

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ DE SOYA EN EL  
MUNICIPIO DE CAICEDONIA, VALLE DEL CAUCA**

**LUZ ALEJANDRA LUNA SALCEDO**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE  
SEDE CAICEDONIA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CAICEDONIA VALLE  
2013**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ DE SOYA EN EL  
MUNICIPIO DE CAICEDONIA, VALLE DEL CAUCA**

**LUZ ALEJANDRA LUNA SALCEDO**

**Trabajo de grado en la modalidad de creación de empresa para optar al título  
de Administradora de Empresas**

**Asesor  
Fernando Moreno Betancourt  
Administrador de Empresas  
Especialista en Gerencia Social**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE  
SEDE CAICEDONIA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CAICEDONIA VALLE  
2013**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

**Firma de Evaluador**

**Caicedonia - Valle, septiembre de 2013**

## CONTENIDO

|                                                                   | pág. |
|-------------------------------------------------------------------|------|
| INTRODUCCIÓN .....                                                | 15   |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....                               | 17   |
| 1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....                                | 19   |
| 1.2 JUSTIFICACIÓN .....                                           | 19   |
| 1.2.1 Económica .....                                             | 19   |
| 1.2.2 Social.....                                                 | 20   |
| 1.2.3 Personal .....                                              | 20   |
| 1.3. OBJETIVOS .....                                              | 21   |
| 1.3.1 Objetivo General .....                                      | 21   |
| 1.3.2 Objetivos específicos .....                                 | 21   |
| 1.4 MARCO REFERENCIAL .....                                       | 21   |
| 1.4.1 Marco Histórico .....                                       | 21   |
| 1.4.1.1 Historia de la soya .....                                 | 21   |
| 1.4.1.2 Historia del café de soya .....                           | 22   |
| 1.5 MARCO TEÓRICO .....                                           | 22   |
| 1.5.1 Teoría de la factibilidad.....                              | 22   |
| 1.5.2 El empresario y las etapas de creación de una empresa ..... | 24   |
| 1.6 MARCO CONCEPTUAL .....                                        | 26   |
| 1.7 MARCO CONTEXTUAL .....                                        | 27   |
| 1.7.1 Reseña Histórica.....                                       | 27   |
| 1.7.2 Determinantes geográficos.....                              | 28   |
| 1.7.3 División Política.....                                      | 28   |
| 1.7.4 Determinantes Económicos.....                               | 30   |
| 1.7.5 Información demográfica .....                               | 31   |
| 1.8 METODOLOGÍA .....                                             | 32   |
| 1.8.1 Tipo de Investigación .....                                 | 32   |
| 1.8.2 Método .....                                                | 33   |
| 1.8.3 Técnicas de Recolección de la Información.....              | 33   |
| 1.8.3.1 Técnicas primarias.....                                   | 33   |

|                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1.8.3.2 Técnicas secundarias .....                                        | 33  |
| 1.8.3.3 Población .....                                                   | 33  |
| 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....                                         | 34  |
| 2.1 ANÁLISIS DE ENTORNOS .....                                            | 34  |
| 2.1.1 Entorno económico .....                                             | 34  |
| 2.1.2 Entorno demográfico.....                                            | 60  |
| 2.1.3 Entorno social .....                                                | 80  |
| 2.1.4 Entorno cultural.....                                               | 90  |
| 2.1.5 Entorno político .....                                              | 96  |
| 2.1.6 Entorno jurídico.....                                               | 103 |
| 2.1.7 Entorno Tecnológico .....                                           | 115 |
| 2.1.8 Entorno Medioambiental.....                                         | 124 |
| 2.1.9 Entorno Internacional.....                                          | 130 |
| 2.1.10 Matriz Integrada del Entorno .....                                 | 137 |
| 2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR (DIAMANTE DE PORTER) .....                        | 145 |
| 2.2.1 Factores productivos.....                                           | 145 |
| 2.2.2 Encadenamientos productivos .....                                   | 147 |
| 2.2.3 Condiciones de la Demanda .....                                     | 149 |
| 2.2.4 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas del sector ..... | 150 |
| 2.2.5 El papel del Gobierno .....                                         | 151 |
| 2.2.6 El papel de la casualidad – El azar .....                           | 151 |
| 2.2.7 Modelo del diamante de Porter para el sector de la soya .....       | 152 |
| 2.3 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS .....                      | 152 |
| 2.3.1 Intensidad de la Rivalidad.....                                     | 153 |
| 2.3.2 Amenaza de nuevos Competidores .....                                | 155 |
| 2.3.3 Poder de Negociación de los Proveedores .....                       | 155 |
| 2.3.4 Poder de Negociación de los Compradores .....                       | 156 |
| 2.3.4 Productos Sustitutivos .....                                        | 156 |
| 3. ESTUDIO DE MERCADO .....                                               | 158 |
| 3.1 POBLACIÓN .....                                                       | 159 |

|                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------|-----|
| 3.1.1 Mercado Potencial .....                               | 159 |
| 3.1.2 Mercado Objetivo.....                                 | 159 |
| 3.2 SEGMENTACIÓN.....                                       | 159 |
| 3.2.1 Segmentación Geográfica .....                         | 159 |
| 3.2.2 Segmentación Demográfica .....                        | 160 |
| 3.2.3 Segmentación Sicográfica.....                         | 160 |
| 3.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....                          | 160 |
| 3.4 MUESTRA ESTADÍSTICA.....                                | 161 |
| 3.4.1 Cálculo de la muestra .....                           | 161 |
| 3.4.2 Tabulación y Análisis de la información .....         | 162 |
| 3.4.3 Características conductuales de los compradores ..... | 175 |
| 3.5 MEZCLA DE MERCADEO .....                                | 175 |
| 3.5.1 Estrategia de Producto .....                          | 176 |
| 3.5.1.1 Productos sustitutos .....                          | 177 |
| 3.5.1.2 Elemento diferenciador.....                         | 177 |
| 3.5.1.3 Marca y Logo .....                                  | 178 |
| 3.5.1.4 Empaque y Etiqueta .....                            | 178 |
| 3.5.2 Estrategia de Precio.....                             | 179 |
| 3.5.3 Estrategia de Publicidad .....                        | 180 |
| 3.5.4 Estrategia de Distribución.....                       | 182 |
| 3.6 LA DEMANDA.....                                         | 183 |
| 3.6.1 Proyección de la Demanda.....                         | 183 |
| 3.6.2 Determinación de la demanda insatisfecha .....        | 183 |
| 3.7 LA OFERTA .....                                         | 183 |
| 3.7.1 Situación de la Competencia.....                      | 183 |
| 3.7.2 Listado de proveedores .....                          | 183 |
| 3.7.2 Proyección de la oferta .....                         | 184 |
| 4. ESTUDIO TÉCNICO.....                                     | 185 |
| 4.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO .....                        | 185 |
| 4.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN .....             | 186 |

|                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------|-----|
| 4.3 DIAGRAMA DE OPERACIONES .....                           | 187 |
| 4.4 DEFINICIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS .....             | 188 |
| 4.5 MAQUINARIA Y EQUIPOS .....                              | 189 |
| 4.6 RECURSO HUMANO .....                                    | 192 |
| 4.7 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA .....           | 196 |
| 4.8 ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....              | 196 |
| 4.9 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA .....                   | 197 |
| 5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....                             | 198 |
| 5.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL.....                          | 198 |
| 5.1.1 Objetivo de la empresa.....                           | 198 |
| 5.1.2 Misión .....                                          | 198 |
| 5.1.3 Visión.....                                           | 198 |
| 5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y PERFIL DE CARGOS .....      | 198 |
| 5.2.1 Identificación de cargos de la empresa Coffe Soy..... | 199 |
| 6. ESTUDIO FINANCIERO .....                                 | 206 |
| 6.1 DATOS PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DEL PROYECTO..... | 206 |
| 6.1.1 Ventas Estimadas y Proyectadas.....                   | 206 |
| 6.1.2 Producción .....                                      | 207 |
| 6.1.3 Materia Prima Directa Estimada por Unidad .....       | 207 |
| 6.1.4 Costo Total de Materia Prima Directa .....            | 207 |
| 6.1.5 Materia Prima Indirecta estimada por unidad .....     | 207 |
| 6.1.6 Costo Total de la Materia Prima Indirecta .....       | 208 |
| 6.1.7 Mano de Obra Directa estimada.....                    | 208 |
| 6.1.8 Mano de Obra Indirecta estimada .....                 | 208 |
| 6.1.9 Gastos Mensuales .....                                | 208 |
| 6.1.9.1 Costos Indirectos de fabricación 70% .....          | 209 |
| 6.1.9.2 Gastos de Funcionamiento 30% .....                  | 209 |
| 6.1.10 Gastos Legales de Constitución.....                  | 209 |
| 6.1.11 Capital de Activos Fijos .....                       | 209 |
| 6.1.11.1 Maquinaria y Equipo .....                          | 209 |

|                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.1.11.2 Muebles y Equipos de Oficina .....                                   | 210 |
| 6.1.11.3 Equipos de Cómputo y Comunicaciones .....                            | 210 |
| 6.1.11.4 Total capital de activos Fijos .....                                 | 210 |
| 6.1.12 Capital de Trabajo Efectivo .....                                      | 211 |
| 6.1.12.1 Total capital Efectivo.....                                          | 211 |
| 6.1.13 Tasa de Amortización .....                                             | 211 |
| 6.1.14 Estados de Resultados.....                                             | 212 |
| 6.1.15 Flujo de Fondos .....                                                  | 213 |
| 6.1.16 Balance General .....                                                  | 214 |
| 6.1.17 Flujo Neto de Efectivo.....                                            | 215 |
| 6.1.18 Razones de liquidez .....                                              | 215 |
| 6.1.18.1 Razón corriente.....                                                 | 215 |
| 6.1.18.2 Capital de Trabajo.....                                              | 216 |
| 6.1.18.3 Prueba Acida .....                                                   | 216 |
| 6.1.18.4 Margen Bruto de Ganancia .....                                       | 216 |
| 6.1.18.5 Rentabilidad con relación a la inversión.....                        | 217 |
| 6.1.19 Razones de Endeudamiento .....                                         | 217 |
| 6.1.19.1 Nivel de endeudamiento .....                                         | 217 |
| 6.1.19.2 Razón Pasivo Capital o Leverage Total .....                          | 217 |
| 6.1.20 Punto de Equilibrio .....                                              | 218 |
| 6.1.21 Evolución Económica .....                                              | 219 |
| 6.1.21.1 Tasa Interna de Oportunidad.....                                     | 219 |
| 6.1.21.2 Tasa Interna de Retorno y valor Presente Neto con Financiación ..... | 220 |
| 6.1.21.3 Tasa Interna de Retorno y Valor presente Neto sin Financiación ..... | 220 |
| 6.1.21.4 Análisis Costo de Oportunidad .....                                  | 221 |
| 7. CONCLUSIONES .....                                                         | 222 |
| 8. RECOMENDACIONES.....                                                       | 224 |
| BIBLIOGRAFÍA .....                                                            | 225 |
| WEBGRAFÍA.....                                                                | 228 |

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                                    | pág. |
|------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Figura 1 Etapas del proceso de Creación de Empresa.....                            | 24   |
| Figura 2 Mapa del área urbana Caicedonia Valle .....                               | 29   |
| Figura 3 Distribución de grupos guerrilleros y de autodefensa Valle del Cauca..... | 81   |
| Figura 4 Entidades que apoyan la creación de empresa en Colombia .....             | 98   |
| Figura 5 Sembradora abonadora de Soya .....                                        | 121  |
| Figura 6 Embutidora de soya.....                                                   | 121  |
| Figura 7 Cosechadora de Soya .....                                                 | 121  |
| Figura 8 Silo bolsa para almacenar Soya .....                                      | 121  |
| Figura 9 Tostadora.....                                                            | 122  |
| Figura 10 Trilladora y Molino .....                                                | 122  |
| Figura 11 Máquina para Liofilización .....                                         | 122  |
| Figura 12 Estructura de la cadena de oleaginosas .....                             | 148  |
| Figura 13 Cadena productiva café de soya (Coffe soy).....                          | 149  |
| Figura 14 Diamante de Porter para el sector de la soya .....                       | 152  |
| Figura 15 Ubicación geográfica del municipio de Caicedonia Valle. ....             | 160  |
| Figura 16 Mezcla de marketing .....                                                | 176  |
| Figura 17 Marca y Logo .....                                                       | 178  |
| Figura 18 Empaque y etiqueta.....                                                  | 178  |
| Figura 19 Estrategia de publicidad .....                                           | 180  |
| Figura 20 Pendón.....                                                              | 181  |
| Figura 21 Volante.....                                                             | 181  |
| Figura 22 Canal de distribución Coffe Soy .....                                    | 182  |
| Figura 23 Diagrama de operación del Café de Soya. ....                             | 187  |
| Figura 24 Diseño de planta Coffe Soy.....                                          | 197  |
| Figura 25 Organigrama Coffe Soy.....                                               | 199  |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                                | pág. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Tabla 1 Datos Generales de Caicedonia Valle .....                                              | 29   |
| Tabla 2 Variación porcentual del PIB .....                                                     | 36   |
| Tabla 3 Actividad Económica Caicedonia Valle .....                                             | 39   |
| Tabla 4 Tasas de Interés 2000-2012.....                                                        | 40   |
| Tabla 5 Inflación en Colombia 2000-2012.....                                                   | 42   |
| Tabla 6 Precio de la Soya.....                                                                 | 44   |
| Tabla 7 Tasa de desempleo Anual.....                                                           | 45   |
| Tabla 8 Tasa de desempleo Valle del Cauca.....                                                 | 46   |
| Tabla 9 Balanza comercial 2008-2012 .....                                                      | 50   |
| Tabla 10 Colombia, Balanza comercial 2002 – 2012 Millones de Dólares FOB.....                  | 50   |
| Tabla 11 Exportaciones por sector Colombia Enero-Noviembre de 2012 .....                       | 51   |
| Tabla 12 Matriz Entorno Económico. ....                                                        | 57   |
| Tabla 13 Tamaño de la población por rango de edad. ....                                        | 61   |
| Tabla 14 Estadística poblacional últimos diez años departamento del Valle .....                | 61   |
| Tabla 15 Tamaño de la población Caicedonia Valle.....                                          | 62   |
| Tabla 16 Tasa de crecimiento demográfico interanual .....                                      | 63   |
| Tabla 17 Tasa de Natalidad Valle del Cauca .....                                               | 63   |
| Tabla 18 Tasa bruta de la natalidad en el Valle del Cauca. ....                                | 64   |
| Tabla 19 Tasa de Natalidad en Caicedonia. ....                                                 | 64   |
| Tabla 20 Mortalidad en el Valle del Cauca.....                                                 | 66   |
| Tabla 21 Tasa Bruta de Mortalidad Caicedonia Valle.....                                        | 67   |
| Tabla 22 Índice de colombianos en el exterior.....                                             | 69   |
| Tabla 23 Esperanza de vida en Colombia por periodos. ....                                      | 71   |
| Tabla 24 Esperanza de vida al nacer por periodos Valle del Cauca. ....                         | 72   |
| Tabla 25 Matriz Entorno Demográfico.....                                                       | 77   |
| Tabla 26 Autor y frecuencia de las masacres cometidas en el Valle del Cauca 2000-2010<br>..... | 82   |
| Tabla 27 Incidencia de la pobreza por departamentos (2002-2011).....                           | 85   |

|                                                                                                                                            |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 28 Estado sanitario del manejo de las aguas residuales urbanas en algunos municipios del departamento del Valle del Cauca 2012 ..... | 88  |
| Tabla 29 Matriz del Entorno Social.....                                                                                                    | 88  |
| Tabla 30 Matriz Entorno Cultural.....                                                                                                      | 94  |
| Tabla 31 Instituciones que apoyan el emprendimiento en Colombia. ....                                                                      | 98  |
| Tabla 32 Matriz Entorno Político.....                                                                                                      | 102 |
| Tabla 33 Normatividad para la creación de una empresa. ....                                                                                | 104 |
| Tabla 34 Trámites requeridos para la creación de una empresa en Colombia.....                                                              | 107 |
| Tabla 35 Entidades y procedimientos para crear de una idea de negocio en Colombia. ....                                                    | 107 |
| Tabla 36 Municipios exonerados de impuestos en el Valle del Cauca. ....                                                                    | 109 |
| Tabla 37 Matriz Entorno Jurídico.....                                                                                                      | 112 |
| Tabla 38 Tecnologías usadas por las Empresa.....                                                                                           | 117 |
| Tabla 39 Matriz Entorno Tecnológico.....                                                                                                   | 123 |
| Tabla 40 Matriz Entorno Medioambiental.....                                                                                                | 129 |
| Tabla 41 Tratados comerciales de Colombia.....                                                                                             | 132 |
| Tabla 42 Matriz Entorno Internacional.....                                                                                                 | 136 |
| Tabla 43 Matriz integrada del entorno.....                                                                                                 | 137 |
| Tabla 44 Análisis perfil competitivo del sector .....                                                                                      | 156 |
| Tabla 45 Población proyectada por estrato.....                                                                                             | 158 |
| Tabla 46 Estrategia de precio.....                                                                                                         | 177 |
| Tabla 47 Ficha técnica del producto.....                                                                                                   | 185 |
| Tabla 48 Mano de obra para el proceso productivo del Café de Soya .....                                                                    | 192 |
| Tabla 49 Escala de Prorratio .....                                                                                                         | 193 |
| Tabla 50 Asignación de puntos .....                                                                                                        | 194 |
| Tabla 51 Ajuste salarial.....                                                                                                              | 195 |
| Tabla 52 Tablas de identificación de cargos.....                                                                                           | 199 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                                                                                                              | pág. |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Gráfico 1 Pirámide poblacional por sexo y edad Municipio de Caicedonia.....                                  | 31   |
| Gráfico 2 PIB, Inflación y tasa de desempleo .....                                                           | 43   |
| Gráfico 3 Población económicamente activa Caicedonia - Valle .....                                           | 47   |
| Gráfico 4 Valor FOB de las exportaciones enero-diciembre 2012/2011 .....                                     | 48   |
| Gráfico 5 Valor CIF de las importaciones Enero-Diciembre 2012/2011.....                                      | 49   |
| Gráfico 6 Flujos de IED en Colombia 2000-2012 UU\$ millones.....                                             | 53   |
| Gráfico 7 Principales países inversionistas en Colombia .....                                                | 53   |
| Gráfico 8 Flujo IED principales sectores Colombia 2012.....                                                  | 53   |
| Gráfico 9 Deuda externa por sector .....                                                                     | 55   |
| Gráfico 10 Deuda externa del sector real privado.....                                                        | 56   |
| Gráfico 11 Deuda externa sector público. ....                                                                | 57   |
| Gráfico 12 Tasa Bruta de Natalidad para el Valle del Cauca 1988 - 2011.....                                  | 64   |
| Gráfico 13 Tasa Bruta de Natalidad en Caicedonia.....                                                        | 65   |
| Gráfico 14 Valor de las remesas 2006-2007 Valle del Cauca .....                                              | 69   |
| Gráfico 15 Total de personas viviendo en el exterior Caicedonia - Valle .....                                | 70   |
| Gráfico 16 Tasa de analfabetismo personas de 15 años y más total nacional, cabecera y resto (2010-2011)..... | 73   |
| Gráfico 17 Déficit de cobertura educativa Caicedonia - Valle.....                                            | 74   |
| Gráfico 18 Promedio de ingreso laboral mensual de ocupados formal e informal (2011-2012) .....               | 75   |
| Gráfico 19 Ingreso promedio por municipios Valle del Cauca. ....                                             | 76   |
| Gráfico 20 Incidencia de la pobreza monetaria 2010-2011 .....                                                | 83   |
| Gráfico 21 Incidencia de la pobreza extrema monetaria 2010-2011.....                                         | 84   |
| Gráfico 22 Índices de pobreza.....                                                                           | 84   |
| Gráfico 23 Porcentaje de acceso a servicios públicos en el Valle del Cauca 2011 .....                        | 87   |
| Gráfico 24 Población encuestada por sexo.....                                                                | 162  |
| Gráfico 25 Ocupación de los encuestados.....                                                                 | 163  |
| Gráfico 26 Rangos de edad.....                                                                               | 163  |
| Gráfico 27 Estrato .....                                                                                     | 164  |

|                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gráfico 28 Rango de ingresos .....                                             | 164 |
| Gráfico 29 Integrantes por hogar.....                                          | 165 |
| Gráfico 30 Tipo de enfermedades que padece la población .....                  | 165 |
| Gráfico 31 Consumo café .....                                                  | 166 |
| Gráfico 32 Frecuencia de consumo de café.....                                  | 166 |
| Gráfico 33 Motivo por el cual se consume café .....                            | 167 |
| Gráfico 34 Disposición para cambiar el consumo de café tradicional .....       | 167 |
| Gráfico 35 Preferencia de compra en los alimentos .....                        | 168 |
| Gráfico 36 Consumo de productos a base de soya .....                           | 168 |
| Gráfico 37 Consumo de Café de Soya.....                                        | 169 |
| Gráfico 38 Tendencia al consumo de Café de Soya.....                           | 169 |
| Gráfico 39 Razón por la cual probaría el Café de Soya .....                    | 170 |
| Gráfico 40 Frecuencia de consumo del Café de Soya .....                        | 171 |
| Gráfico 41 Apoyo a la creación de una empresa productora de Café de Soya ..... | 172 |
| Gráfico 42 Características para comprar el producto .....                      | 172 |
| Gráfico 43 Disposición a pagar por el Café de Soya .....                       | 173 |
| Gráfico 44 Nombre más atractivo para el Café de Soya .....                     | 174 |
| Gráfico 45 Decisión de compra .....                                            | 174 |
| Gráfico 46 Punto de Equilibrio. ....                                           | 219 |

## *Agradecimientos y Dedicatoria*

*Doy gracias a Dios y a la vida por permitirme culminar con éxito mi carrera profesional como Administradora de Empresas. A mis padres Jesús Luna y Luz Marina Salcedo por ser mi apoyo incondicional en todo momento. A mi hija María Paula por ser mi mayor motivo de superación personal y profesional. A mi pareja sentimental Milton Cesar Bastidas porque fue siempre mi apoyo, mi motivación y guía a lo largo de todo este proceso.*

*Agradezco también infinitamente a la Universidad del Valle y a todas las personas que hicieron posible este gran logro, al profesor Fernando Moreno por su orientación académica, por su valiosa colaboración y sobre todo por su buena voluntad para asesorar mi proyecto de grado. A mis compañeros que fueron también parte fundamental en este largo camino de formación profesional, porque gracias a ellos y al buen compañerismo pude avanzar hasta lograr mi meta de ser profesional.*

## INTRODUCCIÓN

Para un empresario es importante tener una visión clara del negocio en el que va a invertir su capital, ya que el conocimiento previo de ello le permitirá analizar las variables que le orientarán hacia una correcta toma de decisiones, con el fin de minimizar al máximo el riesgo de perder o, por el contrario, de dejar pasar una buena oportunidad de negocio. Por esta razón, nace la iniciativa de realizar un estudio de factibilidad para conocer la viabilidad o no de la creación y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya en el municipio de Caicedonia – Valle del Cauca.

En este sentido, el presente estudio incluye el análisis de cinco fases que son de gran importancia para conocer los posibles impactos, tanto positivos como negativos, en los que incurre la creación de una empresa de esta índole. La primer fase contiene un estudio general sobre las características del entorno en el que se desempeñará la empresa en el ámbito del macro y el micro ambiente, en donde se hace una descripción detallada sobre las variables que afectan cada uno de los entornos: económico, demográfico, sociocultural, jurídico, político, tecnológico e internacional. Así mismo, incluye un análisis del sector de la soya y el comportamiento de la cadena productiva; además, de la situación en la que se encuentran las empresas competidoras, los proveedores y los productos sustitutos.

En la segunda fase se analiza el mercado a través de la aplicación de 137 encuestas a un segmento del mercado pertenecientes a los estratos 1, 2 y 3 del municipio de Caicedonia Valle, con el fin de conocer las tendencias de consumo de los habitantes e identificar si el producto tiene aceptación. También se realizó la mezcla de mercado para establecer las estrategias pertinentes con el producto, la comercialización y la distribución; se hizo la proyección de la oferta y la demanda para calcular las cantidades que se deben producir para satisfacer el mercado, dato importante para realizar la proyección financiera.

En la tercera fase se aborda el estudio técnico, el cual permitió determinar el tamaño y localización del proyecto, el diseño y distribución de planta, y las necesidades de maquinaria y equipos para el funcionamiento de la empresa. Este aspecto permite determinar los costos de iniciación de la empresa, los cuales deben ser considerados en el estudio financiero que se realizará posteriormente.

En la cuarta fase, se establecieron aspectos estructurales de la empresa en su parte administrativa, tales como el organigrama, la visión y la misión de la

empresa, además de la definición de los cargos para cada una de las personas que laboraran en ella. Este análisis permite tener una visión general sobre los costos en mano de obra y los gastos de funcionamiento, aspecto adicional a considerar en el estudio financiero.

Finalmente, se realizará el análisis financiero, considerando los costos y los gastos en los que incurre la iniciación y puesta en marcha del proyecto. En esta última fase del estudio, se encuentran los indicadores financieros los cuales mostraran los resultados sobre la viabilidad del negocio. En esta última fase se encuentran las conclusiones y las recomendaciones finales sobre los resultados que arrojó el estudio, dando a conocer la respuesta al interrogante planteado al comienzo de la investigación.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El café ha sido una de las bebidas más tradicionales en Colombia, sobre todo en los departamentos que forman parte del eje cafetero (Quindío, Caldas, Risaralda y el Norte del Valle), y el municipio de Caicedonia – Valle ha conservado durante muchos años la tradición que encierra la cultura cafetera, impulsado por el desarrollo socioeconómico que ha generado este producto. El consumo de esta bebida ha influido, no solamente en el desarrollo económico de la región, sino también en las relaciones sociales y en el estado de salud de las personas que han adquirido esta costumbre.

Uno de los principales problemas que afectan la salud de las personas en la actualidad es la mala alimentación y la elección inadecuada de los productos y alimentos que se consumen diariamente, siendo un constante, en la sociedad actual por el auge de comidas y bebidas pocas saludables.

Si bien es cierto que el café es una de las bebidas de mayor consumo en el mundo, bien sea por su tradición, sabor y porque alrededor de él se establecen relaciones de tipo social, su consumo tiene efectos negativos en la salud, debido a sus propiedades estimulantes que hacen que las personas sientan la necesidad de aumentar su consumo, afectando la calidad de vida de las personas, sobre todo, de aquellas que poseen cierto tipo de enfermedades tales como cánceres, alteraciones nerviosas, enfermedades cardíacas y renales, etc., tal como quedó demostrado en los estudios realizados en la Universidad de Tamaulipas (México) y el Hospital Universitario Torre Cárdenas (Almería), el consumo del café tradicional afecta el sistema cardiovascular, desarrolla la diabetes y el cáncer.

*“El café es una bebida compleja con cientos de componentes presentes en el grano o producidos en el proceso de tostadura y en la confección de la bebida. Por ejemplo, se han detectado más de 700 componentes volátiles de muchas categorías en los granos de café tostado, al igual que numerosos componentes no volátiles tales como polisacáridos, melanoidinas, ácidos clorogénicos, etc. También se ha identificado en el café la presencia de muchos aldehídos y cetonas, y se ha informado la contaminación de los granos verdes de café con micotoxinas que pueden repercutir en la salud (IARC, 1997). Y a todo ello se deben añadir los compuestos formados*

*durante la confección de la bebida, algunos de los cuales ya están acaparando gran atención en su relación con ciertos aspectos de la salud”.*<sup>1</sup>

Como alternativa para disminuir los efectos secundarios que conlleva el consumo del café tradicional y para favorecer aquellas personas que disfrutan tomar una taza de café, pero que no lo pueden hacer por sus problemas de salud, se plantea la opción de cambiar el consumo del café tradicional por el café de soya, ya que éste es una bebida con características similares al café tradicional, pero mucho más saludable.

La soya es una leguminosa con un excelente valor nutritivo. Procesada con el grano entero, contiene cantidades considerables de fibra, pequeñas porciones de grasa saturada, y por su origen vegetal no contiene colesterol. Contiene  $\pm 40\%$  de proteína y provee la mayoría de los aminoácidos indispensables para el organismo. Además, contiene hierro, calcio y varias vitaminas. Afortunadamente, en las últimas décadas los investigadores están descubriendo cada vez mayor número de propiedades curativas en este alimento.

*“La soya es uno de los alimentos con más altos niveles de isoflavonas, las cuales son compuestos fitoquímicos que a través de numerosas investigaciones se ha comprobado que ayudan a prevenir diversos tipos de cáncer, osteoporosis, enfermedades cardiovasculares, así como varios tipos de enfermedades de generativas. En octubre de 1999, la FDA (Food and Drug Administration) después de analizar numerosas investigaciones científicas que confirman la influencia de la proteína de soya en la disminución del riesgo de enfermedades coronarias, ha autorizado que se mencione en las etiquetas de los alimentos que contienen soya que las dietas bajas en grasas saturadas y colesterol que incluyan 25 gr. de proteína de soya al día, pueden reducir el riesgo de enfermedades del corazón”.*<sup>2</sup>

Por otro lado, si las personas conocen los beneficios y las propiedades que posee la soya y si se adquiere el hábito de consumir una taza de café de soya, en vez de

---

<sup>1</sup> Gil Roales-Nieto, Jesús. Moreno San Pedro, Emilio. Gil Luciano, Ana. Blanco Coronado, José Luis. Efectos del consumo de café para la salud cardiovascular, la diabetes y el desarrollo de cáncer. <http://www.psicothema.com/pdf/3029.pdf>

<sup>2</sup><http://www.globalnutrition.com.mx/soya.htm#preven>  
<http://www.ivu.org/spanish/trans/oxveg-soya.html>

<sup>3</sup><http://www.engormix.com/MA-avicultura/nutricion/articulos/soya-principal-fuente-proteina-t3104/141-p0.htm>

<sup>4</sup><http://www.cafedesoya.com/Breve%20Historia.htm>

una de café tradicional, experimentarían un cambio importante en su estilo de alimentación y por ende, en su calidad de vida. Entre los múltiples beneficios se encuentran también los fitoestrógenos que contiene la soya, los cuales son buenos para aliviar los síntomas de la menopausia. Los alimentos de soya también son excelentes en la prevención y tratamiento de algunos tipos de cáncer y en la osteoporosis. Así mismo, la soya, por su contenido en isoflavonas tiene efectos muy beneficiosos sobre los niveles de colesterol sanguíneo. Además, según investigaciones realizadas el consumo de proteína de soya previene del riesgo de desarrollar enfermedad cardiovascular. Por todas estas razones incorporar productos de soya a la dieta diaria puede ser muy favorable para la salud.

Sumado a lo anterior, hoy se debe tener en cuenta la preocupación de un amplio sector de la población por su salud que favorece la creación de empresas enfocadas en productos naturales, por tal motivo, en este proyecto se enfatiza en la importancia de la creación de una empresa productora y comercializadora de café de soya (COFFE SOY) en el municipio de Caicedonia Valle para determinar la viabilidad de la misma y conocer si existe o no riesgo de invertir en este proyecto.

## **1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya en el municipio de Caicedonia – Valle?

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

### **1.2.1 Económica**

Es importante considerar que el crecimiento y desarrollo económico de una región es fundamental para mantener un nivel de vida adecuado en sus habitantes, suplir las necesidades básicas y brindar una mejor calidad de vida. Sin embargo, Caicedonia no cuenta con un desarrollo industrial que permita dicho crecimiento económico, y que a la vez ayude a mitigar el problema del desempleo. Por lo tanto, uno de los motivos por los cuales se plantea este proyecto nace de la iniciativa de contribuir con el sector industrial en el municipio de Caicedonia - Valle, mediante la creación y el montaje de una planta productora y comercializadora de café de soya que le permita a la comunidad tener acceso a nuevas fuentes de empleo con el fin de mejorar la situación económica de muchas familias y así mismo, contribuir con el desarrollo económico de la región.

### **1.2.2 Social**

La creación de un producto natural como el Café de Soya, permite que las personas, tanto de la región como de sus alrededores, cuenten con una alternativa saludable para mejorar sus hábitos alimenticios, y por ende su calidad de vida en materia de salud, dada la situación de aumento en las cifras de personas que, cada vez más, padecen de enfermedades crónicas como la hipertensión, cáncer, diabetes, etcétera, y que por prescripción médica no pueden consumir el café tradicional.

Además, este proyecto también nace del gusto y de la satisfacción que manifestaron posibles clientes consumidores del café de soya, en una muestra empresarial estudiantil, realizada en semestres anteriores, donde el profesor de mercadeo proponía desarrollar para fines académicos y como trabajo de campo. De ahí se propuso un producto de consumo innovador que generara impacto en la comunidad y el resultado fue una aceptación que no se esperaba, lo cual motivó a desarrollar este proyecto. Es importante resaltar que la Universidad del Valle juega un papel primordial en el desarrollo de la región, ya que desde el punto de vista académico e investigativo, aporta bases sólidas para la creación de proyectos y productos que promuevan la cultura del emprendimiento y el desarrollo socio económico y ambiental de la región.

Por otro lado, se pretende desarrollar un estudio de factibilidad que permita conocer si la idea de negocio es viable económicamente, o si por el contrario existe un riesgo de inversión. Es decir, que el resultado del presente estudio será la herramienta que permita definir la toma de decisiones para aquella persona que desee invertir en un negocio que aparenta ser exitoso o rentable.

### **1.2.3 Personal**

En cuanto a lo personal, la realización de esta idea resulta ser una excelente oportunidad para evaluar y recordar todos los conocimientos aprendidos durante los años de estudios universitarios, pues se retoman temas, teorías y conceptos que resultan fundamentales en la carrera profesional de un administrador de empresas. En el caso de que el negocio sea viable, la idea emprendedora permitirá desarrollar un proyecto de vida donde no sólo aportará beneficio económico, sino también un reconocimiento como empresarios prestigiosos en el

municipio de Caicedonia, generando un impacto positivo en la sociedad aportando al mejoramiento de la salud.

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de café de soya en el municipio de Caicedonia (Valle del Cauca).

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

1. Realizar un análisis del entorno empresarial a nivel nacional, regional y local.
2. Realizar un análisis del sector competitivo de la soya para determinar la posibilidad de entrada de la empresa al sector productivo.
3. Determinar el mercado objetivo al cual se ofrecerá el producto.
4. Diseñar un estudio técnico con el propósito de determinar tamaño y localización del proyecto, diseño y distribución de planta, y determinar necesidades de maquinaria y equipos para el funcionamiento de la empresa.
5. Realizar un estudio financiero que determine la viabilidad económica del proyecto.

### **1.4 MARCO REFERENCIAL**

#### **1.4.1 Marco Histórico**

##### **1.4.1.1 Historia de la soya**

La soya es nativa del norte y centro de China, aproximadamente en el siglo XI AC. En América fue introducida por Estados Unidos en 1765, sin embargo su gran expansión se inició en 1840. En Brasil fue introducida en 1882, pero su difusión se produjo a principios del siglo XX.

A pesar de esto en Europa y Norteamérica la soya no fue utilizada como un alimento para las personas hasta después de este siglo. En la actualidad la soja es una fuente esencial y dominante de proteínas y el producto principal en la elaboración de recetas alimenticias para personas como en animales.

Su procesamiento para obtener aceite y harina, comenzó en tiempos más recientes y solo despertó interés en Europa hasta el año de 1908. La harina

desgrasada de soya sirvió inicialmente como fertilizante y como alimento para el ganado. Su valor nutritivo fue reconocido después de la Segunda Guerra Mundial y actualmente la mayor parte de la harina es utilizada en la formulación de alimentos concentrados para cerdos, aves, peces y ganado bovino.

Con los descubrimientos que tiene la soya en cuanto a su versatilidad en la preparación, se abren muchas variantes de uso, siendo una gran alternativa alimenticia para tener en cuenta y que a nivel mundial, va creciendo cada día más.

En Colombia también va creciendo su consumo y por lo tanto su plantación. Sabiamente se la usa como cultivo de rotación de otros, como el arroz, en los llanos Orientales, del maíz, en el Valle del Cauca, del sorgo, también en el Valle del Cauca y en Tolima.

La soya se desarrolla óptimamente en regiones cálidas y tropicales. El frijol soya se adapta a una gran variedad de latitudes que van desde 0 a 38 grados, y los mayores rendimientos en la cosecha se obtienen a menos de 1000 metros de altura.<sup>3</sup>

#### **1.4.1.2 Historia del café de soya**

Curiosamente, el café tostado a base de soja es considerado por muchos historiadores como uno de los primeros alimentos de soja que los estadounidenses aprendieron a hacer y a consumir.

Se comenta que durante la guerra civil americana y durante la Segunda Guerra Mundial, cuando el café regular escaseaba el café de soja era el sustituto del café común. Aunque el café de soja parece haber comenzado como un sustituto de café regular cuando no estaba comúnmente disponible, un interés creciente por los alimentos naturales y los beneficios potenciales para la salud de los alimentos empezó en la década de 1970 dio lugar a que el café de soja y otros derivados cada vez fueran más habituales.<sup>4</sup>

### **1.5 MARCO TEÓRICO**

#### **1.5.1 Teoría de la factibilidad**

---

<sup>3</sup><http://www.engormix.com/MA-avicultura/nutricion/articulos/soya-principal-fuente-proteina-t3104/141-p0.htm>

<sup>4</sup><http://www.cafedesoya.com/Breve%20Historia.htm>

El análisis de factibilidad comprende todos aquellos aspectos que se relacionan con la realización de un proyecto en cuanto a sus puntos básicos. Así mismo, el estudio de factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados.

El proceso de evaluación de inversiones está estrechamente relacionado con el concepto de proyecto de inversión. Se puede definir un proyecto de inversión como: conjunto de acciones que son necesarias para llevar a cabo una inversión la cual se realiza con un objetivo previamente establecido, limitado por parámetros temporales, tecnológicos, políticos, institucionales, ambientales y económicos.

El análisis de factibilidad forma parte del ciclo que es necesario seguir para evaluar un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos:

1. Estudio de factibilidad de mercado.
2. Estudio de factibilidad técnica.
3. Estudio de factibilidad económica - financiera.

La aprobación o “visto bueno” de cada evaluación la llamaremos viabilidad. Estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto ya que dentro de este tendrán iguales niveles de importancia a la hora de llevarlo a cabo; entonces con una evaluación que resulte no viable, el proyecto no será factible. Para realizar un análisis de factibilidad que realmente contribuya al proceso de toma de decisión es necesario tener en cuenta que cada uno de estos estudios se complementan y sirven de base para el que le sigue en el orden antes establecido, es decir constituyen en su conjunto un sistema de evaluación para establecer la factibilidad de llevar a cabo una inversión determinada.

El objetivo central del estudio de factibilidad se basa en la necesidad de que cada inversión a acometer esté debidamente fundamentada y documentada donde las soluciones técnicas, medio ambientales y económicas-financieras sean las más ventajosas para el país. Por otra parte debe garantizar que los planes para la ejecución y puesta en explotación de la inversión respondan a las necesidades reales de la economía nacional. Estos estudios sirven para recopilar datos

relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ellos la alta dirección podrá tomar las decisiones más acertadas.<sup>5</sup>

En conclusión, se puede decir que al tener una idea de negocio para la creación de empresa, se debe analizar si ésta generará utilidades a corto, mediano y largo plazo; así mismo, se debe establecer si es factible su constitución, para evitar el riesgo de perder dinero y a la vez, identificar si el negocio es rentable económicamente y si tiene posibilidades de éxito en el futuro.

### **1.5.2 El empresario y las etapas de creación de una empresa**

Con el fin de interiorizar el término empresario, se analizaron los puntos de vista expuestos por algunos autores que han hecho grandes aportes a la teoría administrativa, y que han permitido tener un concepto más claro y conciso de lo que realmente significa. Los más importantes, en cuanto al tema de la creación de empresa, se destacan los siguientes:

- En 1934, Joseph Shumpeter redescubre para la economía al empresario y afirma: “La función del empresario es reformar o revolucionar el esquema de producción, bien sea explotando una invención, o usando una tecnología no tratada para elaborar un nuevo bien, o produciendo un producto viejo en una nueva forma, o abriendo una nueva fuente de oferta de materiales, o un nuevo punto de venta, o reorganizando una industria”.
- En 1961, David McClelland indica que “el empresario es alguien que ejerce control sobre los medios de producción y produce más de lo que consume con el fin de venderlo o intercambiarlo y lograr un beneficio propio”.
- En 1964, Peter F. Drucker dice: “El trabajo del empresario es la maximización de oportunidades y, por lo tanto, su función básica es determinar qué actividades deben ser realizadas (eficacia), más que el efectuar las actividades bien hechas (eficiencia), que es la labor fundamental de los gerentes; y se deben concentrar los recursos más en esas oportunidades empresariales que en los problemas gerenciales”.

Según estas definiciones, Rodrigo Varela hace una aproximación para definir el empresario como:

*“La persona o conjunto de personas capaces de percibir una oportunidad y ante ella formular, libre e independiente, una decisión*

---

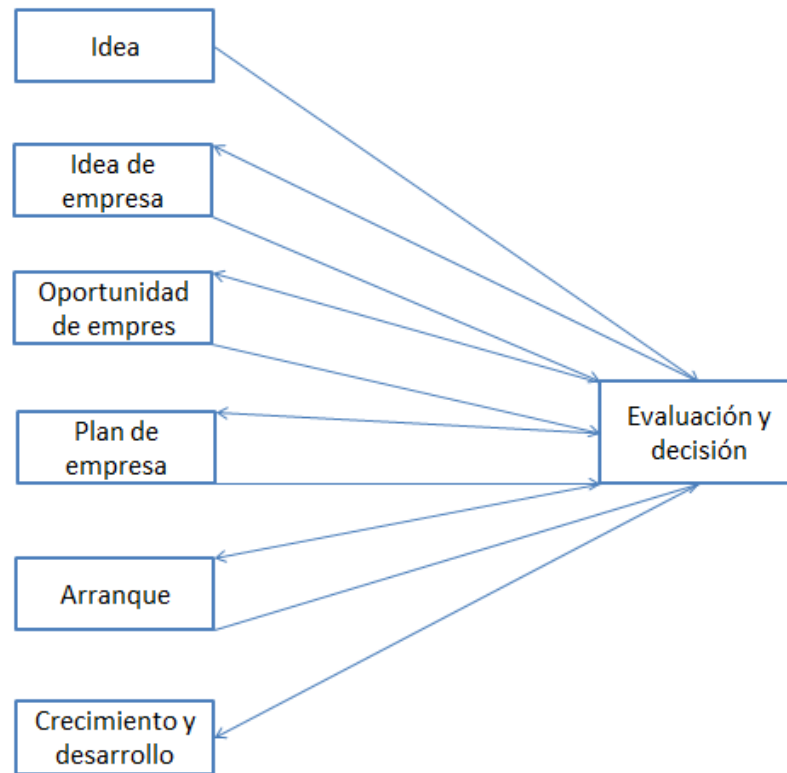
<sup>5</sup> DUFFUS MIRANDA, Dayana. Aspectos a considerar en un análisis de factibilidad. Gestipolis.com. Conocimiento en negocios.

*de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha la empresa, que además de crear valor incremental para la economía, genera trabajo para él, y muchas veces, para otros. En este proceso de liderazgo, creativo e innovador, el empresario invierte energía, dinero, tiempo y conocimientos, participa activamente en el montaje y operación de la empresa, arriesga sus recursos y su prestigio personal, y busca recompensas monetarias, personales y/o sociales y genera, con responsabilidad, bienestar social”.*

Así mismo, la creación de una empresa es un proceso que, como tal, está formado por una serie de etapas que tienen racionalidad y permiten al empresario ir tomando las decisiones requeridas en forma secuencial. Con frecuencia las personas creen que esta serie de etapas no tiene lógica, que es posible saltarlas. Pero muy rápido encuentran –aunque a veces no lo reconozcan- que ese comportamiento los llevó a un punto ciego, en el mejor de los casos, o a un fracaso, en el peor escenario. Es necesario recordar que el empresario no es un jugador de azar, que apuesta todo el tiempo al ensayo y al error, sino que es una persona racional dispuesta a correr riesgos moderados.

En el siguiente esquema se pueden observar las etapas del proceso de creación de una empresa, los cuales se deben de llevar a cabo de manera secuencial con el fin de lograr el objetivo que es el de crear la empresa.

**Figura 1 Etapas del proceso de creación de empresa**



Fuente: Innovación empresarial (Rodrigo Varela)

Tal como lo indica el gráfico, el proceso de creación de una empresa se inicia con un elemento muy sencillo, muy básico, a veces muy intuitivo, como es la **idea**; ésta es una noción elemental sobre una concepción de algo que se quiere o se planea hacer. Estas ideas deben pasar por un proceso de evaluación y desarrollo para convertirlas en **ideas de empresa**, las cuales implican una aplicación mucho más específica de la idea al entorno propio de la empresa (mercados, clientes, productos, tecnología, contactos, etcétera).

Posteriormente, se llega a la etapa de la **oportunidad empresarial**, que corresponde a la integración total de los componentes de la empresa con la situación del entorno y el empresario, para lograr una orientación más específica y más concreta de la empresa.

Así mismo, se pasa a la etapa de la elaboración del **Plan de Empresa**, el cual permite estudiar no sólo los componentes de la empresa, del entorno y del empresario sino que también permite totalizar los elementos propios del devenir de la futura empresa para formular las metas, diseñar estrategias para lograrlas, identificar riesgos y efectos potenciales de los mismos, y brindar posibles soluciones a las diversas contingencias que se puedan ir presentando.

Finalmente, llega la etapa de **arranque**, en la que el empresario ve por primera vez su realidad empresarial, en donde se ponen a prueba las estrategias de consecución y asignación de recursos de toda índole. Y por último, está la etapa de **crecimiento y desarrollo**, cuya finalidad es que la empresa sea exitosa y logre las metas planteadas en el plan de carrera empresarial y el plan de empresa.<sup>6</sup>

## 1.6 MARCO CONCEPTUAL

**EMPRESA:** Se entiende como una organización conformada por recursos materiales y humanos dedicada a actividades que generen un recurso económico, dando satisfacción a todos sus clientes y generando un desarrollo sostenible. Una empresa también puede ser vista o considerada como un sistema en donde todos sus componentes interactúan de manera coordinada para llegar a un fin.

**EMPRENDIMIENTO:** Es un atributo que poseen todos los seres humanos para buscar alternativas que logren alcanzar un objetivo. Es un término muy utilizado para personas que tienen ideas nuevas y acertadas en el momento de crear una empresa. Es importante crear una cultura del emprendimiento en las personas, que piensen en aprovechar oportunidades, creación de valor y proactividad.

