente Decreto 1879 de 2088	El establecimiento de comercio debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha en la que inició actividades	El registro en la cámara de comercio, genera un impuesto de registro con cuantía que corresponde al 0.7% sobre el valor del capital suscrito. El PRE-RUT es completamente gratuito, los derechos de inscripción \$34.000 y el formulario \$4.500. Nota: Si se vincula a los beneficios de la Ley 1429, el costo de la matrícula del primer año es Gratuita.
Inscripción en el RUT Artículo 5 del Decreto 2788 de 2004	Los comerciantes deben estar inscritos en el RUT (Registro Único Tributario) y, si pertenecen al régimen simplificado, deben indicar su RUT en un lugar visible del establecimiento	Tramite sin costo
Concepto sanitario. Ley 9 de 1979.	Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado Alimentos, en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos.	450,000 Registro sanitario
Uso de suelos Ley 732 de 2002	Verificar que la actividad económica del establecimiento comercial se pueda desarrollar en la ubicación que se ha escogido, de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial y la reglamentación específica del municipio, y solicitar el respectivo certificado de Uso de suelo a la Oficina de Planeación.	\$ 5.100
Bomberos Acuerdo 11 de 1988, Capítulo IV, y el acuerdo 9 de 1992	Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios. Este es expedido por el Cuerpo Oficial de Bomberos y busca asegurar el cumplimiento de los temas de seguridad humana y sistemas de protección contra incendios.	Establecimientos nuevos (primer año agrable de existencia) o no obligados a declarar: el valor a pagar es el equivalente a 2 salarios mínimos al año.
Inscripción en el RIT Acuerdo 469 de 2011 Decreto 1879 de 2008. Decreto 807 de 1993	Inscripción en el RIT. Todo establecimiento de comercio debe quedar inscrito en el Registro de Información Tributaria (RIT) a través del diligenciamiento del Formulario RIT Establecimiento de Comercio. Este formulario también permite realizar la actualización o clausura de dichos establecimientos.	Tramite sin costo
Ley 9 de 1979	Certificado de manipulación de alimentos. Este es de carácter obligatorio para todos los empleados que manipulen alimentos y se debe renovar anualmente. Existen varios institutos que cuentan con la autorización como Empresa Capacitadora en Manipulación Higiénica de Alimentos.	Depende la institución entre 100.000 y 350.000

Fuente: (Elaboración Propia)