**CAFÉ DE SOYA:** Se toma este concepto para esta bebida a base de soya porque el frijol tiene que atravesar por un proceso de tostado en donde toma un color café oscuro, para luego ser molido. Por la tonalidad café que sufre la soya en el proceso para lograr la bebida es que se denomina café de soya.

**FACTIBILIDAD:** Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

**PROYECCIONES FINANCIERAS:** Estimación de los resultados que puede ofrecer en el futuro una sociedad o un negocio, basándose en datos históricos y en la evolución futura de las variables pertinentes.

## 1.7 MARCO CONTEXTUAL

### 1.7.1 Reseña Histórica

---

<sup>6</sup> VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Tercera Edición. Pág. 204, 205, 206.

El territorio que hoy ocupa Caicedonia estaba poblado por tribus aborígenes de la raza Pijao, de los cuales la más importante fue la de los “Burilas”, cuyo cacique era Chamaná; que según los cronistas de la época fue “La última población de los Pijaos al Norte del Valle”, en las barracas del río Bugalagrande y parece que el nombre que se le daba a estos surgió de una fuente salina existente en esos contornos llamada Burila.

Como consecuencia de la colonización paisa podríamos citar la creación de la pequeña propiedad campesina y la unificación geográfica del occidente, ya que se conectaron las llanuras del Departamento con las montañas, conformando un grupo económico de gran importancia. El Municipio de Caicedonia es uno de los municipios más jóvenes del Departamento, fue fundado el 3 de agosto de 1910, en los terrenos de la sociedad de Burila, sociedad que se formó en 1884. La iniciativa surgió de un grupo de Caldenses y Antioqueños, con el objeto de explotar los yacimientos de sal de esa región.

En 1910 tomó el nombre de Caicedonia en honor del Doctor Lisandro Caicedo, quien fuera dueño de los terrenos y uno de sus fundadores. En 1923 se elevó a categoría de Municipio, según ordenanza No. 21 Siendo su primer Alcalde el señor Nazario Maya.

### **1.7.2 Determinantes geográficos**

El Municipio de Caicedonia, se encuentra ubicado en el occidente Colombiano al nororiente del Departamento del Valle del Cauca, geográficamente se localiza a 4° 19' 25" latitud norte y 75° 50' 00" longitud oeste, limita al norte y al oriente con el Departamento del Quindío (Río La Vieja) y por el sur y el occidente con el Municipio de Sevilla (Quebrada Sinaí y Río Pijao); su temperatura promedio es de 23°C. Con una distancia de la capital del Departamento de 180 km.

Su extensión es de 165 Km<sup>2</sup>, en un perímetro de 76.5Km; gran parte de su relieve es montañoso y forma parte de la vertiente occidental de la cordillera central de los Andes, a una altura sobre el nivel del mar de 1.100 msnm.

Se encuentra en el interior del triángulo de oro, que une los principales centros industriales del País (Cali, Medellín y Bogotá) además le permite tener una rápida comunicación con las capitales de los Departamentos del Quindío, Risaralda, Valle del Cauca, y Caldas, dándole la oportunidad de tener una proyección económica directa a nivel nacional y a nivel mundial por la facilidad de comunicación con el

primer puerto del Pacífico Buenaventura. Sin embargo con la construcción de la troncal de occidente, el Municipio deja de ser paso obligado, provocando un aislamiento del contexto regional en especial con el Departamento del Valle del Cauca.

### 1.7.3 División Política

El Municipio de Caicedonia, tiene una superficie de 17.272 Hectáreas, de las cuales 16.670, pertenecen al área rural y 602, al área urbana. Distribuidas en 26 veredas, 3 centros poblados y 15 barrios: La Camelia, Lleras, Fundadores, Obrero, Gutiérrez y Arango, Valle del Cauca, Kennedy, Ciudadela, Las Américas, El Carmen, María Inmaculada, El Recreo, La Gerencia, Las Carmelitas y Zúñiga.<sup>7</sup>

**Figura 1 Mapa del área urbana Caicedonia Valle**



Fuente: Acuerdo No. 011 de mayo 30 de 2008. Consejo Municipal Caicedonia-Valle

**Tabla 1 Datos Generales de Caicedonia Valle**

---

<sup>7</sup> Acuerdo No. 011 de mayo 30 de 2008. Plan de Desarrollo del Municipio de Caicedonia-Valle.  
[http://www.caicedonia-valle.gov.co/apc-aa-files/36616136613039653931613961643165/PLAN\\_DE\\_DSLLO\\_APROBADO.pdf](http://www.caicedonia-valle.gov.co/apc-aa-files/36616136613039653931613961643165/PLAN_DE_DSLLO_APROBADO.pdf)

|                                |                                                                                                         |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Altitud:                       | 1.100 m.s.n.m.                                                                                          |
| Temperatura:                   | 22 Grados Centígrados.                                                                                  |
| Extensión:                     | 219 Km2.                                                                                                |
| Población:                     | 50.842 Hab. Aprox.                                                                                      |
| Distancia:                     | 172 Km de Cali.                                                                                         |
| Año de Fundación:              | 3 de Agosto de 1910.                                                                                    |
| Fundador:                      | Daniel Gutiérrez, Juan Bautista Angely y un Grupo de Colonos Antioqueños, Caldenses y Tolimenses.       |
| Municipio Desde:               | 1923 (Ordenanza No. 24).                                                                                |
| Origen del Nombre:             | En Honor de Doña Emilia Caicedo de Gutiérrez, Benefactora de los Colonos Fundadores.                    |
| Características Geográficas:   | La mayor parte del territorio es Montañoso.                                                             |
| Rio(s) Principal(es):          | La Vieja, Barragán y Pijao.                                                                             |
| Actividad Económica Principal: | Agricultura, Ganadería y Comercio.                                                                      |
| Producto(s) Principal(es):     | Maíz, Café, Caña Panelera y Plátano.                                                                    |
| Atractivo(s) Turístico(s):     | Importante productor de café, epicentro de negocios e iglesia parroquial.                               |
| Infraestructura Básica:        | Dispone de todos los servicios públicos, banco, correo, hospital, biblioteca, 8 colegios y 45 escuelas. |

Fuente: Gobernación Valle del Cauca

#### **1.7.4 Determinantes Económicos**

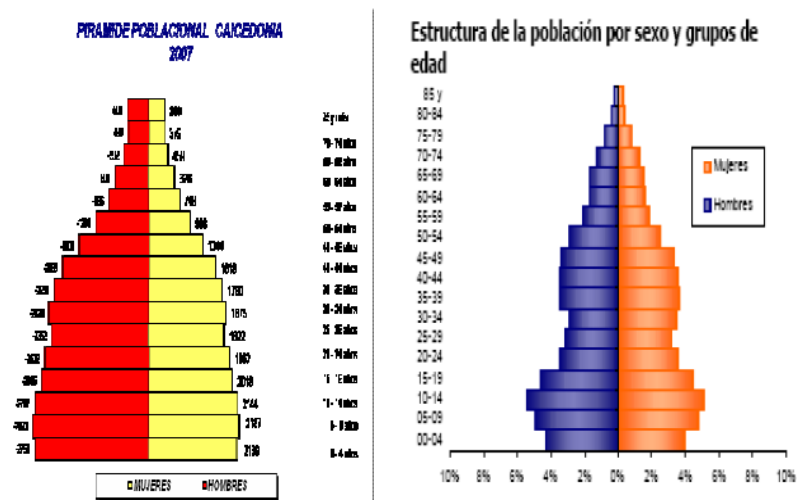
La principal actividad económica es la agricultura, en la que sobresalen los cultivos de café, los cuales a raíz de la marcada crisis cafetera, y su permanencia en el

tiempo adquiere connotaciones estructurales, demandando la diversificación de los cultivos iniciándose la plantación de plátano, caña panelera, yuca, maíz, banano, sorgo, soya, aguacate, frutas en especial los cítricos y hortalizas como el tomate. Otras actividades económicas que se deben mencionar, son la ganadería, el comercio y últimamente el turismo, actividad que ha tomado gran auge entre las actividades económicas de los pobladores.

Cuenta con balnearios naturales en el Río Barragán y La Vieja o el Cerro de Cubides, con bosque natural, desde donde se puede observar la panorámica de la población. Además los Lagos Rogi y la Primavera, ideales para la pesca Deportiva. Su Casa de La Cultura cuenta con un museo arqueológico donde se exhiben piezas y objetos de cerámica precolombina.

### 1.7.5 Información Demográfica

**Gráfico 1 Pirámide poblacional por sexo y edad Municipio de Caicedonia**



FUENTE: Departamento Administrativo de Planeación/Unidad de Estadística. Cálculos Con base al programa de Componentes "FIV-FIV".

Fuente: Boletín Censo General 2005 (Perfil Caicedonia – Valle del Cauca)

A pesar de no estar a la fecha oficializada la información obtenida del censo 2005, realizado por el DANE, es importante tener en cuenta las diferencias que muestra frente a la población proyectada según censo 1993, teniendo en cuenta que el Municipio de Caicedonia presenta una significativa disminución en su población que puede influir en los indicadores municipales y en la economía del Municipio.

La población proyectada por el Departamento de Estadística de Planeación Departamental del Valle, según censo 1993 para el Municipio de Caicedonia es de 55.212, la población obtenida según censo 2005 es de 30.947 habitantes, mostrando una diferencia de 24.265 pobladores, siendo uno de los Municipios más afectados por esta disminución poblacional. Por este motivo los indicadores que a continuación se exponen, se llevaron a cabo en forma comparativa, para evidenciar los efectos de este fenómeno.

De otro lado la distribución de la población según sexo, entre los parámetros analizados (proyección poblacional censo 1993 y censo 2005), muestran similitudes entre sí, mostrando que el sexo masculino está en mayor proporción que el sexo femenino, especialmente en los rangos de 20 a 44 años de edad.<sup>8</sup>

## **1.8 METODOLOGÍA**

La metodología que se llevará a cabo en el proyecto está relacionada con el estudio de ciertos factores de gran importancia como lo son el estudio técnico, estudio financiero, análisis del mercado y análisis del sector. Con los cuales después de un profundo estudio individual, se pueda conocer que tan factible es la producción y comercialización del Café de Soya en el municipio de Caicedonia – Valle del Cauca.

Para que el estudio sea efectivo, se plantea una estructura lógica que contemple todos los temas o enfoques de mayor importancia para la investigación.

- Indagar e investigar sobre el sector de la Soya en Colombia.
- Investigar sobre la producción, comercialización y distribución de la soya en el departamento del Valle del Cauca.
- Determinar el mercado objetivo y mercado potencial al cual se dirige el producto.
- Indagar por medio del trabajo de campo la demanda, el precio, los gustos y las preferencias del mercado.
- Realizar un estudio en donde se identifique la capacidad de planta instalada y el recurso humano óptimo de acuerdo al mercado.
- Determinar el presupuesto financiero necesario para la puesta en marcha del proyecto.

---

<sup>8</sup><http://www.caicedonia-valle.gov.co/apc-aa->

[files/36616136613039653931613961643165/PLAN\\_DE\\_DSLLO\\_APROBADO.pdf](http://www.caicedonia-valle.gov.co/apc-aa-files/36616136613039653931613961643165/PLAN_DE_DSLLO_APROBADO.pdf)

### **1.8.1 Tipo de Investigación**

La investigación que se utilizará es de tipo descriptiva y explicativa porque lo que se pretende conocer es la demanda del producto y su aceptación en el mercado, a partir de esto caracterizar e identificar la información más relevante y crear hipótesis acertadas sobre el objetivo a investigar.

### **1.8.2 Método**

El método que se utilizará para la realización de este proyecto es cuantitativo ya que se parte de lo general a lo particular con el fin de inferir en la aceptación del producto en el mercado, clientes potenciales, etcétera.

### **1.8.3 Técnicas de Recolección de la Información**

#### **1.8.3.1 Técnicas primarias**

Se interactúa directamente con los consumidores por medio de encuestas y reuniones para conocer a profundidad sus gustos, necesidades y tendencias en relación con el producto. La información obtenida es organizada y tabulada para facilitar el análisis de los datos por medio de herramientas estadísticas.

#### **1.8.3.2 Técnicas secundarias**

Igualmente se maneja fuentes secundarias como información brindada por el hospital de la localidad y secretaria de salud, consulta de artículos e información de libros.

#### **1.8.3.3 Población**

Se considera como población universo para el estudio de mercado los habitantes del municipio de Caicedonia – Valle, pertenecientes a los estratos 1, 2, y 3, incluyendo aquellas personas que padecen enfermedades como la hipertensión, la diabetes, y algunos tipos de cáncer, el cual les impide consumir el café tradicional.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> En el estudio de mercado se podrá encontrar más detalladamente la información acerca de la población objetivo, la forma como se obtuvo el tamaño de la muestra.

## 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

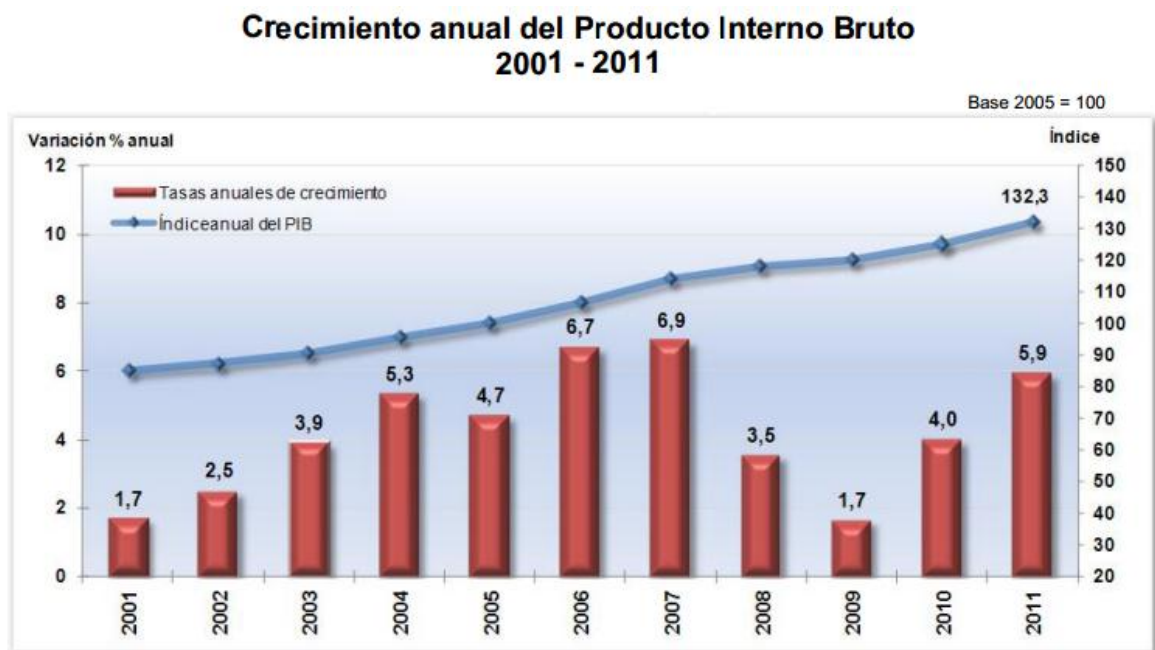
### 2.1 ANÁLISIS DE ENTORNOS

#### 2.1.1 Entorno económico

##### ➤ Producto Interno Bruto (PIB)

La economía Colombiana, en los últimos años se ha caracterizado por tener una tasa de crecimiento continuo de su producto interno Bruto tal y como lo muestran las cifras calculadas a partir de la base de datos del Banco de la República y en concordancia con el Departamento Nacional de Estadísticas (DANE).

Gráfico 1: Crecimiento del PIB



Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

A partir de la crisis económica del 2008 se presentó una perspectiva favorable tanto para Colombia como para América Latina. La economía colombiana sigue registrando un crecimiento sostenido respaldado principalmente por el sector minero, el de transporte y comunicaciones.

Según el Boletín de Indicadores Económicos del Banco de la República y del DANE, Colombia registró un PIB de 4,0% para el año 2010, en el 2011 presentó un crecimiento del 5,9% y para el año 2012 disminuyó a 4,7% debido al coletazo provocado por la crisis mundial. Para el año 2013 se espera que el PIB sea de 4,4%; es decir, que la proyección a la baja no sea mayor. De acuerdo a lo anterior, se puede decir que la economía colombiana ha logrado un equilibrio a pesar de la crisis mundial, y que el panorama económico aun muestra oportunidades de crecimiento y desarrollo económico. Por lo tanto, un crecimiento del PIB colombiano genera un aumento en la demanda y el consumo de bienes y servicios en los hogares, sobre todo cuando se trata de productos de primera necesidad como lo son los alimentos.

Es importante también analizar el crecimiento del PIB por ramas de actividad económica, los cuales permiten determinar cuál es el sector que mayor desarrollo y crecimiento presenta en la economía colombiana. Según el DANE, los más destacados son el sector de la construcción con una variación del 18,4% y la explotación de minas y canteras con una variación del 8,5%, mientras que el sector de la industria manufacturera presenta una variación de -0,6%. “El sector industrial registró un comportamiento negativo debido principalmente al decrecimiento de la fabricación de productos de la refinación del petróleo y de la fabricación de sustancias y productos químicos. Por el contrario, se presentó un aumento en la fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo y en la elaboración de bebidas”.<sup>10</sup> Lo anterior permite concluir que este aspecto tan importante resulta desfavorable para la inversión en una planta de producción; sin embargo, podrían resultar en este estudio, variables mucho más positivas que permitan decidir sobre la creación de una empresa de esta índole.

---

<sup>10</sup> Comunicado de Prensa. DANE. Septiembre 20 de 2012.

[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp\\_PIB\\_Iltrim12.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_Iltrim12.pdf)

Tabla 2 Variación porcentual del PIB

**Comportamiento del PIB por ramas  
de actividad económica  
2012 - II / 2011 - II**

Variación porcentual anual - Series desestacionalizadas

| Ramas de actividad                                                                          | Variación porcentual |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca                                          | 2,2                  |
| Explotación de minas y canteras                                                             | 8,5                  |
| Industrias manufactureras                                                                   | -0,6                 |
| Suministro de electricidad, gas y agua                                                      | 3,6                  |
| Construcción                                                                                | 18,4                 |
| Comercio, reparación, restaurantes y hoteles                                                | 4,3                  |
| Transporte, almacenamiento y comunicaciones                                                 | 3,6                  |
| Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas | 5,1                  |
| Actividades de servicios sociales, comunales y personales                                   | 3,9                  |
| <b>Subtotal valor agregado</b>                                                              | <b>4,8</b>           |
| Total impuestos                                                                             | 5,4                  |
| <b>PRODUCTO INTERNO BRUTO</b>                                                               | <b>4,9</b>           |

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Por otro lado, es fundamental mencionar la participación que ha tenido el sector agrícola en el crecimiento de la nación en los últimos años. La agricultura colombiana ha contribuido al total del Producto Interno Bruto (PIB) del país con un porcentaje que oscila entre 10 y 14% desde 1994. El sector satisface gran parte de la demanda alimentaria de la nación, provee materias primas para una diversidad de industrias (harinas, chocolates, confitería, concentrados, pulpas, aceites, tabaco, textil, lácteos), tiene una importante participación en los mercados internacionales de café, banano, azúcar y aceite de palma, genera el 21% del empleo del país (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, 2009), y ocupa el 44.8% del total de área planimetrada nacional (DANE, 2009).<sup>11</sup>

Este dato es relevante para la creación de una empresa productora y comercializadora de café de soya puesto que tiene vinculación directa con el sector agroindustrial y los altos porcentajes que han generado este sector al incremento del PIB nacional muestran posibilidades de éxito para invertir en dicho proyecto y contribuir en el continuo desarrollo económico del país y de la región.

Por otro lado, el Valle del Cauca es uno de los departamentos más ricos de Colombia, no sólo por su dotación de recursos naturales renovables, sino por su capacidad productiva, diversidad de producción y capital humano. El

<sup>11</sup> Documento de Discusión Nacional acerca de los Asuntos Claves en el Análisis del Sector Agricultura (Resumen Ejecutivo). Febrero 20 de febrero de 2013.

departamento del Valle del Cauca ha logrado desarrollar su capacidad productiva en casi todas las ramas de la actividad económica, especialmente en los sectores industrial, agroindustrial y de servicios. El PIB del Departamento del Valle del Cauca en el año 2012 fue de 14.3 billones de dólares y de la ciudad de Cali 7.5 billones de dólares; es así como el Valle contribuye con el 10.9% del PIB de Colombia y el 18.5% del PIB manufacturero nacional.

Actualmente, la estructura de la economía vallecaucana muestra un gran predominio de la actividad financiera, industrial y de servicios. Estos sectores participan en conjunto con el 86,2% del PIB del departamento, de acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (Dane).

La actividad económica del departamento se mueve principalmente en los sectores de servicios y manufacturas, los cuales aportan respectivamente 32% y 20% del PIB departamental. Existen además 14 cadenas productivas (caña de azúcar, hortofrutícola, cafés especiales, forestal, papel y cartón, pesca, cárnicos, cuero, confecciones, metalmecánica, logística, software, turismo y salud), lo cual permite tener una oferta exportable variada tanto en productos como en destinos.<sup>12</sup>

Por lo tanto, resulta de gran importancia resaltar que el departamento está avanzando al compás del crecimiento nacional, el cual indica que los habitantes del Valle del Cauca disponen de un mayor flujo de ingresos que les permitirá adquirir más cantidad de bienes y servicios.

### **Economía del Municipio de Caicedonia – Valle<sup>13</sup>**

La principal actividad económica del municipio de Caicedonia – Valle es la explotación del sector agrícola, perteneciente al sector primario de la economía, cuyas actividades económicas básicas son las del campo o extracción directa de la naturaleza y que no necesitan mayor transformación para su comercialización tales como: la ganadería, la agricultura, la minería y la pesca.

**Agricultura:** Debido a la gran variedad de climas Caicedonia posee diversidad de cultivos que son la base de su economía, entre los cuales se destaca el café, la caña panelera, plátano, cacao, cítricos, frijol, maíz, soya, sorgo, en un área de 1600 Hectáreas cultivables y 820 predios rurales. Al ser remate del eje cafetero, Caicedonia igualmente enfocó su producción al café cayendo en el monocultivo.

---

<sup>12</sup> Periódico Portafolio. Septiembre 19 de 2012. Servicios, manufactura y agroindustria jalonan PIB del Valle. <http://www.portafolio.co/economia/servicios-manufactura-y-agroindustria-jalonan-pib-del-valle>

<sup>13</sup> “Caicedonia 100 años” Miguel Gualteros. <http://www.caicedonitas.com/actualidad.html>

Ante la crisis cafetera se ha buscado otras alternativas. Hay fortalezas en cuanto a producción de cítricos.

**Pecuaria:** La ganadería en su mayoría es extensiva, en la zona marginal baja y alta cafetera del municipio necesitando implementar tecnología para su producción. A causa del deterioro del precio del café y de los cultivos semestrales, ha ido aumentando el área en pastos y el número de cabezas en los últimos 4 años; la producción de leche es de 10.000 litros por día para el consumo interno, el consumo de carne de res en el municipio es de 29.4 Kg. por persona al año aproximadamente.

**Minería:** El municipio se encuentra rodeado por dos ríos (Barragán y Pijao) donde se puede explotar material de arrastre (arena, balasto y piedra); en la parte sur del municipio se explota canteras de roca muerta (para afirmados) la explotación de arcilla para fabricación de adobe y teja en las ladrilleras que se encuentran alrededor del casco urbano. Estas explotaciones se realizan en unos sectores en forma artesanal para lo cual utilizan una canoa, coca y pala o cajón para la extracción, realizada por asociaciones de areneros que vienen realizando esta labor desde antes de la expedición de la Ley 99/93, los cuales están haciendo trámite para la Licencia Ambiental.

**Industria:** La industria no es un sector fortalecido dentro del municipio, pero se han realizado varias acciones que pueden activar y fortalecer dicho sector. La presencia del parque agroindustrial abre las puertas para generar uniones de productores en el área de los cárnicos, frutales y otros que transformen dichas materias primas respondiendo a la demanda externa. Primero la industria ya implantada con el proceso comercial del café (trilladora la Mariela, trilladora Cafecai, la cooperativa de Caficultores). Segundo industrias de extracción y transformación de materiales de construcción como ladrilleras. Tercero industrias de tipo artesanal que no tienen ningún tipo de control, generando diferentes impactos ambientales urbanísticos entre ellas: ebanistería, talabarterías, carpinterías, talleres de mecánica, aserradoras, sastrerías y modisterías. Además dar un valor agregado a productos agrícolas para que generen un mayor beneficio en la comercialización de los productos

**Comercio:** El comercio urbano esta sectorizado en las carreras 15 y 16 esto hace que esta zona sea una de las más importantes ya que aquí es donde se genera gran parte de la economía del municipio, concentrado principalmente en la venta de elementos para el campo y supermercados. El principal equipamiento que fortalece y articula el comercio entre la zona urbana y rural en es la plaza de

mercado ubicada sobre las carreras 15 y 16 entre calles 12 y 13; las bodegas de la Federación Nacional de Cafeteros así como compraventas de café, pasilla, cacao y frutas, se encuentra sobre la carrera 16 entre calles 2 y 6; la Reforestadora Andina (Filial de cartón de Colombia) tiene 700 Has aproximadamente de bosque plantado con pino para fines comerciales.

**Tabla 3 Actividad Económica Caicedonia Valle**

| <b>Establecimientos de actividad económica</b> | <b>Porcentaje de participación</b> |
|------------------------------------------------|------------------------------------|
| Comercio                                       | 50,6%                              |
| Servicios                                      | 31,4%                              |
| Otras actividades                              | 10,0%                              |
| Industria                                      | 8,0%                               |

Tal como lo indica la tabla, en el municipio de Caicedonia – Valle, el 50,6% de los establecimientos se dedican a la actividad comercial, el 31,4% a la prestación de servicios, el 8,0% a la industria, y el 10,0% a otras actividades. Lo anterior indica que en el municipio se debe incentivar más el sector industrial, lo cual sería favorable para este proyecto puesto que iniciar una empresa productora y comercializadora de café de soya, generaría un desarrollo y un crecimiento económico a la región.

#### ➤ **Tasa de Interés**

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero, cuando las tasas de interés están bajas se favorece el crecimiento de la economía, ya que facilitan el consumo y por tanto la demanda de productos; es decir, que mientras más productos se consuman, mayor será el crecimiento económico de un país.

Por tal motivo, es de gran importancia analizar el comportamiento de las tasas de interés en los últimos años en Colombia. Una manera de reactivar el crecimiento económico del país es incentivando el sector productivo y para lograrlo, el Banco de la República, debe reducir las tasas de interés con el fin de que los empresarios observen un panorama alentador al momento de tomar la decisión de adquirir créditos para invertir en un proyecto de negocio.

En Colombia, la tasa de interés de los últimos años ha exhibido una tendencia a la alza, ya que el objetivo principal del banco emisor ha sido controlar la inflación. Sin embargo, en el tercer trimestre del año 2012, el Banco de la República proyectaba un crecimiento de la economía entre 3,3% y 4,8%, pero desafortunadamente sólo

creció un 2,1%, lo cual obligó a la junta directiva a reducir las tasas de interés. El motivo por el cual se desaceleró la economía en ese año estuvo dado por la fuerte contracción de la inversión, sobre todo en el sector de la construcción y de las obras civiles. Cuando las tasas de interés disminuyen, el costo de los créditos disminuye, por lo tanto financiar inversiones resulta interesante, contribuyendo al aumento de la producción y del empleo. Así mismo, el consumo también aumenta, en especial el consumo financiado por créditos, lo que también incrementa la producción y la demanda.<sup>14</sup>

**Tabla 4 Tasas de Interés 2000-2012**

| Período | Tasas de interés        |       |            |              |                |
|---------|-------------------------|-------|------------|--------------|----------------|
|         | Tasa de intervención 1/ | DTF   | Consumo 2/ | Comercial 3/ | Hipotecario 4/ |
| 2000    | 12,00                   | 12,15 | 28,77      | 16,73        | 22,24          |
| 2001    | 8,50                    | 12,44 | 33,57      | 17,70        | 20,46          |
| 2002    | 5,25                    | 8,94  | 28,45      | 13,39        | 19,74          |
| 2003    | 7,25                    | 7,80  | 27,05      | 12,90        | 20,61          |
| 2004    | 6,50                    | 7,80  | 26,00      | 12,70        | 19,11          |
| 2005    | 6,00                    | 7,01  | 24,16      | 11,97        | 17,89          |
| 2006    | 7,50                    | 6,27  | 20,55      | 10,98        | 14,89          |
| 2007    | 9,50                    | 8,01  | 22,29      | 13,48        | 15,13          |
| 2008    | 9,50                    | 9,74  | 25,74      | 15,33        | 16,78          |
| 2009    | 3,50                    | 6,15  | 23,22      | 11,53        | 15,36          |
| 2010    | 3,00                    | 3,66  | 18,15      | 7,72         | 13,14          |
| 2011    | 4,75                    | 4,21  | 18,12      | 8,39         | 13,00          |
| 2012    | 4,25                    | 5,35  | 19,23      | 9,87         | 13,19          |

Fuente: Boletín de Indicadores Económicos del Banco de la República.

En la tabla anterior se puede observar que las tasas de interés en Colombia en los últimos 10 años han presentado fluctuaciones de poca consideración; sin embargo, durante el periodo 2009-2010 dado el coletazo de la crisis económica mundial, las tasas de interés tuvieron tendencia a la alza con el fin de controlar la inflación y mantener en equilibrio la economía del país. Después de superar un poco este problema, este año la junta directiva del Banco de la República decide reactivar la economía a través de la disminución de las tasas de interés con el fin de que las personas decidan invertir. Este panorama afecta positivamente la creación de nuevas empresas, puesto que hay mayor oportunidad de que el

<sup>14</sup> Corficolombiana. Investigaciones Económicas. Informe Semanal. Febrero 25 de 2013. Banco de la República.

negocio sea exitoso y de la misma manera contribuya con el desarrollo de la región y el crecimiento de la economía del país.

### ➤ **Inflación**

Esta variable suministra el cambio porcentual anual de los precios al consumidor comparado con los precios al consumidor del año anterior. La política monetaria en Colombia se rige por un esquema de meta de inflación, en el cual el objetivo principal es alcanzar tasas bajas de inflación y buscar la estabilidad del crecimiento del producto alrededor de su tendencia de largo plazo. Uno de los aspectos más destacados del entorno macroeconómico colombiano del último tiempo, es la solidez de la política monetaria, reflejada en el logro de las metas de inflación fijadas por la Junta del Banco de la República.

“De acuerdo con el reporte de competitividad 2011-2012, Colombia se ubica en el grupo de países que registran un nivel de inflación en el intervalo de 0,5%- 2,9%, el cual se considera adecuado al crecimiento económico y a la estabilidad macroeconómica. En general, los beneficios de mantener una inflación baja y estable se constituyen en fuentes importantes para impulsar la producción y la demanda a través del aumento a la inversión generada por las empresas, de la expansión del consumo de los hogares y de la asignación eficiente de los recursos. En la medida que la reducción de la tasa de inflación con lleve a menores tasas de interés, al aumento en la capacidad adquisitiva de los ingresos y a la fortaleza de la moneda nacional, las ganancias en materia de productividad y competitividad serán mayores”.<sup>15</sup>

La inflación en Colombia desaceleró a 2,44% en el 2012, favorecida por el buen comportamiento en los precios de los alimentos, las comunicaciones, el transporte y el vestuario, según lo indicó el Dane. El Índice de Precios al Consumidor (IPC) se ubicó por debajo del registrado en el 2011, de 3,73 por ciento.

El crecimiento de los precios en la economía nacional en el 2012 se ubicó dentro del rango de 2 a 4 por ciento fijado como meta por el Banco de la República, la misma que estableció el Emisor para este año.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Periódico el colombiano. “Una sólida política macroeconómica ya presenta algunos avances concretos”. MESA C., Ramón Javier. Decano Ciencias Económicas de la Universidad de Antioquia. Publicado el 28 de septiembre de 2011.

<sup>16</sup> Portafolio. “Inflación del 2012 mantuvo una tendencia a la baja”. Enero 8 del 2013. <http://www.portafolio.co/economia/inflacion-del-2012-colombia>

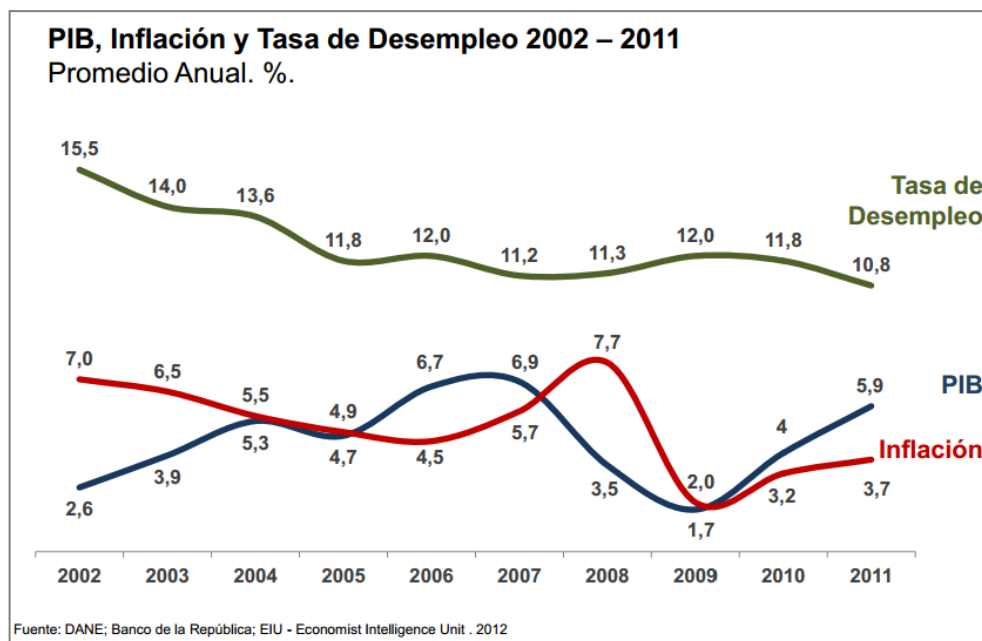
**Tabla 5 Inflación en Colombia 2000-2012**

| <b>Periodo</b> | <b>Meta de inflación</b> | <b>Inflación (IPC)</b> |
|----------------|--------------------------|------------------------|
| 2000           | 10,00                    | 8,75                   |
| 2001           | 8,00                     | 7,65                   |
| 2002           | 6,00                     | 6,99                   |
| 2003           | 6,00                     | 6,49                   |
| 2004           | 6,00                     | 5,50                   |
| 2005           | 5,00                     | 4,85                   |
| 2006           | 5,00                     | 4,48                   |
| 2007           | 4,00                     | 5,69                   |
| 2008           | 4,00                     | 7,67                   |
| 2009           | 5,00                     | 2,00                   |
| 2010           | 3,00                     | 3,17                   |
| 2011           | 3,00                     | 3,73                   |
| 2012           | 3,00                     | 2,44                   |

Fuente: Boletín de Indicadores Económicos Banco de la República

Por lo tanto, el análisis de dicha variable macroeconómica muestra una solidez en la política monetaria, puesto que ha logrado mantener control en las tasas de inflación de los últimos años, y por ende contribuir con el crecimiento de la economía nacional. Así mismo, indica un equilibrio en los precios de productos e insumos necesarios para la elaboración de un bien de consumo masivo, lo que permite crear iniciativas de inversión en una empresa productora de café de soya. El control de dicha variable es el eje central de la política establecida por el Banco de la República de Colombia, cuyo objetivo primordial es equilibrar la economía del país y contribuir con su crecimiento y desarrollo sostenido en todos los sectores de la economía.

**Gráfico 2 PIB, Inflación y tasa de desempleo**



Esta gráfica muestra el comportamiento de la inflación en Colombia en los últimos 10 años, lo cual evidencia una disminución favorable en los precios a partir del año 2002 hasta el 2006, luego se presenta un aumento en el año 2008 dada la recesión económica por la crisis mundial, lo cual hizo que los bienes y servicios se hicieran más costosos. Sin embargo, después de la crisis volvió a estabilizarse el nivel de los precios a pesar de que ha presentado un aumento poco significativo del 2010 al 2011.

Para la creación de una empresa productora de café de soya es de gran importancia analizar el comportamiento de la inflación porque ésta podría afectar el rendimiento de la empresa, ya que los consumidores tendrían menor poder adquisitivo y por ende disminuiría la demanda del café de soya, pues este producto presenta un costo mayor respecto a los cafés tradicionales presentes en el mercado. Otro motivo por el cual se analiza esta variable es por la influencia que tiene en las inversiones productivas a nivel nacional, las cuales generan desviaciones en aquellos empresarios que pretenden invertir en sus empresas o que desean iniciar una nueva idea de negocio, ya que una variación exagerada en los precios de los bienes o materias primas de un año a otro provoca una incertidumbre sobre las decisiones que se deben tomar para finalmente hacer de la empresa un negocio exitoso y con buenos rendimientos.

En relación con los precios del café de soya en los últimos años en Colombia, se puede decir que han tenido una tendencia, poco significativa, al aumento a pesar de que dicho producto es relativamente nuevo en el mercado. La Bolsa Mercantil de Colombia muestra que el precio de la soya se ha mantenido relativamente equilibrado en los últimos seis años, en el año 2010 bajó el precio debido al incremento en la producción de soya gracias al incentivo en la plantación de dicho cultivo por sus propiedades físicas y sus múltiples usos.

**Tabla 6 Precio de la Soya**

| <b>Año</b>   | <b>Precio Kg. Soya</b> |
|--------------|------------------------|
| 2008         | \$ 999                 |
| 2009         | \$ 1.104               |
| 2010         | \$ 966                 |
| 2011         | \$ 1.138               |
| 2012         | \$ 1.194               |
| Febrero 2013 | \$ 1.167               |

Fuente: Bolsa Mercantil de Colombia

Por otro lado, en el Departamento del Valle del Cauca, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) en el año 2011, presentó una variación de 3,7%, superior en 56 puntos básicos (pb) a la registrada en 2010, e incluida dentro del rango de la meta establecida por la Junta Directiva del Banco de la República (2,0% a 4,0%). Los grupos que más tuvieron tendencia a la alza en los precios fueron los productos alimenticios con un 5,3% y la educación con un 4,6%. Los incrementos en la inflación de estos grupos fueron dados principalmente por la escasa oferta agropecuaria debido a factores climáticos y la ola invernal que sacudió fuertemente al país.

A pesar de que la inflación también ha presentado una tendencia al aumento en los últimos años en el Departamento del Valle del Cauca, la economía aún se mantiene estable y las variaciones de un año a otro en relación a los precios no han sido drásticas; lo que significa que todavía es favorable el panorama económico, en cuanto a los precios, para aquellas personas que proyectan crear una empresa productora de café de soya en el municipio de Caicedonia-Valle. Otro factor que favorece la creación de dicha empresa, es que está ubicada en una zona donde se cultiva gran cantidad de soya gracias a las condiciones climáticas y geográficas del departamento, lo cual contribuye a que los precios de producción y de transporte no tengan mayores costos.

## ➤ Desempleo

Otra de las variables importantes de análisis es la tasa de desempleo en Colombia, puesto que esta información muestra con mayor exactitud cuál es el número de personas que no están empleadas y que buscan actualmente una ocupación. También indica el número de personas que no poseen capacidad adquisitiva y cómo es el comportamiento de dicha variable en los últimos años, si posee una tendencia a aumentar o a disminuir, y cómo sería posible controlar este aspecto al momento de crear una empresa en el sector productivo y luego comercializarlo.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, en el año 2010 Colombia presentó una tasa de desempleo de 11,8%, en el 2011 disminuyó a 10,8%, y en el año 2012 fue de 10,4%. A pesar de que las cifras muestran que el desempleo en Colombia ha disminuido paulatinamente, existen actualmente unos 2.222.000 colombianos sin trabajo, los cuales no cuentan con un trabajo digno que les permita adquirir un sustento para satisfacer sus necesidades básicas y de sus familias.<sup>17</sup>

**Tabla 7 Tasa de desempleo Anual**

| <b>Año</b> | <b>Tasa de desempleo anual</b> |
|------------|--------------------------------|
| 2003       | 14,0%                          |
| 2004       | 13,6%                          |
| 2005       | 11,8%                          |
| 2006       | 12,0%                          |
| 2007       | 11,2%                          |
| 2008       | 11,3%                          |
| 2009       | 12,0%                          |
| 2010       | 11,8%                          |
| 2011       | 10,8%                          |
| 2012       | 10,4%                          |

Esta tabla muestra el comportamiento del desempleo en Colombia en los últimos diez años, en la cual se puede observar que ha tenido una tendencia a la baja a pesar de que en algunos años, como en el 2006 y el 2009, se ha disparado esta cifra por decrecimientos en la producción y en la economía. Para mitigar el problema del desempleo en Colombia, el gobierno ha creado políticas económicas que han permitido impulsar el sector productivo a través del desarrollo de

---

<sup>17</sup> Revista Dinero. “Desempleo en Colombia 2011”. Enero 31 de 2012.

<http://www.dinero.com/actualidad/economia/articulo/desempleo-colombia-durante-2011-108/143760>

proyectos de inversión para la creación de nuevas empresas que generen empleo. Por lo tanto, una disminución en las tasas de desempleo indicaría un aumento de personas con ingresos disponibles, lo cual conllevaría al aumento en el consumo y en la inversión.

La tasa de desempleo en el Valle del Cauca ha presentado una tendencia descendente en los últimos diez años; sin embargo, a finales del año 2010 la economía del departamento se vio afectada por la fuerte ola invernal, generando una disminución considerable en la producción industrial y agrícola, razón por la cual se disparó, en el año 2011, la tasa de desempleo.

**Tabla 8 Tasa de desempleo Valle del Cauca**

| <b>Año</b> | <b>Tasa de desempleo Valle del Cauca</b> |
|------------|------------------------------------------|
| 2007       | 10,9%                                    |
| 2008       | 12,7%                                    |
| 2009       | 14,0%                                    |
| 2010       | 13,7%                                    |
| 2011       | 10,8%                                    |
| 2012       | 10,4%                                    |

Fuente: Informe de Coyuntura Económica Regional (ICER)

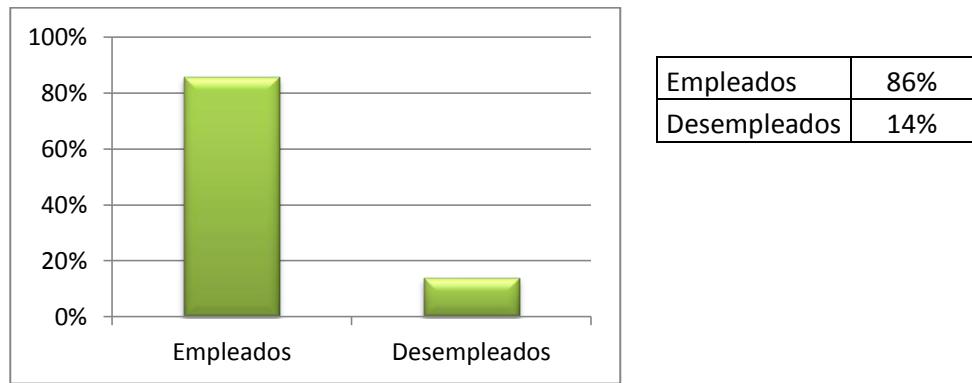
La tabla anterior muestra los índices del nivel de desempleo en el Valle del Cauca los últimos seis años, y se puede observar que la cifra ha tenido fuertes fluctuaciones, en gran parte por la desaparición de muchas empresas manufactureras que empleaban a miles de vallecaucanos y por los fenómenos climáticos que afectó gran parte del territorio. De la misma manera, la capital del Valle del Cauca ha sido una de las ciudades con mayor tasa de desempleo en el país en los últimos años, este aspecto afecta no sólo la capital, sino al departamento en general, ya que las personas comienzan a buscar oportunidades de trabajo en los municipios aledaños y hace que las cifras de desempleo también aumenten en dichos municipios.

En consecuencia, se puede decir que el análisis de la tasa de desempleo en el Valle del Cauca resulta ser desfavorable para tomar la decisión de crear una empresa productora de Café de Soya, puesto que indica que muchas personas, al no tener un empleo, no tienen un ingreso suficiente para adquirir el producto. En contraste con lo anterior, se puede ver como una gran oportunidad para invertir en un proyecto productivo que genere no sólo un impacto económico, sino también

social, ya que reactivaría el sector productivo y contribuiría con el crecimiento económico de la región, y a la vez generaría fuentes de empleo.

Con respecto al estudio de la tasa de desempleo en el municipio de Caicedonia-Valle, se evidenció que hay una población económicamente activa de 17.272 personas, de las cuales el 14% de ellas están desempleadas y el 86% se encuentran empleadas en alguna actividad económica. Lo que indica que en Caicedonia - Valle el 86% de su población económicamente activa tienen ingresos disponibles para complementar los productos de la canasta familiar adquiriendo el Café de soya, mejorando sus hábitos alimenticios y contribuir con el cuidado de la salud.

**Gráfico 3 Población económicamente activa Caicedonia - Valle**



Fuente: DANE (Planeación Municipal)

De acuerdo con lo anterior, se puede decir que gran parte de la población caicedonita cuenta con un empleo y que el nivel de desempleo es relativamente bajo. Por lo tanto, resulta ser un aspecto positivo para el éxito de una empresa productora de Café de Soya que se desea crear en el municipio. El sector comercial es el más desarrollado en el municipio de Caicedonia – Valle, lo cual hace que la mayoría de las personas que trabajan en este sector tengan una competencia muy fuerte y no cuenten con otras alternativas de trabajo; es por esto que la realización de este proyecto también resulta ser una idea promotora del sector industrial en el municipio, ya que ha sido poco incentivado por el gobierno local y podría contribuir en el desarrollo y el crecimiento económico y competitivo del municipio.

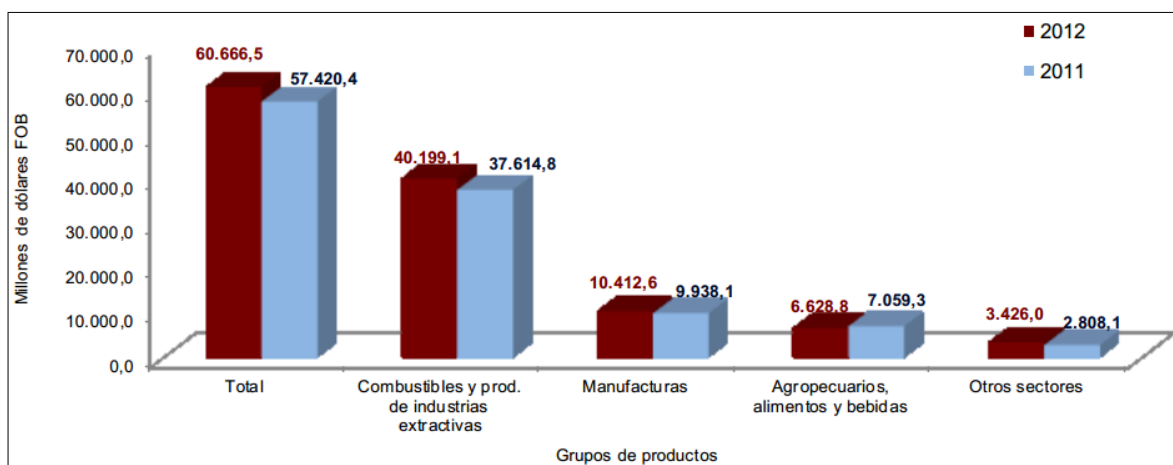
➤ **Balanza Comercial**

La Balanza Comercial es la variable de medición que refleja la diferencia entre las Exportaciones e Importaciones realizadas por un país en un período determinado.

Cuando el valor de las Exportaciones es mayor que el valor de las Importaciones hay superávit en la Balanza Comercial del país. Cuando el valor de las Exportaciones es menor que el valor de las Importaciones hay déficit en la Balanza Comercial del país.<sup>18</sup>

En el año 2012, se registraron exportaciones por valor de US\$60.666,5 millones, monto superior en US\$3.246,2 millones al observado en el año 2011, lo cual representó un crecimiento de 5,7%. Este resultado estuvo explicado principalmente por el crecimiento de 6,9% en las exportaciones de combustibles y productos de las industrias extractivas que pasaron de US\$37.614,8 millones a US\$40.199,1 millones.

**Gráfico 4 Valor FOB de las exportaciones enero-diciembre 2012/2011**



Fuente: Boletín de Prensa DANE

Nota: El FOB corresponde al precio de venta de los bienes embarcados a otros países, puestos en el medio de transporte, sin incluir valor de seguro y fletes.

En el año 2012, las exportaciones destinadas a China registraron un aumento de 68,1% ocasionado fundamentalmente por las mayores ventas de combustibles y aceites minerales y sus productos. Durante el mismo período se exportaron a Estados Unidos US\$21.979,6 millones, de los cuales 71,2% estuvieron constituidos por combustibles y aceites minerales y sus productos.<sup>19</sup>

Por otro lado, durante el año 2012 las compras externas del país crecieron 7,2% con relación al año 2011, al pasar de US\$54.674,8 millones CIF a US\$58.632,4 millones CIF. El crecimiento total de las importaciones en este período se debió

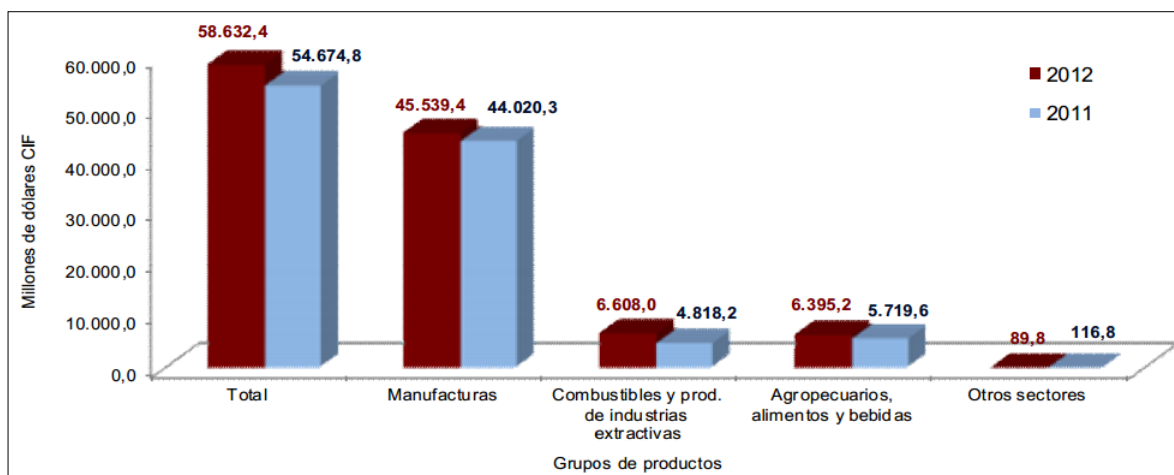
<sup>18</sup> <http://www.businesscol.com/economia/balanza.htm>

<sup>19</sup> Boletín de Prensa DANE. Bogotá 18 de febrero de 2013. "Comercio Exterior-Exportaciones"

principalmente a las mayores compras de combustibles y productos de las industrias extractivas (37,1%) y de manufacturas (3,5%).

El 24,0% de las importaciones colombianas realizadas durante el año 2012 se originaron en Estados Unidos, 16,3% en China y 10,9% en México.

**Gráfico 5 Valor CIF de las importaciones Enero-Diciembre 2012/2011**



Fuente: Boletín de Prensa DANE

Nota: CIF es el precio total de la mercancía que incluye en su valor, los costos por seguros y fletes.

En este mismo año, las importaciones originarias de China contribuyeron con 2,5 puntos porcentuales a la variación total de las importaciones, al pasar de US\$8.176,4 millones en el año de 2011 a US\$9.564,7 millones en el año 2012. Este crecimiento se explica por las mayores compras externas de aparatos y material eléctrico, de grabación o imagen (25,4%).<sup>20</sup>

Así mismo, en el año 2012, la balanza comercial colombiana registró un superávit de US\$4.915,6 millones FOB. Los superávit más altos se presentaron con Estados Unidos (US\$8.498,5 millones), Países Bajos (US\$2.241,1 millones), España (US\$2.212,3 millones) y Venezuela (US\$2.112,2 millones). El déficit más alto en la balanza comercial se presentó con China (US\$5.620,9 millones) y México (US\$5.315,1 millones).

<sup>20</sup> Boletín de Prensa DANE. "Importaciones y Balanza Comercial". Bogotá 20 de febrero de 2013.

**Tabla 9 Balanza comercial 2008-2012**

| Millones de dólares FOB        |               |               |               |               |                           |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------------------|
| <b>Balanza Comercial</b>       | <b>2008</b>   | <b>2009</b>   | <b>2010</b>   | <b>2011</b>   | <b>2012 –Enero a nov.</b> |
| <b>Exportaciones totales</b>   | <b>37.626</b> | <b>32.853</b> | <b>39.820</b> | <b>56.954</b> | <b>54.690</b>             |
| <b>Importaciones totales</b>   | <b>37.155</b> | <b>31.188</b> | <b>38.351</b> | <b>51.998</b> | <b>51.946</b>             |
| <b>Balanza Comercial total</b> | <b>471</b>    | <b>1.665</b>  | <b>1.469</b>  | <b>4.955</b>  | <b>3.194</b>              |

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores

El siguiente cuadro muestra las cifras históricas de las exportaciones e importaciones de los últimos once años en Colombia con su respectivo valor de la balanza comercial. Los datos están expresados en millones de dólares FOB, es decir, que el valor de la mercancía o los bienes no incluyen el valor de los seguros y fletes. Según esta información, se puede decir que el valor de dichas transacciones comerciales con los demás países presentaron un crecimiento positivo y que, sólo en algunos años, la balanza comercial mostró cifras negativas.

**Tabla 10 Colombia, Balanza comercial 2002 – 2012 Millones de Dólares FOB**

| <b>Año</b> | <b>Exportaciones</b> | <b>Importaciones</b> | <b>Balanza</b> |
|------------|----------------------|----------------------|----------------|
| 2002       | 11.975               | 11.897               | 78,2           |
| 2003       | 13.129               | 13.026               | 102,8          |
| 2004       | 16.788               | 15.649               | 1.139,7        |
| 2005       | 21.190               | 19.799               | 1.391,5        |
| 2006       | 24.391               | 24.534               | -143,0         |
| 2007       | 29.991               | 30.816               | -824,3         |
| 2008       | 37.626               | 37.155               | 470,5          |
| 2009       | 32.853               | 31.188               | 1.665,2        |
| 2010       | 39.820               | 38.351               | 1.468,9        |
| 2011       | 56.954               | 51.998               | 4.955,5        |
| 2012       | 54.690               | 51.496               | 3.194,0        |

Fuente: DIAN. Cálculos DANE

Por otro lado, es importante analizar cuáles han sido los sectores de la economía que mayor participación han tenido en las exportaciones en los últimos años, con el fin de identificar el sector que mayor productividad genere y determinar si la empresa productora y comercializadora de Café de Soya proyectada pertenece a dicho sector. Según el Ministerio de Relaciones Exteriores, el sector que mayor participación tuvo en el año 2012, en cuanto a las exportaciones, fue el sector de la industria extractiva y de los combustibles; no obstante, el sector de la manufactura y el agropecuario también desempeñaron un buen papel. Lo anterior indica que es un buen panorama para la realización de un proyecto productivo que incluye, además de productos agrícolas como la soya, el proceso de transformación de un producto innovador y además saludable como el Café de Soya.

**Tabla 11 Exportaciones por sector Colombia Enero-Noviembre de 2012**

| Principales sectores de exportación - Enero a nov. 2012 | Millones de dólares - FOB | Participación (%) |
|---------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------|
| Combustibles y productos de industrias extractivas      | 35.798                    | 65,46%            |
| Manufacturas                                            | 9.610                     | 17,57%            |
| Agropecuarios, alimentos y bebidas                      | 6.148                     | 11,24%            |
| Otros sectores                                          | 3.134                     | 5,73%             |
| <b>Total exportado al mundo</b>                         | <b>54.690</b>             | <b>100%</b>       |

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores.

A pesar de que la balanza comercial nacional ha sido positiva, el sector productivo de soya, ha presentado déficit estructural en su balanza comercial en los últimos años, razón que obedece al decaimiento de la producción como resultado de las nuevas condiciones del mercado y la fuerte competencia extranjera.

De acuerdo con un estudio realizado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la producción de soya en Colombia ha presentado un aumento del 97% en las importaciones, lo cual implica que este producto hoy en día no es muy competitivo, puesto que se importa mucho, pero no se exporta nada. Es decir, que la cantidad de soya que se produce es para el consumo interno y para la industria local como materia prima.<sup>21</sup>

Por otro lado, el comportamiento de las ventas realizadas al exterior por el departamento del Valle del Cauca mostró cifras positivas en los últimos años. En el 2006 las exportaciones fueron de US\$1.882, en el 2007 se incrementó a US\$2.144, luego en el 2008 subió a US\$2.287, en el 2009 tuvieron una caída a US\$2.073, y posteriormente se reactivaron de nuevo en el 2010 y el 2011 a US\$2.207 y US\$2.467 respectivamente. Según el informe de coyuntura económica de la Cámara de Comercio de Cali, los sectores que mayor participación tuvieron en las exportaciones del departamento fueron el del azúcar y el de los químicos y el caucho. En cuanto a las importaciones, se puede decir que éstas aumentaron 26,9%, llegando a US\$4.934 millones en el año 2011.<sup>22</sup> Este comportamiento se debe principalmente a la reducción de la producción agrícola en el departamento, dadas las condiciones climáticas que afectaron el departamento en los últimos dos años.

<sup>21</sup> ESPINAL, Carlos Federico. MARTINEZ, Héctor J. Cadena de las oleaginosas en Colombia. Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005. Extraído el 7 de marzo de 2013.

[http://www.agronet.gov.co/www/docs\\_agronet/2005112162648\\_caracterizacion\\_oleaginosas.pdf](http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2005112162648_caracterizacion_oleaginosas.pdf)

<sup>22</sup> ARANGO DELGADO, Roberto. Presidente Cámara de Comercio de Cali. "Logros y desafíos sociales del Valle del Cauca" Febrero 2012. <http://www.observatoriovalle.org.co/wp-content/uploads/2011/12/Logros-y-desaf%C3%ADos-sociales-del-Valle-del-Cauca-Dr.-Roberto-Arango-Delgado1.pdf>

Con respecto a lo anterior, se puede decir que el comportamiento de las importaciones y las exportaciones en el departamento del Valle del Cauca se muestran como un panorama positivo para la región y para las empresas ya existentes; sin embargo, para el caso del presente proyecto, no se evidencian factores que generen oportunidades y certezas para invertir en la creación de una empresa productora de Café de Soya en el municipio de Caicedonia – Valle puesto que la producción del grano de soya en el departamento ha disminuido en grandes cantidades porque los costos internos de producción han aumentado y es más rentable, para aquellas empresas que la utilizan como materia prima, importarla de otros países. Este factor también se debe a las condiciones climáticas que afectaron al país y al departamento en los últimos tres años. Adicional a este problema se suman las condiciones negativas de competencia que muestra el mercado extranjero respecto al mercado de la soya.

### ➤ **Inversión**

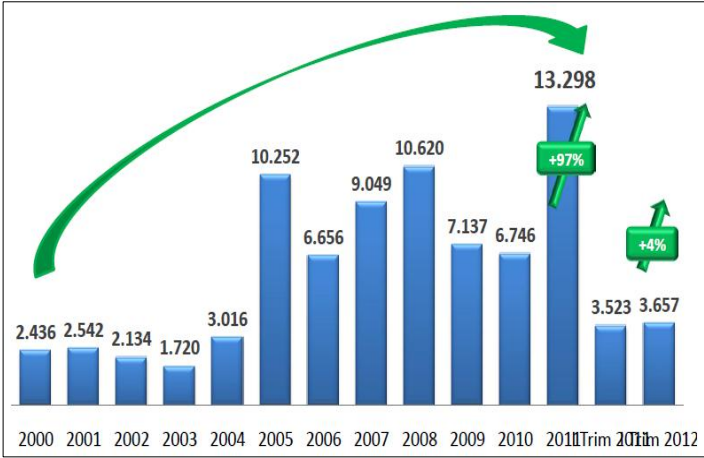
La inversión extranjera directa en Colombia a marzo de 2012 alcanzó un monto de US\$ 3.657 millones, 3,8% más que el I trimestre de 2011(US\$ 3.523 millones). En términos de participación, las actividades de petróleo, minas y canteras representaron el 45,3% (US\$1.657 millones) del total, seguido por Electricidad, Gas y Agua con 11,5% (US\$ 419 millones) y Comercio, Restaurantes y Hoteles con 11,4% (US\$ 417 millones). Se destaca el aumento en la participación de los sectores diferentes a Petróleo, Minas y Canteras pasando de 64,1% en el I trimestre 2011 a 71,3% I TRIM 2012, impulsado principalmente por sectores como Electricidad, Gas y Agua (+8,0% en participación) y Establecimientos Financieros (+7,7% en participación). Cabe señalar el decrecimiento en la recepción de flujos de IED de sectores como Construcción (-53,7%), Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones (-46,0%) y Manufacturas (-1,8%).<sup>23</sup> El gobierno nacional informó que la Inversión Extranjera Directa registró un crecimiento record de 10,9% al finalizar el año 2012, cifra que representó los 16.000 millones de dólares y que estaba proyectada por las autoridades monetarias del país.

La siguiente tabla muestra el porcentaje de Inversión Extranjera Directa en Colombia en los últimos tres años.

---

<sup>23</sup> Reporte Trimestral de Inversión Extranjera Directa en Colombia. Proexport 2012. Extraído 8 de marzo de 2013

Gráfico 6 Flujos de IED en Colombia 2000-2012 UUS millones



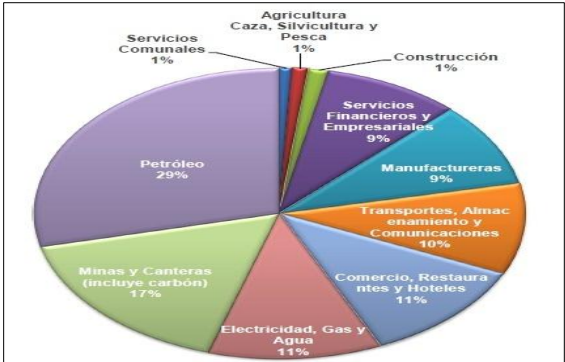
| AÑO  | IED  |
|------|------|
| 2010 | 2,4% |
| 2011 | 4,0% |
| 2012 | 4,0% |

Fuente: Proexport Colombia 2012.

La gráfica anterior muestra el comportamiento de la Inversión Extranjera Directa en Colombia en millones de dólares en los últimos años en Colombia, se puede ver que ha mantenido una tendencia al aumento, a pesar de que en algunos años ha disminuido por factores de desaceleración en la economía.

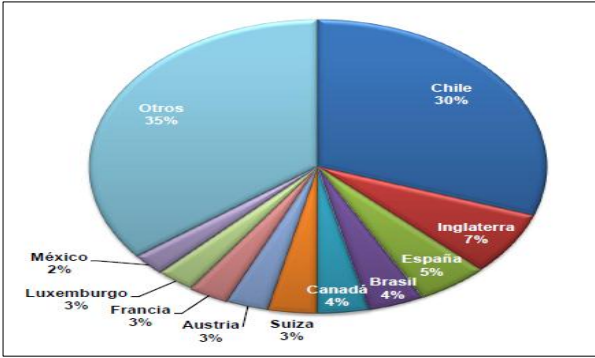
Además, es importante analizar la inversión en los diferentes sectores de la economía para poder identificar cuáles son los más atractivos para los inversionistas extranjeros y cuáles son los menos apetecidos y tener un punto de referencia para el análisis de la probabilidad de inversión en el proyecto que se plantea en el presente trabajo. Así mismo, Chile, Inglaterra y España y Estados Unidos lideran las inversiones realizadas en Colombia; los cuales generan el 65% del total de la inversión recibida en el país.

Gráfico 8 Flujo IED principales sectores Colombia 2012



Fuente: Proexport Colombia 2012

Gráfico 7 Principales países inversionistas en Colombia



De acuerdo con la información que se ha recopilado, se puede decir que la IED en Colombia ha presentado un crecimiento significativo gracias a las condiciones y políticas implementadas por el gobierno, las cuales desempeñan un papel crucial en la determinación de las tasas de interés, los aranceles, exenciones fiscales, etcétera, las cuales se encargan de mostrar un panorama seguro y rentable para aquellos países y empresas que desean invertir e incursionar en nuevos mercados y modernizar sus economías.

El análisis de esta variable indica que el gobierno colombiano tiene como objetivo crear políticas que benefician el crecimiento económico de la nación, porque no solamente es atraer dinero para invertir, sino también adquirir ciencia y tecnología que puedan generar un impacto positivo en el desarrollo de proyectos como la creación de empresas, las cuales aportarán al crecimiento y desarrollo económico del país. Por lo tanto, resulta interesante para el presente proyecto hallar un ambiente positivo que pueda beneficiar de alguna manera el desarrollo de la creación de una empresa productora de Café de Soya en el municipio de Caicedonia – Valle.

Por otro lado, el Valle del Cauca es el tercer destino preferido por los inversionistas internacionales que deciden instalarse en Colombia, gracias a su ubicación geoestratégica cerca del puerto de Buenaventura y la buena conexión aérea, entre otras razones. De acuerdo con la información del Banco de la República, el Valle recibió, al tercer trimestre de 2010, un total de US\$60 millones en IED, detrás de Bogotá y Antioquia, quienes ocupan los dos primeros lugares respectivamente y equivalente al 4,7 por ciento de participación nacional.

Lo anterior evidencia la confianza por parte de empresarios internacionales que han reconocido las ventajas de instalarse en el Valle como una posición geoestratégica, el factor competitivo por la calidad de la educación de sus habitantes, la infraestructura de conectividad digital, la alta cobertura de servicios públicos y el acceso al mercado nacional e internacional.

A esto se le suma que Valle del Cauca tiene la mejor conectividad aérea internacional del país después de Bogotá, y que concentra numerosos centros de investigación y desarrollo, además de un alto número de instituciones educativas bilingües en donde se habla inglés, alemán, italiano y francés.

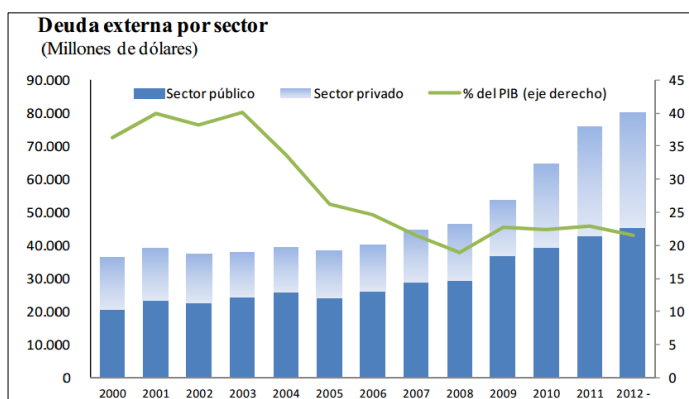
Actualmente el Valle es uno de los departamentos con mayor presencia de inversión extranjera del país, con 55 empresas entre medianas y grandes, las cuales tienen el 50 por ciento o más de capital extranjero.

Tradicionalmente en la región se han instalado empresas relacionadas con la industria metalmecánica y las dedicadas a la fabricación de papel, cartón y derivados.<sup>24</sup>

### ➤ Endeudamiento

La deuda externa en Colombia a septiembre de 2012 alcanzó un monto de US\$79,949 millones, lo que representó un aumento de 5,3% respecto a diciembre de 2011. Este incremento fue explicado por el crecimiento del endeudamiento de largo plazo (8.1%, US\$5,321), el cual fue parcialmente compensado por la caída en el endeudamiento de corto plazo (-12%, US\$-1,275). En lo corrido del año, el sector financiero disminuyó su deuda en US\$179 (-1.6%), mientras el no financiero registró un aumento de US\$4,225 m (6.6%). La deuda externa está concentrada principalmente en préstamos US\$40,659 (51%) y títulos de deuda US\$30,232 m (38%). Así mismo, cabe señalar que 91.3% de la deuda externa bruta se concentra en dólares, existiendo también, con menores montos, créditos en pesos colombianos (6.9%), Yenes (1.4%) y Euros (0.4%). En lo corrido de 2012 el costo promedio del endeudamiento externo por parte de las empresas pertenecientes al sector público ha tenido aumentos, al pasar de una tasa de 2.5% en 2011 a 3,7% en el 2012. Por el contrario, el costo del endeudamiento del sector privado registró una disminución al pasar de 3.9% en diciembre de 2011 a 3.6% en septiembre de 2012. El incremento de 5.3% en el saldo de las obligaciones externas entre enero y septiembre de 2012 fue liderado por el sector público, cuya deuda creció US\$2,522 m (5.9%), mientras la deuda externa del sector privado tuvo un crecimiento de US\$1,524 m (4.6%).

**Gráfico 9 Deuda externa por sector**



Fuente: Subgerencia de estudios económicos

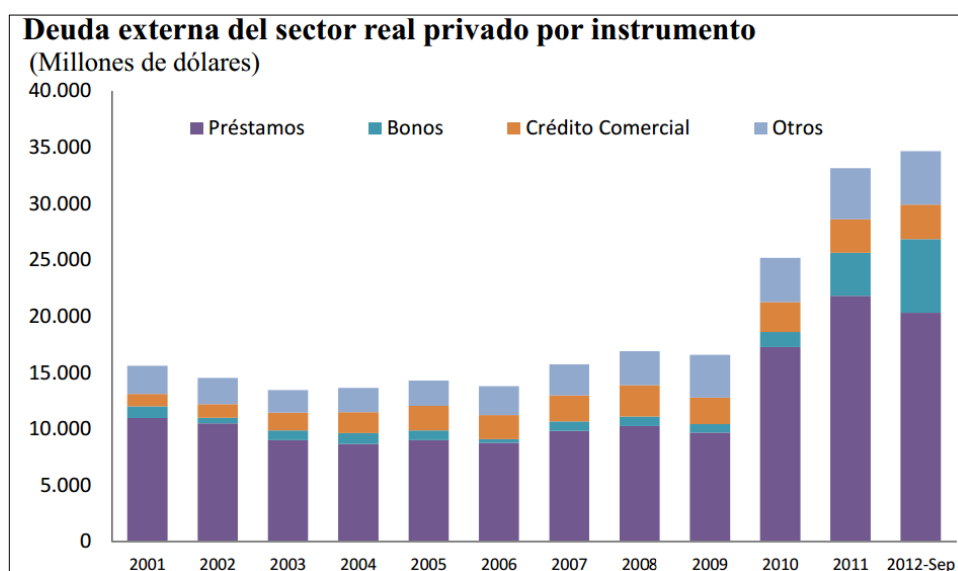
La gráfica muestra el comportamiento del endeudamiento que ha tenido Colombia en el sector público y privado en los últimos años, y se evidencia que hubo un endeudamiento mayor por parte del sector público puesto que estuvo concentrado en los créditos a largo plazo, mientras

<sup>24</sup> Proexport Colombia. "Valle del Cauca, tercer destino preferido para inversión extranjera directa". 2011. Extraído marzo 9 de 2013.

que el sector privado enfatizó su endeudamiento en bonos de mercados externos y préstamos para capital de trabajo e inversión directa.

Así mismo, a septiembre del 2012, el endeudamiento neto del sector real privado colombiano fue de US\$1,489 m (6.2%). Éstos se originaron principalmente en bonos emitidos en los mercados internacionales por US\$747 m, y préstamos netos por US\$406 m. Los últimos destinados principalmente a capital de trabajo, así como créditos asociados a la inversión directa. Por su parte, el crédito comercial (o crédito con proveedores) registró un leve aumento de US\$86 m, cifra que va en línea con la desaceleración de las importaciones en lo corrido del año a septiembre.

**Gráfico 10 Deuda externa del sector real privado**

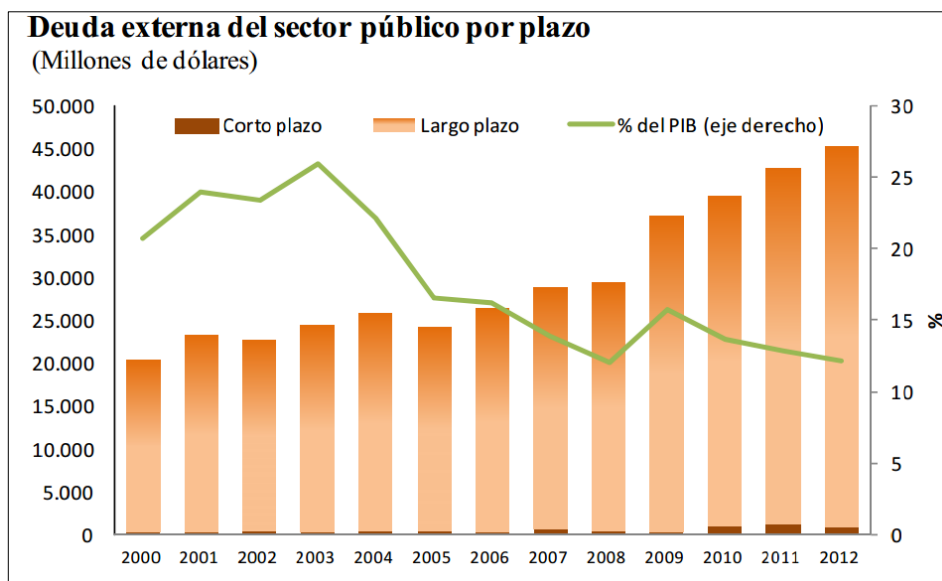


Fuente: Subgerencia de estudios económicos sección sector externo

Por otro lado, el saldo de la deuda externa del sector público de Colombia alcanzó un monto de US\$45,289 millones en el 2012, lo que representó un aumento de 9.3% respecto al año anterior y 5.9% respecto al 2011. Así mismo, es equivalente al 12.2% del PIB estimado para este año. El incremento fue explicado por el crecimiento del endeudamiento de largo plazo (6.8%, US\$2,827 m), el cual fue parcialmente compensado por la caída en el endeudamiento de corto plazo (-27.6%, US\$-320 m)<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> Deuda externa de Colombia, subgerencia de estudios económicos sección sector externo, Enero del 2013, banco de la república, [http://www.banrep.gov.co/documentos/informes-economicos/pdf/bdeudax\\_t.pdf](http://www.banrep.gov.co/documentos/informes-economicos/pdf/bdeudax_t.pdf)

**Gráfico 11 Deuda externa sector público.**



Fuente: Subgerencia de estudios económicos sección sector externo

**Tabla 12 Matriz Entorno Económico.**

| ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE<br>COFFE SOY – Sector Industrial<br>ENTORNO - Económico                                                                                                                                                                                                            |     |    |    |    |        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|----|--------|
| VARIABLES                                                                                                                                                                                                                                                                                     | A/O | AM | am | om | O<br>M |
| El PIB Nacional muestra un crecimiento en los últimos años. Para el año 2010 el PIB fue del 4,0%, en el 2011 del 5,9%, en el 2012 4,9%.                                                                                                                                                       | O   |    |    | X  |        |
| Crecimiento del PIB por ramas de actividad económica, donde los más destacados son el sector de la construcción con una variación 18,4% y la explotación de minas y canteras con una variación del 8,5%. Mientras que el sector de la industria manufacturera presenta una variación de -0,6. | A   | X  |    |    |        |
| Para finales de 2012 y comienzos del 2013 la junta directiva del Banco de la República dio como hecho la caída de los tipos de interés llegando al 4%.                                                                                                                                        | O   |    |    |    | X      |
| La agricultura colombiana ha contribuido al total del Producto Interno Bruto (PIB) del país con un porcentaje que oscila entre 10 y 14%                                                                                                                                                       | O   |    |    |    | X      |
| El PIB del Departamento del Valle del Cauca en el año 2012 fue de 14.3 billones de dólares, es así como el Valle contribuye con el 10.9% del PIB de                                                                                                                                           | O   |    |    |    | X      |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Colombia y el 18.5% del PIB manufacturero nacional.                                                                                                                                                                                                                                       |   |   |   |   |   |
| La economía vallecaucana muestra un gran predominio de la actividad financiera, industrial y de servicios. Estos sectores participan en conjunto con el 86,2% del PIB del departamento                                                                                                    | O |   |   | X |   |
| En el municipio de Caicedonia – Valle el 50,6% de los establecimientos se dedican a la actividad comercial, el 31,4% a la prestación de servicios, el 8,0% a la industria, y el 10,0% a otras actividades.                                                                                | A | X |   |   |   |
| En el tercer trimestre del año 2012, el Banco de la República proyectaba un crecimiento de la economía entre 3,3% y 4,8%, pero sólo creció un 2,1%, lo cual obligó a la junta directiva a reducir las tasas de interés.                                                                   | O |   |   |   | X |
| La inflación en Colombia desaceleró a 2,44% en el 2012, favorecida por el buen comportamiento en los precios de los alimentos, las comunicaciones, el transporte y el vestuario, según lo indicó el Dane.                                                                                 | O |   |   |   | X |
| El crecimiento de los precios en la economía nacional en el 2012 se ubicó dentro del rango de 2% a 4% fijado como meta por el Banco de la República.                                                                                                                                      | O |   |   |   | X |
| El precio del café de soya en los últimos años en Colombia, ha tenido una tendencia, poco significativa, al aumento a pesar de que dicho producto es relativamente nuevo en el mercado.                                                                                                   | A |   | X |   |   |
| La Bolsa Mercantil de Colombia muestra que el precio de la soya se ha mantenido relativamente equilibrado en los últimos seis años, en el año 2010 bajó el precio debido al incremento en la producción de soya.                                                                          | O |   |   |   | X |
| En el Valle del Cauca, los grupos que más tuvieron tendencia a la alza en los precios fueron los productos alimenticios con un 5,3% y la educación con un 4,6%. Dicho incremento en la inflación obedece a la escasa oferta agropecuaria por la ola invernal que sacudió el departamento. | A | X |   |   |   |
| Según el DANE, en el 2010 Colombia presentó una tasa de desempleo de 11,8%, en el 2011 disminuyó a 10,8%, y en el año 2012 fue de 10,4%.                                                                                                                                                  | O |   |   |   | X |
| La tasa de desempleo en el Valle del Cauca presentó una tendencia a la alza en los últimos años por la disminución en la producción agrícola e industrial, por afectación de la ola invernal.                                                                                             | A | X |   |   |   |
| En Caicedonia - Valle el 86% de su población                                                                                                                                                                                                                                              | O |   |   |   | X |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                      |   |   |   |  |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|--|---|
| económicamente activa tiene ingresos disponibles para adquirir un producto adicional en su canasta familiar.                                                                                                                                                                         |   |   |   |  |   |
| En el 2012 en Colombia se registraron exportaciones por valor de US\$60.666,5 millones, monto superior en US\$3.246,2 millones al observado en el año 2011, lo cual representó un crecimiento de 5,7%.                                                                               | O |   |   |  | X |
| Durante el año 2012 las compras externas del país crecieron 7,2% con relación al año 2011, al pasar de US\$54.674,8 millones CIF a US\$58.632,4 millones CIF.                                                                                                                        | A |   | X |  |   |
| La balanza comercial colombiana en el 2012 registró un superávit de US\$4.915,6 millones FOB.                                                                                                                                                                                        | O |   |   |  | X |
| En el 2012 el sector de mayor participación en exportaciones fue el de la industria extractiva y de los combustibles; no obstante, el sector de la manufactura y el agropecuario también desempeñaron un buen papel.                                                                 | O |   |   |  | X |
| El sector productivo de soya ha presentado déficit en su balanza comercial en los últimos años, razón que obedece al decaimiento de la producción como resultado de las nuevas condiciones del mercado y la fuerte competencia extranjera.                                           | A | X |   |  |   |
| Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la producción de soya en Colombia ha presentado un aumento del 97% en las importaciones.                                                                                                                                      | A | X |   |  |   |
| Para el Valle del Cauca, las exportaciones en 2006 fueron de US\$1.882, en el 2007 se incrementó a US\$2.144, en el 2008 subió a US\$2.287, en el 2009 tuvieron una caída a US\$2.073, y posteriormente se reactivaron en el 2010 y el 2011 a US\$2.207 y US\$2.467 respectivamente. | O |   |   |  | X |
| Las importaciones en el Valle del Cauca aumentaron a 26,9%, llegando a US\$4.934 millones en el año 2011. Situación que se dio por el decrecimiento en la producción agrícola.                                                                                                       | A |   |   |  | X |
| El gobierno nacional informó que la Inversión Extranjera Directa registró un crecimiento record de 10,9% al finalizar el año 2012, cifra que representó los 16.000 millones de dólares y que estaba proyectada por las autoridades monetarias del país.                              | O |   |   |  | X |
| Chile, Inglaterra, España y Estados Unidos lideran las inversiones realizadas en Colombia; los cuales generan el 65% del total de la inversión recibida en el                                                                                                                        | O |   |   |  | X |

|                                                                                                                                                                                                                                                                            |   |  |   |  |   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|---|--|---|
| país.                                                                                                                                                                                                                                                                      |   |  |   |  |   |
| El Valle del Cauca es el tercer destino preferido por los inversionistas extranjeros, gracias a su ubicación geoestratégica cerca del puerto de Buenaventura y la buena conexión aérea. El Valle recibió, al tercer trimestre de 2010, un total de US\$60 millones en IED. | O |  |   |  | X |
| La deuda externa de Colombia a septiembre de 2012 en Colombia alcanzó un monto de US\$79,949 millones, lo que representó un aumento de 5,3% respecto a diciembre de 2011.                                                                                                  | A |  | X |  |   |
| La deuda externa está concentrada principalmente en préstamos US\$40,659 m (51%) y títulos de deuda US\$30,232 m (38%).                                                                                                                                                    | A |  | X |  |   |
| En el 2012 el costo promedio del endeudamiento externo por parte de las empresas pertenecientes al sector público ha tenido aumentos, al pasar de una tasa de 2,5% en 2011 a 3,7%.                                                                                         | A |  | X |  |   |
| El costo del endeudamiento del sector privado registró una disminución al pasar de 3.9% en diciembre de 2011 a 3.6% en septiembre de 2012.                                                                                                                                 | O |  |   |  | X |

Fuente: Elaborado por el autor.

### 2.1.2 Entorno demográfico

Al estudiar los factores demográficos se analiza información de gran importancia con respecto a las personas que se encuentran dentro del entorno de la organización, y sus comportamientos permiten entender la dinámica de la sociedad que rodea a la organización. En el entorno demográfico se estudia aspectos como la natalidad, mortalidad, migración, tamaño de la población, ingreso promedio, esperanza de vida y tasas de alfabetismo; con estas variables se puede entender el ritmo de desarrollo de una población en un espacio de tiempo<sup>26</sup>.

#### ➤ Tamaño de la población

Para realizar el estudio demográfico del entorno de la organización se tomará como base principal el estudio de la población Colombiana que según el DANE se proyecta que para el año 2012 la población total es de 46.581.823, de los cuales 22.997.087 son hombres y 23.584.736 son mujeres.

<sup>26</sup>BETANCOURT, Benjamín. "Entorno organizacional" Análisis y diagnóstico.

**Tabla 13 Tamaño de la población por rango de edad.**

| Grupos de edad  | 2011       |            |            | 2012       |            |            | 2013       |            |            |
|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                 | Total      | Hombres    | Mujeres    | Total      | Hombres    | Mujeres    | Total      | Hombres    | Mujeres    |
| <b>NACIONAL</b> |            |            |            |            |            |            |            |            |            |
| Total           | 46.044.601 | 22.731.299 | 23.313.302 | 46.581.823 | 22.997.087 | 23.584.736 | 47.121.089 | 23.264.039 | 23.857.050 |
| 0-4             | 4.284.237  | 2.191.282  | 2.092.955  | 4.291.149  | 2.195.042  | 2.096.107  | 4.299.725  | 2.199.694  | 2.100.031  |
| 5-9             | 4.286.387  | 2.189.770  | 2.096.617  | 4.272.011  | 2.183.050  | 2.088.961  | 4.264.594  | 2.179.681  | 2.084.913  |
| 10-14           | 4.393.148  | 2.242.213  | 2.150.935  | 4.359.830  | 2.225.316  | 2.134.514  | 4.327.970  | 2.209.575  | 2.118.395  |
| 15-19           | 4.403.814  | 2.257.296  | 2.146.518  | 4.401.418  | 2.253.817  | 2.147.601  | 4.387.955  | 2.244.449  | 2.143.506  |
| 20-24           | 4.110.318  | 2.097.701  | 2.012.617  | 4.169.560  | 2.131.976  | 2.037.584  | 4.222.511  | 2.160.859  | 2.061.652  |
| 25-29           | 3.678.614  | 1.820.091  | 1.858.523  | 3.746.936  | 1.865.770  | 1.881.166  | 3.818.440  | 1.914.365  | 1.904.075  |
| 30-34           | 3.323.648  | 1.620.460  | 1.703.188  | 3.375.368  | 1.645.881  | 1.729.487  | 3.425.261  | 1.671.089  | 1.754.172  |
| 35-39           | 2.956.138  | 1.429.005  | 1.527.133  | 3.007.266  | 1.455.986  | 1.551.280  | 3.073.074  | 1.490.015  | 1.583.059  |
| 40-44           | 2.923.885  | 1.400.271  | 1.523.614  | 2.903.042  | 1.391.246  | 1.511.796  | 2.880.514  | 1.381.926  | 1.498.588  |
| 45-49           | 2.790.367  | 1.334.362  | 1.456.005  | 2.832.007  | 1.353.150  | 1.478.857  | 2.862.194  | 1.366.374  | 1.495.820  |
| 50-54           | 2.374.840  | 1.129.352  | 1.245.488  | 2.460.771  | 1.170.514  | 1.290.257  | 2.542.977  | 1.210.148  | 1.332.829  |
| 55-59           | 1.890.811  | 899.276    | 991.535    | 1.969.508  | 934.289    | 1.035.219  | 2.051.081  | 970.679    | 1.080.402  |
| 60-64           | 1.473.107  | 698.985    | 774.122    | 1.533.411  | 726.244    | 807.167    | 1.594.650  | 753.793    | 840.857    |
| 65-69           | 1.089.641  | 511.743    | 577.898    | 1.139.440  | 534.198    | 605.242    | 1.194.296  | 558.729    | 635.567    |
| 70-74           | 837.870    | 381.406    | 456.464    | 848.094    | 386.153    | 461.941    | 865.218    | 394.140    | 471.078    |
| 75-79           | 615.521    | 270.584    | 344.937    | 641.029    | 280.312    | 360.717    | 660.523    | 287.769    | 372.754    |
| 80 Y MAS        | 612.255    | 257.502    | 354.753    | 630.983    | 264.143    | 366.840    | 650.106    | 270.754    | 379.352    |

Fuente: DANE

Del total de la población colombiana el 51,2% son mujeres y el 48,8% son hombres. Los hombres presentan mayor proporción de población en los grupos que van desde los 0 – 4 hasta los 20 – 24 años de edad y desde los 25 años en adelante las mujeres son las que presentan mayor numero poblacional.<sup>27</sup>

En el departamento del Valle del Cauca, según estadísticas del DANE, la población es de 4.520.480 habitantes para el año 2013.

**Tabla 14 Estadística poblacional últimos diez años departamento del Valle**

| Año  | No. De habitantes Valle del Cauca |
|------|-----------------------------------|
| 2003 | 4.074.590                         |
| 2004 | 4.117.760                         |
| 2005 | 4.161.470                         |
| 2006 | 4.205.228                         |
| 2007 | 4.249.220                         |
| 2008 | 4.293.541                         |
| 2009 | 4.338.216                         |
| 2010 | 4.383.277                         |
| 2011 | 4.428.675                         |
| 2012 | 4.474.369                         |
| 2013 | 4.520.480                         |

Fuente: DANE.

<sup>27</sup> DANE (Departamento Administrativo Nacional De Estadísticas)

Según esta información recopilada por el Dane, en los últimos años, se puede ver que la población vallecaucana ha presentado una tendencia al crecimiento, lo cual indica que entre más personas haya mayor será el consumo de bienes y servicios, sobre todo de productos de primera necesidad como lo son los alimenticios.

Por otro lado, la población del municipio de Caicedonia – Valle, de acuerdo a la proyección del DANE para el año 2012, es de 30.341 habitantes, de los cuales el 50.8% corresponde al género masculino y el 49.2% al género femenino. Aproximadamente el 73,6% de los hogares de Caicedonia tiene 4 o menos personas. El 43,7% de las personas de 10 años y más, tienen estado conyugal Soltero(a) y el 25,1% Unión Libre. El 66,5% de la población de la cabecera municipal, de 3 a 24 años asiste a un establecimiento educativo formal. El 46,5% de la población residente en el municipio, ha alcanzado el nivel básica primaria; el 29,9% ha alcanzado secundaria y el 4,3% el nivel superior y postgrado. La población residente sin ningún nivel educativo es el 11,3%.

Por grupos de edad, el rango comprendido entre los 30 y los 39 años denota una disminución relativa, provocada por desplazamientos hacia otras regiones en procura de empleo. Del total de los habitantes del municipio, el 8.20% corresponde a niños, niñas y adolescentes y el 9.68% a adultos mayores de 65 años.

La población SISBENIZADA del municipio, es de 23.340 personas, de los cuales el 47% presenta necesidades básicas insatisfechas relacionadas con la salud, la educación, la vivienda y el ingreso, el 35.28% cuentan con algún tipo de recurso que les permite atender la vivienda y el ingreso<sup>28</sup>.

**Tabla 15 Tamaño de la población Caicedonia Valle.**

| <b>Año</b> | <b>Urbana</b> | <b>%</b> | <b>Rural</b> | <b>%</b> | <b>Total</b> | <b>Tasa promedio de decrecimiento anual</b> |
|------------|---------------|----------|--------------|----------|--------------|---------------------------------------------|
| 2012       | 23.869        | 78.67    | 6.472        | 21.33    | 30.341       | 0.34%                                       |
| 2013       | 23.626        |          | 6.406        |          | 30.032       |                                             |
| 2014       | 23.544        |          | 6.384        |          | 29.928       |                                             |
| 2015       | 23.467        |          | 6.363        |          | 29.830       |                                             |

Fuente: DANE

<sup>28</sup> Plan de Desarrollo Municipal 2012 – 2015 “CON SEGURIDAD Y OPORTUNIDAD PARA TODOS” ANEXO No. 4 CARACTERIZACIÓN SOCIAL.

**Tabla 16 Tasa de crecimiento demográfico interanual**

| Año  | Población | Tasa de decrecimiento | Tasa promedio                  |
|------|-----------|-----------------------|--------------------------------|
| 2012 | 30.341    | -                     | 0.34%<br>(variable hasta 0.67) |
| 2013 | 30.032    | 1.02%                 |                                |
| 2014 | 29.928    | 0.67%                 |                                |
| 2015 | 29.830    | 0.33%                 |                                |

Fuente: DANE – Planeación Municipal

De acuerdo con la información suministrada por la alcaldía municipal del municipio de Caicedonia Valle, se puede observar que la mayor parte de la población está conformada por personas del género masculino, lo cual podría generar una influencia negativa desde el punto de vista de adquisición de bienes y servicios, ya que hay una tendencia a que las mujeres sean las que adquieren los productos de la canasta familiar. Sin embargo, también podría tener una connotación positiva desde el punto de vista de capacidad adquisitiva, por lo que generalmente, son los hombres los que adquieren el ingreso para suplir las necesidades básicas y alimentarias de su familia.

#### ➤ **Natalidad**

La tasa de natalidad de Colombia para el 2012 es de 17,23%, la cual informa del número promedio anual de nacimientos por cada 1000 habitantes para cada año respectivamente.