Datos obtenidos de secretaria de salud página web

<http://www.saludcapital.gov.co/Paginas2/Inicio.aspx>

4.2. Insumos

Tabla 3

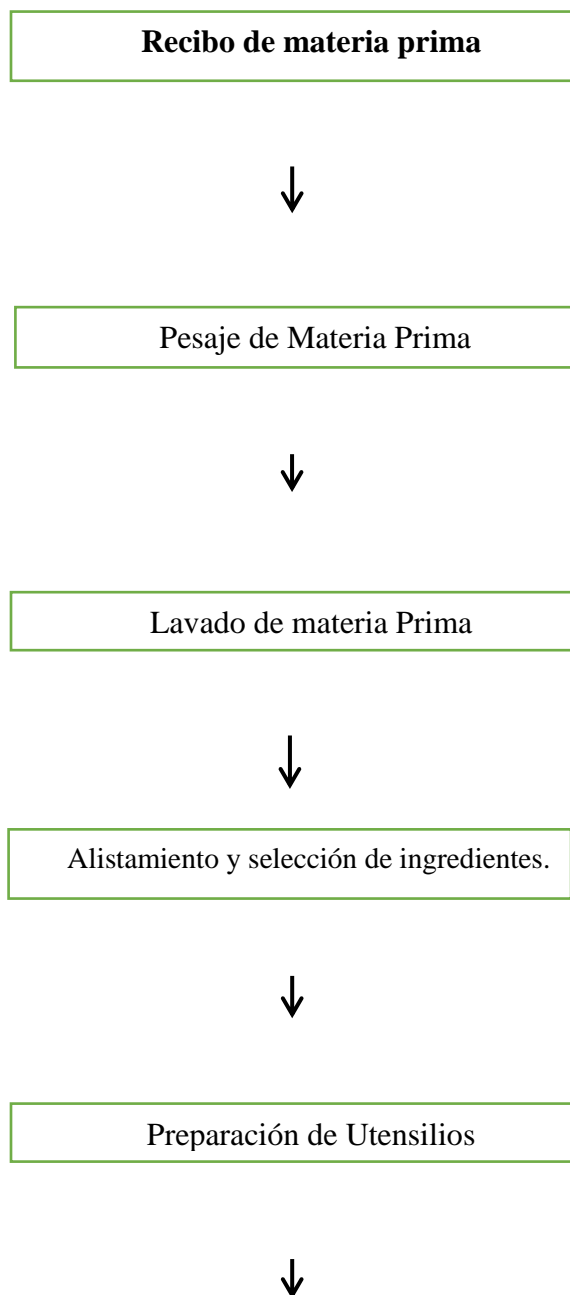
Descripción Insumos

Descripción insumos	Cantidad	Valor Unitario	Total
Bandeja de huevos 30 Uni	255	\$ 8.500	\$ 2.167.500
Queso campesino kg	30	\$ 7.800	\$ 234.000
Jamón Kg	30	\$ 9.000	\$ 270.000
Carne para desmechar Kg	40	\$ 7.500	\$ 300.000
Pollo entero para desmechar	40	\$ 7.000	\$ 280.000
Frijol Lb	20	\$ 1.800	\$ 36.000
Plátano maduro Kg	25	\$ 1.500	\$ 37.500
Ajo atado	5	\$ 5.000	\$ 25.000
Aguacate Kg	5	\$ 3.500	\$ 17.500
Pimentón Kg	20	\$ 2.000	\$ 40.000
Tomate Kg	20	\$ 2.000	\$ 40.000
Mantequilla Lb	10	\$ 2.500	\$ 25.000
Masa precocida Maiz peto Kg	100	\$ 1.200	\$ 1.728.000
Arroba harina pan	4	\$ 24.500	\$ 98.000
Sal Lb	10	\$ 540	\$ 5.400
Azúcar Kg	20	\$ 1.500	\$ 30.000
Naranja bulto	4	\$ 90.000	\$ 360.000
Café Kg	10	\$ 15.000	\$ 150.000
Leche litro	100	\$ 2.000	\$ 200.000
Camarón Kg	10	\$ 15.000	\$ 150.000
Mayonesa Litro	10	\$ 7.000	\$ 70.000
Mostaza Litro	10	\$ 7.000	\$ 70.000
Salsa tomate Litro	15	\$ 7.500	\$ 112.500
TOTAL		\$ 229.340	\$ 6.446.400

Fuente: Elaboración propia; los valores fueron tomados del informe trimestral de la central de corbatos
 Tomado de: <https://www.corabastos.com.co/sitio/historicoApp2/reportes/BoletinDescarga.php>.