Por otro lado, el índice de natalidad en el departamento del Valle del Cauca, elaborado por el Dane, para el año 2012 son de:

**Tabla 17 Tasa de Natalidad Valle del Cauca**

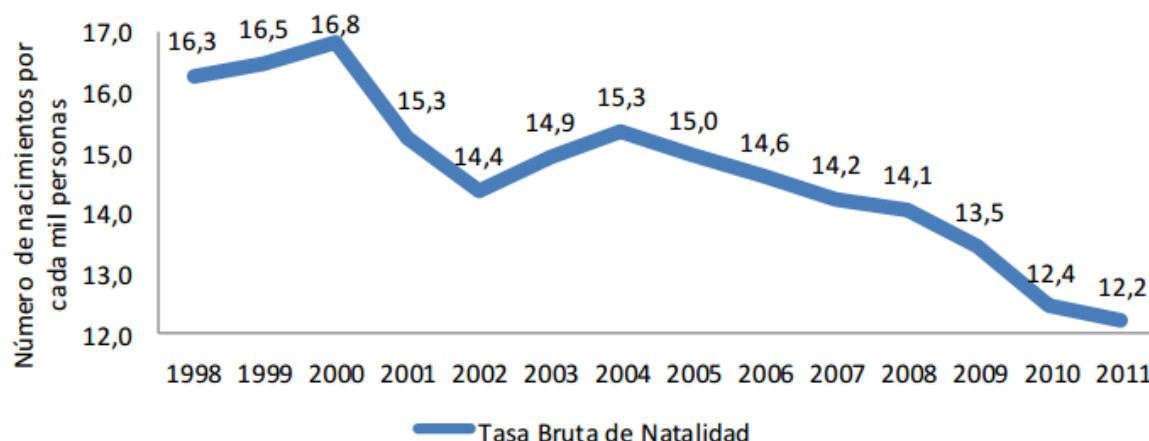
|                    |        |
|--------------------|--------|
| Total              | 23.539 |
| Cabecera municipal | 20.896 |
| Centro poblado     | 1.398  |
| Rural disperso     | 1.245  |
| Sin información    | 0      |

Fuente: DANE - Estadísticas Vitales

La Tasa Bruta de Natalidad en el Valle del Cauca ha tendido a disminuir desde el 2000, cuando llegó a 16,8 nacimientos por cada mil habitantes (siendo el máximo

nivel en todo el periodo estudiado), terminando el 2011 con 12,2 nacimientos por cada mil personas.

**Gráfico 12 Tasa Bruta de Natalidad para el Valle del Cauca 1988 - 2011**



Fuente: Observatorio Económico y Social del Valle del Cauca

Por departamentos, el Valle del Cauca cuenta con la menor TBN en promedio para el periodo entre 1998 – 2011, siendo ésta de 14,7 nacimientos por cada mil habitantes.

**Tabla 18 Tasa bruta de la natalidad en el Valle del Cauca.**

| Departamento           | TBN promedio |
|------------------------|--------------|
| Antioquia              | 16,6         |
| Atlántico              | 18,6         |
| Bogotá                 | 17,4         |
| <b>Valle del Cauca</b> | <b>14,7</b>  |
| Total Nacional         | 16,7         |

Fuente: Observatorio Económico y Social del Valle del Cauca.

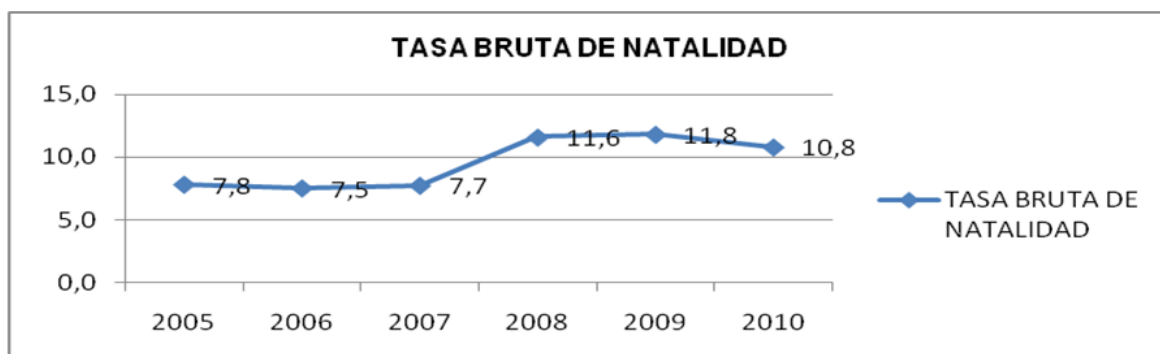
Con referencia a lo anterior, se puede decir que el Valle del Cauca muestra un buen nivel de desarrollo en el proceso de la transición demográfica, dado que cuenta con la menor TBN promedio entre 1998 y 2011.

**Tabla 19 Tasa de Natalidad en Caicedonia.**

| Años                    | 2005   | 2006   | 2007   | 2008    | 2009    | 2010    |
|-------------------------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| Tasa Bruta de Natalidad | 7.8 NV | 7.5 NV | 7.7 NV | 11.6 NV | 11.8 NV | 10.8 NV |

En contraste con lo anterior, para el municipio de Caicedonia se analizó la tendencia de la tasa de natalidad del periodo 2005 al 2010, utilizando la proyección poblacional según censo DANE 2005; observándose una variación significativa (TBN 2007=7.7, TBN 2008=11.6) que indica una tendencia al aumento en el comportamiento de la natalidad de acuerdo al crecimiento poblacional.

**Gráfico 13 Tasa Bruta de Natalidad en Caicedonia**



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2012 – 2015

La gráfica anterior muestra el comportamiento de la TBN en el municipio de Caicedonia – Valle durante los últimos años y se puede evidenciar que este índice presenta una leve tendencia al aumento obteniendo como resultado una tasa general de fecundación de 36.4% lo que indica que por cada 1000 mujeres en edad fértil residentes en el municipio de Caicedonia valle nacen 36.4 niños según el censo del 2007 hecho en la ciudad de Caicedonia - Valle.

Con respecto a lo anterior, se puede decir que este índice es positivo desde el punto de vista de la creación de una empresa, puesto que a futuro habrá mayor cantidad de personas que puedan consumir el producto y que tengan una tendencia a mejorar sus hábitos alimenticios y cuidar su salud al incluir en su dieta alimenticia productos sanos como el Café de Soya.

### ➤ **Mortalidad**

La tasa bruta de mortalidad está dada por el número de muertos por cada 1000 habitantes en un periodo determinado o año determinado; la mortalidad puede ser consecuencia de distintas causas sociales como guerras, criminalidad, déficit del sistema de salud y envejecimiento de la población.

En Colombia, la mortalidad ha experimentado reducciones significativas. La tasa bruta de mortalidad pasó de 16,3 defunciones por cada mil habitantes en 1950 a menos de 6 en 2005. El comportamiento favorable de esta variable es resultado

de los logros alcanzados en términos de acceso a salud, así como a mayores intervenciones del Estado a través de programas de prevención y promoción de la salud e incrementos en la cobertura y calidad del saneamiento básico y ambiental.

El comportamiento de la tasa bruta de mortalidad en Colombia se ha visto afectado por los efectos de la violencia, la cual se constituye en un factor que repercute negativamente, afectando en particular a la población masculina y dentro de ella, a la población en edades adultas jóvenes. Mientras que el porcentaje de muertes violentas frente al total de las defunciones en 1985 era de 9.4%, para el año 1991 se incrementó a 18.4% afectando principalmente a los hombres con una participación del 92%; a partir de 1992 cambia su tendencia hasta alcanzar en 1995 el 15.5%.

En comparación con otros países Latinoamericanos, durante el quinquenio 2000-2005 la tasa bruta de mortalidad en Colombia alcanzó una reducción inferior a la alcanzada por otros países como Chile, Costa Rica y México; pero superior a la alcanzada por Perú y Ecuador.<sup>29</sup>

Para el 2012 se estimó una tasa de mortalidad de 5.29 habitantes por cada 1000, siguiendo el historial de los últimos 10 años se puede afirmar que la tasa de mortalidad ha disminuido gradualmente y sólo en el 2010 pasó de 5,24 al 5,29 de 2012 con una tendencia ascendente.

Así mismo, para el Valle del Cauca, la TBM entre 1998 y 2011, fue en promedio de 5,6 muertes por cada mil personas. Aunque a lo largo de dicho periodo, tuvo una tendencia decreciente, que desde el 2001 cuando alcanzó el valor máximo de 6 muertes por cada mil habitantes, empezó un camino decreciente hasta llegar en el 2011 a 5,2 muertes por mil habitantes. Con relación al género, tanto en el Valle del Cauca como en Colombia, la mortalidad está concentrada en los hombres, representando el 60% del total de muertes y en el país el 58,6%.

**Tabla 20 Mortalidad en el Valle del Cauca.**

|                 |              |     | Hombres | Mujeres |
|-----------------|--------------|-----|---------|---------|
| Valle del Cauca | TOTAL        | 290 | 173     | 115     |
|                 | 10 - 14 años | 2   | 1       | 1       |
|                 | 15 - 19 años | 69  | 39      | 30      |
|                 | 20 - 24 años | 80  | 44      | 35      |
|                 | 25 - 29 años | 56  | 36      | 20      |

<sup>29</sup> Visión Colombia II Centenario. Departamento Nacional de Planeación. Dirección de Desarrollo Social. [http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articles-100079\\_archivo.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articles-100079_archivo.pdf)

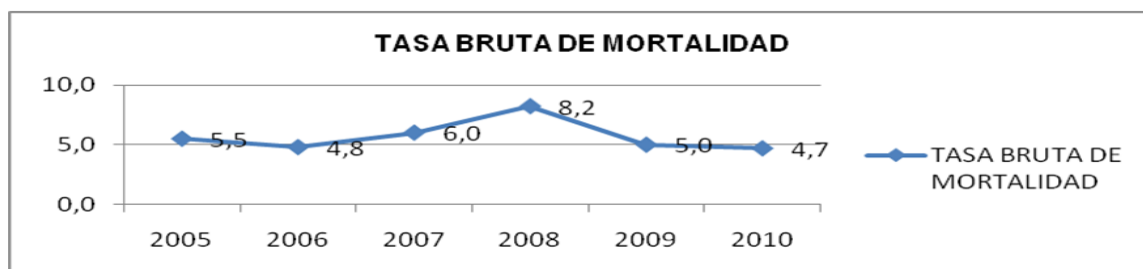
|  |                  |    |    |    |
|--|------------------|----|----|----|
|  | 30 - 34 años     | 48 | 30 | 17 |
|  | 35 - 39 años     | 12 | 7  | 5  |
|  | 40 - 44 años     | 15 | 9  | 6  |
|  | 45 - 49 años     | 0  | 0  | 0  |
|  | 50 - 54 años     | 0  | 0  | 0  |
|  | Edad desconocida | 8  | 7  | 1  |

Fuente: DANE - Estadísticas Vitales

Por otro lado, las principales causas de defunción en el Valle del Cauca muestran que 0,9 muertes, por cada mil personas, son causadas por homicidios y 0,2 por accidentes de transporte terrestre. Así mismo, hubo muertes por causas naturales, las cuales representaron 0,7 muertes por enfermedades isquémicas y 0,4 por enfermedades cerebrovasculares.<sup>30</sup>

En el municipio de Caicedonia – Valle se analizan los datos de mortalidad del año 2005 al 2010 según proyección censo DANE 2005 observándose una tasa elevada en año 2008, equivalente a 8.2 por 1000 habitantes, lo que indica que por cada 1000 pobladores en el municipio murieron 8.2 también se observa un descenso en la tasa bruta de mortalidad del año 2010 equivalente a 4.7 por 1000 habitantes.<sup>31</sup>

**Tabla 21 Tasa Bruta de Mortalidad Caicedonia Valle.**



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2012 – 2015

### ➤ Tasas de inmigración y emigración

En el 2012, se registraron un total de 9.444.268 movimientos migratorios, es decir, un incremento de 18% frente a 2011. Esto significa que durante el 2012, ingresaron y salieron del país, 1.420.290 viajeros más que los registrados un año atrás. Durante el año 2012 se presentó el flujo de ingreso al país de 2.903.861 viajeros colombianos y el registro de salida de 3.169.261. Comparando

<sup>30</sup> Mesa de Estadísticas Sociales - Observatorio Económico y Social del Valle del Cauca, 2012. Análisis descriptivo sobre la mortalidad y la natalidad en el Valle del Cauca, para el periodo 1998 – 2011.

<sup>31</sup> Plan de Desarrollo Municipal 2012 – 2015. Diagnóstico de infancia y adolescencia Caicedonia-Valle.

estas cifras con el año anterior (2011), existe una variación de 23,83% en las entradas y de 25,63% en las salidas. En cuanto a viajeros extranjeros, en el año 2012 el flujo de ingreso al país fue de 1.698.366 y el registro de salida fue de 1.672.780. Al comparar ese período con el mismo de 2011, se observa una variación de 7,16% en las entradas y de 6,45% en las salidas.

Del total de flujos migratorios, el 84% se hicieron por los Puestos de Control Migratorio (PCM) aéreos, 14,35% por los PCM terrestres, 0,87% por los PCM marítimos y el 0,11% por el PCM fluvial. El aeropuerto El dorado de Bogotá con 5.870.532 registros, es el PCM que concentra el mayor flujo migratorio del país con el 62,16% del total nacional, seguido por el aeropuerto José María Córdoba de Rionegro que atiende a la ciudad de Medellín, con el 8,62%, y el aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón de Cali, con el 6,32%<sup>32</sup>

De acuerdo a esta información, se deduce entonces, que Colombia presenta un mayor índice emigratorio; es decir, que son muchas las personas que abandonan el país con miras a buscar nuevos horizontes y mejores oportunidades en el extranjero. Este factor incide negativamente, no sólo en un proyecto de creación de empresas, sino también a nivel general, tanto económico como social, puesto que un gran número de personas que deciden abandonar el país dejan de aportar un ingreso per cápita a la nación, afectando de este modo la economía del país. Adicional a esto, también deja de aportar mano de obra y capacidad intelectual en la consecución de un crecimiento y desarrollo para la nación. Sin embargo, también podría tener una connotación positiva desde el punto de vista del ingreso y capacidad adquisitiva, ya que las personas radicadas en el extranjero podrían enviar dinero a sus familias para mejorar sus condiciones de vida; lo cual significa que si hay un aumento en la tasa de emigración, hay un aumento de las remesas provenientes del exterior para adquirir más bienes y servicios.

Por otro lado, el Valle del Cauca es considerado como uno de los departamentos con mayor porcentaje de habitantes en el exterior, con el 24,1% del total de migrantes nacionales. Así mismo, se calcula un monto promedio de envío de remesas entre los 240 y 300 dólares, gran parte de estos dineros se usan para gastos del hogar, seguido por el mercado, educación y salud. Dichas remesas colombianas presentaron un decaimiento de 14,3% entre 2008 y 2009, en el período enero-julio. Sin embargo, hoy en día el Valle del Cauca recibe el 29% del

---

<sup>32</sup> Informe de gestión 2012, Construyendo las bases de la nueva autoridad migratoria, migración Colombia ministerio de relaciones exteriores, [http://www.migracioncolombia.gov.co/phocadownload/Informe%20de%20gestio%CC%81n%202012\\_baja.pdf](http://www.migracioncolombia.gov.co/phocadownload/Informe%20de%20gestio%CC%81n%202012_baja.pdf)

total de las remesas del país, dato que resulta ser favorable para el análisis de esta variable porque significa que muchas personas en la región poseen ingresos adicionales para adquirir bienes y servicios para mejorar la calidad de vida de sus familias.

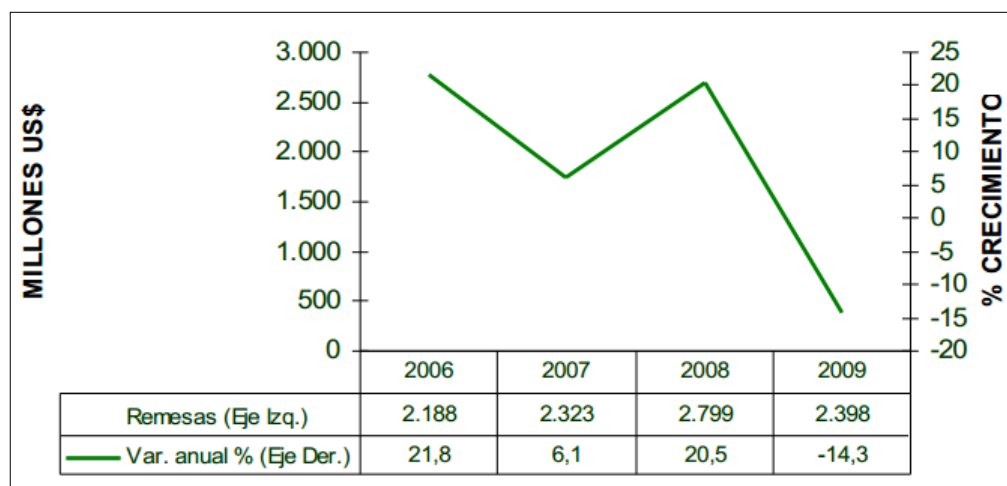
Tabla 22 Índice de colombianos en el exterior.

| COLOMBIANOS EN EL EXTERIOR |                                                |                   |                 |
|----------------------------|------------------------------------------------|-------------------|-----------------|
| Área                       | Zonas de Origen de las Migraciones al Exterior | Tasa de Migración | Nº de Migrantes |
| Valle del Cauca            | 24,10%                                         | 19.66%            | 796.887         |
| Cali                       |                                                | 7.88%             | 37.000          |
| Bogotá                     | 18,70%                                         | 9,11%             | 617.307         |
| Antioquia                  | 11,90%                                         | 7.01%             | 392.832         |
| Risaralda                  | 7,80%                                          | 29.84%            | 256.496         |
| Atlántico                  | 6,60%                                          | 10,32%            | 217.873         |
| Total País                 | 100,00%                                        | 7.88%             | 3.300.117       |

Fuente: Instituto de Prospectiva. Universidad del Valle

La tabla anterior muestra los porcentajes de migración por departamentos, y se puede evidenciar que el Valle del Cauca presenta el índice más alto con un total nacional de 24,1%, seguido de Bogotá con un 18,7% y el de más bajo índice es Atlántico con un porcentaje de 6,6%.

Gráfico 14 Valor de las remesas 2006-2007 Valle del Cauca

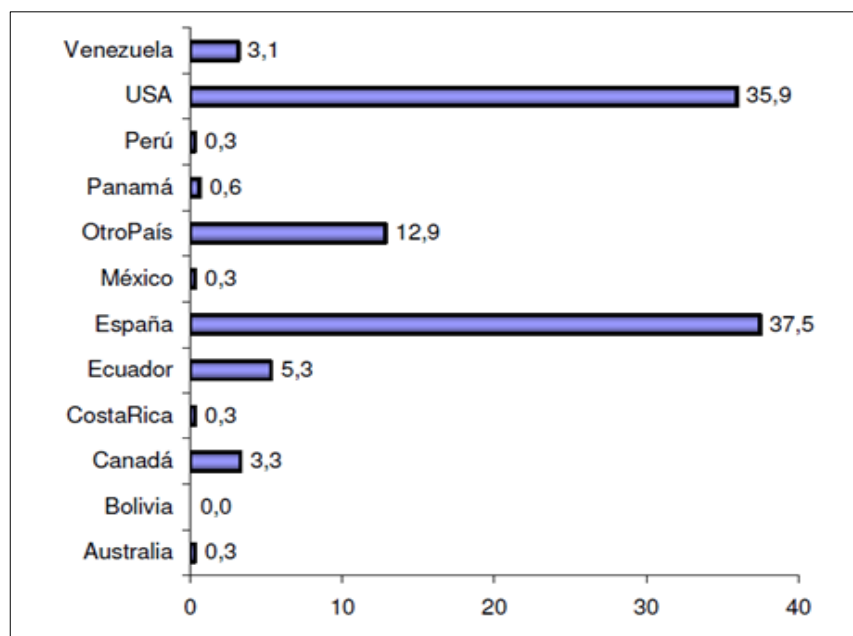


Fuente: Instituto de Prospectiva. Universidad del Valle

De igual forma, la gráfica anterior muestra el valor de las remesas que ingresan al país gracias al trabajo de miles de vallecaucanos residentes en el exterior. Para el año 2007, dichas remesas tuvieron un decrecimiento de 6,1% con respecto a 21,8% en el 2006; para el 2008 se reactivaron los ingresos al departamento con un porcentaje de 20,5 y para el 2009 volvió a presentar un decaimiento de -14,3%. Por lo tanto, es evidente que la tasa de emigración ha aumentado, pero el ingreso de remesas ha disminuido, y se percibe como un factor negativo para la economía del departamento, puesto que disminuye la mano de obra y disminuyen también los posibles ingresos extranjeros, situación que se explica por la crisis económica mundial.

Así mismo, en el municipio de Caicedonia – Valle, también se presenta un alto índice de emigración, tanto a nivel nacional como internacional, sobre todo en personas jóvenes entre los 19 y 25 años de edad. Estas personas que abandonan el municipio lo hacen principalmente porque buscan acceder a la educación superior o a una estabilidad laboral. En la siguiente gráfica se evidencia que del total de hogares el 5,5% tiene experiencia emigratoria internacional; del total de personas de estos hogares, residentes de forma permanente en el exterior el 37,5% está en España, el 35,9% en Estados Unidos y el 12,9% en otro país.<sup>33</sup>

**Gráfico 15 Total de personas viviendo en el exterior Caicedonia - Valle**



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015

<sup>33</sup> Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015. “Con seguridad y oportunidad para todos”. Anexo No.4. Caracterización Social.

Con respecto a lo anterior, se puede decir que esta variable podría influir negativamente para la creación de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya, puesto que los altos índices de emigración en el departamento y en la región no favorecen el crecimiento económico; adicional a esto, también influye de manera negativa el aumento del desempleo en aquellos países afectados por la crisis económica mundial, lo cual ha generado que las personas residentes en el exterior retornen a sus países de origen con una situación económica poco estable.

### ➤ Esperanza de Vida

Según el Banco Mundial, la esperanza de vida al nacer “indica la cantidad de años que viviría un recién nacido, si los patrones de mortalidad vigentes al momento de su nacimiento no cambian a lo largo de la vida del infante”. De acuerdo a los datos del DANE, la esperanza de vida en Colombia entre 1985 y 1990, se ubicaba en 68 años, mientras que entre 2000 y 2005, aumentó a 72,5 años, mostrando claramente la tendencia de crecimiento de este indicador.

**Tabla 23 Esperanza de vida en Colombia por periodos.**

| <b>Periodos</b> | <b>(años)</b>  |                |              |
|-----------------|----------------|----------------|--------------|
|                 | <b>Hombres</b> | <b>Mujeres</b> | <b>Total</b> |
| 1985-1990       | 64,23          | 71,69          | 67,87        |
| 1986-1991       | 64,24          | 71,97          | 68,01        |
| 1987-1992       | 64,25          | 72,25          | 68,15        |
| 1988-1993       | 64,25          | 72,52          | 68,28        |
| 1989-1994       | 64,26          | 72,78          | 68,42        |
| 1990-1995       | 64,27          | 73,04          | 68,55        |
| 1991-1996       | 64,36          | 73,29          | 68,72        |
| 1992-1997       | 65,07          | 73,54          | 69,20        |
| 1993-1998       | 65,79          | 73,78          | 69,69        |
| 1994-1999       | 66,56          | 74,01          | 70,19        |
| 1995-2000       | 67,25          | 74,25          | 70,66        |
| 1996-2001       | 67,80          | 74,47          | 71,05        |
| 1997-2002       | 68,25          | 74,69          | 71,39        |
| 1998-2003       | 68,60          | 74,91          | 71,68        |
| 1999-2004       | 68,90          | 75,12          | 71,93        |
| 2000-2005       | 69,17          | 75,32          | 72,17        |
| 2001-2006       | 69,40          | 75,52          | 72,39        |
| 2002-2007       | 69,64          | 75,71          | 72,60        |
| 2003-2008       | 69,87          | 75,90          | 72,81        |
| 2004-2009       | 70,11          | 76,09          | 73,03        |
| 2005-2010       | 70,34          | 76,27          | 73,23        |
| 2006-2011       | 70,46          | 76,44          | 73,38        |
| 2007-2012       | 70,58          | 76,62          | 73,53        |
| 2008-2013       | 70,70          | 76,78          | 73,67        |
| 2009-2014       | 70,83          | 76,94          | 73,81        |
| 2010-2015       | 70,95          | 77,10          | 73,95        |

Fuente: DANE. Proyecciones anuales de población.

Lo anterior indica que la esperanza de vida en Colombia ha aumentado a través de los años, puesto que las condiciones de vida han mejorado en cuanto a salubridad, servicios públicos, infraestructura, etc., todo esto gracias al desarrollo y a los avances tecnológicos y de conocimiento en los que ha invertido el estado.

Por otro lado, la esperanza de vida en el departamento del Valle del Cauca está aumentando, lo que puede significar una buena política social por parte de las autoridades gubernamentales con respecto al aseguramiento de los servicios de salud y el suministro de agua potable, mejorando así la calidad de vida de la población.

**Tabla 24 Esperanza de vida al nacer por periodos Valle del Cauca.**

| <b>Periodo</b> | <b>Edad Promedio</b> |
|----------------|----------------------|
| 1985-1990      | 66,5                 |
| 2000-2005      | 71,7                 |

Fuente: Observatorio Económico y Social del Valle del Cauca.

Según el cuadro anterior, en el Valle del Cauca la esperanza de vida pasó de 66,5 años promedio a 71,7 años en promedio, y para el municipio de Caicedonia Valle en particular, no se encontraron datos que muestren cuál es la esperanza de vida en la localidad; sin embargo, en el estudio del tamaño de la población, se puede evidenciar que dicha variable ha presentado un incremento y que el número de nacidos vivos también ha aumentado, lo cual significa que el servicio hospitalario del municipio ha logrado un mejoramiento en los últimos años.

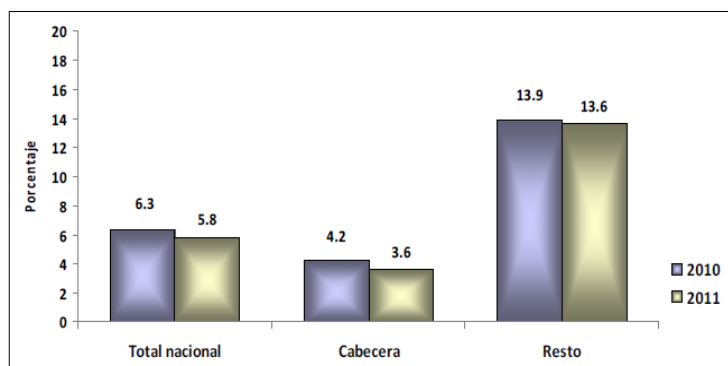
#### ➤ **Tasa de Analfabetismo**

La tasa de analfabetismo es el porcentaje de la población que no sabe leer o escribir después de determinada edad. En Colombia, la tasa de analfabetismo de las personas de 15 años y más fue 5,9% en 2012. En la cabecera la tasa de analfabetismo pasó de 3,6% en el 2011 a 3,8% en el 2012, en el resto se observó una disminución al registrar 13,3% en 2012 respecto a 13,6% en 2011. Así mismo, la región que presentó la tasa más alta de analfabetismo fue la región Atlántica con 10,4%, seguida de la región pacífica con 9,3%. Mientras que la región con la tasa más baja es San Andrés con 0,7%.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Comunicado de Prensa DANE. Bogotá 13 de marzo de 2013.

**Gráfico 16 Tasa de analfabetismo personas de 15 años y más total nacional, cabecera y resto (2010-2011)**



Fuente: DANE

Según la información suministrada por el DANE, la tasa de analfabetismo en Colombia ha sido positiva, puesto que ha presentado una tendencia al decrecimiento, lo que significa que cada año en Colombia hay más personas que tienen acceso a la educación y mayores oportunidades de aprendizaje y desarrollo intelectual.

Por otro lado, la región del Pacífico presenta una tasa de analfabetismo de 11,89%, 3.50 puntos porcentuales más alta que la alcanzada a nivel nacional. Por departamentos, Chocó presenta la situación más crítica con una tasa de analfabetismo del 20,89% muy por encima del promedio regional y nacional. Por otra parte, el departamento del Valle presenta la tasa más baja de la región con un 5,22%.<sup>35</sup>

Este comportamiento decreciente de la tasa de analfabetismo en el Valle del Cauca es muy alentador para la región, puesto que las cifras muestran que es uno de los departamentos que más apuntan a mejorar las políticas y programas de educación, y que el nivel educativo e intelectual es fundamental para alcanzar el desarrollo y el crecimiento económico de la región.

Según el Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015, en el municipio de Caicedonia – Valle existe una población de 3.725 habitantes entre 18 y 24 años considerados potencial demandante de programas de educación superior (técnicos, tecnológicos y/o profesionales). A pesar de que el municipio cuenta con una sede de la Universidad del Valle, difícilmente las personas deciden ingresar a estudiar alguno de los programas académicos que allí se ofrecen, y prefieren desplazarse a otros municipios para acceder a la educación superior.

<sup>35</sup> Ministerio de Educación Nacional. “Región Pacífico en Educación”.

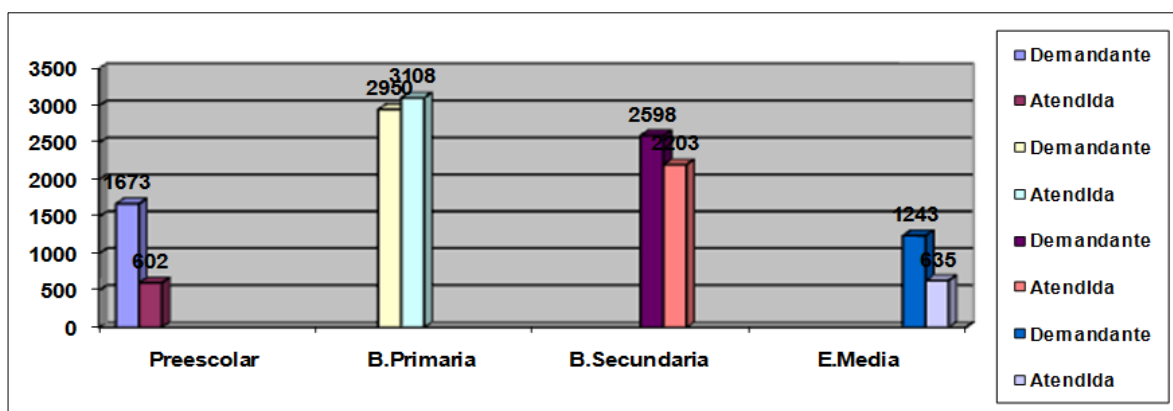
En cuanto a la educación básica primaria y secundaria, el municipio cuenta con dos grandes instituciones del sector público, en las que accede la mayor parte de la población entre los 3 y los 17 años de edad, desde el pre jardín hasta culminar la secundaria. De acuerdo con las estadísticas del Dane, 11.542 menores de edad tienen acceso a la educación, lo cual significa que el 38% de la población total son menores de edad y saben leer y escribir.

Sin embargo, los niveles de cobertura por encima del 100% que se registran en la básica primaria se explican con el fenómeno de extraedad. En este nivel es fundamental que el Municipio aplique políticas de retención escolar.

En la población en edad escolar de 11 a 17 años, correspondiente a los niveles de básica secundaria y media (4379), se encuentra un déficit de 1898 menores no atendidos en el Municipio (43,34%). Sin embargo, algunos de ellos están siendo atendidos en municipios aledaños como Sevilla, Pijao y Armenia, (un número aproximado de 120 estudiantes), reduciendo esta cantidad a 1778 jóvenes. Para este grupo poblacional es urgente que el Municipio promueva estrategias que estimulen el acceso, permanencia y promoción.

La tasa de escolaridad bruta del Municipio es de 85,6%, calculada así: población total matriculada: 6792 estudiantes/ población en el rango de 5 a 17 años: 7931 por 100. Esto significa que el 14.4 % de la población en este rango de edad, se encuentra por fuera del sistema educativo (1139 menores).<sup>36</sup>

**Gráfico 17 Déficit de cobertura educativa Caicedonia - Valle**



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal

Por lo tanto, esta variable indica que cada año los colombianos tienen mejor nivel educativo y tienen mayores oportunidades de acceder a un buen empleo con

<sup>36</sup> Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015. Diagnóstico de Infancia y Adolescencia. Caicedonia – Valle.

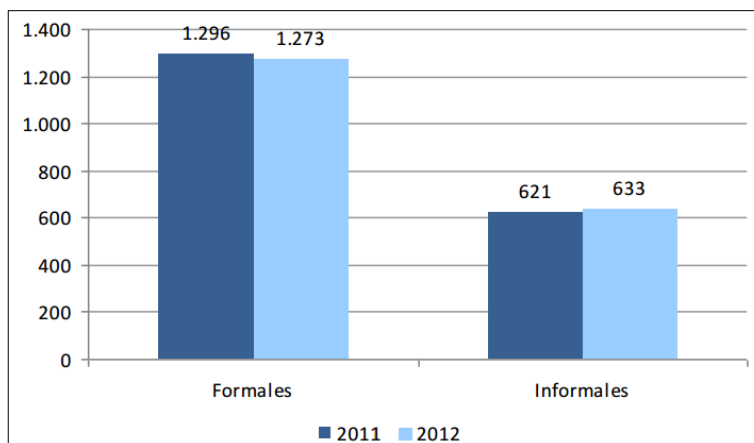
miras a mejorar sus ingresos económicos y su calidad de vida. Para el caso de la creación de una empresa productora de Café de Soya es una variable que se muestra como positiva porque el nivel educativo genera mejores oportunidades laborales y por ende, mayor capacidad adquisitiva de bienes y servicios.

### ➤ Ingreso Promedio

De acuerdo con la información suministrada por el Departamento de Planeación Nacional, en el año 2012 el ingreso per cápita de los colombianos aumentó. Entre 2009 y 2010 pasó de US\$4.900 a US\$6.000 al año, debido a la recuperación de la economía.<sup>37</sup>

En el trimestre abril – junio de 2012, los ocupados informales registraron un ingreso promedio mensual de \$633 mil pesos, superior en 12 mil pesos al registrado para el mismo trimestre de 2011. Por su parte la población ocupada formal en el segundo trimestre de 2012, registró un ingreso de \$1.273 miles de pesos.<sup>38</sup>

**Gráfico 18 Promedio de ingreso laboral mensual de ocupados formal e informal (2011-2012)**



Fuente: DANE.

En base a la información anterior, se puede percibir que el ingreso promedio de los colombianos ha venido aumentando a través del tiempo, a pesar de la crisis económica que ha golpeado el país en los últimos años. Sin embargo, Colombia se considera como uno de los países con el ingreso promedio más bajos del mundo. Por lo tanto, los ingresos salariales de los colombianos no son suficientes para adquirir los bienes y servicios que satisfagan sus necesidades básicas y les

<sup>37</sup> Revista Dinero. 28 de julio de 2010.

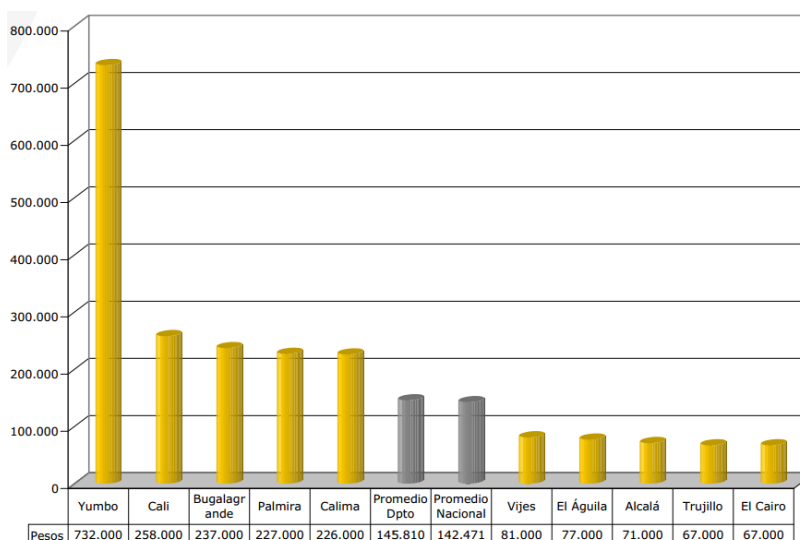
<sup>38</sup> Medición del Empleo Formal e Informal en Colombia 2012. DANE. Bogotá, agosto 10 de 2012.

ayude a mejorar sus condiciones de vida. Por tal motivo, resulta ser un aspecto negativo para la creación de una empresa productora de Café de Soya, ya que no tendrían el ingreso suficiente para complementar su alimentación con el producto que se desea incorporar en el mercado.

En el Valle del Cauca, el PIB per cápita para el 2009 alcanzó 4.161 dólares superando al nacional cuyo valor fue de 3.905 dólares. En cuanto a los ingresos corrientes per cápita los rangos se encuentran entre: \$67.000 y \$732.000. El municipio de Yumbo encabeza el ranking, seguido por la capital del departamento (\$258.000) y Bugalagrande (\$237.000). Por su parte, los municipios con menores ingresos corrientes per cápita del Valle son: El Águila (\$77.000), Alcalá (\$71.000), El Cairo y Trujillo (\$67.000).

Lo anterior evidencia una gran diferencia en la fortaleza de los ingresos de los municipios del Valle, debido a que tan sólo tres municipios se encuentran entre las primeras cien posiciones.<sup>39</sup>

**Gráfico 19 Ingreso promedio por municipios Valle del Cauca.**



Fuente: Federación Colombiana de Municipios.

Para el año 2012, el DANE realizó un estudio para conocer la distribución del ingreso en el país, y se evidenció que de los 33 departamentos, 8 presentan PIB per cápita por encima del promedio nacional y 25 por debajo. Santander, Bogotá, Valle y Antioquia en su orden registran niveles superiores al promedio nacional, por ser las economías que generan mayor valor agregado a la economía. El mayor PIB per cápita en algunos departamentos se atribuye al tipo de actividad

<sup>39</sup>Federación Colombiana de Municipios. "Ranking Municipal del Valle". [www.fcm.org.co](http://www.fcm.org.co)

económica principal que desarrollan, por ejemplo: Casanare, Meta y Arauca donde el mayor valor de producción se genera en la minería asociada a la extracción del petróleo.<sup>40</sup>

Por consiguiente, este dato se considera de gran importancia para el estudio de factibilidad de este proyecto, ya que indica que el ingreso de los vallecaucanos es uno de los más altos y estables a nivel nacional, y que el panorama de la empresa productora y comercializadora de Café de Soya es de éxito porque los vallecaucanos poseen ingresos suficientes para adquirir productos sanos que contribuyan en el mejoramiento de la salud y de la calidad de vida.

Para el municipio de Caicedonia – Valle no se encontraron cifras que indiquen el ingreso promedio de cada habitante, lo que sí se puede evidenciar es que hay una tasa de desempleo muy alto y la mayoría de las personas poseen un empleo informal o son trabajadores independientes, lo cual significa que los ingresos de los caicedonita no son altos y no poseen mucha capacidad económica para adquirir bienes y servicios para mejorar sus condiciones de vida y satisfacer sus necesidades.

**Tabla 25 Matriz Entorno Demográfico**

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE<br/>COFFE SOY – Sector Industrial<br/>ENTORNO - DEMOGRÁFICO</b>                                                                        |            |           |           |           |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                     | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| <b>NACIONAL</b>                                                                                                                                                      |            |           |           |           |           |
| De acuerdo con los estudios del DANE en el año 2012 la población total colombiana fue de 46.581.823, de los cuales 22.997.087 son hombres y 23.584.736 son mujeres.  | O          |           |           | X         |           |
| La tasa de natalidad de Colombia para el 2012 fue de 17,23%. Según el DANE la TBN está disminuyendo un punto cada dos años.                                          | A          |           | X         |           |           |
| En Colombia la TBM ha experimentado reducciones significativas, pasando de 16,3 defunciones por cada mil habitantes en 1950 a menos de 6 en 2005.                    | O          |           |           | X         |           |
| Para el 2012 se estimó una TM de 5.29 habitantes por cada 1000, siguiendo el historial de los últimos 10 años se puede afirmar que la TM ha disminuido gradualmente. | O          |           |           | X         |           |
| En el 2012 se presentó un flujo de ingreso al país de                                                                                                                | A          |           | X         |           |           |

<sup>40</sup> Prensa Libre Casanare. 28 de noviembre de 2011.

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE<br/>COFFE SOY – Sector Industrial<br/>ENTORNO - DEMOGRÁFICO</b>                                                                                                                        |            |           |           |           |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                     | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| 2.903.861 viajeros colombianos y el registro de salida de 3.169.261. Respecto al 2011, existe una variación de 23,83% en las entradas y de 25,63% en las salidas.                                                    |            |           |           |           |           |
| Según el DANE, la esperanza de vida en Colombia entre 1985 y 1990, se ubicaba en 68 años, mientras que entre 2000 y 2005, aumentó a 72,5 años, mostrando claramente la tendencia de crecimiento de este indicador.   | O          |           |           | X         |           |
| Según el DPN en 2012 el ingreso per cápita de los colombianos aumentó. Entre 2009 y 2010 pasó de US\$4.900 a US\$6.000 al año, debido a la recuperación de la economía.                                              | O          |           |           |           | X         |
| A nivel internacional, Colombia se considera como uno de los países con el ingreso promedio más bajos del mundo.                                                                                                     | A          |           | X         |           |           |
| En el 2012, el DANE realizó un estudio para conocer la distribución del ingreso en el país, y se evidenció que de los 33 departamentos, 8 presentan PIB per cápita por encima del promedio nacional y 25 por debajo. | O          |           |           |           | X         |
| <b>REGIONAL</b>                                                                                                                                                                                                      |            |           |           |           |           |
| Según estadísticas del DANE, para el año 2013 la población del Valle del Cauca es de 4.520.480 habitantes. Mientras que en el 2012 fue de 4.474.369.                                                                 | O          |           |           | X         |           |
| La TBN en el Valle del Cauca ha tendido a disminuir desde el 2000, cuando llegó a 16,8 nacimientos por cada mil habitantes, terminando el 2011 con 12,2 nacimientos por cada mil personas.                           | A          |           | X         |           |           |
| Por departamentos, el Valle del Cauca cuenta con la menor TBN en promedio para el periodo entre 1998 – 2011, siendo ésta de 14,7 nacimientos por cada mil habitantes.                                                | A          |           | X         |           |           |
| Para el Valle del Cauca, la TBM entre 1998 y 2011 fue en promedio 5,6 muertes por cada mil personas, pero para 2012 disminuyó a 5,2 muertes por mil habitantes.                                                      | O          |           |           | X         |           |
| El Valle del Cauca es considerado como uno de los departamentos con mayor porcentaje de habitantes en el exterior, con el 24,1% del total de migrantes nacionales.                                                   | A          |           | X         |           |           |
| Se calcula un monto promedio de envío de remesas                                                                                                                                                                     | O          |           |           |           | X         |

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE</b><br><b>COFFE SOY – Sector Industrial</b><br><b>ENTORNO - DEMOGRÁFICO</b>                                                                                                                                   |            |           |           |           |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                                            | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| entre los 240 y 300 dólares, gran parte de estos dineros se usan para gastos del hogar, seguido por el mercado, educación y salud.                                                                                                          |            |           |           |           |           |
| El Valle del Cauca recibe el 29% del total de las remesas del país.                                                                                                                                                                         | O          |           |           |           | X         |
| En el Valle del Cauca la esperanza de vida pasó de 66,5 años promedio entre 1985 - 1990 a 71,7 años en promedio durante el periodo 2000 – 2005                                                                                              | O          |           |           | X         |           |
| El departamento del Valle del Cauca presenta la tasa de analfabetismo más baja de la región con un 5,22%.                                                                                                                                   | O          |           |           | X         |           |
| En el Valle del Cauca, el PIB per cápita para el 2009 alcanzó 4.161 dólares superando al nacional cuyo valor fue de 3.905 dólares. En cuanto a los ingresos corrientes per cápita los rangos se encuentran entre: \$67.000 y \$732.000.     | O          |           |           |           | X         |
| <b>LOCAL (Caicedonia-Valle)</b>                                                                                                                                                                                                             |            |           |           |           |           |
| La población del municipio de Caicedonia – Valle, de acuerdo a la proyección del DANE para el año 2012, es de 30.341 habitantes.                                                                                                            | O          |           |           | X         |           |
| La población entre los 30 y los 39 años denota una disminución relativa, provocada por desplazamientos hacia otras regiones en procura de empleo.                                                                                           | A          |           | X         |           |           |
| Para el municipio de Caicedonia se observó una variación significativa en la TBN, en el 2007 fue de 7,7 y en 2008 de 11,6, lo cual indica una tendencia al aumento de acuerdo al crecimiento poblacional.                                   | O          |           |           | X         |           |
| En el municipio de Caicedonia – Valle se presentó una tasa de mortalidad de 8,2 por 1000 habitantes en el año 2008, pero en el año 2010 descendió a 4.7 por 1000 habitantes.                                                                | O          |           |           | X         |           |
| En Caicedonia – Valle se presenta un alto índice de emigración, sobre todo en personas jóvenes entre los 19 y 25 años de edad, debido principalmente a la necesidad de acceder a la educación superior o a una estabilidad laboral.         | A          |           | X         |           |           |
| En Caicedonia – Valle no se encontraron cifras que indiquen el ingreso promedio de cada habitante, lo que sí se puede evidenciar es el desempleo y la informalidad laboral, lo cual conlleva a ingresos bajos y poca capacidad adquisitiva. | A          | X         |           |           |           |

### **2.1.3 Entorno social**

El entorno social se considera de gran importancia en el análisis de la situación en la que se desenvolvería la empresa que se pretende crear en el municipio de Caicedonia – Valle. La sociedad colombiana y vallecaucana ha presentado cambios a lo largo de la historia y han atravesado por una situación bastante compleja, lo cual podría generar un impacto en la realización de dicho proyecto. Por lo tanto, es de gran relevancia detectar los factores sociales que podrían tener un impacto negativo en la empresa productora y comercializadora de Café de Soya y los que benefician el desarrollo de la misma.

#### **➤ Violencia (Grupos al margen de la ley)**

En Colombia el conflicto armado interno se ha prolongado desde hace 45 años y continúa existiendo, el cual se ha visto afectado seriamente por organizaciones terroristas, en particular las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (Farc) y el Ejército de Liberación Nacional (ELN). La violencia se manifiesta de diferentes modos que causan gran impacto en la sociedad, destacándose las masacres y los desplazamientos forzados de la población.

Así mismo, durante décadas, Las FARC y el ELN cometieron abusos a los derechos humanos, tales como: asesinatos políticos; uso indiscriminado de las minas antipersonal; asesinatos de integrantes de la fuerza pública fuera de servicio y funcionarios públicos; secuestros y desapariciones forzadas; desplazamientos forzados en masa; subordinación e intimidación de jueces, fiscales y testigos; violación del derecho a la intimidad de los ciudadanos; restricciones a la libertad de circulación; reclutamiento generalizado de niños para la guerra; ataques contra los activistas de derechos humanos; violencia contra la mujer incluyendo violencia sexual y abortos forzados; hostigamiento, intimidación y asesinatos de maestros y sindicalistas.