4.3 Proceso productivo Producto final

Figura 3



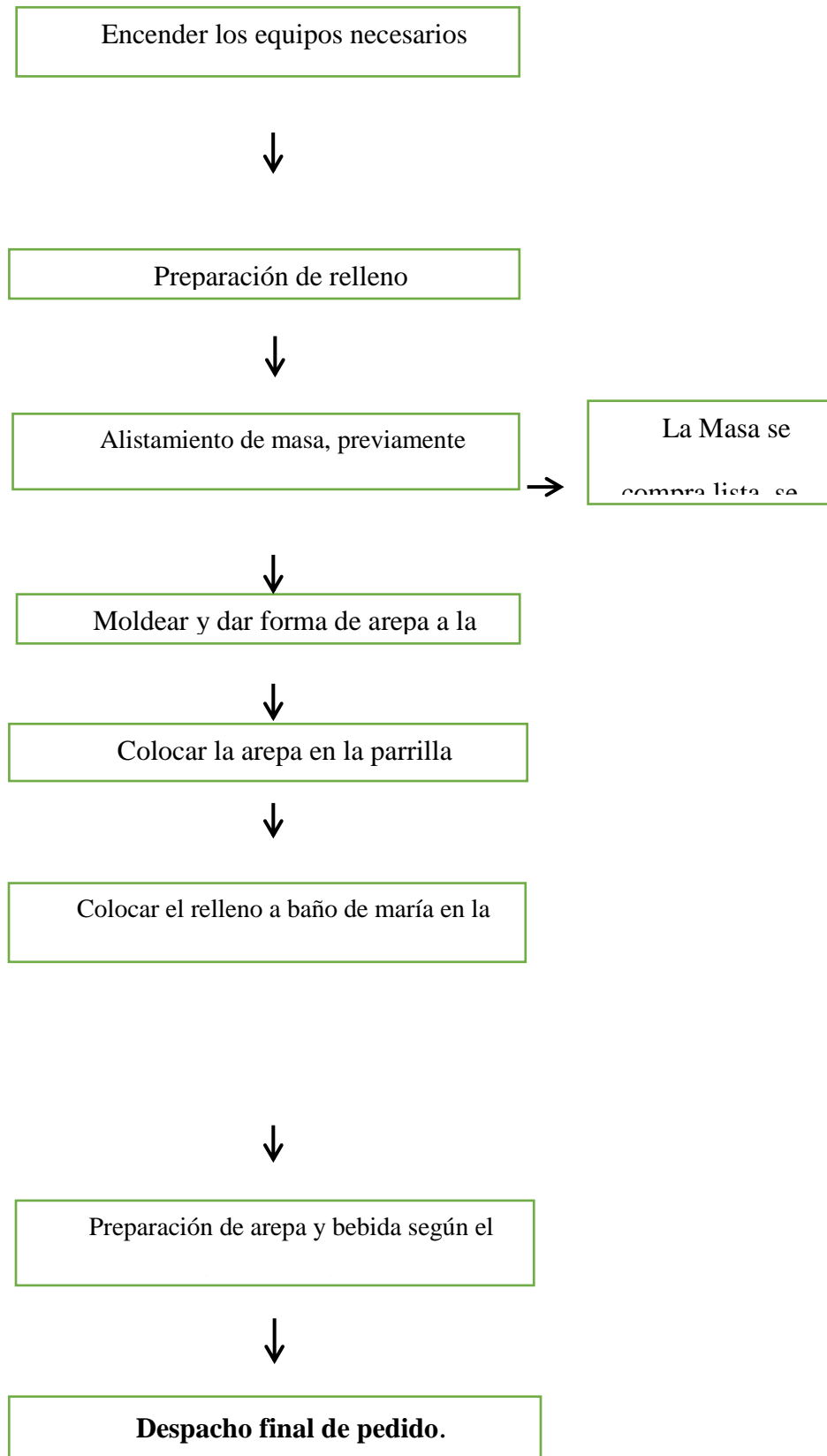


Figura 3 (Elaboración Propia)

4.4. Obras físicas

Tabla 4

Obras físicas

Obra física	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Toatal
le gas	mts.	30	\$ 43.000	\$ 1.300.000
le luz	mts.	33	\$ 36.000	\$ 1.200.000
de baño	mts.		\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
uces y laparas		25	\$ 10.000	\$ 500.000
de equipos de cocina		7	\$ 50.000	\$ 600.000
paredees cocina	mts.	15	\$ 53.000	\$ 800.000
sistemas de extraccion	mts.	4	\$ 200.000	\$ 800.000
de pisos y paredes	mts.	25	\$ 10.000	\$ 2.000.000
front o barra de atencion		3	\$ 167.000	\$ 500.000
nombre establecimiento parte externa		6	\$ 95.000	\$ 250.000
uestas y ventanas parte externa		4	\$ 325.000	\$ 1.300.000
Total				\$ 10.250.000

Fuente: Elaboración Propia

Nota; los valores de las obras físicas, pueden variar, dependiendo con el contratista final con quien se decida hacer la contratación, los valores están dados en pesos colombianos.

4.5 Plan de manejo ambiental



Figura 4 (Fuente: Elaboración Propia)

Tabla 5.

Matriz de aspectos e impactos ambientales.