Las estadísticas del Estado señalaron que los secuestros disminuyeron en un 18% durante el año y los asesinatos en masa un 13%, a comparación con el mismo período en 2008. La Unidad de Derechos Humanos de la Fiscalía General de la Nación logró la condena de 421 acusados por delitos contra los derechos humanos, incluyendo a 157 integrantes del Ejército por ejecuciones extrajudiciales. En diciembre, el proceso de la Ley de Justicia y Paz (por la cual los líderes paramilitares confiesan sus crímenes y entregan sus bienes y activos, a cambio de una sentencia reducida) ayudó a aclarar más de 38.000 delitos que

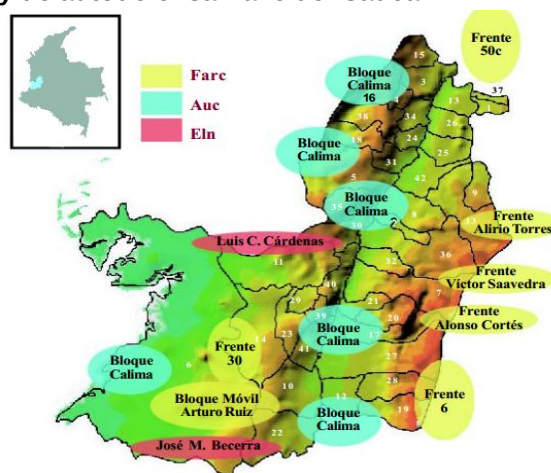
relacionaban a 50.000 víctimas, y llevó a la exhumación de 2.800 restos en 2.300 fosas comunes.<sup>41</sup>

Las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARCC) están presentes en el departamento con varias estructuras que hacen parte del Bloque Occidental o Comando de Occidente; y el Ejército de Liberación Nacional (ELN) a través del Frente de Guerra Suroccidental (Observatorio DD.HH, 2003-2008).

De acuerdo con el Periódico El Tiempo, durante la primera década del siglo XXI en el Valle del Cauca se presentaron alrededor de 47 masacres. Durante el año 2000 se presentó el mayor número (14). Posteriormente se registran nueve masacres en el 2001; y cinco o menos de cinco en los demás años. De este período llama la atención que el 2010 no se registró ninguna masacre. Los principales actores armados que propiciaron este tipo de hechos fueron los grupos paramilitares, los narcotraficantes (por venganza) y con una representación menos significativa los grupos guerrilleros.

Se resalta, además, que para el año 2010, el Valle del Cauca ocupa el segundo puesto en ocurrencia de secuestros después de Arauca y antes de Antioquia. A su vez, Cali registra tres secuestros, todos por cuenta de la delincuencia común.<sup>42</sup>

**Figura 2 Distribución de grupos guerrilleros y de autodefensa Valle del Cauca**



Fuente: Observatorio del Programa Presidencial de Derechos Humanos y DIH

<sup>41</sup>INFORME DE DERECHOS HUMANOS 2009, Embajada de los Estados Unidos, Bogotá Colombia.  
<http://spanish.bogota.usembassy.gov/infoderhum2009.html>

<sup>42</sup> ACOSTA OIDOR, Catalina. Anatomía del conflicto armado en el Valle del Cauca durante la primera década del siglo XXI. Revista Científica Guillermo de Ockham. Vol. 10, No. 1. Enero - junio de 2012.

**Tabla 26 Autor y frecuencia de las masacres cometidas en el Valle del Cauca 2000-2010**

| Año   | Actor masacre |                   |                            |                    |          |                 | Total masacres por año |
|-------|---------------|-------------------|----------------------------|--------------------|----------|-----------------|------------------------|
|       | Paramilitares | Guerrilleros FARC | Venganzas del narcotráfico | Delincuencia común | Ejército | No identificado |                        |
| 2000  | 11            | 0                 | 0                          | 0                  | 0        | 3               | 14                     |
| 2001  | 4             | 1                 | 1                          | 0                  | 0        | 3               | 9                      |
| 2002  | 2             | 1                 | 0                          | 1                  | 0        | 2               | 6                      |
| 2003  | 1             | 1                 | 1                          | 0                  | 0        | 0               | 3                      |
| 2004  | 0             | 0                 | 2                          | 0                  | 0        | 1               | 3                      |
| 2005  | 1             | 0                 | 1                          | 0                  | 0        | 1               | 3                      |
| 2006  | 0             | 0                 | 0                          | 0                  | 1        | 1               | 2                      |
| 2007  | 0             | 0                 | 0                          | 0                  | 0        | 1               | 1                      |
| 2008  | 0             | 0                 | 1                          | 0                  | 0        | 0               | 1                      |
| 2009  | 0             | 0                 | 5                          | 0                  | 0        | 0               | 5                      |
| 2010  | 0             | 0                 | 0                          | 0                  | 0        | 0               | 0                      |
| Total | 19            | 3                 | 11                         | 1                  | 1        | 12              | 47                     |

Fuente: Revista Científica Guillermo de Ockham.

La anterior tabla muestra el número de masacres cometidas en el Valle del Cauca en los últimos diez años y la participación de los grupos al margen de la ley en esta situación de violencia. Se puede evidenciar que el primer periodo de la década fue el más afectado por este flagelo, y que al pasar el tiempo, estas cifras fueron decreciendo gracias a la intervención del Estado en materia de seguridad. También se puede identificar que el grupo marginal que mayor participación tuvo en la criminalidad fueron los paramilitares, seguidos por los narcotraficantes y por último los guerrilleros.

El municipio de Caicedonia - Valle es un municipio con grandes antecedentes de delincuencia y violencia de todo tipo. Según la Policía Nacional de la localidad, se registraron 50 homicidios en el 2011 y al mes de agosto del 2012 ya iban 25, ubicándose en el puesto 13 de la tabla a nivel departamental. Uno de los factores generadores de delincuencia en el municipio son la pobreza, el desempleo, la falta de oportunidades, la impunidad, la corrupción, la desintegración familiar, la violencia intrafamiliar entre otras cosas.<sup>43</sup>

<sup>43</sup> OROBIO FRANCO, Donnier Alberto. Concejal Caicedonia – Valle.  
[http://www.redyaccion.com/caicedonia/archivo\\_general/concejal.htm#.UXCf3KJhVth](http://www.redyaccion.com/caicedonia/archivo_general/concejal.htm#.UXCf3KJhVth)

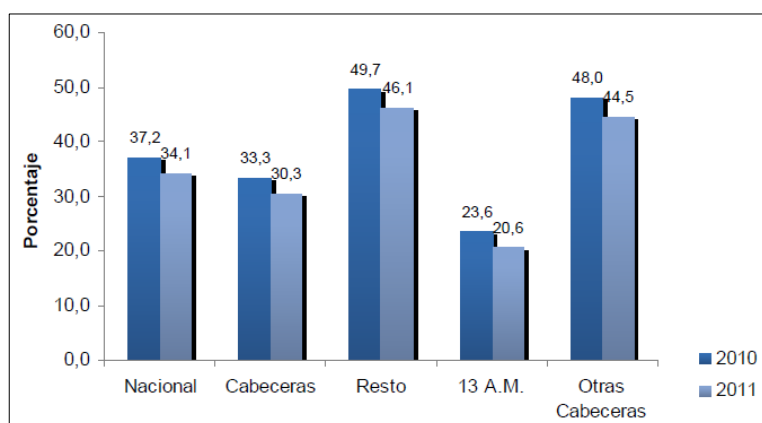
### ➤ Nivel de pobreza

De acuerdo con lo anunciado por el DANE, el número de pobres en Colombia en el 2011 fue de 15.242.000 personas, de las cuales 4.744.000 están en pobreza extrema o llamada indigencia. Para el total nacional la pobreza monetaria se redujo 3,1 puntos porcentuales entre 2010 y 2011, al pasar de 37,2% a 34,1%; por su parte la pobreza extrema paso de 12,3% a 10,6% lo que muestra una reducción de 1,7%. Por lo tanto, las cifras indican que salieron de la pobreza 1 millón 218 mil personas y de la indigencia otras 674 mil.

Según el DNP, “la reducción obedeció a un crecimiento económico que ha generado oportunidades de ingresos y empleo para los más pobres y a una redistribución del ingreso que ha hecho que los hogares más pobres crecieran sus ingresos de manera sostenida e importante”.<sup>44</sup>

El nivel de pobreza en Colombia ha presentado, en lo últimos años, una tendencia decreciente, gracias a las políticas gubernamentales que se ha implementado para alcanzar la meta de reducción de este índice y hacer que los Colombianos cada vez más tengan mejores condiciones de vida y elevar el nivel de desarrollo nacional.

**Gráfico 20 Incidencia de la pobreza monetaria 2010-2011**



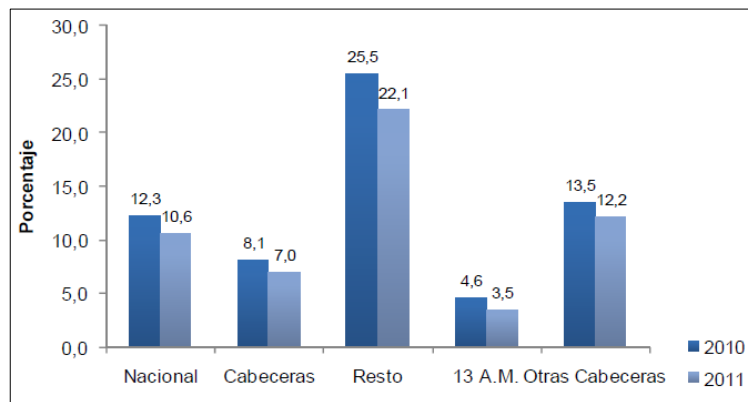
Fuente: Dane. Declaración Comité de Expertos 2012

Por otro lado, la reducción en puntos porcentuales de la pobreza extrema ha sido menor si se compara con la trayectoria de la pobreza total. La pobreza extrema

<sup>44</sup> Periódico El Universal. Publicado el 17 de mayo de 2012.

alcanza una reducción de 1,7 puntos porcentuales entre 2010 y 2011 (de 12,3% a 10,6%).<sup>45</sup>

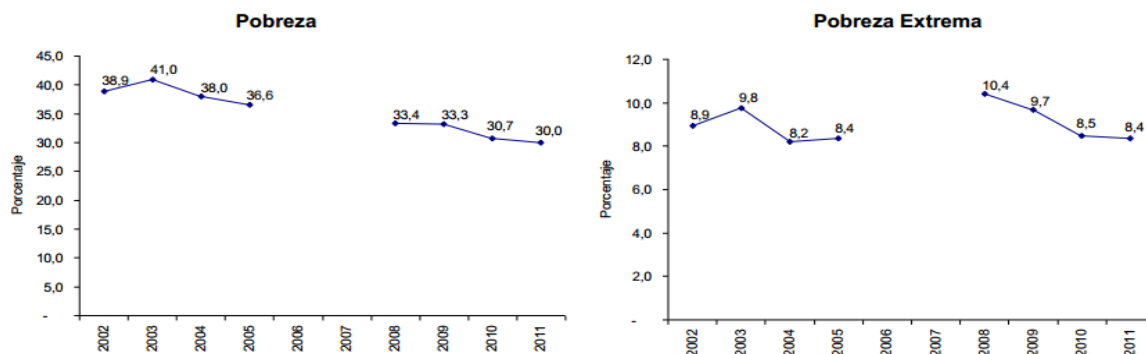
**Gráfico 21 Incidencia de la pobreza extrema monetaria 2010-2011**



Fuente: Dane. Declaración Comité de Expertos 2012

En cuanto a la situación de pobreza que presenta el Valle del Cauca, según cifras del Dane, ésta alcanzó una incidencia de 30,0. Entre 2010 y 2011, se registra una disminución de 0,7 puntos porcentuales. En 2011, la pobreza extrema en el Valle del Cauca fue 8,4%, 0,1 puntos porcentuales menos que en 2010 cuando se ubicó en 8,5%.

**Gráfico 22 Índices de pobreza.**



Fuente: Boletín de Prensa Dane.

Así mismo, la incidencia de pobreza monetaria en el Valle se redujo del 30,7% registrado en 2010 al 30% de 2011. En cuanto a la incidencia de la pobreza extrema, la variación en este departamento fue del 8,5 % (año 2010) al 8,4 % (año

<sup>45</sup> Declaración Comité de Expertos, Mayo 2012 Cifras de pobreza, pobreza extrema y desigualdad 2011.  
[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones\\_vida/pobreza/declaracion\\_expertos\\_pobreza\\_2012.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/declaracion_expertos_pobreza_2012.pdf)

2011). Aunque la reducción no es significativa, ella demuestra un crecimiento económico de la región, producto de las grandes inversiones en infraestructura y las expectativas frente a los tratados de Libre Comercio con Estados Unidos y Corea del Sur.<sup>46</sup>

**Tabla 27 Incidencia de la pobreza por departamentos (2002-2011)**

| <b>Departamento</b>   | <b>2002</b> | <b>2003</b> | <b>2004</b> | <b>2005</b> | <b>2008</b> | <b>2009</b> | <b>2010</b> | <b>2011</b> |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Chocó                 | 67,6        | 69,2        | 72,7        | 74,7        | 73,1        | 68,3        | 64,9        | 64,0        |
| Cauca                 | 57,8        | 62,0        | 60,0        | 56,1        | 66,4        | 66,1        | 64,7        | 62,0        |
| Córdoba               | 65,6        | 64,0        | 67,6        | 63,7        | 62,0        | 61,8        | 63,6        | 61,5        |
| Magdalena             | 65,5        | 59,5        | 54,8        | 57,5        | 64,5        | 58,3        | 58,0        | 57,5        |
| La Guajira            | 67,2        | 58,3        | 57,7        | 57,8        | 69,9        | 66,7        | 64,6        | 57,4        |
| Sucre                 | 69,2        | 58,2        | 64,0        | 63,8        | 66,6        | 66,2        | 63,7        | 53,0        |
| Nariño                | 65,7        | 70,0        | 65,2        | 58,7        | 56,1        | 55,1        | 56,4        | 50,6        |
| Huila                 | 69,6        | 66,8        | 64,6        | 56,1        | 58,5        | 57,5        | 53,3        | 48,2        |
| Cesar                 | 61,9        | 60,1        | 59,2        | 56,2        | 63,2        | 58,6        | 53,6        | 47,2        |
| Bolívar               | 64,9        | 53,9        | 54,8        | 51,9        | 58,3        | 57,1        | 49,4        | 43,7        |
| Tolima                | 54,3        | 51,9        | 55,8        | 50,7        | 46,4        | 48,4        | 45,1        | 43,1        |
| Caqueta               | 53,0        | 53,6        | 55,7        | 53,7        | 47,7        | 51,6        | 44,3        | 40,8        |
| Norte de Santander    | 56,6        | 58,9        | 61,0        | 59,4        | 50,7        | 47,5        | 43,1        | 40,6        |
| Quindío               | 47,1        | 38,8        | 46,8        | 45,6        | 43,3        | 49,9        | 43,4        | 40,2        |
| Boyacá                | 67,1        | 64,6        | 63,6        | 58,3        | 58,0        | 48,0        | 47,1        | 39,9        |
| Atlántico             | 50,1        | 52,4        | 49,9        | 48,8        | 48,0        | 47,9        | 43,9        | 37,8        |
| Caldas                | 46,1        | 47,3        | 47,9        | 43,8        | 42,8        | 41,7        | 39,6        | 36,6        |
| <b>Total Nacional</b> | <b>49,7</b> | <b>48,0</b> | <b>47,4</b> | <b>45,0</b> | <b>42,0</b> | <b>40,3</b> | <b>37,2</b> | <b>34,1</b> |
| Meta                  | 39,8        | 41,1        | 36,7        | 38,3        | 32,2        | 36,0        | 32,4        | 30,0        |
| Valle del Cauca       | 38,9        | 41,0        | 38,0        | 36,6        | 33,4        | 33,3        | 30,7        | 30,0        |
| Antioquia             | 47,9        | 46,2        | 44,4        | 41,8        | 38,3        | 35,1        | 31,3        | 29,3        |
| Risaralda             | 37,6        | 34,6        | 36,0        | 35,5        | 35,1        | 32,3        | 33,3        | 27,0        |
| Santander             | 45,0        | 44,4        | 42,3        | 41,4        | 30,6        | 27,2        | 21,6        | 21,8        |
| Cundinamarca          | 51,4        | 50,7        | 50,2        | 44,6        | 30,8        | 26,2        | 25,4        | 21,3        |
| Bogotá D.C.           | 31,8        | 32,1        | 28,8        | 26,6        | 19,7        | 18,3        | 15,4        | 13,1        |

Fuente: Comunicado de Prensa DANE.

De acuerdo con la información anterior, se puede decir que la situación de pobreza en el Valle del Cauca ha tenido una tendencia decreciente, lo cual significa que el nivel de vida ha mejorado considerablemente y que los habitantes tienen mejores condiciones de vida en comparación con años atrás. Por lo tanto, el análisis de dicha variable muestra un panorama alentador frente a la oportunidad de crear una empresa productora y comercializadora de Café de Soya en el municipio de Caicedonia – Valle, puesto que cada año hay menos pobres en la región y poseen mayor capacidad de mejorar sus condiciones de vida adquiriendo productos de calidad y que aporten a la nutrición de sus familias.

<sup>46</sup> Comunicado de Prensa DANE. Pobreza Monetaria por Departamentos. Bogotá 2013.

Por otro lado, para el municipio de Caicedonia – Valle no se encontró datos que muestren la situación de pobreza actual en el municipio. Sin embargo, se observa que el alto índice de desempleo y de informalidad contribuye a que este indicador no muestre un panorama positivo para el municipio.

### ➤ **Cobertura Servicios Públicos**

En la actualidad, Colombia ha avanzado en el sector de servicios públicos, sin embargo, todavía existen muchas falencias en cobertura y calidad de los servicios básicos como el agua potable, saneamiento básico, energía y alcantarillado en muchas poblaciones del territorio nacional.

En cuanto a los servicios de acueducto y alcantarillado, la cobertura nacional fue de 87,3% para el primero y 72,3% para el segundo según cifras del Dane. En las cabeceras municipales, el acueducto alcanzó una cobertura de 96%, mientras que el alcantarillado cubrió el 89,1% de los hogares colombianos. Así mismo, el gas natural tuvo una cobertura de 52,1% en la totalidad del país, donde en las cabeceras municipales fue del 65,6% y en el resto de los hogares del 4%.

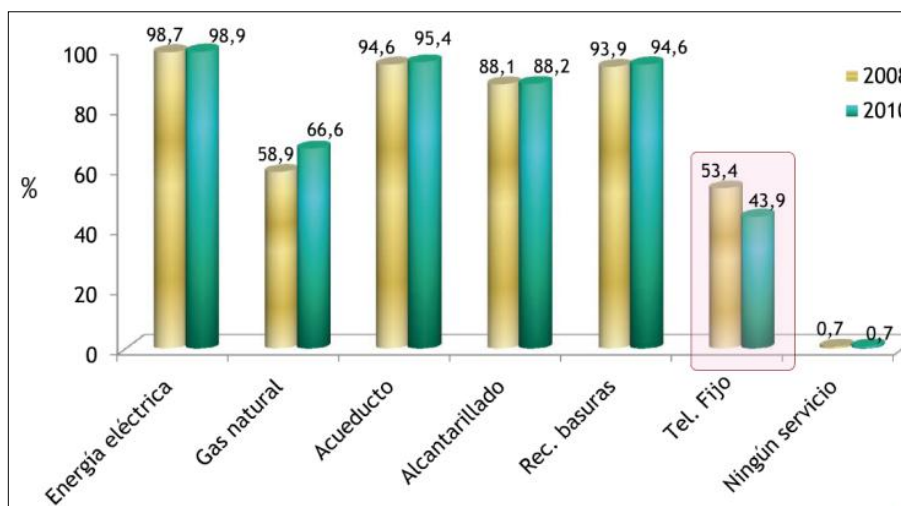
En cuanto a telecomunicaciones, la Encv reveló que la tenencia del servicio telefónico fijo en 2010 era reportado por el 39,8% de hogares en el país, mientras que en 2011 se observó una reducción de 2,9 puntos porcentuales, equivalente a una cobertura del 36,9%.<sup>47</sup>

Por otro lado, se puede decir que la situación en el Valle del Cauca en cuanto a la cobertura de servicios públicos es alentadora, puesto que para el 2011 aumentaron las cifras de cobertura de servicios básicos domiciliarios. Sin embargo, la Secretaria de salud manifiesta que solo el 5% del área rural cuenta con agua potable, mientras que en el área urbana la cobertura es casi del 100%.

---

<sup>47</sup> El Mundo.com. Mejora cobertura de servicios públicos. Publicado el 18 de abril de 2012.  
[http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/mejora\\_cobertura\\_de\\_servicios\\_publicos.php](http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/mejora_cobertura_de_servicios_publicos.php)

**Gráfico 23 Porcentaje de acceso a servicios públicos en el Valle del Cauca 2011**



Fuente: Cámara de Comercio de Cali

De acuerdo con el gráfico anterior, se puede evidenciar que el servicio que mayor cobertura tiene en el Valle del Cauca es la energía eléctrica y en segundo lugar está el acueducto. En contraste con lo anterior, el servicio con menor cifra de cobertura es el de telefonía fija.

En el municipio de Caicedonia – Valle, los pobladores cuentan con servicios públicos básicos como energía eléctrica, acueducto y alcantarillado en un porcentaje mayor al 90%, que corresponde a una buena cobertura de estos servicios; los demás servicios públicos como el gas natural y el teléfono, presentan porcentajes por debajo del 50%, teniendo en cuenta que estos servicios no son considerados imprescindibles en los hogares y generan sobrecostos que no están al alcance de la población.<sup>48</sup> Sin embargo, el acueducto ha presentado muchas falencias tanto de cobertura como de calidad. De acuerdo con la Secretaría Departamental de Salud, el municipio de Caicedonia no cuenta con un tratamiento adecuado del agua y el estado sanitario es desfavorable. Por lo tanto, este indicador muestra que hay un aspecto negativo que se debe analizar cuidadosamente en la creación de una empresa de alimentos, puesto que el agua potable es uno de los servicios más importantes para los procesos de elaboración del café de soya que se proyecta lanzar al mercado. El agua es uno de los recursos más importantes y costosos en muchos procesos productivos, y la calidad del producto final dependerá en gran parte de los insumos que se utilicen para su elaboración.

<sup>48</sup> Plan de Desarrollo Municipal. Anexo No. 9. Diagnóstico de Infancia y Adolescencia.

**Tabla 28 Estado sanitario del manejo de las aguas residuales urbanas en algunos municipios del departamento del Valle del Cauca 2012**

| Núm. | Municipio     | Empresa Prestadora de Servicios Públicos | Suscriptores | % Cobertura Redes | TRATAMIENTO | Concepto Sanitario |
|------|---------------|------------------------------------------|--------------|-------------------|-------------|--------------------|
| 1    | Alcalá        | ACUAVALLE S. A.                          | 2295         | 97.3              | No existe   | Desfavorable       |
| 2    | Andalucía     | ACUAVALLE S. A.                          | 4778         | 91.0              | No existe   | Desfavorable       |
| 3    | Ansermanuevo  | ACUAVALLE S. A.                          | 2035         | 97.4              | No existe   | Desfavorable       |
| 4    | Argelia       | ACUAVALLE S. A.                          | 686          | 98.7              | No existe   | Desfavorable       |
| 5    | Bolívar       | ACUAVALLE S. A.                          | 1233         | 98.0              | No existe   | Desfavorable       |
| 6    | Bugalagrande  | ACUAVALLE S. A.                          | 2890         | 95.0              | No existe   | Desfavorable       |
| 7    | Caicedonia    | ACUAVALLE S. A.                          | 5745         | 99.0              | No existe   | Desfavorable       |
| 8    | Calima Darién | EMCALIMA ESP.                            | 2822         | 90.0              | PTAR        | Desfavorable       |
| 9    | Dagua         | ACUAVALLE S. A.                          | 1500         | 80.0              | No existe   | Desfavorable       |
| 10   | El Águila     | ACUAVALLE S. A.                          | 710          | 96.2              | No existe   | Desfavorable       |

Fuente: Secretaría Departamental de Salud

Finalmente, se puede decir que analizar el entorno social para la creación de una empresa de cualquier índole, es de mucha importancia, puesto que permite conocer aquellos aspectos que favorecen el desarrollo de la futura organización y sus limitantes, el nivel de influencia, la situación actual y las posibles consecuencias. El análisis de las variables sociales también permite establecer el nivel de progreso de la sociedad, si es deficiente, la calidad de vida será deficiente, y por ende, la capacidad adquisitiva también lo será, situación que perjudica enormemente a cualquier empresa constituida o por constituirse ya que la capacidad de compra de la población será reducida.

**Tabla 29 Matriz del Entorno Social.**

| ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE<br>COFFE SOY – Sector Industrial<br>ENTORNO - Social                                                                                                  |     |    |    |    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|----|----|
| VARIABLES                                                                                                                                                                        | A/O | AM | am | om | OM |
| COLOMBIA                                                                                                                                                                         |     |    |    |    |    |
| En Colombia el conflicto armado se ha prolongado desde hace 45 años y aún sigue presente, el cual se ha visto afectado seriamente por grupos terroristas como las FARC y el ELN. | A   | X  |    |    |    |
| Las estadísticas del Estado señalaron que los secuestros disminuyeron en un 18% y los asesinatos en masa un 13%, a finales de 2008.                                              | O   |    |    | X  |    |
| En Colombia, el nivel de pobreza monetaria se redujo 3,1 puntos porcentuales entre 2010 y 2011, al pasar                                                                         | O   |    |    |    | X  |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |   |   |  |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|--|---|
| de 37,2% a 34,1%; por su parte la pobreza extrema paso de 12,3% a 10,6% lo que muestra una reducción de 1,7%.                                                                                                                                                                                                                |   |   |   |  |   |
| En cuanto a los servicios de acueducto y alcantarillado, la cobertura nacional en servicios públicos fue de 87,3% y 72,3% respectivamente según Dane. En las cabeceras municipales, el acueducto alcanzó una cobertura de 96%, mientras que el alcantarillado cubrió el 89,1% de los hogares colombianos.                    | O |   |   |  | X |
| <b>VALLE DEL CAUCA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |   |   |   |  |   |
| Durante el periodo 2000-2010 se registraron 114 secuestros en el Valle del Cauca, con un promedio de 10 secuestros por año. Y para el 2010 el departamento ocupó el segundo lugar en ocurrencia de secuestros.                                                                                                               | A |   | X |  |   |
| La situación de pobreza en el Valle del Cauca disminuyó en los últimos años. En 2011, la pobreza extrema fue 8,4%, mientras en 2010 fue de 8,5%.                                                                                                                                                                             | O |   |   |  | X |
| La cobertura de servicios públicos en el Valle es alentadora, ya que para el 2011 aumentaron las cifras de cobertura de servicios básicos domiciliarios. Sin embargo, la Secretaria de salud manifiesta que sólo el 5% del área rural cuenta con agua potable, mientras que en el área urbana la cobertura es casi del 100%. | O |   |   |  | X |
| <b>CAICEDONIA – VALLE DEL CAUCA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |   |   |  |   |
| Según la Policía Nacional de la localidad, se registraron 50 homicidios en el 2011 y al mes de agosto del 2012 ya iban 25, ubicándose en el puesto 13 de la tabla a nivel departamental.                                                                                                                                     | A |   | X |  |   |
| Los caicedonitas cuentan con servicios públicos básicos como energía eléctrica, acueducto y alcantarillado en un porcentaje mayor al 90%, que corresponde a una buena cobertura de estos servicios.                                                                                                                          | O |   |   |  | X |
| De acuerdo con la Secretaria Departamental de Salud, el municipio de Caicedonia no cuenta con un tratamiento adecuado del agua y el estado sanitario es desfavorable.                                                                                                                                                        | A | X |   |  |   |

## 2.1.4 Entorno cultural

### ➤ Diversidad cultural

La diversidad cultural es una característica esencial de la humanidad y un factor clave de su desarrollo. Colombia es un país reconocido por su compleja y rica diversidad cultural que se expresa en una gran pluralidad de identidades y de expresiones culturales de los pueblos y comunidades que forman la nación.<sup>49</sup>

En todas las regiones, la alegría del pueblo colombiano se percibe en sus fiestas, ferias, carnavales y festivales culturales. La música afro de la región pacífica, con sus currulaos y alabaos, basa su fuerza en los tambores y la marimba, con un acento melancólico de origen indígena. Los grupos indígenas de la Amazonía cuentan con las flautas yuruparí y los tambores maguares, ambos sagrados.

Los colombianos se caracterizan por ser alegres y entusiastas, y en los diferentes lugares del país se manifiesta una cultura dinámica, acorde con las tendencias internacionales. Muestra de ello son el Festival Internacional de Cine y el hoy Festival de Cartagena, el Festival de Teatro de Manizales, la Feria Internacional del Libro y el Festival de Jazz de Bogotá, el Festival Internacional de Poesía de Medellín.<sup>50</sup>

Así mismo, el departamento del Valle del Cauca cuenta con una cultura muy diversa en la que se honra a Dios, a los santos y a la muerte, se celebra a la vida, se tributa a la tierra y al agua, se exalta la belleza y el empuje de sus gentes, se le hace honor a la música, se convida a los ausentes.<sup>51</sup>

En el municipio de Caicedonia Valle existe una influencia paisa y cafetera muy arraigada. Se formó con familias de colonos procedentes de los departamentos de Antioquia, Caldas, Quindío y Risaralda, migración que le dio el perfil social, económico y cultural a la comunidad actual. Estos flujos poblacionales, fueron reactivados a razón de la bonanza cafetera y por la reactivación turística y comercial de los últimos años.<sup>52</sup>

---

<sup>49</sup> Eduteka.com. Docentes y Recursos Educativos.

<http://www.eduteka.org/proyectos.php/1/4917>

<sup>50</sup> Proexport Colombia, promoción de turismo, inversión y exportaciones.

<http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/cultura>

<sup>51</sup> Gente y Costumbres. <http://elvallenostoca.galeon.com/gente.htm>

<sup>52</sup> Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015. Anexo No. 4 Caracterización Social.

### ➤ Capacidad de Influencia de las mujeres

En Colombia, la ocupación de las mujeres ha aumentado significativamente y la influencia en el mercado laboral y los hogares es cada vez más fuerte. La jefatura femenina en los hogares colombianos durante los últimos 15 años ha aumentado en 10 puntos porcentuales, pasando de 24% en 1990 a 34% en el 2010. Quindío y Casanare son los departamentos que presentan mayor porcentaje de mujeres como jefes de hogar mientras Amazonas registra los menores índices. De igual forma, son las mujeres separadas, con un 74%, las que encabezan la lista de mujeres que actualmente trabajan. La región que ofrece mayores espacios laborales a las mujeres es Bogotá, mientras en la región Caribe se presentan menos oportunidades.

Así mismo, a mayor nivel socioeconómico del hogar y educación de la mujer más probabilidades de emplearse. San Andrés y Providencia, Bogotá y Vaupés presentan las mayores tasas de ocupación para las mujeres en edad fértil, mientras algunos departamentos de la región Caribe, Quindío, Risaralda y Antioquia presentan las menores. En cuanto a la actividad laboral que más desempeñan se encuentran las ventas, puesto que es la principal fuente de empleo al momento de buscar una vacante, independientemente de su nivel de riqueza y grado de educación. Al 90 por ciento de las mujeres que trabajan les pagan solamente con dinero, al 6 por ciento en dinero y especie (comida, vivienda) y al 3 por ciento no le pagan. Sin embargo, el 76 por ciento de las mujeres que reciben dinero por su trabajo deciden qué hacer con él y en el 45 por ciento de los casos la mujer paga la mitad de todos los gastos del hogar; es decir, que las decisiones en que las mujeres tienen la última palabra son las relacionadas con su propia salud y en los alimentos que se cocinan en el hogar cada día.<sup>53</sup>

El análisis de esta característica social es de vital importancia para el estudio del presente proyecto porque se puede observar cómo han cambiado las tendencias en la sociedad, donde la mujer es quién juega un papel importante tanto a nivel laboral como familiar. Por lo tanto, las cifras muestran que la mujer no sólo tiene el poder de decisión para elegir los productos que su familia requiere para satisfacer las necesidades básicas, sino que también posee la capacidad económica para comprar productos de buena calidad que se ajusten a su estilo de

---

<sup>53</sup> Encuesta Nacional de Demografía y Salud-ENDS, Profamilia, Ministerio de Protección Social, Bienestar Familiar, USAID.  
<http://www.profamilia.org.co/encuestas/Profamilia/Profamilia/documentos/boletines/prensa/Situacion-de-las-Mujeres-en-Colombia.pdf>

vida y que además, contribuyan con sus hábitos alimenticios y mejoren la calidad de vida, como en el caso del Café de Soya que se proyecta lanzar al mercado.

Por otro lado, para el departamento del Valle del Cauca, la participación de la mujer es un factor importante en el crecimiento y desarrollo de la región por su capacidad intelectual, liderazgo y destreza en actividades organizacionales. Para ello, la administración Departamental garantiza que las mujeres Vallecaucanas puedan gozar de sus derechos económicos, sociales y culturales, igualmente de sus derechos civiles y políticos en condiciones de equidad y sin discriminación y puedan disfrutar de una vida libre de violencia, con autonomía económica, con un mejor acceso a la salud, educación, cultura, vivienda, a la tierra, a la participación en política y toma de decisiones.<sup>54</sup>

Así mismo, en el municipio de Caicedonia Valle existe una situación poco usual sobre el tamaño de la población, por lo general la población femenina es mayor que la masculina en muchas partes de Colombia y el mundo, pero en Caicedonia existen más hombres que mujeres. Por lo tanto, esta característica muestra que en el municipio podría haber poca influencia de las mujeres; sin embargo, gran parte de ellas son jefes de hogar, madres solteras y desempeñan labores masculinas como el trabajo del campo, etcétera.

#### ➤ **Tendencias sobre el consumo de alimentos naturales**

Hoy en día el 45% de la sociedad colombiana se preocupa cada vez más por los cuidados de su cuerpo y de su salud física y mental. Las exigencias laborales han hecho que las personas se vean inmersas en actividades extenuantes, las cuales han generado elevados niveles de estrés, problemas de ansiedad, etcétera, generando obesidad, trastornos alimenticios y un sin número de enfermedades.

Por lo tanto, las tendencias de consumo han presentado un cambio muy notorio, ya que las personas prefieren consumir bebidas sanas, naturales y de línea dietética o integral, que aporten a la nutrición diaria vitaminas y minerales necesarias para el rendimiento físico, con bajos niveles de calorías, grasas y azúcares. Los alimentos de mayor preferencia de este grupo de personas que han cambiado sus hábitos alimenticios son las frutas, las verduras, bebidas y productos derivados de la soya, cereales, etcétera.

En el 2011 la tendencia al consumo de alimentos sanos y naturales estuvo enfocado a controlar el peso, mejorar la calidad de vida, remplazar los alimentos

---

<sup>54</sup> Plan Departamental de Desarrollo Valle del Cauca 2012 - 2015

tradicionales por alimentos light, bajos en grasa, sodio y azúcar. Con esta nueva tendencia, las industrias han dedicado sus esfuerzos a crear productos que generen un cambio de conciencia en las personas sobre el cuidado de la salud y han hecho que el consumidor cambie su percepción sobre los productos integrales o naturales. Es decir, que para los consumidores ya no es un sacrificio hacer dieta, cambiar los hábitos de alimentación o simplemente dejar de comer lo que se considera “chatarra”.

Así mismo, un estudio realizado por el ICBF, revela que en el departamento del Valle del Cauca el consumo de carbohidratos es elevado y el consumo de frutas y verduras es poco. De acuerdo con la investigación, la mitad de los adultos vallecaucanos, concretamente un 50,2%, padece sobrepeso. El 35% de la población tiene déficit en la ingestión de proteínas. El 24% no tiene los requerimientos de vitamina C y el 70% no consume alimentos con zinc (carne, pescado).

El informe manifiesta que el 31,5% de los vallecaucanos no consume verduras (el promedio de Colombia es 27,9%) y el 25,1% no come frutas. Igualmente, un 31% se excede en carbohidratos. Estas personas que tienen ese tipo de régimen alimenticio están en mayor riesgo de padecer enfermedades crónicas y cardiovasculares.

Por lo tanto, esta situación permite visualizar las tendencias de consumo en los vallecaucanos, la cual muestra que gran parte de la población vallecaucana no posee hábitos sanos de alimentación y no están interesados en consumir alimentos sanos que benefician su salud.

Por otro lado, el municipio de Caicedonia – Valle presenta un problema similar, puesto que la población tiene costumbres y tradiciones paisas, donde la alimentación se basa en un consumo alto de carbohidratos y grasas, además de que las comidas son muy condimentadas y, por ser una región cafetera, el consumo del café es bastante elevado también.

### ➤ **Tendencias sobre el consumo de soya**

El consumo de soya en Colombia ascendió a 375.000 toneladas en el 2009, de las cuales el 84% fueron importadas y el 16% restante corresponde a la producción nacional. El consumo de soya presentó un crecimiento de 1,88% promedio anual desde 1990 hasta el 2010. Por lo tanto, esta información corrobora que la sociedad actual ha cambiado sus tendencias de consumo tradicionales por una

tendencia a los productos que contribuyan a mejorar la calidad de vida y “entrar” en la moda de lo ligh y de la estética corporal.<sup>55</sup>

Por otro lado, la región con la mayor producción de soya a nivel nacional es el Departamento del Meta (76%), seguido del Valle del Cauca (22%), que en conjunto representan el 98%, en un total de área sembrada de 47.500 ha en el 2004, con un rendimiento promedio de 1.9 t/ha. Por lo tanto, se puede observar que la producción de soya en el Valle del Cauca es muy baja en comparación con otros departamentos y se deduce que el consumo también es bajo, a pesar de que dicho producto es muy utilizado como materia prima en la elaboración de diversos productos como concentrados, aceites, etcétera.

En el caso del municipio de Caicedonia – Valle no se encontró datos acerca del consumo de soya; por lo tanto, se pretende realizar un estudio de mercado que permita conocer la tendencia sobre el consumo de soya y el grado de aceptación de un nuevo producto derivado de este cultivo.

En conclusión, se puede decir que el análisis de esta variable muestra un panorama alentador en el sentido de que el consumo de Soya en Colombia y en el Valle del Cauca aumentó; sin embargo, para cubrir la demanda, se tuvo que recurrir a la importación, ya que la producción nacional no alcanzaba para el consumo interno. Es decir, que para este proyecto, se elevarían los costos de producción, factor que se debe tener en cuenta para determinar si la creación de este tipo de empresa es viable o no.

**Tabla. 30 Matriz Entorno Cultural**

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE<br/>COFFE SOY – Sector Industrial<br/>ENTORNO - Cultural</b>                                                                                                            |            |           |           |           |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                      | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| <b>Colombia</b>                                                                                                                                                                                       |            |           |           |           |           |
| Colombia es reconocida por su compleja y rica diversidad cultural que se expresa en una gran pluralidad de identidades y de expresiones culturales de los pueblos y comunidades que forman la nación. | O          |           |           |           | X         |
| La ocupación de las mujeres en Colombia ha aumentado significativamente y la influencia en el mercado laboral y los hogares es cada vez más fuerte.                                                   | O          |           |           |           | X         |

<sup>55</sup> Legiscomex.com 18 de abril de 2011.

<http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/R/resultados-maiz-soya-articulo/resultados-maiz-soya-articulo.asp?CodSeccion=>

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE</b><br><b>COFFE SOY – Sector Industrial</b><br><b>ENTORNO - Cultural</b>                                                                                                                                                                                                                                         |            |           |           |           |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| La jefatura femenina en los hogares colombianos durante los últimos 15 años ha aumentado en 10 puntos porcentuales, pasando de 24% en 1990 a 34% en el 2010.                                                                                                                                                                                   | O          |           |           |           | X         |
| El 76% de las mujeres que reciben dinero por su trabajo deciden qué hacer con él y en el 45% de los casos la mujer paga la mitad de todos los gastos del hogar.                                                                                                                                                                                | O          |           |           |           | X         |
| Las decisiones de compra de gran parte de las mujeres colombianas están relacionadas con su propia salud y en los alimentos que se consumen en el hogar cada día.                                                                                                                                                                              | O          |           |           |           | X         |
| La mujer colombiana no sólo tiene el poder de decisión para elegir los productos que su familia requiere para satisfacer las necesidades básicas, sino que también posee la capacidad económica para comprar productos que se ajusten a su estilo de vida y que además, contribuyan con sus hábitos alimenticios y mejoren su calidad de vida. | O          |           |           |           | X         |
| El 45% de la sociedad colombiana se preocupa cada vez más por los cuidados de su cuerpo y de su salud física y mental, los cuales buscan como alternativa productos que contribuyan al mejoramiento de su calidad de vida.                                                                                                                     | O          |           |           |           | X         |
| Las tendencias de consumo en la sociedad colombiana han cambiado notoriamente, ya que las personas prefieren consumir bebidas sanas, naturales y de línea dietética o integral, las cuales aporten a la nutrición diaria vitaminas y minerales necesarias.                                                                                     | O          |           |           |           | X         |
| En el 2011 la tendencia al consumo de alimentos sanos y naturales estuvo enfocado a controlar el peso, mejorar la calidad de vida, remplazar los alimentos tradicionales por alimentos light.                                                                                                                                                  | O          |           |           |           | X         |
| El consumo de soya en Colombia ascendió a 375.000 toneladas en el 2009, de las cuales el 84% fueron importadas y el 16% restante corresponde a la producción nacional.                                                                                                                                                                         | A          | X         |           |           |           |
| El consumo de soya presentó un crecimiento de 1,88% promedio anual desde 1990 hasta el 2010.                                                                                                                                                                                                                                                   | O          |           |           | X         |           |
| <b>VALLE DEL CAUCA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |            |           |           |           |           |

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE</b><br><b>COFFE SOY – Sector Industrial</b><br><b>ENTORNO - Cultural</b>                                                                                                                                                                 |            |           |           |           |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| Para el Valle del Cauca, la participación de la mujer es un factor importante en el crecimiento y desarrollo de la región por su capacidad intelectual, liderazgo y destreza en actividades organizacionales.                                                          | O          |           |           | X         |           |
| Según el ICBF, en el Valle del Cauca el consumo de carbohidratos es elevado y el consumo de frutas y verduras es poco. El 50,2% de la población padece sobrepeso y el 35% de la población tiene déficit en la ingestión de proteínas.                                  | A          |           | X         |           |           |
| Gran parte de la población vallecaucana no posee hábitos sanos de alimentación y no están interesados en consumir alimentos sanos que benefician su salud.                                                                                                             | A          | X         |           |           |           |
| La producción de soya en el Valle del Cauca representa el 22% de la producción nacional, lo que significa que es muy baja en comparación con otros departamentos y se deduce que el consumo también es bajo.                                                           | A          | X         |           |           |           |
| <b>CAICEDONIA - VALLE</b>                                                                                                                                                                                                                                              |            |           |           |           |           |
| En Caicedonia hay una situación poco usual sobre el tamaño de la población y es que existen más hombres que mujeres. Sin embargo, gran parte de ellas son jefes de hogar, madres solteras y desempeñan labores masculinas como el trabajo del campo, etc               | O          |           |           | X         |           |
| El municipio de Caicedonia presenta malos hábitos alimenticios, ya que posee muchas costumbres paisas, donde la alimentación se basa en un consumo alto de carbohidratos y grasas, y por ser una región cafetera, el consumo del café tradicional es bastante elevado. | A          | X         |           |           |           |
| Sobre el consumo de soya no se encontraron datos en el municipio de Caicedonia; por lo tanto, se pretende realizar un estudio de mercado que permita conocer la tendencia sobre el consumo de soya en esta región.                                                     | O          |           |           | X         |           |

Fuente: Elaborado por el autor

### 2.1.5 Entorno político

De acuerdo con la teoría de Douglas North, el entorno político permite identificar la importancia de las instituciones en las transacciones, es que estructuran incentivos para el desarrollo de intercambios humanos sean políticos, sociales o

económicos. A su vez las instituciones definen y limitan el conjunto de elecciones de los individuos; gracias al cambio institucional, las sociedades evolucionan en el tiempo y se logra entender el cambio histórico.<sup>56</sup>

En Colombia, la creación de nuevas empresas presentó un incremento de 13.1% para el año 2012 respecto al 2011, situación que obedece al buen crecimiento de la economía colombiana mirada dentro del contexto internacional, al incremento de la inversión y a la búsqueda de una solución propia del empleo. La Confederación Colombiana de Cámaras de Colombia (Confecámaras) indica que en todo el 2012 se constituyeron 64.421 nuevas empresas, con un aumento de 11,6 por ciento con respecto al 2011, cuando se crearon 57.710.<sup>57</sup>

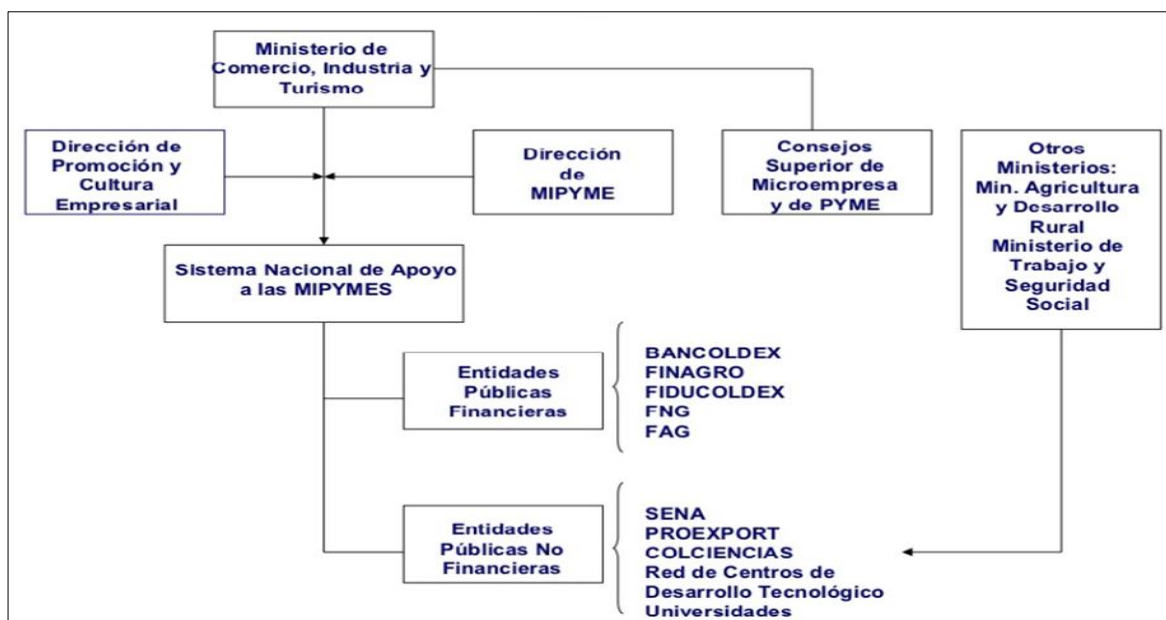
Por lo tanto, esta situación es optimista para aquellas personas que desean emprender una idea de negocio en Colombia, y para la creación de una empresa productora y comercializadora de café de soya en el municipio de Caicedonia - Valle es importante considerar todos aquellos entes gubernamentales e institucionales que faciliten la creación y el desarrollo del presente proyecto. Por consiguiente, se investigará sobre las instituciones más importantes a nivel nacional, departamental y regional, con el objetivo de obtener la información necesaria y el financiamiento acorde para acceder a las políticas de emprendimiento que hoy se encuentran vigentes en el país.