MATRIZ DE ASPECTOS E IMPACTOS

Actividad	Aspecto ambiental	Sistema abiótico			Sistema biótico		Sistema antrópico				Relevancia del impacto
		Atmosférico	Terrestre	Hídrico	Terrestre	Acuático	Recursos	Infraestructura	Estructura	superestructura	
Adecuacion de punto de atencion: Instalación: eléctrica, punto de gas, puntos hídricos, baños, espacio de manipulación de alimentos, cocina y equipos, pintura de espacios, fachada y logo)	➤ Liberación de partículas de polvo.	1	1	3	1	1	1	1	1	1	11
	➤ Afectación de suelos.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
	➤ Uso desmedido de recurso hídrico.	1	1	5	1	1	1	1	1	1	13
	➤ Liberación de gases.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
	➤ Vertimiento de pinturas y químicos en acueductos.	1	1	3	1	1	1	1	1	1	11
	➤ Generación de auditiva.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
	➤ Contaminación visual.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Preparacion de alimentos	➤ Generación de residuos sólidos.	3	1	3	1	1	1	1	1	1	13
	➤ Generación de residuos líquidos.	3	1	5	1	1	1	1	1	1	15
	➤ Generación de olores.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Coccion de los alimentos	➤ Emisión de gases.	3	1	1	1	1	1	1	1	1	11
	➤ Emisión de olores.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
	➤ Emisión de ruido.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
	➤ Emisión de materiales en partícula.	3	1	1	1	1	1	1	1	1	11
Limpieza de utensilios y loza	➤ Vertimiento de residuos líquidos como sustancias químicas en el acueducto.	1	1	3	1	1	1	1	1	1	11
	➤ Incorrecta clasificación de desechos final del proceso.	1	1	3	1	1	1	1	1	1	11
	➤ Aglomeración de basuras en el entorno área de manipulación de alimentos los alimentos.	3	1	3	1	1	1	1	1	1	13
	➤ Uso desmedido del recurso hídrico en la parte de limpieza.	3	1	1	1	1	1	1	1	1	11
Cuarto de almacenamiento	➤ Almacenamiento.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
	➤ Refrigeración.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
	➤ Distribución.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Relevancia del impacto	33	21	41	21	21	21	21	21	21	21	

Criterio de evaluacion	
Bajo	1
Medio	3
Alto	5




figura 3(fuente; Elaboración propia)



4.6 Informe de Equipos

Tabla 6

Ficha técnica Equipos de Producción

Equipo	Descripción general
<p>Refrigerador horizontal 3 puertas</p> 	<p>Marca: TORNADO Referencia: TUC72. Refrigerador horizontal. en acero inoxidable, termostato electrónico led, visualización de la temperatura para un control preciso de fácil lectura. Temperatura de operación: 32°F a 41°F (0°C a 5°C), Dimensiones: Frente 1.82 / Fondo 0.76 / Altura 0.91 mts. Voltaje: 110V. Consumo: 7 Amp.</p>
<p>tajadora de carnes frías aceroinox</p> 	<p>TORREY Referencia: SS-300. Tajadora de carnes frías. El interruptor cuenta con una lámpara piloto que indica cuando el motor está encendido para evitar accidentes. La cuchilla cuenta con un protector metálico, para evitar accidentes durante las operaciones de limpieza y para proteger a la cuchilla de posibles golpes. Práctico sistema de afilado integrado para mantener la cuchilla siempre afilada</p>
<p>Mesón de preparación</p> 	<p>Mesón de Trabajo 90 Cm Acero Inox 304 Descripción · Fabricado completamente en acero inoxidable AISI 201 de 1,5 mm de espesor. · Viga de refuerzo de 1 mm de espesor en perfil de 30 x 30 mm a lo largo de toda la cubierta. · Incluye respaldo mural sanitario de 10 cms. de alto. · Su cubierta de acero. · Patas</p>

	<p>de perfil tubular de alta resistencia. · Patines regulables.</p> <p>Dimensiones (mm): 900x600x86.</p>
<p>Maquina Industrial de jugo</p> 	<p>La máquina automáticamente lleva, corta y extrae el jugo de naranja en un solo proceso, y es fácil de manejar.</p> <p>La máquina exprimidor de jugo modelo:XC-2000C Tecnología Japonesa.</p> <p>Estructura bien organizada y fácil de lavar</p> <p>Capacidad de bandeja 3 Litros.</p>
<p>Licudora Industrial</p> 	<p>Estructura en inox 304. (Piezas comerciales o accesorios de ensamble del equipo, que no están en contacto directo con el alimento, pueden ser en materiales diferentes). * Recipiente cónico con venas embutidas para obtener mejor turbulencia y ayudar a la homogenización del producto. * Acabado: Acero pulido * Diseño estructural de alta resistencia para trabajo pesado.</p>
<p>Picadora Industrial</p> 	<p>Picadora en acero inoxidable, manual, industrial, toda clase de verduras.</p>

<p>Parrilla y planche a gas</p> <p>36"</p> 	<p>Marca: Volnic Referencia: BVS-24 Cuerpo fabricado totalmente en acero inoxidable cuerpo fabricado totalmente en acero inoxidable tipo 201 y 430, calibre 18 y calibre 20. Su diseño funcional y modular permite versatilidad al momento de crear la configuración que sea necesaria.</p>
<p>Baño maría 5 azafatas</p> 	<p>De uso funcional y versátil; económica y duradera, posee alta resistencia a la intemperie y tiene un acabado de pintura en polvo que le confiere una terminación excelente</p>

Fuente: Elaboración Propia.

Nota; toda la información de equipos ha sido tomada de la empresa importadora pallomaro en su tienda virtual <https://www.pallomaro.com/tienda/>

Tabla 7
Depreciación en línea recta

Descripción Equipos	Cantidad	Valor Unitario	Tiempo de depreciación	Total	Valor	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
					salvamento unitario 20%	salvamento Total										
Mesón refrigerador industrial 3 puertas	1	\$ 6.256.000	10	\$ 6.256.000	\$ 1.251.200	\$ 1.251.200	\$ 500.480,00	\$ 500.480,00	\$ 500.480,00	\$ 500.480,00	\$ 500.480,00	\$ 500.480,00	\$ 500.480,00	\$ 500.480,00	\$ 500.480,00	\$ 500.480,00
Tajadora carnes frías acero inoxidable	1	\$ 3.512.166	7	\$ 3.512.166	\$ 702.433	\$ 702.433	\$ 401.390,40	\$ 401.390,40	\$ 401.390,40	\$ 401.390,40	\$ 401.390,40	\$ 401.390,40	\$ 401.390,40	\$ 401.390,40	\$ 401.390,40	\$ 401.390,40
mesón de preparación	1	\$ 1.500.000	10	\$ 1.500.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
Baño de maría 5 azafatas	1	\$ 1.844.000	7	\$ 1.844.000	\$ 368.800	\$ 368.800	\$ 210.742,86	\$ 210.742,86	\$ 210.742,86	\$ 210.742,86	\$ 210.742,86	\$ 210.742,86	\$ 210.742,86	\$ 210.742,86	\$ 210.742,86	\$ 210.742,86
Maquina Industrial de jugo	1	\$ 3.200.000	5	\$ 3.200.000	\$ 640.000	\$ 640.000	\$ 512.000,00	\$ 512.000,00	\$ 512.000,00	\$ 512.000,00	\$ 512.000,00	\$ 512.000,00	\$ 512.000,00	\$ 512.000,00	\$ 512.000,00	\$ 512.000,00
Licuada industrial	1	\$ 575.000	5	\$ 575.000	\$ 115.000	\$ 115.000	\$ 92.000,00	\$ 92.000,00	\$ 92.000,00	\$ 92.000,00	\$ 92.000,00	\$ 92.000,00	\$ 92.000,00	\$ 92.000,00	\$ 92.000,00	\$ 92.000,00
Parrilla asadora a gas sobreponer 36"	1	\$ 3.170.000	5	\$ 3.170.000	\$ 634.000	\$ 634.000	\$ 507.200,00	\$ 507.200,00	\$ 507.200,00	\$ 507.200,00	\$ 507.200,00	\$ 507.200,00	\$ 507.200,00	\$ 507.200,00	\$ 507.200,00	\$ 507.200,00
plancha a gas sobreponer 36"	1	\$ 3.190.000	5	\$ 3.190.000	\$ 638.000	\$ 638.000	\$ 510.400,00	\$ 510.400,00	\$ 510.400,00	\$ 510.400,00	\$ 510.400,00	\$ 510.400,00	\$ 510.400,00	\$ 510.400,00	\$ 510.400,00	\$ 510.400,00
Picadura de verdura industrial	1	\$ 500.000	7	\$ 500.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 57.142,86	\$ 57.142,86	\$ 57.142,86	\$ 57.142,86	\$ 57.142,86	\$ 57.142,86	\$ 57.142,86	\$ 57.142,86	\$ 57.142,86	\$ 57.142,86
Horno a gas especializado	1	\$ 1.776.000	5	\$ 1.776.000	\$ 355.200	\$ 355.200	\$ 284.160,00	\$ 284.160,00	\$ 284.160,00	\$ 284.160,00	\$ 284.160,00	\$ 284.160,00	\$ 284.160,00	\$ 284.160,00	\$ 284.160,00	\$ 284.160,00
cafetera industrial	1	\$ 9.500.000	7	\$ 9.500.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.085.714,29	\$ 1.085.714,29	\$ 1.085.714,29	\$ 1.085.714,29	\$ 1.085.714,29	\$ 1.085.714,29	\$ 1.085.714,29	\$ 1.085.714,29	\$ 1.085.714,29	\$ 1.085.714,29
Balanza	1	\$ 480.000	10	\$ 480.000	\$ 96.000	\$ 96.000	\$ 38.400,00	\$ 38.400,00	\$ 38.400,00	\$ 38.400,00	\$ 38.400,00	\$ 38.400,00	\$ 38.400,00	\$ 38.400,00	\$ 38.400,00	\$ 38.400,00
Computador caja	1	\$ 2.000.000	5	\$ 2.000.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00
sillas	20	\$ 48.000	5	\$ 960.000	\$ 9.600	\$ 192.000	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00
mesas	4	\$ 189.000	5	\$ 756.000	\$ 37.800	\$ 151.200	\$ 30.240,00	\$ 30.240,00	\$ 30.240,00	\$ 30.240,00	\$ 30.240,00	\$ 30.240,00	\$ 30.240,00	\$ 30.240,00	\$ 30.240,00	\$ 30.240,00
Impresora caja registradora	1	\$ 250.000	5	\$ 250.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
Escritorio	1	\$ 345.000	10	\$ 345.000	\$ 69.000	\$ 69.000	\$ 27.600,00	\$ 27.600,00	\$ 27.600,00	\$ 27.600,00	\$ 27.600,00	\$ 27.600,00	\$ 27.600,00	\$ 27.600,00	\$ 27.600,00	\$ 27.600,00
Archivador	1	\$ 300.000	10	\$ 300.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00
Impresora Administración	1	\$ 300.000	5	\$ 300.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00
Computador Administración	1	\$ 2.000.000	5	\$ 2.000.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00	\$ 320.000,00
Total		\$ 44.882.166		\$ 46.949.166	\$ 8.187.033	\$ 8.482.833	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150	\$ 5.137.150