---

<sup>56</sup> BETANOURT, Benjamín. Entorno Organizacional, Análisis y Diagnóstico.

<sup>57</sup> Periódico Portafolio. Publicado el 9 de enero del 2013. "Creación de Empresas aumentó 11.6% en 2012". <http://www.portafolio.co/negocios/creacion-empresas-aumento-2012>

**Figura 3 Entidades que apoyan la creación de empresa en Colombia**



Fuente: Política Pública y Creación de Empresas en Colombia

El gráfico anterior muestra la estructura de los diferentes entes que funcionan para la ejecución de las políticas establecidas por el gobierno para la creación de empresa en Colombia. Existe una articulación directa y coordinada entre las instituciones mencionadas en el gráfico; así mismo, las entidades financieras y las no financieras y la participación de los ministerios como apoyo a dichas entidades.

### ➤ Instituciones que apoyan el emprendimiento en Colombia

**Tabla 31 Instituciones que apoyan el emprendimiento en Colombia.**

|                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>FONDO EMPRENDER DEL SENA</b>                    | Financia proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años graduados.                                                                                                                                                                                                                |
| <b>INCUBADORAS DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA</b> | Apoya la creación y la consolidación de empresas de base tecnológica, es decir aquellas que generan productos o servicios innovadores en el mercado global. Apoyan a emprendedores que tengan una idea innovadora y empresas que desean desarrollar nuevos proyectos, como también resolver una problemática derivada de sus procesos internos. La Incubadora Gestando, presta asesoría a proyectos de Economía Solidaria |
| <b>UNIVERSIDADES -</b>                             | Asesora a los emprendedores y empresarios en el desarrollo de un plan de negocios para ser presentado a entidades de financiamiento a nivel de                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CONSULTORIO GERENCIAL</b>                      | incubación. Ofrece capacitación, asesoría y consultoría para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa y fomenta el criterio exportador en este mismo tipo de organizaciones.                                                                                                                                                                                            |
| <b>UNIVERSIDADES - CONSULTORIO JURÍDICO</b>       | Brinda asesoría jurídica en las diversas ramas del derecho. De esta forma se ofrecen alternativas a las inquietudes presentadas de orden laboral como comercial.                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>FONDO NACIONAL DE GARANTÍAS</b>                | Facilita el acceso a las operaciones activas de crédito a personas naturales y jurídicas, que cuenten con proyectos viables y que presenten insuficiencia de garantías a juicio de los intermediarios financieros.                                                                                                                                                                  |
| <b>INSTITUTO DE FOMENTO INDUSTRIAL</b>            | Brinda asesoría referente a las líneas de crédito para emprendedores, micro, pequeñas, medianas y grandes empresas de acuerdo a las necesidades expuestas por los emprendedores y empresarios, como también orienta sobre los procedimientos que se deben seguir para acceder al crédito con los intermediarios financieros                                                         |
| <b>FINAMERICA</b>                                 | Ofrece asesoría especializada a micros y pymes sobre las diferentes alternativas de financiamiento, determina la viabilidad del crédito de acuerdo a las políticas de la entidad.                                                                                                                                                                                                   |
| <b>BANCO CAJA SOCIAL</b>                          | Presta asesoría a micro empresas, pymes y grandes empresas sobre las condiciones financieras para acceder a las líneas de crédito de acuerdo a las políticas de riesgo del banco, adicionalmente realiza el filtro para el estudio del crédito en cuanto a su viabilidad y capacidad de pago. Posteriormente canaliza los documentos para el otorgamiento y asignación de oficinas. |
| <b>FINAGRO</b>                                    | Ofrece asesoría para la formulación e implementación de proyectos dirigidos para el fortalecimiento y crecimiento del sector agropecuario, brindando líneas de crédito con intereses de fomento. Su entidad intermediaria para esta gestión es el Banco Agrario.                                                                                                                    |
| <b>MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO</b> | Ofrece asesoría y capacitación a los microempresarios y empresarios de las pymes en desarrollo de la cultura empresarial y exportadora, sus servicios se ofrecen a través de programas como la semana del empresario y el exportador, el plan padrino, jóvenes emprendedores, Carces y los consejos regionales de apoyo a las pymes.                                                |
| <b>PROEXPORT</b>                                  | Brinda apoyo y asesoría integral a los empresarios nacionales en sus actividades de mercadeo internacional, mediante servicios dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia exportadora. Su                                                                                                                                                                         |

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | acción se centra en la identificación de oportunidades de mercado, diseño de estrategias de penetración de mercados, internacionalización de las empresas y acompañamiento en el diseño de planes de acción para entrar a los mercados internacionales. Articulación con los ZEIKY, para ofrecer capacitación y asesoría para generar entre los emprendedores y empresarios la cultura exportadora y promover las exportaciones.                   |
| <b>BANCOLDEX</b>               | Financia los empresarios vinculados con el sector exportador colombiano por medio de las siguientes modalidades: Capital de trabajo, actividades de promoción, inversión en activos fijos y diferidos, leasing, creación y adquisición y capitalización de empresas, consolidación de pasivos, garantías Mipymes.                                                                                                                                  |
| <b>DIAN</b>                    | Facilita a las personas naturales o jurídicas constituidas como empresa, el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras, y cambiarias, además apoyar las operaciones de comercio internacional en condiciones de equidad, transparencia y legalidad.                                                                                                                                                                                   |
| <b>COOPERATIVAS</b>            | Facilita la conformación de empresas cooperativas y apoyo financiero a nuevas empresas. <sup>58</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>LA RED DE EMPRENDEDORES</b> | Es una iniciativa patrocinada por Fundación Bavaria; es un espacio para la conectividad, información, gestión de negocios y creación de conocimiento entre miles de emprendedores en todo el territorio nacional; la Red de Emprendedores surge como un modelo horizontal de articulación y de conocimiento colectivo que busca explotar el potencial de negocios, de experiencia y de contactos presentes en el mercado colombiano. <sup>59</sup> |
| <b>FUNDAEMPRESA</b>            | La Fundación para el Fomento de la Iniciativa Empresarial trabaja desde 1985 en el fortalecimiento empresarial con un programa educativo especializado para la creación de empresas; su metodología ha sido transferida a múltiples ONG y entidades educativas colombianas que hoy desarrollan programas de esta clase. Apoya la creación y el desarrollo de nuevas empresas y realiza seminarios y procesos de consultoría empresarial.           |

Fuente: adaptado por el autor

<sup>58</sup> <http://capsulasdeemprendimiento.wordpress.com/fomento/emprendimiento-2/colombia/>

<sup>59</sup> <http://empresamia.com/convocatorias>

Para la creación de empresa en Colombia es importante que las personas emprendedoras tengan en cuenta las instituciones que contribuyen de alguna manera en el desarrollo de nuevos proyectos de negocio en todo el país. Esto con el fin de fomentar el crecimiento y el desarrollo económico en todas las regiones del país, a través del incentivo en una cultura de innovación en las personas para que obtengan nuevas fuentes de ingresos, y logren poner en marcha un proyecto de vida viable que beneficie no sólo los ingresos personales, sino también los de una población determinada.

### ➤ **El emprendimiento en el Valle del Cauca**

El Departamento del Valle del Cauca es una región con alto nivel de emprendimiento, conformada por instituciones educativas públicas y privadas, que cada vez más, están apuntando hacia la generación de una cultura de innovación y emprendimiento que permita aprovechar la riqueza del departamento de una manera sostenible, que genere impacto positivo en el ámbito económico, social y ambiental.

Las instituciones que fomentan la creación de empresa en el departamento del Valle del Cauca son las mismas anteriormente mencionadas, las cuales realizan convocatorias a nivel departamental para que sean expuestas las nuevas ideas de negocio o creación de empresa en toda la región, con el apoyo de la Gobernación del Valle, la Universidad del Valle, el Fondo Emprender del Sena y muchas entidades más que están establecidas a nivel nacional. Dichas entidades brindan un apoyo técnico, legal y financiero a los nuevos emprendedores, con el fin de que logren llevar a cabo sus proyectos y se genere un desarrollo empresarial sostenible para toda la región vallecaucana.

Así mismo, es importante mencionar que en el Valle del Cauca existe una Red de Emprendimiento conformada por diferentes entes del sector público y privado que trabajan en conjunto para apoyar los proyectos innovadores que jalonan el desarrollo económico de la región. Esta red está conformada por 13 instituciones educativas, 2 entidades públicas (Alcaldía de Cali y la Gobernación del Valle del Cauca), 5 entidades de apoyo, 4 fundaciones, 5 Cámaras de Comercio y 2 cajas de compensación. Así mismo, han creado una serie de actividades que les permiten conocer los diferentes proyectos de innovación para incentivarlos mediante la financiación en la ejecución y puesta en marcha. Los más reconocidos son:

- Ventures.
- Destapa Futuro.

- Concurso Start Up 24.
- Fondo Emprender.
- Feria de Emprendimiento y Empleo Sena.

➤ **Apoyo a la creación de empresa en el municipio de Caicedonia – Valle**

En el municipio de Caicedonia los proyectos son evaluados en el Banco de Proyectos de la Alcaldía Municipal. Sin embargo, dichos proyectos son de carácter social y por lo general son financiados por el Estado, éstos poseen lineamientos muy estrictos y son muy demorados en su aprobación. Así mismo, el fomento a la creación de empresa en el municipio es muy poca, puesto que no existen políticas gubernamentales que permitan el desarrollo de empresarial en la región; por lo tanto, los proyectos de creación de empresa que nacen en el municipio buscan apoyo externo y salen a participar en las convocatorias nacionales de instituciones tales como: Destapa Futuro de Bavaria, Fondo Emprender, Proexport con proyectos de exportaciones etcétera. Esto resulta ser una amenaza mayor para la creación de una empresa productora de Café de Soya en Caicedonia, ya que la idea de negocio puede llegar a ser innovadora para el municipio, pero el apoyo es poco para lograr la ejecución del proyecto en caso de viabilidad.

**Tabla 32 Matriz Entorno Político**

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE<br/>COFFE SOY – Sector Industrial<br/>ENTORNO – Político</b>                                                                                                                                                                          |            |           |           |           |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| <b>Colombia</b>                                                                                                                                                                                                                                                     |            |           |           |           |           |
| En Colombia la creación de nuevas empresas presentó un incremento de 13.1% para el año 2012 respecto al 2011, situación que obedece al buen crecimiento de la economía colombiana, al incremento de la inversión y a la búsqueda de una solución propia del empleo. | O          |           |           |           | X         |
| Confecámaras indica que en el 2012 se constituyeron 64.421 nuevas empresas, con un aumento de 11,6% respecto al 2011, cuando se crearon 57.710.                                                                                                                     | O          |           |           | X         |           |
| Las instituciones que apoyan el emprendimiento en Colombia son: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Fondo Nacional de Garantías, Fondo Emprender del Sena, Proexport, Bancoldex, y algunas universidades públicas y privadas.                              | O          |           |           |           | X         |
| <b>Valle del Cauca</b>                                                                                                                                                                                                                                              |            |           |           |           |           |

| ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE<br>COFFE SOY – Sector Industrial<br>ENTORNO – Político                                                                                                                                                                                                               |     |    |    |    |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|----|----|
| VARIABLES                                                                                                                                                                                                                                                                                       | A/O | AM | am | om | OM |
| El Valle del Cauca es una región con alto nivel de emprendimiento, conformada por instituciones educativas públicas y privadas, que cada vez más, están apuntando hacia la generación de una cultura de innovación y emprendimiento.                                                            | O   |    |    | X  |    |
| En el Valle del Cauca existe una Red de Emprendimiento conformada por diferentes entes del sector público y privado. Está conformada por 13 instituciones educativas, 2 entidades públicas, 5 entidades de apoyo, 4 fundaciones, 5 Cámaras de Comercio y 2 cajas de compensación.               | O   |    |    |    | X  |
| Se han creado actividades que permiten identificar los mejores proyectos de innovación para incentivarlos mediante la financiación del proyecto. Los más reconocidos son: Ventures, Destapa Futuro, etc.                                                                                        | O   |    |    |    | X  |
| VARIABLES                                                                                                                                                                                                                                                                                       | A/O | AM | am | om | OM |
| <b>Caicedonia - Valle</b>                                                                                                                                                                                                                                                                       |     |    |    |    |    |
| En el municipio de Caicedonia los proyectos son evaluados en el Banco de Proyectos de la Alcaldía Municipal. Sin embargo, dichos proyectos son de carácter social y por lo general son financiados por el Estado, éstos poseen lineamientos muy estrictos y son muy demorados en su aprobación. | A   | X  |    |    |    |
| El fomento a la creación de empresa en el municipio es muy poca, puesto que no existen políticas gubernamentales que permitan el desarrollo de empresarial en la región.                                                                                                                        | A   | X  |    |    |    |
| Los proyectos de creación de empresa que nacen en el municipio buscan apoyo externo y salen a participar en las convocatorias nacionales.                                                                                                                                                       | A   |    | X  |    |    |

### 2.1.6 Entorno jurídico

El análisis del entorno jurídico es muy importante para la creación de una empresa, ya que se deben tener en cuenta todos los parámetros que regularan el inicio y el funcionamiento de la misma. En Colombia existen una serie de normas y leyes para el fomento de la actividad emprendedora, las cuales se analizarán

con el fin de establecer posibles oportunidades y amenazas las cuales podrían influir directa o indirectamente en la realización de este proyecto.

Así mismo, lo primero que se debe tener en cuenta para la creación de una empresa es la legislación colombiana en materia de emprendimiento; por lo tanto, las normas y leyes más importantes son:

**Tabla 33 Normatividad para la creación de una empresa.**

| <b>Ley</b>                                     | <b>Artículos</b>                                                             | <b>Concepto</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Constitución Política de Colombia              | Artículo 333 en el Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública | Establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo.                                                                                                                                                                                                                |
| Constitución Política de Colombia              | Artículo 58                                                                  | Hace referencia a los derechos de propiedad, consagrando la propiedad privada como derecho de los colombianos, sujeto al interés público o social, y dándole importancia a las formas de propiedad asociativa y solidaria.                                                                             |
| Ley MIPYME                                     | Ley 590 del 10 de julio de 2000                                              | Establece la inclusión de las políticas y programas de promoción de mipymes en el Plan Nacional de Desarrollo de cada gobierno.                                                                                                                                                                        |
| Ley MIPYME                                     | Artículo 6 de la Ley 35 de 1993                                              | Por la cual se faculta al gobierno nacional para determinar temporalmente la cuantía de recursos que el sistema financiero debe prestar o invertir en los diferentes sectores o actividades económicas. Eliminar los obstáculos que impidan a las mipymes acceder al mercado financiero institucional. |
| Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento | Ley 1014 de 2006                                                             | Enfatiza el fomento y creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo por medio de una cátedra de emprendimiento, con el fin de contribuir al crecimiento de la economía del país. A su vez, fomenta la cultura de la cooperación, ahorro y diversas maneras de asociatividad.         |
| Ley de Ciencia y Tecnología                    | Ley 29 de 1990                                                               | Regula las disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico, y la promoción de empresas                                                                                                                                                                        |

|                                                                                 |                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                 |                                          | basadas en innovación y desarrollo tecnológico.                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Ley de Racionalización del Gasto Público                                        | Ley 344 de 1996                          | Normas tendientes a la racionalización del gasto público, en su Art. 16 obliga al SENA a destinar el 20% de sus ingresos al desarrollo de programas de competitividad y de desarrollo productivo.                                                                                                                                        |
| Ley 344 de 1996                                                                 | Artículo 16                              | Da paso a la creación del Fondo Emprender.                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Ley 80 DE 1993<br>Estatuto General de Contratación de la Administración Pública | Artículo 7<br>Parágrafo 3                | De los consorcios y uniones temporales. En los casos en que se conformen sociedades bajo cualquiera de las modalidades previstas en la ley con el único objeto de presentar una propuesta, celebrar y ejecutar un contrato, la responsabilidad y sus efectos se regirán por las disposiciones previstas en esta ley para los consorcios. |
| Código de Comercio                                                              | Artículo 98 y subsiguientes              | Trata de las sociedades comerciales y del contrato de sociedad.                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento                                  | Decreto 4463 del 15 de diciembre de 2006 | Por el cual se reglamenta el Art. 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas. <sup>60</sup>                                                                                                                                                                                                                        |

Fuente: Creado a partir del documento Política pública y creación de empresas en Colombia. 2006.

De acuerdo a lo anterior, se puede observar que la política establecida en Colombia para la creación de empresa busca orientar los proyectos de emprendimiento a través de mecanismos concretos que permitan a los nuevos empresarios tener una visión más clara de sus negocios y de la manera como los deben dirigir dentro de un marco legal y jurídico ya establecido.

Después de haber revisado la legislación colombiana sobre el emprendimiento, se deben consultar los trámites y procedimientos administrativos necesarios para la creación de una empresa. Según Urbano (2003), dichos trámites se dividen en:

- ✓ Trámites registrales: Son aquellos a través de los cuales la empresa deja constancia de sus actos mediante determinados documentos. Se dividen en

<sup>60</sup> GÓMEZ, Liyis. MARTÍNEZ, Joselín. ARZUZA, María. Política Pública y creación de empresas en Colombia. 2006

trámites que se realizan hasta el momento de la inscripción en el registro correspondiente, y los requeridos para iniciar la actividad económica.

- ✓ Trámites específicos: Corresponden a la ubicación física de la empresa y a la actividad económica.
- ✓ Trámites laborales: Hacen referencia a todo lo relacionado con la contratación de personal.

Es importante mencionar que los trámites registrales, específicos y laborales son comunes a todas las empresas, aunque presentan alguna especificidad, según el tipo de sociedad que adopte la nueva empresa. En Colombia desafortunadamente el costo de dichos trámites son altos y en algunas ocasiones demorados, puesto que algunas entidades no se encuentran articuladas de una manera coherente y hace que el proceso de legalización sea lento y costoso.

Por tal motivo, es indispensable tener una visión clara de los trámites requeridos para la legalización y las entidades gubernamentales que tramitan cada diligencia, de acuerdo con el tipo de sociedad que se pretende formar, su actividad económica, etcétera. Lo anterior con el fin de agilizar los trámites y evitar sobre costos y demoras por desconocimiento de las diligencias que realmente se deben realizar para cada caso. La siguiente tabla muestra los trámites requeridos para legalizar la creación de una nueva empresa en Colombia.

**Tabla 34 Trámites requeridos para la creación de una empresa en Colombia.**

| TRÁMITES REGISTRALES                             |        | TRÁMITES ESPECÍFICOS                                               |        | TRÁMITES LABORALES                                              |        |
|--------------------------------------------------|--------|--------------------------------------------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------|--------|
| Trámites hasta el registro correspondiente       | Código | Trámites relacionados según la ubicación de la empresa             | Código | Trámites relacionados con la vinculación de personal            | Código |
| Certificado de homonimia                         | TR1    | Certificado del uso del suelo                                      | TRE1   | Aportes parafiscales                                            |        |
| Escritura pública                                | TR2    | Paz y Salvo y/o recibo de pago de Impuesto de Industria y Comercio | TRE2   | Afiliación en la Caja de Compensación Familiar                  | TRL1   |
| Inscripción ante la Cámara de Comercio           | TR3    | Certificado de Condiciones de Sanidad                              | TRE3   | Afiliación en la EPS                                            | TRL2   |
| Registro mercantil                               | TR4    | Certificado de Seguridad y Prevención                              | TRE4   | Afiliación en las Administradoras de Riesgos Profesionales, ARP | TRL3   |
| Matrícula mercantil                              | TR5    | Certificado de Condiciones ambientales                             | TRE5   | Registro de los contratos laborales                             | TRL4   |
| Certificado de Existencia y Representación Legal | TR6    | Certificado de Sayco y ACIM-PRO                                    | TRE6   |                                                                 |        |
| Registro Único Tributario, RUT                   | TR7    |                                                                    |        |                                                                 |        |
| <b>Otros Trámites para iniciar la actividad</b>  |        |                                                                    |        |                                                                 |        |
| Apertura de cuenta corriente                     | TR8    |                                                                    |        |                                                                 |        |
| Registro de libros de comercio                   | TR9    |                                                                    |        |                                                                 |        |
| Registro único de proponentes                    | TR10   |                                                                    |        |                                                                 |        |

Fuente: Política Pública v creación de empresas en Colombia

Así mismo, después de haber analizado los trámites correspondientes para la ejecución de la idea de negocio, se pasa a establecer el tipo de sociedad que se va a formar. Si la nueva empresa no cuenta con socios, existen dos alternativas válidas, estas son:

- Inscripción ante la Cámara de Comercio como Comerciante - Persona Natural.
- Inscripción como Empresa Unipersonal, la cual tiene características similares a la Sociedad Limitada.

**Tabla 35 Entidades y procedimientos para crear de una idea de negocio en Colombia.**

| ANTE CAMARA DE COMERCIO                                                             | ANTE LA NOTARIA                                                                                       | ANTE LA DIAN                                                | ANTE LA SECRETARIA DE HACIENDA DE LA ALCALDIA             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| 1. Verificar la disponibilidad del Nombre.                                          | 1. Escritura Pública. (Esta deberá ser presentada ante Cámara de Comercio en el momento del Registro) | 1. Inscribir el RUT (Registro Único Tributario).            | 1. Registro de Industria y Comercio.                      |
| 2. Diligenciar el formulario de Registro y Matrícula.<br>3. Diligenciar el Anexo de | Tener en Cuenta: Todo tipo de sociedad comercial, si tienen menos de 10 trabajadores o hasta 500      | 2. Obtención del NIT (Número de Identificación Tributaria). | 2. Registro de Uso del Suelo, Condiciones Sanitarias y de |

|                                                                               |                                                                                                              |  |           |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------|
| Solicitud del NIT ante la DIAN.<br>4. Pagar el Valor de Registro y Matricula. | salarios mínimos de activos al momento de la constitución, no necesitan escritura pública para constituirse. |  | Seguridad |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------|

Fuente: Elaborado por el autor

De acuerdo con lo anterior, se puede decir que a nivel nacional, existen muchas formas que permiten la creación de una idea de negocio en Colombia. A pesar de que en algunas ocasiones se hace una tarea difícil y cuantiosa, el Estado apoya de muchas formas la actividad económica, cuyo objetivo central radica en la búsqueda de lograr un crecimiento y un desarrollo económico y social. Sin embargo, se puede ver que algunas entidades de apoyo al emprendimiento tienen poca articulación con otras entidades que, en conjunto, podrían ser más eficientes y generar mayores resultados.

Por otro lado, el departamento del Valle del Cauca, maneja el mismo marco jurídico que el nacional sobre la creación de empresas. Sin embargo, existen algunos incentivos regionales que favorecen algunos municipios del departamento, los cuales tienen acuerdos especiales orientados a incentivar la atracción de empresas en sus localidades mediante las exenciones tributarias.

De esta manera se busca estimular la creación de empleo y generar procesos de mejora en el entorno económico de los municipios. Estos beneficios pueden referirse a una exoneración total o parcial de los impuestos municipales de Industria y Comercio, Avisos y Tableros y/o Predial Unificado, o en su defecto, a descuentos o tratamientos preferenciales por períodos de tiempo específicos, que involucren el cumplimiento de ciertas exigencias o requisitos por parte de las empresas, tales como: generación de empleo, creación de nuevas empresas, empleo de personal discapacitado, pérdidas operacionales, etc.

Los municipios del Valle que tienen este tipo de exoneración son: Cartago, Buga, El Cerrito, Jamundí, Palmira y Tuluá.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Invest Pacific. Agenda de Promoción de Inversión en el Pacífico Colombiano. Un Valle de Incentivos. <http://www.investpacific.org/node/1356>

**Tabla 36 Municipios exonerados de impuestos en el Valle del Cauca.**

| Municipio  | Industria y Comercio | Término              | Condición                            | Predial | Término            |
|------------|----------------------|----------------------|--------------------------------------|---------|--------------------|
| Buga       | 40%-30%-20%          | 3 años-2 años-5 años | Entre 5 y 20 empleos                 | NO      | NO                 |
|            | 50%-40%-30%          | 3 años-4 años-3 años | De más de 100 empleos                |         |                    |
| Cartago    | 100%-75%-50%         | 2 años-1 año-2 años  | Más de 40 empleados                  | NO      | NO                 |
| El Cerrito | 100%                 | 5 años               | 40% personal residente en El Cerrito | 100%    | 5 años             |
|            | 100%                 | 10 años              | 70% personal residente en El Cerrito |         | 10 años            |
| Guacarí    | 100%                 | 3 años               | Entre 5 y 10 empleos                 | 100%    | 3 años             |
|            | 100%                 | 10 años              | De más de 20 empleos                 |         | 10 años            |
| Jamundí    | 20%                  | 2 años               | Entre 5 y 9 empleos                  | NO      | NO                 |
|            | De 100% a 10%        | 10 años              | De más de 25 empleos                 |         |                    |
| Palmira    | 100%                 | 3 años               | Entre 10 y 15 empleos                | 50%     | 3 años             |
|            | 100%                 | 10 años              | De más de 50 empleos                 |         | 10 años            |
| Tuluá      | 100%                 | 10 años              | Entre 5 (80% de Tuluá) y 15 SMMLV    | 100%    | Hasta 31 Dic. 2012 |

Fuente: Invest Pacific

Desafortunadamente, el municipio de Caicedonia - Valle no hace parte de esta lista y no goza de dichos incentivos que generen y promuevan la creación de empresa en la región. De acuerdo con un estudio realizado sobre la identificación de las prácticas organizacionales predominantes en los municipios de Sevilla y Caicedonia, se identificaron factores que inciden en el desarrollo y la práctica empresarial en dichos municipios. Según la investigación, la ausencia de una política regional encaminada hacia el fortalecimiento del sector empresarial es el principal motivo por el cual no existe un desarrollo del sector en el municipio y por ende en el fomento del emprendimiento.

Así mismo, los altos índices de desempleo en la región, la necesidad de subsistencia, la alta carga tributaria, los bajos controles estatales y la poca confianza en el Estado han desencadenado un alto índice de informalidad en las empresas existentes en el municipio. “La informalidad se concibe como el no cumplimiento de las obligaciones legales por parte de la empresa” (GÓMEZ, 2012), y obedece a situaciones donde la fiscalización es insuficiente o la legislación es inadecuada o impone excesivos costos.<sup>62</sup>

Además, en el municipio de Caicedonia - Valle el Derecho Laboral no se cumple, puesto que el 73% de la población no cuentan con seguridad social y los salarios

<sup>62</sup> GÓMEZ, Uvencer Alexander. BETANCOURT, Benjamín. Caracterización del sector de las mipymes de Sevilla y Caicedonia. 2012

están por debajo de mínimo legal vigente. Esta precariedad en el mercado laboral también ha influido en que se mantenga la informalidad en las organizaciones, puesto que gran parte de la población deciden independizarse y desarrollar una actividad económica que le permita conseguir el sustento para sí mismo y sus familias.

Por lo tanto, el panorama jurídico que enmarca el municipio de Caicedonia – Valle no es el más prometedor, puesto que el gobierno local ha sido insuficiente en cuanto a la creación de políticas que promuevan el crecimiento y desarrollo de las nuevas empresas y de las ya existentes. Adicional a ello, el poco control fiscal de las entidades gubernamentales, encargadas de velar por los recursos que se deben recaudar para invertir en programas que impulsen la región, impide que el municipio sea cada vez más productivo y competitivo.

#### ✓ **Algunas normas sobre el manejo de la soya en Colombia**

En Colombia existen algunas normas que regulan los manejos del cultivo y la producción de soya.

- Artículo 65 de la Constitución Política de Colombia señala que el Estado protegerá de manera especial la producción de alimentos para lo cual otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales.
- Ley 101 de 1993, artículo 7, el cual señala que cuando circunstancias ligadas a la protección de los recursos naturales orientados a la producción agropecuaria, a la protección del ingreso rural y al mantenimiento de la paz social en el agro, así lo ameriten, el Gobierno podrá otorgar en forma selectiva y temporal, incentivos y apoyos a los productores agropecuarios, en relación directa con área productiva o a sus volúmenes de producción.
- Resolución No. 000334 de 2012. Por el cual se otorga un apoyo al transporte de soya en los departamentos de Meta y Vichada.<sup>63</sup>

Teniendo en cuenta que gran parte de la soya que se consume es importada, no se encontraron leyes y normas nacionales de bioseguridad que ejerzan un control que permita identificar y evaluar la importación de este tipo de alimentos. Ninguna Autoridad Nacional Competente de los Ministerios del Ambiente, de Salud y de Agricultura tienen normas de bioseguridad al respecto.

---

<sup>63</sup> Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

**El INVIMA en el Decreto 3075/97**, sobre registros fitosanitarios para la importación de alimentos, no incluye ninguna medida de control respecto a alimentos GM. Tampoco en la **Resolución 3492/98 del ICA** sobre bioseguridad, *"que reglamenta y se establece el procedimiento para la introducción, producción, liberación y comercialización de Organismos Modificados Genéticamente (OMG)"*, pero esta norma solo incluye plantas transgénicas de uso agrícola, es decir *solo material reproductivo*". Por lo cual no existe control sobre el 90% de los OGM que pueden entrar al país, que incluye alimentos y productos derivados de OGM, animales y microorganismos.<sup>64</sup>

#### ✓ **Normatividad para empresas de alimentos**

Para la creación de una empresa de alimentos en Colombia existen una serie de normas que se deben cumplir para garantizar el correcto desempeño de la empresa y éxito de la misma.

- Registro Sanitario: Ley 09 de 1979, Decreto 3075 de 1997. Por medio del cual regula las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.<sup>65</sup>
- El registro sanitario es el acto administrativo emitido por el INVIMA, a todos los productos destinados al consumo o uso humano, sometidos a procesos de transformación con el objeto de ser comercializados en Colombia, los cuales se distinguen con marca y no son materia prima. Para la emisión de un registro sanitario en Colombia el Invima verifica que el establecimiento de comercio cuente con las instalaciones, personal y herramientas necesarios para realizar el proceso de transformación o elaboración de un producto y que los ingredientes o materiales utilizados para ello cumplan los parámetros establecidos por la ley, el cumplimiento de dichos requisitos da al INVIMA la potestad para asignar el número de Registro Invima que lo distingue como producto apto para el consumo o uso humano y de libre comercialización en Colombia.

El registro de Invima en Colombia da al titular o su importador la facultad de comercializar los productos amparados en el registro en cualquier establecimiento de comercio en Colombia, es importante para el empresario

---

<sup>64</sup> VÉLEZ, Germán Alonso. "En Colombia estamos consumiendo soya transgénica". Riesgos e impactos en la salud humana.

<sup>65</sup> <http://rosdary.wordpress.com/normatividad-sanitaria-alimentos-colombiana/>

porque este hace parte del activo intangible de la empresa, brinda mayor competitividad en el mercado y hace más fácil el posicionamiento de la empresa y sus productos. Adicional a lo anterior, el registro Invima es muy importante para grandes y pequeños empresarios, ya que los productos que se distinguen en el mercado con su respectivo registro de Invima dan al consumidor final la confianza y certeza de que se trata de un producto de CALIDAD y es la herramienta más importante para generar el desarrollo y la evolución de la empresa.<sup>66</sup>

**Tabla 37 Matriz Entorno Jurídico.**

| <b>ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE<br/>COFFE SOY – Sector Industrial<br/>ENTORNO - Jurídico</b>                                                                                                                                               |            |           |           |           |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                                         | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| <b>Colombia</b>                                                                                                                                                                                                                          |            |           |           |           |           |
| La Constitución Política de Colombia en el art. 333 Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo.                                    | O          |           |           |           | X         |
| La Ley 590 del 10 de julio de 2000 creada en Colombia como Ley MIPYME establece la inclusión de las políticas y programas de promoción de mipymes en el Plan Nacional de Desarrollo de cada gobierno.                                    | O          |           |           |           | X         |
| La Ley MIPYME en el Art. 6 de la Ley 35 de 1993 faculta al gobierno nacional para determinar temporalmente la cuantía de recursos que el sistema financiero debe prestar o invertir en los diferentes sectores o actividades económicas. | O          |           |           |           | X         |
| La Ley 1014 de 2006 sobre el Fomento a la cultura del Emprendimiento promueve la cultura de la cooperación, ahorro y diversas maneras de asociatividad.                                                                                  | O          |           |           | X         |           |
| La Ley 29 de 1990 sobre Ciencia y Tecnología regula                                                                                                                                                                                      | O          |           |           |           | X         |

<sup>66</sup> Registros Invima. Fonseca Abogados. <http://www.fonsecabogados.com/registroinvima.html>

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE</b><br><b>COFFE SOY – Sector Industrial</b><br><b>ENTORNO - Jurídico</b>                                                                                                                                                                                                                                                                         |            |           |           |           |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| las disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico, y la promoción de empresas basadas en innovación y desarrollo tecnológico.                                                                                                                                                                                                       |            |           |           |           |           |
| La Ley de Racionalización del Gasto Público (Ley 344 de 1996) en el Art. 16 obliga al SENA a destinar el 20% de sus ingresos al desarrollo de programas de competitividad y de desarrollo productivo.                                                                                                                                                                          | O          |           |           | X         |           |
| El Código de Comercio Colombiano (Artículo 98 y subsiguientes) Trata de las sociedades comerciales y del contrato de sociedad. Norma de gran relevancia en la creación de una empresa para fijar los parámetros de responsabilidades entre las partes cuando se forman sociedades.                                                                                             | O          |           |           |           | X         |
| En Colombia el costo de los trámites y procedimientos para crear una empresa son altos y en algunas ocasiones demorados, ya que algunas entidades no se encuentran articuladas y hace que el proceso de legalización sea lento y costoso.                                                                                                                                      | A          |           | X         |           |           |
| En Colombia existen algunas normas que regulan los manejos del cultivo y la producción de soya, tales como: El Artículo 65 de la Constitución Política, señala que el Estado protegerá de manera especial la producción de alimentos para lo cual otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales. | O          |           |           | X         |           |
| Ley 101 de 1993, artículo 7, señala que actividades orientadas a la producción agropecuaria, a la protección del ingreso rural y al mantenimiento de la paz social en el agro, el Gobierno podrá otorgar                                                                                                                                                                       | O          |           |           | X         |           |

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE</b><br><b>COFFE SOY – Sector Industrial</b><br><b>ENTORNO - Jurídico</b>                                                                                                                                                                               |            |           |           |           |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| incentivos a los productores agropecuarios.                                                                                                                                                                                                                                          |            |           |           |           |           |
| Teniendo en cuenta que gran parte de la soya que se consume es importada, no se encontraron leyes y normas nacionales de bioseguridad que ejerzan un control que permita identificar y evaluar la importación de este tipo de alimentos.                                             | A          | X         |           |           |           |
| Ley 09 de 1979, Decreto 3075 de 1997. El cual regula las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.                                                         | O          |           |           |           | X         |
| El registro sanitario es el acto administrativo emitido por el INVIMA, a todos los productos destinados al consumo o uso humano, sometidos a procesos de transformación con el objeto de ser comercializados en Colombia, los cuales se distinguen con marca y no son materia prima. | O          |           |           |           | X         |
| <b>Valle del Cauca</b>                                                                                                                                                                                                                                                               |            |           |           |           |           |
| El departamento del Valle del Cauca aplica el mismo marco jurídico que a nacional sobre la creación de empresas.                                                                                                                                                                     | O          |           |           |           | X         |
| En el Valle del Cauca se han creado incentivos regionales que favorecen algunos municipios del departamento, los cuales tienen acuerdos especiales orientados a incentivar la atracción de empresas en sus localidades mediante las exenciones tributarias.                          | O          |           |           |           | X         |
| Los municipios del Valle con algún tipo de exoneración tributaria son: Cartago, Buga, El Cerrito, Jamundí, Palmira y Tuluá.                                                                                                                                                          | O          |           |           | X         |           |

| <b>ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE</b><br><b>COFFE SOY – Sector Industrial</b><br><b>ENTORNO - Jurídico</b>                                                                                                                                                |            |           |           |           |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                                                      | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| <b>Caicedonia – Valle del Cauca</b>                                                                                                                                                                                                                   |            |           |           |           |           |
| El municipio de Caicedonia - Valle no hace parte de la lista de municipios que gozan de incentivos que generen y promuevan la creación de empresa en la región.                                                                                       | A          |           | X         |           |           |
| Los altos índices de desempleo en la región, la alta carga tributaria, los bajos controles estatales y la poca confianza en el Estado han desencadenado un alto índice de informalidad en las empresas existentes en el municipio de Caicedonia.      | A          | X         |           |           |           |
| En el municipio de Caicedonia - Valle el Derecho Laboral no se cumple, puesto que el 73% de la población no cuentan con seguridad social y los salarios están por debajo de mínimo legal vigente.                                                     | A          |           | X         |           |           |
| El panorama jurídico que enmarca el municipio de Caicedonia – Valle no es el más prometedor, puesto que el gobierno local ha sido insuficiente en cuanto a la creación de políticas que promuevan el crecimiento y desarrollo de las nuevas empresas. | A          | X         |           |           |           |

### 2.1.7 Entorno Tecnológico

Las nuevas tecnologías generan ventajas competitivas a las empresas y facilitan las formas de acceder a mercados de gran exigencia; por lo tanto, el nuevo emprendedor debe tener en cuenta la implementación de herramientas tecnológicas que le permitan ser más productivo y competitivo. Así mismo, debe estudiar permanentemente la evolución y los cambios tecnológicos para poder incorporarlas a la empresa en las labores de mercadeo, de producción, operación y en actividades administrativas y financieras.

En Colombia, cada día se incrementa más la utilización de la tecnología como estrategia para garantizar productos y servicios de excelente calidad, además de minimizar los costos y tiempos de producción, lo cual permite a las empresas un mayor reconocimiento por el éxito en sus operaciones.

➤ **Nuevas tecnologías empresariales**

- **Ofimática on line y correo web:**

Esta herramienta facilita a una empresa organizar el Front Office de su infraestructura. El seguimiento del potencial cliente hasta que se convierte en tal queda garantizado a través del CRM. Este proceso, que se puede dilatar en el tiempo, queda reflejado a través del software citado al mostrar de manera clara, cómo interactúa el cliente con los diferentes departamentos de la empresa. Así se podrán conocer qué aspectos se deben mejorar o potenciar.<sup>67</sup>

Para la creación de una empresa productora y comercializadora de café de soya se deben tener en cuenta los avances tecnológicos que más se ajusten al desempeño de la organización, y así poder llegar más fácil al cliente externo, y de la misma manera que el cliente tenga acceso a la empresa por medio de la tecnología. Ahora se analizarán las tecnologías que se tendrán en cuenta en la organización para facilitar procesos tales como: mercadeo, planificación de recursos, consecución de clientes, planificación estratégica, labores administrativas entre otras.

---

<sup>67</sup> Soluciones tecnológicas para las PYMES. Compas.net

**Tabla 38 Tecnologías usadas por las Empresa.**

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CRM ON LINE</b>          | Esta herramienta facilita a una empresa organizar el Front Office de su infraestructura. El seguimiento del potencial cliente hasta que se convierte en tal queda garantizado a través del CRM. Este proceso, que se puede dilatar en el tiempo, queda reflejado a través del software citado al mostrarnos de manera clara, cómo interactúa el cliente con los diferentes departamentos de nuestra empresa. Así sabremos qué aspectos habrá que mejorar o potenciar.                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>ERP ON LINE</b>          | La Planificación de Recursos Empresariales, también conocido por las siglas ERP (Enterprise Resource Planning), es un sistema integral de gestión administrativa empresarial cuya función es automatizar y facilitar el acceso a todos las partes que integran el "Back Office" de una empresa (Finanzas, Logística, Comercial, Producción...) De esta manera, la empresa deja de estar compartimentada en diferentes módulos, aislados e inconexos en la mayoría de las ocasiones, para formar parte de un todo que facilita 'información instantánea' de las diferentes áreas de la entidad                                                                                                                                                   |
| <b>CLOUD PRIVADO</b>        | La infraestructura del Cloud Computing no es algo rígido, todo lo contrario. Hay empresas que pueden requerir unas medidas de seguridad muy elevadas en un momento dado, el Cloud Privado puede ser una alternativa idónea. Partiendo de una configuración individualizada, personalizada, el cloud privado permite una gestión óptima del aislamiento de red y de los recursos, garantizando la optimización del entorno hardware. La filosofía del Cloud Privado no trata de explotar los recursos técnicos de un sólo servidor, si no el de varios para garantizar una línea, lo más estable posible, en cuanto a servicio.                                                                                                                  |
| <b>APLICACIONES MÓVILES</b> | Las aplicaciones móviles son pequeños programas que se procesan en los "smartphones" o teléfonos inteligentes, como el Iphone, Blackberry, celulares que disponen del SO Android de Google. Hace escasos días la cifra de descarga de aplicaciones desde la "Store" de Apple ascendía a 10.000 millones. Hay una gran variedad de aplicaciones: videojuegos, búsquedas de restaurantes, lectores de noticias... También existen aplicaciones empresariales que facilitan la gestión de las mismas a través de un dispositivo móvil. Se estima que hay más de 120.000 aplicaciones destinadas al mundo de la empresa. Se trata de un mercado con grandes perspectivas de futuro y un gran nivel de crecimiento, en torno a un 23%. <sup>68</sup> |

Fuente: adaptado por el autor

<sup>68</sup>Soluciones tecnológicas para las PYMES. Compas.net

Una de las estrategias más importantes para el éxito de cualquier empresa es alcanzar mayor productividad y minimizar sus costos de producción, esto con el fin de lograr resultados económicos positivos y lograr una posición destacada en el mercado. Por lo tanto, para lograr mayor eficiencia en los procesos administrativos y operativos de la empresa, es importante adoptar todo este tipo de herramientas tecnológicas que aporta el entorno, los cuales facilitaran alcanzar el éxito empresarial.

➤ **Personal especializado**

El conocimiento es fundamental en todas las áreas de la organización, tanto en la parte administrativa como en la operativa. Por tal motivo, es importante contratar personal idóneo que se encargue de realizar las actividades correspondientes en cada área, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos a corto, mediano y largo plazo.

Para la creación y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de café de soya se debe contar con un personal especializado que posea conocimientos en el área administrativa, que cuente con competencias en el manejo de las nuevas tecnologías y que esté dispuesto a realizar las actualizaciones correspondientes en cada innovación tecnológica o de conocimiento. Así mismo, también se debe adquirir un personal integral para el área operativa de la empresa; es decir, que cuente con competencias basadas en el manejo de la maquinaria necesaria para la elaboración del café de soya, con sus respectivos requerimientos de seguridad y eficiencia.

➤ **Sistema logístico basado en tecnología**

La organización debe contar con un sistema logístico en tecnologías de la información el cual permita a la empresa interactuar internamente con las demás áreas gracias a la tecnología de la información. Por lo tanto, COFFE SOY tiene proyectado usar el siguiente sistema logístico tecnológico en la organización:

- 1. Internet:** Es una herramienta muy útil, la mayor parte de las empresas importantes tienen sitios en Internet en donde muestran información de la empresa, describen sus productos y servicios y tienen una mejor relación con sus clientes.
- 2. Las telecomunicaciones:** Las compañías se están convirtiendo en empresas interconectadas en red Internet y las redes, similares a Internet dentro de la empresa (intranets), entre una empresa y socios comerciales

(extranets), y otros tipos de redes, se han convertido en la infraestructura primaria de tecnología de la información de muchas organizaciones. Tales redes de telecomunicaciones permiten a gerentes, usuarios finales, equipos y grupos de trabajo intercambiar electrónicamente datos e información en cualquier parte del mundo con otros usuarios finales, clientes, proveedores y socios empresariales. De esta forma, las empresas y los grupos de trabajo pueden colaborar en forma creativa, manejar sus operaciones y recursos empresariales en forma más efectiva y competir con éxito en la economía global del rápido cambio de hoy. La mayoría de las organizaciones empresariales no pueden sobrevivir sin una variedad de redes de computadores interconectados para atender sus necesidades de procesamiento y comunicación de la información.<sup>69</sup>

3. **Servicio y asistencia técnica:** En este punto se deben tomar en cuenta los servicios especializados que brindan las diferentes empresas para mejorar la capacidad tecnológica en la organización y así poder realizar avances dentro de la empresa y, día tras día, lograr ser una empresa más competitiva frente a este mercado que, con el paso del tiempo, evoluciona rápidamente.

➤ **Innovaciones para la producción de la soya**

- **Potenciadores de cultivos de soya**

Uno de los más grandes avances científicos y tecnológicos que beneficiaron los productores de soya en Colombia y en algunos países latinos fue la creación de una compañía biotecnológica que desarrolla potenciadores de cultivos, los cuales están diseñados para mejorar hasta un 30% el rendimiento de las cosechas de maíz, trigo, girasol, avena y soja. Este producto complementa o sustituye la bioinoculación de semillas y suelos para potenciar la calidad de los cultivos, sin dañar el medioambiente.<sup>70</sup>

- **Conocimiento técnico en cultivos de soya**

Con base en los estudios científicos realizados a las tantas variedades del grano de la soya, se ha identificado que algunas de ellas son de tipo transgénica, es decir, que ha sido modificada genéticamente y esto hace que el grano no sea ideal

---

<sup>69</sup> [http://www.civ.cl/academico/asignaturas/asignaturas/Tecn.%20Informacion/I\\_Unidad23.htm](http://www.civ.cl/academico/asignaturas/asignaturas/Tecn.%20Informacion/I_Unidad23.htm)

<sup>70</sup> Cronista.com. "13 emprendimientos innovadores para invertir en 2013".