Fuente: Elaboración propia

Nota; la disposición final de equipos se realiza teniendo en cuenta la política de salvamento de la empresa que define un 20% de salvamento, los valores de los costos se recolectan de la tienda virtual de equipos de alimentación pallomaro.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1.2 Inversión en activos fijos

Tabla 8

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Total
Mesón refrigerador industrial 3 puertas	1	\$ 6.256.000	\$ 6.256.000
Tajadoras carnes frías acero Inox	1	\$ 3.512.166	\$ 3.512.166
Mesón de preparación	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Baño maría 5 azafatas	1	\$ 1.844.000	\$ 1.844.000
Maquina industrial de jugo	1	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
Licadora industrial	1	\$ 575.000	\$ 575.000
Parilla asadora a gas sobreponer 36"	1	\$ 3.170.000	\$ 3.170.000
Plancha de sobreponer 36"	1	\$ 3.190.000	\$ 3.190.000
Picadora de verdura industrial	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Balanza	1	\$ 480.000	\$ 480.000
Computador caja	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Sillas	20	\$ 48.000	\$ 960.000
Mesas	4	\$ 189.000	\$ 756.000
Impresora caja registradora	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Utensilios de preparación (cuchillos, palas, espátulas, tenazas tenedores)	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Horno a gas especializado	1	\$ 1.776.000	\$ 1.776.000
Ollas	5	\$ 112.000	\$ 560.000
Recipientes mezcladores	5	\$ 35.000	\$ 175.000
Cafetera Industrial	1	\$ 9.500.000	\$ 9.500.000
Software	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Escritorio	1	\$ 345.000	\$ 345.000
Archivador	1	\$ 300.000	\$ 300.000
impresora administracion	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Computador administración	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Total			\$ 46.949.166

Fuente: Elaboración propia

5.1.3 Gastos operacionales

Tabla 9

Concepto	Cantidad	Valor unitario	Total
Publicidad	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Arriendo	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Transporte, Fletes, Acarreos	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Papelería	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Útiles de aseo	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Salario Coordinador	1	\$ 2.189.858	\$ 2.189.858
Salario Auxiliar de cocina	3	\$ 1.378.069	\$ 4.134.208
Platos, vasos y cubiertos	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Total			\$ 8.194.066

Fuente: Elaboración propia

5.1.4 Adecuación local

Tabla 10

Concepto	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Acometida Gas	mts	30	\$ 43.000	\$1.290.000
Acometida Luz	mts	33	\$ 36.000	\$1.188.000
Adecuacion baño	mts	15	\$ 35.000	\$ 525.000
Instalación iluminacion		25	\$ 12.000	\$ 300.000
Instalacion equipos de cocina		7	\$ 50.000	\$ 350.000
Adecuación paredes de cocina	mts	20	\$ 53.000	\$1.060.000
Instalacion sistemas de extracción	mts	6	\$ 200.000	\$1.200.000
Adecuación paredes y pisos	mts	20	\$ 12.000	\$ 240.000
Instalación front de atencion		3	\$ 167.000	\$ 501.000
Adecuación fachada		6	\$ 95.000	\$ 570.000
Instalación puertas y ventanas		4	\$ 320.000	\$1.280.000
Total				\$8.504.000

Fuente: Elaboración propia

5.1.7 Presupuesto de ventas

Tabla 11

Concepto	Precio de venta
Arepa de maíz 85 gr Peto con queso 15 gr y mantequillas 5gr	\$1.700
Arepa de maíz blanco precocida (Harina pan) 85 gr, queso 15gr y mantequilla 5gr	\$2.000
Arepa Boyacense 90 gr + queso fundido 35 gr	\$2.000
Arepa 85 gr, con huevo revuelto (2 unidades), jamón 15 gr y queso 15 gr	\$3.000
Arepa 85 gr con huevo perico 2 unidades + cebolla 5gr + tomate 5 gr + queso 15 gr	\$3.500
Arepa 85 gr + 1 chorizo ternera	\$3.500
Arepa 85 gr rellena Santafereña: pechuga 35 gr, cebolla 5 gr, apio, aguacate 5 gr, mayonesa 3gr, cilantro, limón, sal, pimienta.)	\$4.000
Arepa Afro 85 gr: rellena de carne mechada 35gr, sazonada con tomate y condimentos, más queso amarillo rallado 20 gr.	\$4.000
Arepa Mixta 85 gr: rellena de carne 35 gr, pollo 35 gr, queso 15 gr y jamón 15 gr	\$4.000
Arepa la Marinera: camarones 50 gr y con salsa de ajillo o salsa de ceviche	\$4.500
Pincho de carne de Pollo 150 gr+ Arepa 75 gr	\$6.000
Pincho de carne de Res 150 gr + Arepa 75 gr	\$6.000
Precio promedio	\$3.683

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12

Concepto	Precio de venta
Café 5 oz	\$1.000
Capuchino 5 oz	\$1.500
Late 5 oz	\$1.800
Gaseosa 350 ml	\$1.500
Jugo Natural 300 ml	\$2.500
Agua 500 ml	\$1.700
Promedio	\$1.667

Elaboración propia

Tabla 13*Presupuesto de ventas por mes*

Producto	Precio	Unidades	Total
Arepa	3.683	\$ 7.200	\$ 26.520.000
Bebida caliente o fría	1.667	\$ 2.400	\$ 4.000.000
Total			\$ 30.520.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14*Presupuesto de ventas por año*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas					
Precio de venta Arepa	\$ 3.683	\$ 3.683	\$ 3.794	\$ 3.908	\$ 4.025
Precio de venta bebidas frías o calientes	\$ 1.667	\$ 1.667	\$ 1.717	\$ 1.768	\$ 1.821
Unidades vendidas arepas	\$ 57.600	\$ 60.480	\$ 63.504	\$ 66.679	\$ 70.013
Unidades vendidas bebidas frías o calientes	\$ 19.200	\$ 20.160	\$ 21.168	\$ 22.226	\$ 23.338
Total ingresos	\$ 244.160.000	\$ 256.368.000	\$ 277.261.992	\$ 299.858.844	\$ 324.297.340