<http://www.cronista.com/pyme/13-emprendimientos-innovadores-para-invertir-en-2013-20121213-0010.html>

para el consumo. Por tal motivo, se han diseñado programas de capacitación para los productores de dicho cultivo adquieran el conocimiento básico sobre las variedades del grano de la soja y cultiven las más convenientes, además de que adquieren técnicas de siembra, etcétera.

- **Técnicas de rotación de cultivos y coberturas compactas**

La rotación de cultivos consiste en alternar plantas de diferentes familias y con necesidades nutritivas diferentes en un mismo lugar durante distintos ciclos, evitando que el suelo se agote y que las enfermedades que afectan a un tipo de plantas se perpetúen en un tiempo determinado.

El cultivo de cobertura es definido como "una cobertura vegetal viva que cubre el suelo y que es temporal o permanente, el cual está cultivado en asociación con otras plantas (intercalado, en relevo o en rotación)". Aunque los cultivos de cobertura pueden pertenecer a cualquier familia de plantas, la mayoría son leguminosas.<sup>71</sup>

- **Productos químicos**

Con el objetivo de obtener buena calidad en la cosecha del grano de soja, se crearon una serie de fertilizantes que, de manera técnica, los productores utilizan para el cultivo del grano de la soja. Estos fertilizantes hacen que los cultivos crezcan más rápidamente y que generen mayor productividad. El principal fertilizante utilizado en la producción de soja es el SPS, superfosfato simple. Este fertilizante también se denomina "arrancador", porque se aplica en el momento en que se siembra la semilla de soja en el campo. Este aporta los requerimientos del cultivo en P (fósforo), S (azufre) y Ca (calcio). Las cantidades de aplicación del mismo oscilan entre 50 y 100 kg por ha.

- **Tecnologías para el uso racional del agua**

Pensando en optimizar las técnicas de riego de los suelos, sin hacer uso de las grandes cantidades de agua dulce que actualmente exige esta actividad, se ha considerado el reuso del agua, procedimiento ya utilizado en otros países.

En Colombia, en el Valle del Cauca, el Instituto CINARA lleva a cabo un proyecto de investigación y experimentación en la planta de Ginebra, donde las aguas

---

<sup>71</sup> POUND, Barry. Cultivos de Cobertura para la Agricultura Sostenible en América. Natural Resources Institute. <http://www.fao.org/ag/aga/agap/frg/agrofor1/Pound7.htm>

residuales se someten a un proceso de mejoramiento de las calidades físico-químicas, con la idea de usarlas posteriormente en sistemas de riego.<sup>72</sup>

- **Maquinaria para el cultivo del grano de la soya**

Para optimizar la producción de soya, la tecnología ha creado una serie de máquinas que benefician la productividad de dicho cultivo. Entre las más innovadoras se destacan:



Figura 5 Embutidora de soya



Figura 4 Sembradora abonadora de Soya



Figura 6 Cosechadora de Soya



Figura 7 Silo bolsa para almacenar Soya

➤ **Innovaciones para producir café de soya**

El proceso para fabricar Café de Soya posee características similares al proceso del café tradicional, puesto que el tratamiento de ambos granos pasa por los procesos de tostación, molienda y extracción. Por lo tanto, se considera que la maquinaria y equipo para elaborar el café de soya es el mismo utilizado para el café tradicional. Sin embargo, la industria del café ha evolucionado a través del tiempo y la inversión en ID (investigación y desarrollo) han generado grandes

---

<sup>72</sup> URRUTIA COBO, Norberto. "Agua y alimentos para todos".  
<http://aupec.univalle.edu.co/informes/mayo98/riego.html>

avances tecnológicos los cuales han beneficiado las grandes industrias dedicadas a esta actividad.

Dentro de los avances tecnológicos en la industria de procesamiento del café se distinguen los siguientes:<sup>73</sup>



**Figura 9 Trilladora y Molino**



**Figura 8 Tostadora**

Por otro lado, uno de los procesos más innovadores de la industria del café es el de liofilización, el cual consiste en la elaboración de un café soluble o instantáneo que requiere de un proceso especial para que sea disuelto fácilmente en el momento del consumo. La Liofilización consiste en congelar el extracto de café a temperaturas muy frías del orden de  $-50^{\circ}\text{C}$ , evitando así la pérdida de aromas y de atributos de la bebida que son muy valorados. Al ser sometido a un vacío profundo, de menos de una milésima de la presión atmosférica, se posibilita con

una adición marginal de calor que el agua remanente en el extracto congelado pase directamente del estado sólido (hielo) al gaseoso (vapor), proceso conocido como sublimación.



**Figura 10 Máquina para Liofilización**

El hecho de que el producto permanezca a temperaturas muy bajas y sin contacto con aire caliente (está al vacío) permite que los delicados aromas permanezcan en

---

<sup>73</sup> ACAFETO, Cafés Especiales. Asociación de Productores de Café Especial de Fresno-Tolima.  
<http://acafeto.fresnodigital.info/>

los granos de café liofilizado, generando así una bebida de excelentes características.<sup>74</sup>

**Tabla 39 Matriz Entorno Tecnológico.**

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE<br/>COFFE SOY – Sector Industrial<br/>ENTORNO - Tecnológico</b>                                                                                                                                                                               |            |           |           |           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| En Colombia se ha incrementado la utilización de la tecnología como estrategia para garantizar productos y servicios de excelente calidad, lo cual permite a las empresas un mayor reconocimiento por el éxito en sus operaciones.                                          | O          |           |           |           | X         |
| Las empresas colombianas han aumentado la utilización de herramientas tecnológicas como la ofimática on line, el correo web y aplicaciones de internet.                                                                                                                     | O          |           |           |           | X         |
| Existencia del sistema ERP (Planificación de Recursos Empresariales), es un sistema integral de gestión administrativa empresarial cuya función es automatizar y facilitar el acceso a todas las partes que integran la empresa, tales como finanzas, producción, mercadeo. | O          |           |           |           | X         |
| Uso frecuente de aplicaciones empresariales que facilitan la gestión a través de dispositivos móvil. Se estima que hay más de 120.000 aplicaciones destinadas al mundo de la empresa.                                                                                       | O          |           |           | X         |           |
| Aumento en la gestión del conocimiento en las empresas colombianas como estrategia para tecnificar los procesos y actividades tanto operativas como administrativas.                                                                                                        | O          |           |           |           | X         |
| Mejoramiento continuo en las telecomunicaciones utilizadas por las empresas como estrategia para tener mayor interconexión con sus clientes internos y externos, proveedores y competencia.                                                                                 | O          |           |           |           | X         |
| Colombia ocupa uno de los últimos puestos a nivel mundial en infraestructura, lo que significa que la red vial y el servicio logístico y de transporte son deficientes y costosos.                                                                                          | A          | X         |           |           |           |
| Un avance científico que benefició la producción de                                                                                                                                                                                                                         | O          |           |           | X         |           |

<sup>74</sup> Café de Colombia

[http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre\\_el\\_cafe/el\\_cafe/industrializacion/produccion\\_de\\_cafe\\_soluble/](http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre_el_cafe/el_cafe/industrializacion/produccion_de_cafe_soluble/)

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |  |  |   |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|--|---|---|
| soya en Colombia fue la creación de los potenciadores de cultivos, los cuales están diseñados para mejorar hasta un 30% el rendimiento de las cosechas de soya.                                                                                                                                   |   |  |  |   |   |
| Diseño de programas de capacitación para que los productores de soya adquieran conocimiento básico sobre las variedades del grano de soya y cultiven la más convenientes para el consumo humano.                                                                                                  | O |  |  |   | X |
| Con el objetivo de obtener buena calidad en la cosecha del grano de soya, se crearon una serie de fertilizantes que, de manera técnica, los productores utilizan para el cultivo del grano de la soya.                                                                                            | O |  |  | X |   |
| En el Valle del Cauca, el Instituto CINARA lleva a cabo un proyecto de investigación y experimentación, donde las aguas residuales se someten a un proceso de mejoramiento físico-químico, con la idea de usarlas posteriormente en el sistema de riego de cultivos.                              | O |  |  | X |   |
| La tecnología ha creado una serie de máquinas que benefician la productividad de los cultivos de soya. Entre las más innovadoras se destacan: la embutidora de soya y la bolsa silo para almacenar soya.                                                                                          | O |  |  | X |   |
| El proceso para fabricar Café de Soya es similar al del café tradicional, puesto que el tratamiento de ambos granos pasa por los procesos de tostación, molienda y extracción. Por lo tanto, la maquinaria y equipo para elaborar el café de soya es el mismo utilizado para el café tradicional. | O |  |  |   | X |
| Uno de los procesos más innovadores de la industria del café es el de liofilización, el cual consiste en la elaboración de un café soluble o instantáneo.                                                                                                                                         | O |  |  | X |   |

Fuente: Elaborado por el autor

### 2.1.8 Entorno Medioambiental

El entorno medioambiental corresponde hoy a uno de los entornos más preocupantes para toda gestión organizacional por lo que impacta tanto el entorno general al que se enfrenta la organización como el entorno competitivo; incluso la idea de productos verdes, productos orgánicos, certificaciones en gestión ambiental, disminución de desechos, cero contaminación, provienen de este entorno. Estas y otras muchas tendencias corresponden a la preocupación de los

seres humanos por ofrecer un futuro posible a las siguientes generaciones; es así como el entorno medioambiental representa un entorno estratégico para las organizaciones.<sup>75</sup>

Así mismo, es importante que los futuros empresarios consideren las políticas ambientales en torno a la actividad económica que pretenden desarrollar, el marco legal e institucional que los cubre y determinar el nivel de afectación sobre el desarrollo del proyecto. Para el caso del presente proyecto, se mencionaran las normas vigentes más importantes para la creación de una empresa productora y comercializadora de café de soya en el municipio de Caicedonia – Valle.

#### ➤ **Norma y leyes ambientales vigentes**

El marco legal e institucional existente años atrás no le permitía al país contar con la capacidad para enfrentar los problemas ambientales urbanos causados por la rápida industrialización, urbanización y crecimiento económico y demográfico presentado en Colombia en la segunda mitad del siglo XX. Sin embargo, el país ha logrado avanzar en el tema gracias a la intervención de instituciones internacionales que buscan que todos los países contribuyan en la disminución del daño ambiental. Por lo tanto, ha considerado seriamente el tema en el Plan Nacional de Desarrollo de cada uno de los periodos de gobierno, actualizando las normas que giran en torno a la problemática que se ha presentado en materia medioambiental. Las leyes más importantes de protección ambiental establecidas en Colombia son:

**1. Ley 99 de 1993:** Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental - SINA- y se dictan otras disposiciones.

**2. Ley 388 de 1997:** Ley de Desarrollo Territorial.

**3. Ley 165 de 1994:** Por medio del cual se aprueba el "Convenio sobre la diversidad biológica " hecho en Río de Janeiro en junio de 1992.<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> BETANCOURT, Benjamín. Entorno Organizacional: Análisis y Diagnóstico. Facultad de Ciencias de la Administración. Universidad del Valle.

<sup>76</sup> Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Leyes – Política Ambiental.  
[http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido\\_preview.aspx?conID=5921&catID=991](http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido_preview.aspx?conID=5921&catID=991)

**4. La Ley 9ª 1979:** Establece el Código Nacional Sanitario, el cual dicta medidas sanitarias en función de uso del agua, residuos líquidos, disposición de excretas, residuos sólidos, emisiones atmosféricas, entre otras.<sup>77</sup>

De acuerdo con la normatividad vigente en Colombia, se reconoce la importancia y la razón de ser de la existencia de dichas leyes, las cuales obligan a los empresarios a acogerse a ellas, con el fin de evitar al máximo el impacto ambiental en el medio ambiente y conservar la riqueza natural y ecológica de nuestro país.

#### ➤ **Políticas Ambientales**

A partir de la década de los años noventa, el gobierno colombiano comenzó a dirigir sus esfuerzos en la creación de políticas ambientales que permitieran asegurar la calidad de vida de las personas mediante la conservación, a largo plazo, del medio ambiente y de los recursos naturales renovables y no renovables. Por lo tanto, el propósito central ha sido asumir conceptos de Gestión Ambiental tales como la Producción más Limpia (P+L) el Eco-Diseño (DFE) y la Ecología Industrial (EI), que busquen alcanzar el Desarrollo Sostenible en los ecosistemas urbanos, con el fin de garantizar el uso del patrimonio natural y cultural a las generaciones futuras.<sup>78</sup>

En Colombia las políticas ambientales de mayor relevancia son:

- ❖ Bases para una política de población y medio ambiente.
- ❖ Lineamientos de una política para la participación ciudadana en la gestión ambiental.
- ❖ Política de educación ambiental.
- ❖ Política de bosques y plan de desarrollo forestal.
- ❖ Lineamientos de política para el manejo integral de aguas.
- ❖ Política de biodiversidad: Busca mantener y mejorar los sistemas socios ecológicos en las escalas nacional, regional y local. Los ejes que abarca la política son la conservación y el cuidado de la naturaleza, la gobernanza y creación de valor público, el desarrollo económico, competitividad y calidad de vida, la gestión del conocimiento, tecnología e información, la gestión de riesgo y suministro de servicios Ecosistémicos y la corresponsabilidad y compromisos globales.<sup>79</sup>

---

<sup>77</sup> Ley 9 de 1979. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1177>

<sup>78</sup> GRANADA AGUIRRE, Luis Felipe. Gestión Ambiental Empresarial: Pasado, presente y futuro de las normas e instituciones ambientales en Colombia.

<sup>79</sup> Confidencial Colombia. Nueva Política Ambiental para Colombia.

- ❖ Estrategias para un sistema de áreas protegidas.
- ❖ Política para la gestión de fauna silvestre.
- ❖ Política de producción más limpia: Se refiere al uso continuo de una estrategia ambiental integrada y preventiva, la cual se aplique a procesos, productos y servicios para aumentar la Eco-eficiencia y reducir riesgos sobre la población y el ambiente. Según Granada, Orejuela y Álvarez (2006), trata de preservar materias primas y energía así como de eliminar sustancias tóxicas y reducir la cantidad y toxicidad de todas las emisiones y residuos generados en cada proceso.
- ❖ Política para la gestión integrada de residuos sólidos.
- ❖ Lineamientos de política para el uso y manejo y uso de plaguicidas.
- ❖ Lineamiento de política de ordenamiento ambiental del territorio.
- ❖ Política de ordenamiento integrado y desarrollo sostenible de zonas costeras.<sup>80</sup>

Con base en lo anterior, se puede decir que todas las políticas ambientales que se manejan en Colombia son muy amplias y consideran cada uno de los aspectos referentes al cuidado del medio ambiente. Sin embargo, hay unas de mayor relevancia para el caso de la creación y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya, tales como: la política para el manejo integral de aguas, la política de biodiversidad, la de producción más limpia, la de gestión integrada de residuos sólidos, la de ordenamiento ambiental del territorio y la de uso y manejo de plaguicidas.

### ➤ **Tendencias generales sobre el cuidado del medio ambiente**

Hoy en día la mayoría de las personas tienen la conciencia sobre la importancia del cuidado al medio ambiente, sobre todo porque la problemática ambiental del último siglo ha generado cambios globales y se ha manifestado de una manera directa y contundente en el medio ambiente de las personas y los ecosistemas. Así mismo, se puede observar que cada vez más las personas se toman la tarea de reciclar las basuras, de reutilizar el material desechable, no arrojar productos químicos y sólidos a los fuentes naturales de agua, etc.

Por otro lado, en Colombia el 39% de la población tienen un producto que hayan comprado específicamente por razones ambientales. Además, hay una gran proporción de personas que seleccionan productos verdes, y el 39% de los

---

<http://confidencialcolombia.com/es/1/9/269/Nueva-pol%C3%ADtica-ambiental-para-Colombia.htm>

<sup>80</sup> RODRÍGUEZ BECERRA, Manuel. Capítulo 7: Las Políticas Ambientales.

colombianos han dejado de comprar un producto por razones ambientales y por lo menos uno de cada diez ha considerado hacerlo.

Existe también una tendencia creciente sobre lo que piensan las personas acerca de la imposición de leyes estrictas y multas elevadas a las industrias que generen un impacto ambiental alto y que no creen una política ambiental que permita minimizar dicho impacto. La mayoría de la gente se encuentra a favor de penalizar a los gobiernos que no cumplan con los acuerdos ambientales internacionales. Y, además de multas altas y sanciones comerciales, las personas expresan un fuerte apoyo hacia nuevas leyes internacionales que sancionen personalmente a los líderes de los gobiernos que retarden el cumplimiento de dichos tratados.<sup>81</sup>

Así mismo, se considera en aumento la propensión de las personas a elegir productos ecológicos, biodegradables, y prácticas que contribuyen con el cuidado del medio ambiente. Por tal motivo, es importante que las empresas existentes y las que pretenden incorporarse en un mercado nacional o internacional, tengan como principio, tanto en el producto o servicio como en los procesos, medidas y estrategias que contribuyan con la conservación del medio ambiente.

#### ➤ **Política Ambiental sobre la producción de soya**

La Asociación Internacional de Soja Responsable (RTRS) es una iniciativa internacional en la que productores, comerciantes y procesadores de soja trabajan junto con bancos y organizaciones sociales para garantizar el cultivo sostenible de soja a nivel mundial, así como la responsabilidad social del sector de la soja. Su certificación de la Asociación Internacional de Soja Responsable (RTRS) demuestra a sus inversores y clientes su reconocimiento de la norma RTRS.

Durante el proceso de certificación RTRS, los auditores acreditados se asegurarán de que las políticas, procesos y documentación sean acordes con las normas de la Asociación Internacional de Soja Responsable. Dichas normas incluyen referencias a:

- Derechos de los trabajadores.
- Derechos sobre el terreno.
- Respeto por el uso tradicional y a pequeña escala del terreno.
- Bienestar de la población local.
- Protección de la biodiversidad.
- Uso del agua.
- Fertilidad del suelo.

---

<sup>81</sup> Las Industrias de Colombia. <http://industriascolom.blogspot.es/>

- Uso de pesticidas.
- Impacto en la infraestructura.<sup>82</sup>

➤ **Política de calidad que protege el medio ambiente**

Otro aspecto de gran relevancia sobre las políticas encaminadas a la preservación del medio ambiente en Colombia y el mundo es la adopción de una política de calidad que le permita a cualquier organización de cualquier tipo controlar el impacto de sus actividades, productos o servicios en el medio ambiente. Dicha norma en Colombia es la norma ISO 14000 o la ISO 14001, las cuales son normas internacionalmente aceptadas que expresan cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo. Dichas normas están diseñadas para conseguir un equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción de los impactos en el ambiente y, con el apoyo de las organizaciones, es posible alcanzar ambos objetivos. Así mismo, estas normas están enfocadas a cualquier organización, de cualquier tamaño o sector, que esté buscando reducir los impactos en el ambiente y cumplir con la legislación en materia ambiental.<sup>83</sup>

De acuerdo a lo anterior, se puede decir que para la ejecución y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya, es de vital importancia que se consideren este tipo de políticas ambientales que garanticen el equilibrio entre la producción y el impacto ambiental. Es decir, que la empresa debe tener la capacidad de adaptarse a este tipo de normas y leyes vigentes en la actualidad, las cuales le permitirán lograr a largo plazo, no sólo bienestar con el ambiente y la sociedad, sino también reconocimiento y prestigio por ser una empresa responsable con el medio ambiente y las personas.

**Tabla 40 Matriz Entorno Medioambiental**

| <b>ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE<br/>COFFE SOY – Sector Industrial<br/>ENTORNO – Medioambiental</b>                                        |            |           |           |           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                        | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| Colombia ha logrado avanzar en cuanto a la creación de normas y leyes que promuevan la protección y la conservación del medio ambiente. | O          |           |           | X         |           |
| El gobierno ha considerado seriamente el tema ambiental en el Plan Nacional de Desarrollo,                                              | O          |           |           | X         |           |

<sup>82</sup> SGS Sostenibilidad. <http://www.sgs.co/es-ES/Sustainability/Environment/Energy-Services/Alternative-Fuels/Roundtable-on-Sustainable-Soy-RTRS-Certification.aspx>

<sup>83</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/ISO\\_14000](http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_14000)

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |   |  |   |   |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--|---|---|---|
| actualizando en cada periodo, las normas que giran en torno a la problemática medioambiental.                                                                                                                                                                                                                       |   |  |   |   |   |
| Las leyes más importantes de protección ambiental establecidas en Colombia son: Ley 99 de 1993, Ley 388 de 1997, Ley 165 de 1994 y La Ley 9ª 1979.                                                                                                                                                                  | O |  |   | X |   |
| El gobierno colombiano creó políticas ambientales que permitieran asegurar la calidad de vida de las personas mediante la conservación, a largo plazo, del medio ambiente y de los recursos naturales.                                                                                                              | O |  |   | X |   |
| Para crear una empresa productora de café de soya, las políticas ambientales más importantes son: manejo integral de aguas, biodiversidad, producción limpia, residuos sólidos, ordenamiento ambiental del territorio y manejo de plaguicidas.                                                                      | O |  |   | X |   |
| En Colombia el 39% de la población prefirieron comprar un producto por razones ambientales. Además, hay una mayor proporción de personas que seleccionan productos verdes.                                                                                                                                          | O |  |   |   | X |
| Muchos colombianos opinan que están a favor de la imposición de leyes estrictas y multas elevadas a las industrias que generen un impacto ambiental alto y que no creen una política ambiental que permita minimizar el daño.                                                                                       | A |  | X |   |   |
| La Asociación Internacional de Soja Responsable (RTRS) es una iniciativa internacional en la que productores, comerciantes y procesadores de soja trabajan junto con bancos y organizaciones sociales para garantizar el cultivo sostenible de soja a nivel mundial, así como la responsabilidad social del sector. | O |  |   |   | X |
| Existe en Colombia la norma ISO 14000, la cual promueve una política de calidad que permite a las empresas establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) para controlar el impacto de sus actividades, productos o servicios.                                                                                    | O |  |   |   | X |

### 2.1.9 Entorno Internacional

El entorno internacional se caracteriza por las relaciones exteriores, las dinámicas de comercio, las negociaciones y especialmente los acuerdos bilaterales y multilaterales. De acuerdo con Illera (2008) “la participación de la economía en el mercado mundial es un indicador de su capacidad de negociación y de oferta en un mercado diversificado, que establece exigencias de precios y de calidad de los

productos.”<sup>84</sup> En este aspecto se deben analizar algunas variables que inciden en el futuro de una empresa, la cual se proyecte incursionar en mercados internacionales, con miras a generar un crecimiento y un desarrollo económico a la nación.

### ➤ Comercio Exterior

El comercio exterior colombiano se caracterizó por una dinámica moderada para el año 2012, en comparación con el 2011 en el que se presentó un crecimiento a tasa de dos dígitos. El desempeño del comercio internacional se ha visto afectado tanto por factores de oferta, como de demanda, los primeros particulares a la economía colombiana y los segundos más relacionados con los efectos del bajo crecimiento de las economías avanzadas.

Desde el lado de la oferta se destaca el débil desempeño del sector agrícola, especialmente de la producción de café, además de los altos costos en que incurrir las empresas, que restringen su margen de maniobra frente a cambios en los mercados internacionales, primordialmente frente al nivel del tipo de cambio.

El factor de demanda que más ha impactado el comercio exterior colombiano es el bajo crecimiento que experimentan las economías avanzadas y el menor nivel de crecimiento de las economías en desarrollo. Este factor ha determinado negativamente las transacciones comerciales de Colombia y las de los demás países del mundo. A la baja demanda de bienes y servicios a nivel mundial, se le suman la reducción de los precios internacionales de algunos productos que exporta Colombia, como el precio del café y del carbón, por citar algunos ejemplos. Esta última no es una situación generalizada, ya que los precios de bienes como petróleo, aún mantiene precios atractivos para las exportaciones.

En Colombia, la política pública de comercio exterior hacia el sector agrícola y en particular hacia los cultivos de cereales y oleaginosas, como la soya, está encaminada a estabilizar los precios de importación para proteger a los agricultores de las fluctuaciones de los precios internacionales, garantizar la absorción de la cosecha y recaudar ingresos fiscales, que se denomina política arancelaria y de formación de precios, conocida como protección en frontera.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> BETANCOURT, Benjamín. Entorno Organizacional, Análisis y Diagnóstico. Facultad de Ciencias de la Administración. Universidad del Valle.

<sup>85</sup> Andi. Centro de Estudios Económicos. Evaluación de la política de incentivos a la producción nacional de maíz amarillo, sorgo y soya, y algunas recomendaciones.

## ➤ **Tratados comerciales**

Los Tratados de Libre Comercio son acuerdos de carácter comercial bilateral o multilateral con una regulación flexible de intercambio de bienes y servicios, cuya finalidad es generar mayor nivel de desarrollo económico e incremento de los flujos comerciales e inversiones dentro y fuera de las fronteras estatales.<sup>86</sup>

Es importante señalar que el país ha continuado adelantando su política de integración, con nuevos tratados de libre comercio, de inversión, de doble tributación, entre otros, además de las políticas encaminadas al mejoramiento de la competitividad de las empresas colombianas y de su capacidad para insertarse al mercado global. Entre los logros más significativos se encuentran la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y la aprobación del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea. En acuerdos comerciales Colombia cuenta con:

**Tabla 41 Tratados comerciales de Colombia.**

| <b>Acuerdos vigentes</b>                                                                                                                                                                                                   | <b>Acuerdos suscritos</b>                                                                                                          | <b>Negociaciones en curso</b>                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Estados Unidos.</li><li>- Canadá.</li><li>- México.</li><li>- MERCOSUR.</li><li>- CAN.</li><li>- Chile.</li><li>- Triángulo del Norte</li><li>- CARICOM.</li><li>- EFTA.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Unión Europea (aprobado).</li><li>- Corea.</li><li>- Venezuela (acuerdo parcial)</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Japón.</li><li>- Panamá.</li><li>- Turquía.</li><li>- Israel.</li><li>- Costa Rica.</li></ul> |

Fuente: Informe Andi.

Bajo este escenario, se puede observar que Colombia cuenta con un panorama alentador en cuanto a las relaciones internacionales, y que las políticas adoptadas por el gobierno nacional han generado beneficios tanto al crecimiento económico del país como al desarrollo del sector empresarial. Así mismo, el buen desempeño que han exhibido las exportaciones e importaciones colombianas en los últimos años, pese a la crisis económica internacional, muestra que se intercambiaron cerca de US\$120,000 millones con los demás países para finales del 2012. Estos resultados son buenos ante las circunstancias; sin embargo, para lograr mayor provecho de los mercados internacionales, Colombia debe concentrar más sus esfuerzos en la ejecución de su agenda de competitividad.<sup>87</sup>

<sup>86</sup> Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3635>

<sup>87</sup> Informe Andi. Colombia: Balance 2012 y perspectivas 2013. Diciembre de 2012.

### ➤ **Importaciones y exportaciones de soya**

De acuerdo con el Boletín de Comercio Exterior Agropecuario y Agroindustrial del primer semestre de 2012, en Colombia el mayor volumen de importaciones ingresaron desde países miembros del Mercosur, tal es el caso de Argentina que presentó incrementos en las compras de maíz, soya y torta de soya, sorgo, trigo y cebada. Así mismo, durante el mismo periodo no se observaron incrementos importantes en el flujo de exportaciones colombianas de productos agropecuarios y agroindustriales. Lo anterior contrasta con el caso de las exportaciones con destino a los países miembros del Mercosur, en los cuales hubo crecimiento del flujo de ventas colombianas (Argentina 7%, Brasil 12%, Paraguay 354% y Uruguay 366%), también resalta el incremento en el volumen exportado a México (243%) y Suiza (340%) países con los cuales Colombia tiene tratados de libre comercio vigentes.

Es importante analizar el comportamiento de las exportaciones y las compras de la soya en Colombia, ya que esta variable influye de manera directa en el desarrollo del presente proyecto. En el entorno económico se analizó la producción y el consumo de soya en Colombia y se evidenció que la producción ha disminuido considerablemente en los últimos años al igual que el consumo, esto indica que para la realización y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de café de soya en Colombia, sería necesario importar la materia prima del país más cercano o buscar alternativas para aumentar la producción de soya en el territorio nacional y que los precios no sean demasiado altos.

### ➤ **Entidades de Comercio Exterior**

Las actividades de comercio exterior en el mundo han presentado un crecimiento acelerado y Colombia no puede estar al margen del tema cuando el objetivo es tener herramientas que permitan a los empresarios y a la economía nacional participar y competir en mercados extranjeros. Por lo tanto, el gobierno nacional ha establecido instituciones y programas, tanto de carácter público como privado, que permiten promocionar la cultura exportadora y guiar a los empresarios colombianos en su proceso de internacionalización.

Las instituciones Colombianas relacionadas con el comercio exterior son:

- **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:** Ofrece asesoría y capacitación a los microempresarios y empresarios de las pymes en

desarrollo de la cultura empresarial y exportadora, sus servicios se ofrecen a través de programas como la semana del empresario y el exportador, el plan padrino, jóvenes emprendedores y los consejos regionales de apoyo a las pymes.<sup>88</sup>

- **Dirección general de comercio exterior:** Después de la fusión del Instituto Colombiano de Comercio Exterior, INCOMEX con el Ministerio de Comercio Exterior contenida en el decreto 1159 del 29 de junio de 1999, se dicta la institución de la nueva Dirección General de Comercio Exterior, la cual se constituye como Unidad Administrativa Especial, encargada de llevar el registro de productores nacionales con el fin de recopilar toda la información necesaria sobre la producción existente en el país y expedir los conceptos sobre existencia de producción nacional y las demás certificaciones requeridas.
- **Proexport:** es una organización que nace con el nuevo esquema de internacionalización de la economía colombiana, la cual dividió a PROEXPO en dos áreas, PROEXPORT es el área encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales, el turismo internacional y la inversión extranjera en Colombia. PROEXPORT COLOMBIA, se creó como organismo no financiero mediante la constitución de un fideicomiso de patrimonio autónomo. (Decreto 2505 del 5 de Noviembre de 1991).<sup>89</sup>
- **Coinvertir:** Es una entidad de acompañamiento a los empresarios colombianos durante el proceso de atracción de inversión extranjera: estructuración, promoción de proyectos y consecución de socios en el exterior.<sup>90</sup>
- **Icontec:** Es una organización con amplia cobertura internacional sin ánimo de lucro, con el objetivo de responder a las necesidades de los diferentes sectores económicos, a través de servicios que contribuyen al desarrollo y

---

<sup>88</sup> Cápsulas de Emprendimiento.

<http://capsulasdeemprendimiento.wordpress.com/fomento/emprendimiento-2/colombia/>

<sup>89</sup> Universidad ICESI. Consultorio de Comercio Exterior.

<http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/11/14/56/>

<sup>90</sup> Coinvertir. Invest In Colombia Corporation. Lima, 4 de diciembre de 2003.

competitividad de las organizaciones, mediante la confianza que se genera en sus productos y servicios.<sup>91</sup>

- **DIAN:** Facilitar a las personas naturales o jurídicas constituidas como empresa, el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras, y cambiarias, además apoyar las operaciones de comercio internacional en condiciones de equidad, transparencia y legalidad.
- **Zeiky:** Es un centro empresarial de comercio exterior resultado de la alianza entre Mincomex, Proexport y Bancoldex, encargado de generar la cultura exportadora y promover las exportaciones. Está a disposición del empresario colombiano con el fin de resolver cualquier inquietud y apoyarlo brindándole asesorías en todos aquellos temas relacionados con el comercio exterior.

#### ➤ **Bancos e Instituciones Internacionales**

##### - **Banco de la república e instituto de fomento industrial**

Es el Banco Central de Colombia y está organizado como una persona jurídica de derecho público con autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio, según lo expresado en la Constitución Política de Colombia de 1991. El Banco de la República otorga créditos al sector privado a través de los intermediarios financieros, con base en líneas externas contratadas con organismos multilaterales. Estas líneas de crédito pueden ser en pesos o en dólares, con o sin seguro de riesgo cambiario y están dirigidas a promover el desarrollo de proyectos de modernización de la industria.

##### - **Bancoldex**

El Banco es una sociedad anónima de economía mixta, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, siendo el Gobierno Nacional su mayor accionista. Opera en Colombia como un banco de redescuento, ofreciendo productos y servicios financieros a las empresas relacionadas con el Comercio Exterior Colombiano. En el exterior se ofrecen, por conducto de bancos previamente calificados, financiación para el importador de bienes y servicios colombianos.

---

<sup>91</sup> <http://es.scribd.com/doc/92033537/Que-significa-ICONTEC>

- **Fiducoldex**

Es una sociedad de servicios financieros de economía mixta indirecta. El Objeto social de FIDUCOLDEX es la celebración de contratos de fiducia mercantil en todos sus aspectos y modalidades, y la realización de todas las operaciones, negocios, actos, encargos y servicios propios de la actividad fiduciaria.<sup>92</sup>

**Tabla 42 Matriz Entorno Internacional.**

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE<br/>COFFE SOY – Sector Industrial<br/>ENTORNO - Internacional</b>                                                                                                                                                                                                           |            |           |           |           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| En Colombia, el desempeño del comercio internacional se ha visto afectado tanto por factores de oferta como de demanda, los primeros particulares a la economía colombiana y los segundos más relacionados con los efectos del bajo crecimiento de las economías avanzadas.                               | A          |           | X         |           |           |
| La oferta del sector agrícola tuvo un desempeño débil en el comercio internacional. Los altos costos en que incurren las empresas restringen su margen de maniobra frente a cambios en los mercados internacionales, primordialmente frente al nivel del tipo de cambio.                                  | A          |           | X         |           |           |
| El factor de demanda que más ha impactado el comercio exterior colombiano es el bajo crecimiento que experimentan las economías avanzadas y el menor nivel de crecimiento de las economías en desarrollo.                                                                                                 | A          |           | X         |           |           |
| En Colombia, la política pública de comercio exterior hacia el sector agrícola y en particular hacia los cultivos de cereales y oleaginosas, como la soya, está encaminada a estabilizar los precios de importación para proteger a los agricultores de las fluctuaciones de los precios internacionales. | O          |           |           |           | X         |
| De acuerdo con el Boletín de Comercio Exterior Agropecuario y Agroindustrial del primer semestre de 2012, en Colombia el mayor volumen de importaciones ingresaron desde países miembros del Mercosur.                                                                                                    | O          |           |           | X         |           |
| Colombia sigue adelantando políticas de integración                                                                                                                                                                                                                                                       | O          |           |           |           | X         |

<sup>92</sup> Fiducoldex. Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A.  
<http://www.fiducoldex.com.co/index.php?doc=displaypage&pid=184>

| <b>ANALISIS DEL MACROAMBIENTE</b><br><b>COFFE SOY – Sector Industrial</b><br><b>ENTORNO - Internacional</b>                                                                                                                                                                                        |            |           |           |           |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>VARIABLES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>A/O</b> | <b>AM</b> | <b>am</b> | <b>om</b> | <b>OM</b> |
| con nuevos tratados de libre comercio, de inversión, de doble tributación, etc., además de políticas encaminadas al mejoramiento de la competitividad y de la capacidad de inserción en el mercado global.                                                                                         |            |           |           |           |           |
| Colombia cuenta con tratados comerciales con países como: Estados Unidos, Canadá, México, Chile, Venezuela, Corea, Unión Europea, etc.                                                                                                                                                             | O          |           |           |           | X         |
| Colombia posee un panorama alentador en cuanto a las relaciones internacionales y las políticas adoptadas por el gobierno nacional han generado beneficios tanto al crecimiento económico del país como al desarrollo del sector empresarial.                                                      | O          |           |           |           | X         |
| De acuerdo con el Boletín de Comercio Exterior Agropecuario y Agroindustrial a principios del 2012 el mayor número de importaciones en Colombia ingresaron de países miembros del Mercosur. Tal fue el caso de Argentina, donde se incrementaron las compras de trigo, soya, maíz, sorgo y cebada. | A          | X         |           |           |           |
| El gobierno nacional ha establecido instituciones y programas, tanto de carácter público como privado, que permiten promocionar la cultura exportadora y guiar a los empresarios colombianos en su proceso de internacionalización.                                                                | O          |           |           |           | X         |
| Los organismos internacionales en Colombia que permiten el comercio exterior son: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport, Bancoldex, Icontec, Dian, Fiducoldex, Coinvertir, entre otras.                                                                                           | O          |           |           |           | X         |

### 2.1.10 Matriz Integrada del Entorno

Tabla 43 Matriz integrada del entorno.

| <b>VARIABLES CLAVE</b>   | <b>RELACIÓN CON EL SECTOR</b>                    | <b>JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIAS</b>               | <b>IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN</b>             |
|--------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <b>ENTORNO ECONÓMICO</b> |                                                  |                                                 |                                                  |
|                          | La empresa Coffe Soy se ubica en el sector de la | El sector industrial registró un comportamiento | Es una amenaza para la empresa el comportamiento |

| VARIABLES CLAVE                                                                                                                                                                                                                              | RELACIÓN CON EL SECTOR                                                                                                                                                                                                                                                                                      | JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIAS                                                                                                                                                                                                                                                         | IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Crecimiento del PIB por ramas de actividad económica: Construcción con una variación 18,4%, explotación de minas y canteras con una variación del 8,5%. Mientras que el sector de la industria manufacturera presenta una variación de -0,6. | industria. Sin embargo, está ligada también al sector agrícola porque la materia prima que se utilizará será el grano de soya. Aunque el sector industrial ha decrecido, el sector agrícola ha presentado un comportamiento positivo.                                                                       | negativo debido principalmente al decrecimiento de la fabricación de productos de la refinación del petróleo y de la fabricación de sustancias y productos químicos. Sin embargo, el sector agroindustrial mostró una participación importante en el crecimiento del PIB nacional. | negativo que tuvo el sector industrial en los últimos años, ya que se evidencian factores que influyen en este tipo de actividad económica. Dichas influencias podrían estar relacionadas con el coletazo de la crisis económica mundial, la reducción de la demanda, aumento en los precios, etc. |
| Precio de la soya: De acuerdo con la Bolsa Mercantil, el precio de la soya se ha mantenido relativamente equilibrado en los últimos seis años, en el año 2010 bajó el precio debido al incremento en la producción de soya.                  | El hecho de que el precio de la soya se mantenga estable en los últimos años es una situación positiva para el sector de la industria y para la empresa que se pretende crear en el municipio de Caicedonia – Valle, ya que no afectaría, de manera significativa, el costo de producción del Café de Soya. | A pesar de las inclemencias del clima de los últimos años, el precio de la soya en Colombia se mantuvo estable gracias al incentivo en la plantación de dicho cultivo por sus propiedades físicas y sus múltiples usos en el sector de la industria.                               | Esta variable es una gran oportunidad para la empresa de Café de Soya que se desea crear en el municipio de Caicedonia – Valle ya que las cifras muestran estabilidad en los precios de la soya, lo cual no afectaría los costos de producción y el precio del Café de Soya también sería estable. |
| ENTORNO SOCIAL                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Nivel de pobreza: Se redujo entre 2010 y 2011 de 37,2% a 34,1%. Pobreza extrema paso de 12,3% a 10,6% lo que muestra una reducción de 1,7%.                                                                                                  | La reducción del nivel de pobreza es positivo para el sector industrial puesto que accede con mayor facilidad a mano de obra calificada para                                                                                                                                                                | El nivel de pobreza en Colombia tuvo una tendencia decreciente gracias a unas políticas gubernamentales que han generado oportunidades de                                                                                                                                          | Es importante para la empresa que el nivel de pobreza haya disminuido, puesto que indica que las personas tienen más oportunidad de                                                                                                                                                                |

| VARIABLES CLAVE                                                                                                                                                                                            | RELACIÓN CON EL SECTOR                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                            | tecnificar procesos y procedimientos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | empleo para los más pobres y a una redistribución del ingreso más equitativo.                                                                                                                                                                                                                                                                       | acceder a productos de mejor calidad y con mayores beneficios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Tratamiento inadecuado del agua:<br>De acuerdo con la Secretaria Departamental de Salud, el municipio de Caicedonia no cuenta con un tratamiento adecuado del agua y el estado sanitario es desfavorable.  | La calidad del agua es uno de los aspectos más importantes para el sector industrial, especialmente para la industria de alimentos. Sin embargo, la deficiencia en el tratamiento del agua del municipio es un factor negativo para el sector, ya que sería difícil acceder a la certificación de registros sanitarios, y la implementación de un sistema de acueducto propio podría ser costoso para las empresas. | El municipio de Caicedonia cuenta con servicios públicos básicos como energía eléctrica, acueducto y alcantarillado en un porcentaje mayor al 90%. Sin embargo, el acueducto ha presentado muchas fallencias tanto en cobertura como en calidad, lo cual podría generar costos en los procesos productivos y poca calidad en los productos finales. | El agua es uno de los recursos más importantes y costosos en muchos procesos productivos y este indicador muestra que hay un aspecto negativo que se debe analizar cuidadosamente en la creación de una empresa de alimentos, puesto que el agua potable es uno de los servicios más importantes para los procesos de elaboración de un producto alimenticio como el café de soya. |
| <b>ENTORNO CULTURAL</b>                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| El 45% de los colombianos se preocupan cada vez más por los cuidados de su cuerpo y de su salud física, los cuales buscan como alternativa productos que contribuyan al mejoramiento de su calidad de vida | Los cambios en las tendencias de consumo determinan oportunidad para crear nuevos productos que satisfagan las necesidades de los consumidores. Este aspecto es una oportunidad para el sector agroindustrial puesto que la                                                                                                                                                                                         | Debido al incremento de personas que padecen enfermedades y que no pueden consumir algunos alimentos, se ha detectado la oportunidad de crear un producto sustituto más sano para este tipo de personas. Las tendencias de                                                                                                                          | Este aspecto es de vital importancia para la creación de una empresa productora y comercializadora de café de soya porque gran parte de la población colombiana estaría dispuesta a consumir el producto, gracias al cambio en las tendencias de                                                                                                                                   |

| VARIABLES CLAVE                                                                                                                                                                     | RELACIÓN CON EL SECTOR                                                                                                                                                                                                                                                           | JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIAS                                                                                                                                                                                                                                            | IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                     | producción de una bebida natural permitiría satisfacer muchos consumidores.                                                                                                                                                                                                      | consumo en los colombianos han cambiado notoriamente y se ha podido observar que la mayoría han mejorado sus hábitos alimenticios y prefieren consumir alimentos más sanos.                                                                                           | consumo.                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| El consumo de soya: Ha presentado un crecimiento de 1,88% promedio anual desde 1990 hasta el 2010.                                                                                  | El aumento en el consumo de soya en Colombia es un factor positivo para el sector industrial, ya que la demanda exige la creación de productos a base de soya, los cuales proveen propiedades nutricionales para las personas que han cambiado sus tendencias de consumo diario. | El consumo de soya en Colombia ascendió a 375.000 toneladas en el 2009, de las cuales el 84% fueron importadas y el 16% restante corresponde a la producción nacional. Este aumento en el consumo de soya determina la necesidad de fortalecer este tipo de cultivos. | El aumento en el consumo de soya es un factor positivo para una empresa productora y comercializadora de Café de soya; sin embargo la producción nacional no es suficiente para suplir la demanda, lo cual sería un factor negativo para la empresa porque se habría la necesidad de importar. |
| ENTORNO POLÍTICO                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| En Colombia, para el año 2012 se constituyeron 64.421 nuevas empresas, con un aumento de 11,6% respecto al 2011. El Valle del Cauca es una región con alto nivel de emprendimiento. | Las políticas creadas por el gobierno para apoyar la creación de empresa es un factor que favorece el sector industrial en Colombia, ya que genera crecimiento económico y empresarial, promueve la generación de empleo y el desarrollo de una                                  | El buen crecimiento de la economía y el incremento de la inversión fueron las razones por las cuales se incrementó la creación de empresa en Colombia, incluidas las políticas y programas institucionales que promovieron el emprendimiento.                         | Para la creación de una empresa es importante que el gobierno establezca estrategias para incentivar el emprendimiento, a través de programas e instituciones que hagan posible la ejecución de proyectos económicamente viables y con impacto positivo a la sociedad.                         |

| VARIABLES CLAVE                                                                                                                                                                                                                   | RELACIÓN CON EL SECTOR                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                   | región.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Instituciones que apoyan el emprendimiento en Colombia son: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Fondo Nacional de Garantías, Fondo Emprender del Sena, Proexport, Bancoldex, y algunas universidades públicas y privadas | La existencia de entidades e instituciones del sector público y privado que apoyan el emprendimiento, benefician directamente el sector industrial, ya que incentivan la creación de empresas a través de asesorías técnicas, legales y financieras que hacen posible la ejecución y puesta en marcha de muchos proyectos productivos. | Para la creación de empresa en Colombia es importante que las personas emprendedoras tengan en cuenta las instituciones que contribuyen de alguna manera en el desarrollo de nuevos proyectos de negocio en todo el país. Esto con el fin de fomentar el crecimiento y el desarrollo económico en todas las regiones del país, a través del incentivo en una cultura de innovación. | Es una gran oportunidad para este proyecto que el Gobierno establezca programas e instituciones que apoyen la creación de empresa en Colombia, ya que el objetivo es impulsar la economía regional, crear fuentes de empleo y ser competitivo como ente económico. También es importante desde el punto de vista de la asesoría técnica, legal y financiera porque hace posible poner en marcha la idea de negocio |
| <b>ENTORNO TECNOLÓGICO</b>                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Gestión del conocimiento como estrategia para tecnificar los procesos y actividades tanto operativas como administrativas.                                                                                                        | Para el sector industrial la gestión del conocimiento es de gran importancia porque implica la transferencia de conocimiento para tecnificar y mejorar procesos operativos y administrativos, lo cual le aportará al sector mayor productividad y competitividad.                                                                      | El objetivo central de toda empresa debe estar enfocado al crecimiento; por lo tanto debe considerar la adquisición de conocimiento y adaptarla como una herramienta tecnológica. En Colombia se ha logrado un avance importante en este sentido, sin embargo, debe ser una estrategia de continua aplicación.                                                                      | Para la empresa que se pretende crear es de vital importancia adquirir todo tipo de conocimiento y tecnología para aplicarla en los procesos productivos y administrativos, los cuales permitirán a la empresa realizar actividades eficientes y con proyección al crecimiento y al mejoramiento continuo.                                                                                                         |

| VARIABLES CLAVE                                                                                                                                                                                         | RELACIÓN CON EL SECTOR                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Infraestructura:<br>Colombia ocupa uno de los últimos puestos a nivel mundial en infraestructura.                                                                                                       | La falta de inversión en infraestructura es un aspecto negativo para el sector industrial porque dificulta las actividades de operación, logística y transporte de muchas empresas colombianas, haciendo que sus productos tengan mayor costo y menor calidad.                                                                                | En Colombia existe una desventaja que genera un impacto negativo sobre muchas empresas y es la falta de inversión en infraestructura, ya que las actividades logísticas y de transporte son demasiado costosas y requieren de mayor tiempo. Esta situación genera ineficiencia y pérdida económica para las empresas que requieren de este tipo de recursos. | Para la puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya en el municipio de Caicedonia es una amenaza mayor que la infraestructura existente no permita que las actividades de transporte sean mínimas y favorables económicamente, ya que se considera que la soya debe ser transportada desde otros departamentos, lo cual generaría sobrecosto en el producto y menor eficiencia. |
| <b>ENTORNO INTERNACIONAL</b>                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| TLC:<br>Colombia continua adelantando su política de integración, con nuevos tratados de libre comercio, de inversión, de doble tributación, entre otros. Además de la Alianza del Pacífico 2012 - 2013 | Para el sector industrial es muy importante que Colombia contraiga relaciones de comercio exterior, ya que esto permite diversificar los mercados y generar un desarrollo económico a las naciones. Además de la creación de estrategias para intercambiar bienes y servicios con aranceles que benefician la economía de los países aliados. | El TLC y la Alianza del Pacífico son mecanismos y acuerdos bilaterales o multilaterales que buscan impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías de las naciones aliadas. Así mismo, convertirse en una plataforma de articulación política, de integración económica y comercial, y de proyección al mundo.                   | Esta variable se considera como una gran oportunidad para las empresas colombianas y para el éxito del negocio en proyección, ya que a futuro podría beneficiarse económicamente y ganar reconocimiento en el mercado internacional, aparte de la oportunidad de acceso a tecnología o del personal con experiencia y conocimiento.                                                                               |

| VARIABLES CLAVE                                                                                                                                                                                    | RELACIÓN CON EL SECTOR                                                                                                                                                                                                                                                                                          | JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                  | IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| En el 2012 se incrementaron las importaciones de cultivos como los cereales y aleaginosas, provenientes de países miembros del Mercosur.                                                           | El incremento de las importaciones de cultivos como la soya afecta no sólo el sector industrial, sino también el agrícola, ya que podría afectar el precio del producto y por ende la demanda del mismo.                                                                                                        | Las importaciones de soya en Colombia tuvieron un crecimiento debido a los altos costos de producción interna; es decir, que es más económico importar el grano de soya que producirlo.                                                                                                                     | Esta situación se considera como una amenaza mayor para una empresa productora y comercializadora de café de soya porque la importación de la materia prima genera aumento en los costos de producción.                                                                                                              |
| <b>ENTORNO AMBIENTAL</b>                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| En Colombia, el Plan Nacional de Desarrollo de cada gobierno establece políticas ambientales que permiten asegurar la calidad de vida de las personas mediante la conservación del medio ambiente. | Para el sector industrial es muy importante la adopción de políticas ambientales que permitan diseñar procesos y prácticas de producción más sanos para el medio ambiente. Este aspecto puede considerarse también como una estrategia para lograr reconocimiento por su responsabilidad con el medio ambiente. | Las políticas ambientales que se manejan en Colombia son muy amplias y consideran cada uno de los aspectos referentes al cuidado del medio ambiente. Sin embargo, hay unas de mayor relevancia para el caso de la creación y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya. | Es una gran ventaja adoptar políticas ambientales en una empresa productora de café de soya, tales como: la producción más limpia, el manejo integral de aguas, entre otras, puesto que le permite a la empresa poder optimizar los procesos productivos, mejorar la calidad de los productos y ser más competitivos |
| Norma ISO 14000: Permite establecer un Sistema de Gestión Ambiental en las empresas.                                                                                                               | La adopción de una política de calidad orientada hacia la conservación del medio ambiente, es positivo para el sector industrial, ya que permite a                                                                                                                                                              | La ISO 14000, es una norma internacionalmente aceptada que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental efectivo.                                                                                                                                                                                | La existencia de esta norma es una ventaja para la empresa que se pretende crear en el municipio de Caicedonia – Valle, porque permite que                                                                                                                                                                           |

| VARIABLES CLAVE                                                                                                                                                                                 | RELACIÓN CON EL SECTOR                                                                                                                                                                                                                                                                 | JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIAS                                                                                                                                                                                                                   | IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                 | cualquier organización de cualquier tipo controlar el impacto de sus actividades, productos o servicios en el medio ambiente.                                                                                                                                                          | Dicha norma está diseñada para conseguir un equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción de los impactos en el ambiente y, con el apoyo de las organizaciones, es posible alcanzar ambos objetivos.                   | el producto tenga una mayor orientación hacia lo natural, la conservación de la vida y del medio ambiente. Además permite que la empresa logre mayor reconocimiento por sus políticas encaminadas a la RSE.                                        |
| <b>ENTORNO DEMOGRÁFICO</b>                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Ingreso promedio:<br>En el año 2012, sólo 8 deptos. Presentaron PIB per cápita por encima del promedio nacional. El Valle del Cauca hace parte de los departamentos con mayor ingreso promedio. | La estabilidad de la economía regional ha beneficiado el sector agropecuario, lo cual aumenta la posibilidad de que la venta del Café de Soya tenga mayor aceptación dentro del mercado regional. Además, por ser un producto derivado de la soya, beneficia el sector agroindustrial. | El ingreso promedio de los vallecaucanos se registró como uno de los más altos y estables a nivel nacional por ser uno de los departamentos con mayor riqueza natural.                                                                       | Es una gran oportunidad para una empresa productora y comercializadora de Café de Soya, puesto que los vallecaucanos poseen ingresos suficientes para adquirir productos sanos que contribuyan en el mejoramiento de la salud.                     |
| Envío de remesas del exterior:<br>En el Valle del Cauca se calculó un monto promedio de envío de remesas entre los 240 y 300 dólares en los últimos años.                                       | El ingreso de dineros extranjeros es positivo para el sector industrial puesto que la economía se torna más estable y con mayores oportunidades de inversión, aparte de que las personas pueden acceder a otros productos y servicios que                                              | El Valle del Cauca es considerado como uno de los departamentos con mayor porcentaje de habitantes en el exterior, con el 24,1% del total de migrantes nacionales. El monto promedio de dichas remesas son destinadas para gastos del hogar, | Esta condición se presenta como una gran oportunidad para una empresa productora y comercializadora de Café de Soya, ya que el trabajo de muchas personas en el exterior permite que sus familias posean ingresos adicionales para adquirir bienes |

| VARIABLES CLAVE | RELACIÓN CON EL SECTOR                             | JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIAS                 | IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN                |
|-----------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------------|
|                 | contribuyan al mejoramiento de su calidad de vida. | seguido por el mercado, educación y salud. | y servicios para mejorar la calidad de vida. |