Elaboración propia

Tabla 7*Disposición Final de Equipos*

Descripción Equipos	Cantidad	Valor Unitario	Total	Valor salvamento unitario 20%	Valor salvamento Total
Mesón refrigerador industrial 3 puertas	1	\$ 6.256.000	\$ 6.256.000	\$ 1.251.200	\$ 1.251.200
Tajadora carnes frías acero inoxidable	1	\$ 3.512.166	\$ 3.512.166	\$ 702.433	\$ 702.433
mesón de preparación	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Baño de maría 5 azafatas	1	\$ 1.844.000	\$ 1.844.000	\$ 368.800	\$ 368.800
Maquina Industrial de jugo	1	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000	\$ 640.000	\$ 640.000
Licudora industrial	1	\$ 575.000	\$ 575.000	\$ 115.000	\$ 115.000
Parrilla asadora a gas sobreponer 36"	1	\$ 3.170.000	\$ 3.170.000	\$ 634.000	\$ 634.000
plancha a gas sobreponer 36"	1	\$ 3.190.000	\$ 3.190.000	\$ 638.000	\$ 638.000
Picadura de verdura industrial	1	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 100.000	\$ 100.000
Horno a gas especializado	1	\$ 1.776.000	\$ 1.776.000	\$ 355.200	\$ 355.200
cafetera industrial	1	\$ 9.500.000	\$ 9.500.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000
Balanza	1	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 96.000	\$ 96.000
Computador caja	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 400.000	\$ 400.000
sillas	20	\$ 48.000	\$ 960.000	\$ 9.600	\$ 192.000
mesas	4	\$ 189.000	\$ 756.000	\$ 37.800	\$ 151.200
Impresora caja registradora	1	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Escritorio	1	\$ 345.000	\$ 345.000	\$ 69.000	\$ 69.000
Archivador	1	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 60.000	\$ 60.000
Impresora Administración	1	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 60.000	\$ 60.000
Computador Administración	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 400.000	\$ 400.000
Total		\$ 44.882.166	\$ 46.949.166	\$ 8.187.033	\$ 8.482.833

Fuente: Elaboración propia

Tomado de; <https://www.pallomaro.com/tienda/>.

Nota; la disposición final de equipos se realiza teniendo en cuenta la política de salvamento de la empresa que define un 20% de salvamento, los valores de los costos se recolectan de la tienda virtual de equipos de alimentación pallomaro

5.2 Análisis de costos

5.2.1 Costos fijos mensuales

Tabla 15

Concepto	Cantidad	Valor	Valor total
Arriendo	1 \$	1.500.000 \$	1.500.000
Salario Coordinador	1 \$	2.189.858 \$	2.189.858
Salario Auxiliar de cocina	3 \$	1.378.069 \$	4.134.208
Total			\$ 7.824.066

Elaboración propia

Tabla 16

Servicios públicos

Energía eléctrica	\$	800.000
Gas	\$	800.000
Internet + Telefonía	\$	200.000
Total		\$ 1.800.000

Elaboración propia

5.2.2 Costos variables

Tabla 17

Descripción insumos	Cantidad	Valor Unitario	Total
Bandeja de huevos, 30 Uní	255	\$ 8.500	\$ 2.167.500
Queso campesino Kg	30	\$ 7.800	\$ 234.000
Jamón kg	30	\$ 9.000	\$ 270.000
Carne para desmechar Kg	40	\$ 7.500	\$ 300.000
Pollo entero para desmechar	40	\$ 7.000	\$ 280.000
Frijol Lb	20	\$ 1.800	\$ 36.000
Plátano maduro Kg	25	\$ 1.500	\$ 37.500
Ajo atado	5	\$ 5.000	\$ 25.000
Aguacate Kg	5	\$ 3.500	\$ 17.500
Pimentón Kg	20	\$ 2.000	\$ 40.000
Tomate Kg	20	\$ 2.000	\$ 40.000
Mantequilla Lb	10	\$ 2.500	\$ 25.000
Masa precocida maíz peto Kg	100	\$ 2.600	\$ 260.000
Harina pan - Arroba	4	\$ 24.500	\$ 98.000
Sal Lb	10	\$ 540	\$ 5.400
Azúcar Lb	20	\$ 1.500	\$ 30.000
Naranja - bulto	4	\$ 90.000	\$ 360.000
Café Kg	10	\$ 15.000	\$ 150.000
Leche Lot	100	\$ 2.000	\$ 200.000
Camarón Kg	10	\$ 15.000	\$ 150.000
Mayonesa Lt	10	\$ 7.000	\$ 70.000
Mostaza Lt	10	\$ 7.000	\$ 70.000
Salsa tomate Lt	15	\$ 7.500	\$ 112.500
TOTAL		\$ 229.340	\$ 4.978.400

Elaboración propia