Fuente: Elaborado por el autor

## 2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR (DIAMANTE DE PORTER)

Porter sostiene que las empresas más competitivas provienen de las bases nacionales que en sí mismas son fuertes y competitivas. Esto agudiza el instinto de triunfo y brinda un valioso apoyo “grupal” de industrias relacionadas e igualmente exitosas que actúan como compradores y proveedores. En el contexto geográfico (nacional – regional – local) se desarrollan unos sectores económicos (industrias) conformados por organizaciones productivas que fabrican o prestan servicios y compiten directamente unas con otras.<sup>93</sup>

Así mismo, Porter propone una herramienta teórica que permite a las empresas entender el contexto económico, productivo y competitivo en el que se desenvuelven, a través de la información que se obtiene de la región o de las organizaciones ya existentes. Dicha herramienta está constituida por el Diamante Competitivo, donde se destacan los factores productivos, las condiciones de demanda, los encadenamientos productivos y clúster, y las estrategias de las empresas pertenecientes al sector.

A través del Diamante de Porter se pretende realizar un análisis competitivo del sector de la soya para determinar el nivel en el que se encuentra el sector e identificar aspectos clave que permita a una empresa productora y comercializadora de café de soya competir en el mercado regional y local.

### 2.2.1 Factores productivos

“La dotación de los factores productivos hace referencia al conjunto de factores de que dispone cada nación y cada región y las empresas para el desarrollo de sus sectores productivos” (Porter).

A continuación se describirán cada uno de los factores que hacen referencia al sector en el que participaría una empresa productora y comercializadora de café de soya en el municipio de Caicedonia – Valle.

<sup>93</sup> BETANCOURT, Benjamín. Análisis Sectorial y Competitividad.

- **Recursos naturales:** Colombia es un país con una biodiversidad geográfica y natural muy amplia, la variedad de climas hace posible la producción de muchos cultivos beneficiando la agricultura en todo el país. Así mismo, existe un gran potencial minero, lo cual permite que se desarrolle como una de las actividades económicas más importantes del país.

Por otro lado, la agricultura vallecaucana es la más importante y variada del país, con cultivos tecnificados de caña de azúcar, café, algodón, soya y sorgo. El Valle se ha convertido en uno de los principales centros de desarrollo económico del país dominando todo el sur occidente Colombiano. Por estas razones, el Valle es el tercer departamento en producción industrial.<sup>94</sup>

El municipio de Caicedonia – Valle ha sido considerada también como una región muy rica en diversidad natural, ya que su principal actividad económica ha sido la agricultura, mediante el cultivo de productos como el café, el plátano, yuca, maíz, banano, aguacate y cítricos.

- **Mano de obra:** A pesar de que en Colombia existe baja calidad en la educación, el gobierno ha centrado sus esfuerzos para ampliar la cobertura de la educación y lograr que el país tenga un desarrollo creciente en todos los ámbitos, tanto en el económico como en el social. Hoy en día, existen muchas instituciones educativas que contribuyen en la formación intelectual de gran parte de la población, desde la educación básica primaria, hasta la educación superior, además de instituciones de formación laboral que crean programas de capacitación para mejorar la mano de obra que exigen las organizaciones actuales.

Así mismo, el municipio de Caicedonia – Valle cuenta, en la actualidad, con 47 sedes educativas, 234 docentes y 18 directivos docentes.<sup>95</sup> También favorece la presencia de la sede de la Universidad del Valle y los cursos de capacitación que ofrece el SENA.

- **Ciencia y Tecnología:** Colombia y el Valle del Cauca cuentan con amplios recursos tecnológicos, entre los más importantes se encuentran la creciente

---

<sup>94</sup> Colombia, Departamentos, Valle del Cauca. Disponible en:

<http://www.colombiainfo.com/colombiainfo/departamentos/vcauca.asp>

<sup>95</sup> CONCEJO MUNICIPAL, Caicedonia Valle, ACUERDO N° 011 DE MAYO 30 DE 2.008, por medio del cual se adopta el plan de desarrollo del municipio de Caicedonia Valle del Cauca 2.008-2.011.

cobertura de servicios de internet banda ancha y telefonía celular, ofrecidos por diferentes proveedores de telecomunicaciones. Así mismo, el municipio de Caicedonia ha mejorado notoriamente en la adquisición de herramientas tecnológicas en cada una de las diferentes organizaciones tanto del sector privado como del público, beneficiando no sólo la realización de sus actividades, sino también el desarrollo y el crecimiento de la región.

Además cuenta con grupos de investigación pertenecientes a la Universidad del Valle, los cuales se encargan de estudiar y analizar las condiciones actuales del municipio e identificar aquellas condiciones que podrían traer un beneficio a su población, o aquellos problemas que afectan el crecimiento de la misma y buscar soluciones y estrategias para minimizar en parte las posibles consecuencias.

- **Recursos financieros:** Las condiciones que ofrece el sector financiero en Colombia son positivas para la creación de una empresa y para la actividad económica en general, puesto que la economía colombiana ha mostrado un crecimiento sostenido y se ha mantenido relativamente estable en los últimos años. Además las políticas económicas establecidas por el gobierno han permitido analizar alternativas de inversión, mediante la disminución de las tasas de interés, las cuales permiten la posibilidad de acceder a créditos bancarios y a diversas formas de financiación.

En Colombia existen muchas entidades del sector público y privado que trabajan para hacer posible la inversión y la actividad económica entre los sectores. Entre las más importantes se encuentran las entidades bancarias, las compañías de financiamiento comercial, fiduciarias, compañías de leasing, compañías de factoring, etc. Además de las entidades de fomento creadas por el gobierno tales como: FINAGRO, Bancóldex, etc.

Por otro lado, es importante mencionar que en el municipio de Caicedonia – Valle existen sucursales de: Bancolombia, Davivienda y Banco de Bogotá y dos corresponsal bancario (AV Villas y WWB Colombia).

### 2.2.2 Encadenamientos productivos

La presencia de empresas e instituciones de apoyo, pertenecientes al primer y segundo sector de la economía en Colombia, es un factor que beneficia la

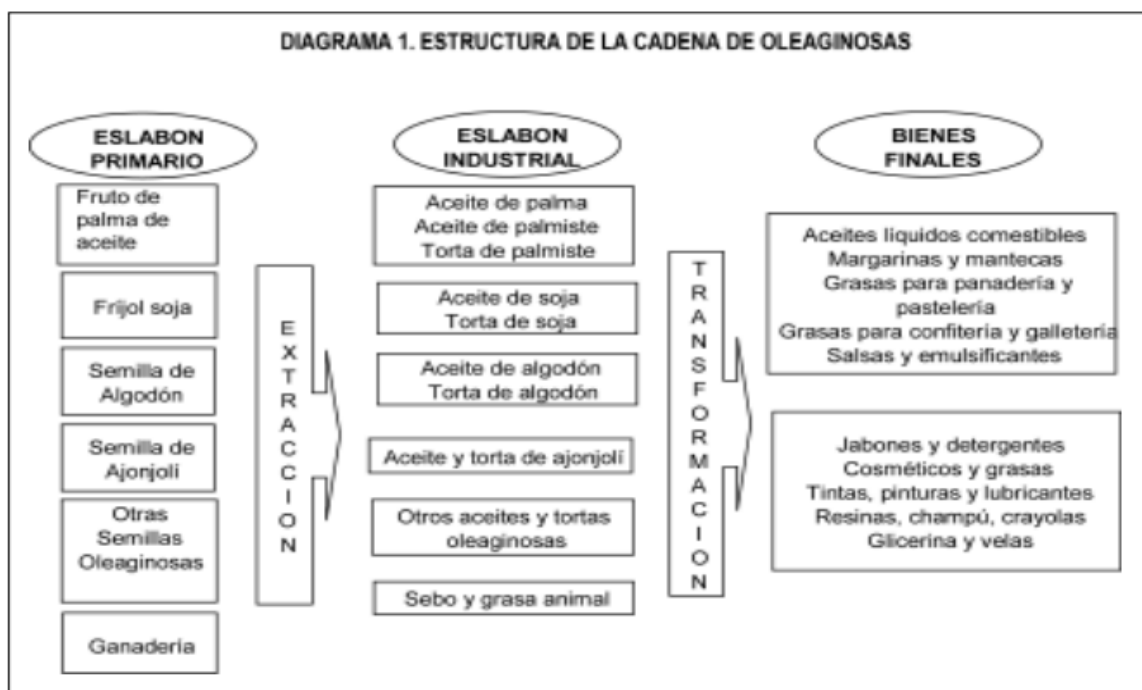
participación de los diferentes actores en la competitividad nacional y regional, los cuales buscan concentrar esfuerzos para fortalecer la productividad y el crecimiento económico de cada una de las organizaciones que interactúan.

A pesar de que en Colombia no existe un clúster específico de la soya, existen diferentes organizaciones tanto del sector público como del privado que participan directa e indirectamente de la industria agroalimentaria. Es decir, que existe la presencia de asociaciones del sector agrícola, los cuales son los encargados de la producción del grano de la soya; por otro lado, están las industrias, las cuales se encargan de la transformación del grano de soya en diferentes productos (aceites, harinas, concentrados, etc.), y por último la presencia de entidades de apoyo del sector financiero, las de apoyo técnico y las universidades, las cuales hacen posible el desarrollo competitivo del sector.

#### - Red productiva del grano de la soya en Colombia

En Colombia, la producción de alimentos derivados del grano de la soya se enlaza con los diferentes eslabones productivos; por lo tanto, se puede decir que para el debido proceso de producción y comercialización del café de soya se debe establecer a qué tipo de red productiva podría pertenecer la empresa que se pretende crear en el municipio de Caicedonia – Valle.

**Figura 11 Estructura de la cadena de oleaginosas**



Fuente: Cadena de Aleaginosas en Colombia.

## - Cadena Productiva de la Soya

La cadena productiva de la soya en Colombia comprende los proveedores del grano de la soya con el abastecimiento de insumos, la transformación del grano de soya en la planta, el empaque del producto, la distribución y comercialización al consumidor final.

Figura 12 Cadena productiva café de soya (Coffe soy)



Fuente: Elaboración propia.

### 2.2.3 Condiciones de la Demanda

De acuerdo con los resultados obtenidos en el análisis del entorno cultural, se lograron identificar factores positivos en cuanto a las tendencias de consumos de alimentos naturales o derivados de la soya, ya que en la actualidad gran parte de la población ha cambiado sus hábitos alimenticios y prefieren consumir productos que mejoren la calidad de vida y contribuyan con el cuidado de la salud. Sin embargo, la comercialización y venta de muchos productos naturales y, en particular, los derivados de la soya en el mercado interno son escasos, puesto que las pocas empresas que se dedican a la producción de este tipo de alimentos distribuyen sus productos en canales muy especializados tales como los centros naturistas.

Actualmente en Colombia, la creciente demanda de productos naturales ha generado la diversificación de productos derivados de la soya, tales como la leche de soya, el queso de soya (tofu), tortas, snacks y carne, ya que satisfacen las

nuevas tendencias de los consumidores, los cuales buscan beneficios nutricionales que contribuyan con el cuidado de la salud y que sustituyan productos que no pueden ser consumidos por personas que padecen de algún tipo de enfermedad y que requieren implementar cambios en su dieta diaria.

El Café de Soya es un producto nuevo en el mercado nacional y por tanto es muy poco comercial en los supermercados y en las tiendas de barrio, por tal motivo se puede identificar la debilidad en los canales de distribución de este tipo de productos, y por lo general se encuentran asociados a almacenes especializados de productos naturales. Por lo tanto, es fundamental que se fortalezca la promoción, la publicidad y la distribución en los diferentes canales de distribución existentes en el mercado nacional y local.

En el municipio de Caicedonia – Valle existe deficiencia en la distribución de este tipo de productos, ya que sólo existen dos tiendas naturistas y los supermercados de la localidad no comercializan este tipo de productos. Además, existen personas que elaboran este tipo de productos derivados de la soya de una manera artesanal para ser distribuidos por ellos mismos. Sin embargo, existe una oportunidad de ofrecer un producto como el Café de Soya ya que ofrece múltiples beneficios a la salud y además de su exquisito sabor, pero se debe establecer una estrategia fuerte de promoción y publicidad que genere un impacto positivo en el consumidor.

#### **2.2.4 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas del sector**

Los aspectos más relevantes en la competitividad de los sectores son las estrategias, las estructuras y la naturaleza de la rivalidad que pueda existir entre ellas. Esa fuerte rivalidad es la que determina el estímulo para la creación de una ventaja competitiva, la cual conlleva a que las empresas tengan la necesidad de crear estrategias que les permitan sobresalir en un medio empresarial tan exigente como el de la actualidad.

Por otro lado, es importante considerar el nivel de competencia en el que se encuentra el sector industrial en el municipio de Caicedonia – Valle. De acuerdo con la información que se obtuvo en el análisis del entorno en el que se desarrollará este plan de negocio, se pudo observar que el nivel de competencia en la localidad es mínimo, puesto que sólo existe una industria de confecciones llamada Industrias Integradas.

Así mismo, se puede asumir como una ventaja para la creación de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya en el municipio la existencia de pocas industrias, ya que tendría la oportunidad de establecerse en el mercado.

### **2.2.5 El papel del Gobierno**

Este aspecto es fundamental para analizar el sector en el que se encuentra establecida una empresa, ya que se debe considerar el grado de participación del Gobierno, como también las políticas que podrían influir positiva o negativamente en el éxito o el fracaso de las mismas.

Una de las formas como ha intervenido el Gobierno en Colombia en cuanto a la creación de empresas es la consolidación de entidades tanto del sector público como del privado, que sirven de apoyo e incentivan el emprendimiento a nivel nacional y regional, haciendo posible que el sector de la industria crezca gracias a la iniciación de nuevos proyectos innovadores.

Por otro lado, las políticas económicas establecidas en los últimos tiempos han beneficiado el crecimiento y la estabilidad económica del país, lo cual ha contribuido a que los empresarios tengan la oportunidad de invertir en sus proyectos empresariales gracias a la reducción de las tasas de interés. Así mismo, es importante mencionar los tratados de libre comercio y las alianzas que el Gobierno ha firmado con diferentes países, lo cual representa una ventaja importante para la internacionalización de los mercados, y lograr mayor competitividad tanto para el sector como para las empresas que hacen parte de él.

Otro aspecto importante en la intervención gubernamental es la regulación fiscal y tributaria de cada empresa, ya que ejercer control estatal sobre cada ente económico hace posible la regulación de las actividades y la protección de los recursos financieros tanto de la empresa como de la nación. Sin embargo, se evidencia que en el municipio de Caicedonia – Valle existe poco control gubernamental y poco apoyo al emprendimiento, lo cual genera un alto índice de informalidad, generando inestabilidad económica para la región y para las mismas empresas.

### **2.2.6 El papel de la casualidad – El azar**

Es importante tener en cuenta los factores casuales que se presentan y que no pueden ser previstos por las empresas. Los factores que más podrían afectar el sector industrial de la soya son:

- Cambios climáticos y la ola invernal de los últimos años.
- Reducción en la producción y el consumo de la soya.
- Incremento en las importaciones de soya.
- Regulación variable del precio de la soya.

Figura 13 Diamante de Porter para el sector de la soya

### 2.2.7 Modelo del diamante de Porter para el sector de la soya



Fuente: Elaboración propia

## 2.3 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS

Los elementos que determinan la estructura competitiva del sector, desde un punto de vista estratégico, son aquellos que conducen a detectar las oportunidades y amenazas generales que se concretarán en la fase de diagnóstico mediante el análisis de mercado y la competencia.<sup>96</sup> Según lo propuesto por Michael Porter (1980), se estudiarán factores tales como: la

<sup>96</sup> BETANCOURT G, Benjamín. Análisis Sectorial y Competitividad. Capítulo V. Análisis de la estructura del sector. Página 137.

amenaza de nuevos competidores, la intensidad de la rivalidad entre los competidores existentes, los productos sustitutos y el poder negociador de los compradores y de los proveedores. Por lo tanto, se analizarán estos elementos para determinar la situación actual del sector en el que se desempeñará la empresa productora y comercializadora de Café de Soya que se proyecta crear en el municipio de Caicedonia – Valle y poder diseñar estrategias que le permitan a la empresa entrar a competir en el sector de una manera adecuada y confiable.

### 2.3.1 Intensidad de la Rivalidad

El sector industrial enfrenta un nivel de rivalidad bajo, ya que en el municipio de Caicedonia – Valle existe poca presencia de empresas dedicadas a la manufactura. Para conocer detalladamente el nivel de rivalidad de los competidores del sector se analizarán detalladamente las siguientes variables:

- **Número de competidores:** En el municipio de Caicedonia – Valle el nivel de competencia se considera bajo, puesto que existen pocas empresas dedicadas a la manufactura. De acuerdo con la información suministrada por la Cámara de Comercio del municipio, se pudo evidenciar que sólo existe una empresa dedicada a la producción de Café orgánico (Café Granja La Esperanza), la cual se considera como competencia directa para la empresa Coffe Soy, siendo ésta la única empresa competidora, se puede deducir un grado alto de estabilidad bajo el mismo nivel de potencial. Así mismo, para el sector de la industria se conoció que sólo existe una empresa que elabora prendas de vestir denominada “Industrias Integradas” y una que elabora jugos, las cuales no representan una competencia para la empresa que se proyecta para el municipio.
- **Diversidad de competidores:** Esta variable indica la manera como las empresas entran a competir en el mercado; es decir, el factor que marca la diferencia entre unas y otras. La empresa productora y comercializadora de Café de Soya pretende ser diferente en cuanto a su política y cultura empresarial, ya que esta empresa pretende ayudar a los clientes a mejorar sus condiciones alimentarias a través de un producto natural que les aportará muchos beneficios a la salud.
- **Crecimiento del sector:** En este aspecto se consideraron los indicadores económicos arrojados por el Banco de la República y el Dane para el año 2012 sobre el crecimiento de la economía colombiana y verificar si el sector de la industria tuvo o no un crecimiento considerable. La variable que muestra dicho crecimiento es el PIB nacional y por ramas de actividad, donde se conoció que el sector destacado fue el de la construcción con una

variación de 18,4%, mientras que el sector de la industria manufacturera presentó una variación de -0,6%, lo cual significa que el sector industrial registró un comportamiento negativo a pesar de que el PIB nacional logró un equilibrio en la economía nacional dada la situación de crisis económica mundial. Lo anterior permite concluir que el sector ha decrecido en los últimos años y no se considera atractivo invertir en una empresa productora y comercializadora de Café de Soya en Colombia.

- **Costos de almacenaje:** Para el caso de la creación de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya en el municipio de Caicedonia – Valle, se considera que los costos de almacenaje de la materia prima son bajos debido a que los pedidos de grano de soya se harán semanalmente, cantidad suficiente para la producción, teniendo en cuenta que la materia prima se puede conseguir fácilmente en el mercado y existe gran variedad de proveedores con disponibilidad para el suministro.
- **Capacidad de diferenciación del producto:** Se considera alta la capacidad de diferenciación del Café de Soya en el municipio de Caicedonia, en primer lugar porque no existen empresas dedicadas a este tipo de actividad, en segundo lugar porque el objetivo de la creación de este producto apunta a la conservación de la salud y al cambio de hábitos alimenticios, beneficiando a muchas personas que buscan un producto natural de calidad y con precio asequible.
- **Importancia para la empresa:** Para establecer un nivel de rivalidad, la empresa productora y comercializadora de Café de Soya utilizará como estrategia lanzar un producto alimenticio natural de alta calidad y a un buen precio, generando un impacto social positivo en el municipio de Caicedonia-Valle.
- **Rentabilidad del sector:** A pesar de que el sector industrial ha disminuido su participación en el crecimiento de la economía colombiana, sigue siendo uno de los sectores más rentables a nivel nacional porque está constituido por el segundo sector económico, el cual incluye las empresas manufactureras y de transformación de materias primas. La empresa productora y comercializadora de Café de Soya que se pretende iniciar en Caicedonia-Valle es una empresa con ánimo de lucro y el objetivo central es impulsar el crecimiento económico de la región.
- **Barreras de salida:** En relación con las barreras de salida se puede decir que presenta un nivel bajo, puesto que la maquinaria utilizada para la producción del Café de Soya es la misma que utilizan las empresas que producen café tradicional, las cuales se pueden conseguir en el mercado.

Así mismo, la materia prima también está disponible en el mercado nacional e internacional para la fabricación del producto.

### **2.3.2 Amenaza de nuevos Competidores**

En el análisis de este aspecto, se deben identificar las barreras de entrada que pueden surgir para nuevos competidores en el sector, el cual resultaría negativo para la empresa que se proyecta en el municipio de Caicedonia – Valle. Las barreras de entrada para nuevos competidores en el municipio de Caicedonia es baja, ya que el apoyo gubernamental es muy poco y no existen políticas tributarias que beneficien el sector empresarial. Por tal motivo es importante definir cada una de las variables que permiten conocer la situación en la que incurren los nuevos competidores y determinar el nivel de amenaza para la empresa productora y comercializadora de Café de Soya.

Para el caso de la creación de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya se identifican dos barreras de entrada que influyen de manera directa en ejecución y puesta en marcha del proyecto. Una de ellas son los costos de cambio para el comprador, puesto que la maquinaria o la tecnología que se requiere para la empresa poseen costos altos y no se consigue en el mercado nacional, lo que indica la necesidad de la importación, conllevando a sobrecostos en fletes, transporte, seguros y trámites logísticos. Así mismo, la necesidad de capital es otra barrera de entrada que se considera de gran impacto para la empresa en proyecto, puesto que se requiere de una alta inversión para realizar las adecuaciones e instalaciones necesarias para llevar a cabo el proyecto.

### **2.3.3 Poder de Negociación de los Proveedores**

El poder de negociación de los proveedores ejerce una presión fuerte en el sector de la agroindustria, ya que en Colombia existen muchas empresas proveedoras de materias primas provenientes del sector agrícola. Sin embargo, el sector productivo de la soya ha presentado un decrecimiento en los últimos años, debido a los altos costos en los que incurre su producción, esto ha generado un alza en los precios de la soya y ha obligado a muchas empresas que requieren de la soya como materia prima a importarla de otros países. Esta situación permite definir que el poder de negociación de los proveedores de soya es alto porque en el departamento del Valle del Cauca aún existen algunos proveedores de grano de soya, además del departamento de Tolima y el Meta, pero cuentan con una limitación de precios muy grande en comparación con el mercado externo, lo cual genera una disminución en su poder de negociación.

### 2.3.4 Poder de Negociación de los Compradores

A pesar del cambio en las tendencias de consumo de las personas, las cuales prefieren cada vez más alimentos naturales, dietéticos y que aportan beneficios a la salud, el poder de negociación de los compradores en el municipio de Caicedonia se considera bajo, puesto que el Café de Soya es un producto relativamente nuevo y requiere de un posicionamiento en el mercado local. Otra situación que hace que el poder de negociación de los proveedores sea baja es que todavía son muy pocas las personas que consumen alimentos a base de soya, y los puntos de distribución de este tipo de productos también son muy escasos.

### 2.3.4 Productos Sustitutivos

El municipio de Caicedonia – Valle cuenta con una cultura con fuerte tendencia cafetera y paisa, lo cual hace que el primer producto sustituto del Café de Soya sea el café tradicional, bebidas aromáticas o té, panela y chocolates instantáneos.

A continuación se analizará el perfil competitivo del sector en el que se podría ubicar la empresa productora y comercializadora de café de soya que se pretende crear en el municipio de Caicedonia – Valle.

**Tabla 44 Análisis perfil competitivo del sector**

|  |        | PERFIL COMPETITIVO |       |        |           |      |        |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------------|-------|--------|-----------|------|--------|
|                                                                                     |        | Repulsión          |       | Neutra | Atracción |      |        |
|                                                                                     |        | Alta               | Media |        | Media     | Alta |        |
| <b>Rivalidad Competitiva</b>                                                        |        |                    |       |        |           |      |        |
| Número de competidores                                                              | Grande |                    |       |        | X         |      | Peq.   |
| Diversidad de competidores                                                          | Grande |                    |       |        | X         |      | Peq.   |
| Crecimiento del sector                                                              | Lento  |                    |       |        |           | X    | Rápido |
| Costos de almacenaje                                                                | Altos  |                    |       | X      |           |      | Bajos  |
| Diferenciación del producto                                                         | Baja   |                    |       |        |           | X    | Alta   |
| Importancia para la empresa                                                         | Alta   |                    |       | X      |           |      | Baja   |
| Rentabilidad del sector                                                             | Baja   |                    | X     |        |           |      | Alta   |
| <b>Barreras de Salida</b>                                                           |        |                    |       |        |           |      |        |
| Especialización de los activos                                                      | Alta   |                    |       |        | X         |      | Baja   |
| <b>Nuevos entrantes</b>                                                             |        |                    |       |        |           |      |        |
| Economías de escala                                                                 | Bajas  |                    | X     |        |           |      | Altas  |
| Diferenciación del producto                                                         | Baja   |                    |       | X      |           |      | Alta   |
| Acceso a canales de distribución                                                    | Amplio |                    |       |        | X         |      | Ltdo.  |
| Necesidades de capital                                                              | Bajas  |                    | X     |        |           |      | Altas  |
| Acceso tecnologías de punta                                                         | Amplio |                    |       |        | X         |      | Ltdo.  |
| Acceso a materias primas                                                            | Amplio |                    |       |        | X         |      | Ltdo.  |

|                                     |        |   |   |   |    |   |        |
|-------------------------------------|--------|---|---|---|----|---|--------|
| Protección gubernamental            | Baja   |   | X |   | X  |   | Alta   |
| Efecto curva de experiencia         | Bajo   |   | X |   |    |   | Alto   |
| Reacción esperada                   | Baja   |   | X |   |    |   | Alta   |
| <b>Poder de los proveedores</b>     |        |   |   |   |    |   |        |
| Número proveedores importantes      | Bajo   |   |   | X |    |   | Alto   |
| Importancia del sector proveedores  | Peq.   |   |   |   | X  |   | Grande |
| Costo de cambio del proveedor       | Alto   |   | X |   |    |   | Bajo   |
| Integración hacia adelante          | Alta   | X |   |   |    |   | Baja   |
| <b>Poder de los compradores</b>     |        |   |   |   |    |   |        |
| Número de clientes importantes      | Bajo   |   |   |   | X  |   | Alto   |
| Integración hacia atrás             | Alta   | X |   |   |    |   | Baja   |
| Rentabilidad del cliente            | Baja   | X |   |   |    |   | Alta   |
| <b>Productos sustitutivos</b>       |        |   |   |   |    |   |        |
| Disponibilidad de productos sustit. | Grande |   | X |   |    |   | Peq.   |
| Rentabilidad del productor          | Alta   |   |   |   | X  |   | Baja   |
| Perfil Numérico (Suma)              |        | 3 | 7 | 4 | 10 | 2 |        |

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el análisis realizado del sector competitivo en el que se desarrollaría la empresa productora de café de soya, se pudo identificar que el sector competitivo para este tipo de empresa resulta ser de atracción media, puesto que generó un puntaje de 10, en donde se identificaron puntos favorables en cuanto a la existencia de pocos competidores, un rápido crecimiento del sector y una alta diferenciación del producto que se pretende incorporar en el mercado local.

También se identificaron fortalezas relacionadas con el acceso a los canales de distribución, a tecnologías de punta provenientes de otros países y disponibilidad de materia prima requerida para la elaboración del producto.

Por otro lado, se lograron identificar aspectos negativos que hacen que el perfil competitivo en el sector sea débil. En primer lugar se encuentra la poca protección gubernamental para la creación de empresa en el municipio de Caicedonia – Valle, lo cual genera dificultades para poner en marcha el proyecto. Así mismo, existe el riesgo de una integración hacia adelante por parte de los proveedores, ya que la disponibilidad de materia prima podría presentar el café de soya como una oportunidad de negocio para ellos, y convertirse a la vez en competencia para la empresa.

En cuanto a la disponibilidad de productos sustitutos, se puede decir que existe una desventaja por lo que en el mercado hay gran variedad de productos que sustituyen el café de soya, tales como el café tradicional, el chocolate, bebidas aromáticas, panela, etcétera, lo cual podría representar una repulsión para la empresa que desea entrar a competir en el sector.

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

A medida que pasa el tiempo, las personas se van dando cuenta que el paso de los años traen consigo problemas de salud, disminución de la calidad de vida y bajo rendimiento de las actividades diarias. De aquí nace la iniciativa de crear un producto a base soya que ayude a minimizar el deterioro de la salud y contribuya en la generación de un cambio de hábito alimenticio que permita alargar la vida y lograr que sea más activa y sana tanto en personas jóvenes como en las de avanzada edad.

Por lo tanto, se realizará un estudio de mercado que permita conocer los consumidores potenciales del Café de Soya y determinar si es factible llevar a cabo esta idea de negocio. Este estudio va dirigido a hombres y mujeres de los estratos 1, 2 y 3 entre los 20 y los 64 años de edad, pertenecientes al municipio de Caicedonia – Valle. Se escogió este segmento de mercado porque es allí donde se encuentran las personas que consumirían el café de soya, bien sea porque desean tener hábitos sanos de alimentación, o porque padecen de algún tipo de enfermedad que les impide consumir el café tradicional y tienen como opción el Café de Soya.

El municipio de Caicedonia – Valle es considerado parte del eje cafetero y sus costumbres y tradiciones han hecho que gran parte de la población consuman en su dieta diaria el café tradicional. Sin embargo, hoy en día muchas personas, incluso desde la juventud, padecen de enfermedades como la hipertensión, diabetes, cáncer, entre otras, que les impide el consumo de café tradicional y podrían ver en el Café de Soya una alternativa para suplir este gusto de una manera sana y natural.

Así mismo, Caicedonia cuenta con una población de 30.841 habitantes de acuerdo a la proyección del DANE, de los cuales el 80% corresponde al área urbana y el 20% al área rural.<sup>97</sup> Es decir, que en el área urbana hay 24.823 habitantes, los cuales pertenecen a todos los estratos de dicha municipalidad.

**Tabla 45 Población proyectada por estrato**

| Estrato | Urbano | Rural | Total |
|---------|--------|-------|-------|
| 1       | 975    | 2.743 | 3.718 |

---

<sup>97</sup> Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015. Anexo No. 4. Caracterización Social.

| Estrato | Urbano        | Rural        | Total         |
|---------|---------------|--------------|---------------|
| 2       | 10.852        | 2.152        | 13.004        |
| 3       | 10.557        | 871          | 11.428        |
| 4       | 1.868         | 81           | 1.949         |
| 5       | 571           | 111          | 682           |
| 6       | 0             | 60           | 60            |
|         | <b>24.823</b> | <b>6.018</b> | <b>30.841</b> |

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal.<sup>98</sup>

### 3.1 POBLACIÓN

#### 3.1.1 Mercado Potencial

Corresponde a todas las personas pertenecientes a los estratos 1, 2 y 3 del área urbana del municipio de Caicedonia – Valle.

#### 3.1.2 Mercado Objetivo

Coffe Soy tiene como mercado objetivo **22.384** personas, las cuales pertenecen a los estratos 1, 2 y 3 del área urbana de Caicedonia.

### 3.2 SEGMENTACIÓN

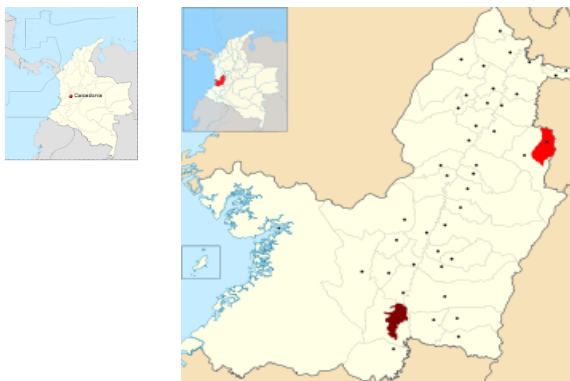
#### 3.2.1 Segmentación Geográfica

El municipio de Caicedonia – Valle se encuentra ubicado en el Norte del Valle del Cauca en la cordillera central.

---

<sup>98</sup> Nota: Los datos originales en la sumatoria de los totales de la población del Plan de Desarrollo Municipal se encuentran errados y para este estudio se hicieron las correcciones pertinentes.

**Figura 14 Ubicación geográfica del municipio de Caicedonia Valle.**



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal

### **3.2.2 Segmentación Demográfica**

- Sexo: Hombres y mujeres.
- Ingresos: Un salario mínimo legal vigente. (\$589.500)
- Ocupación: Cualquiera.
- Educación: Cualquier nivel educativo.
- Religión: Cualquiera.

El producto es de consumo mixto, es decir, que puede ser consumido por hombres y mujeres de cualquier edad. También lo pueden consumir personas que padecen algún tipo de enfermedad porque es un producto natural que posee muchos beneficios para la salud.

### **3.2.3 Segmentación Sicográfica**

Producto dirigido a todos los estratos del municipio de Caicedonia – Valle, entre los 20 y los 64 años de edad, pues en este grupo es donde se identifican las personas con ingresos suficientes para adquirir el Café de Soya y que podrían padecer de algún tipo de dolencia física que les impida el consumo del café tradicional y se vean motivados a suplir esta necesidad consumiendo un café más natural y saludable; o simplemente, para aquellas personas que desean cuidar su salud y adoptar hábitos de alimentación más sanos.

## **3.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

- ✓ Producto 100% natural a base de soya.
- ✓ Soya de excelente calidad.
- ✓ Textura: Polvo.
- ✓ Color: Café.

- ✓ Sabor: Café de Soya.
- ✓ Empaque en envase de vidrio y tapa plástica.

### 3.4 MUESTRA ESTADÍSTICA

- Población total del municipio de Caicedonia – Valle: 30.841 habitantes.
- Cabecera municipal: 24.823 que corresponden al 80% del total de la población.
- Rural: 6.018 personas correspondientes al 20% del total de la población.
- Población Objetiva: 22.384 habitantes, los cuales corresponden al total de la población urbana.

#### 3.4.1 Cálculo de la muestra

**Prueba piloto:** Se ejecuta una prueba piloto a 30 personas para determinar si la encuesta está bien planteada, si es consecuente y completa para ser aplicada.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{d^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

|                                            |        |
|--------------------------------------------|--------|
| N: Población Total                         | 22.384 |
| P: Probabilidad de que suceda el evento    | 90%    |
| Q: Probabilidad de que no suceda el evento | 10%    |
| d: Margen de error de muestreo             | 5%     |
| Z: Índice de Confiabilidad (95%)           | 1.96   |

$$n = \frac{(1.96)^2(22384)(0.90)(0.10)}{(0.05)^2(22384 - 1) + (1.96)^2(0.90)(0.10)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(22384)(0.09)}{(0.0025)(22383) + (3.8416)(0.09)}$$

$$n = \frac{7744.29097}{55.9575 + 0.345744}$$

$$n = \frac{7744.29097}{56.303244}$$

$$n = 137$$

La muestra determina que se deben aplicar 137 encuestas para conocer aspectos relacionados con el precio, las cantidades demandadas y los gustos y preferencias de los consumidores. Con el propósito de conocer el número de encuestas para cada rango de edad, también se aplicará el principio de la proporcionalidad y la fórmula de estratificado simple, lo cual permitirá obtener información más objetiva y por ende un estudio de mercado más preciso.

### 3.4.2 Tabulación y Análisis de la información

Para la tabulación de los datos se utilizó como herramienta una hoja de cálculo en Microsoft Excel y mediante filtros se clasificó la información para analizarla pregunta por pregunta. El objetivo de la encuesta es conocer acerca del consumo de café de soya en el municipio de Caicedonia – Valle, para así determinar si los habitantes estarían dispuestos a consumir un producto natural y de excelente calidad. Además se pretende identificar si el producto es viable para ser lanzado en el mercado, a través del análisis de los gustos, las tendencias y las necesidades básicas que manifiesten los encuestados.

#### I. Datos Generales

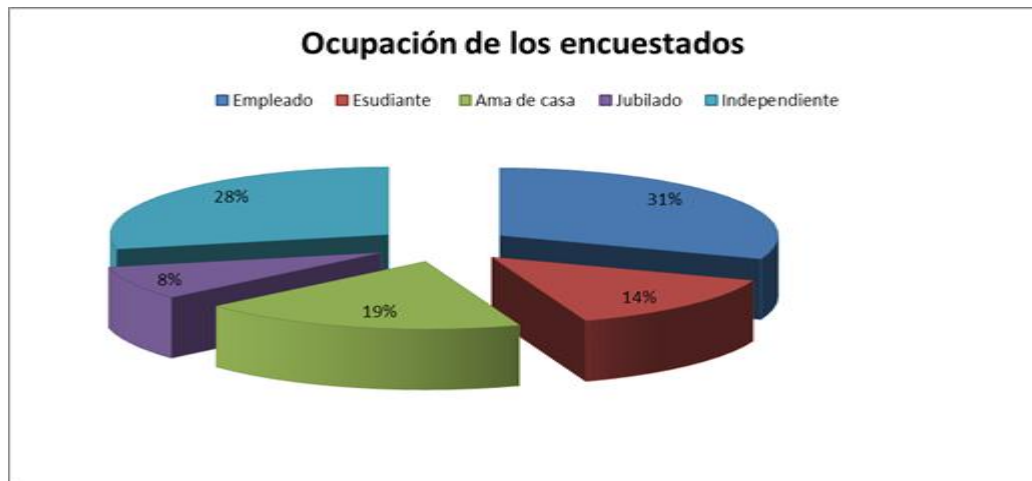
Gráfico 24 Población encuestada por sexo



Fuente: El autor

Del total de las personas encuestadas, el 54% pertenecen al sexo masculino y el 46% al sexo femenino, lo que significa que, aunque la mayoría de los encuestados fueron hombres, las mujeres también una participación importante.

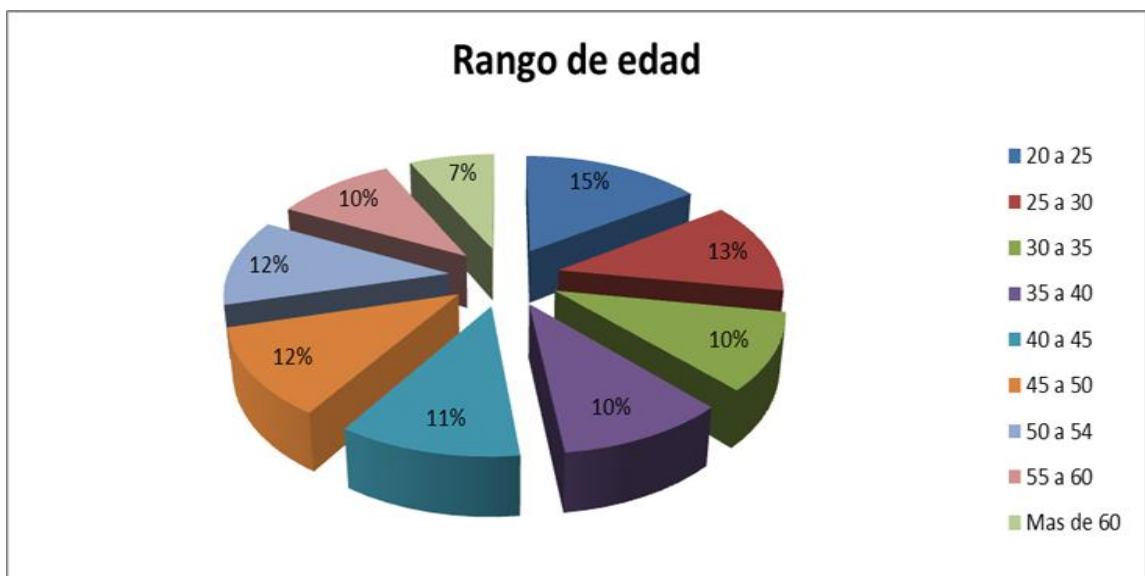
**Gráfico 25 Ocupación de los encuestados.**



Fuente: El autor

Se hizo un sondeo sobre la ocupación de las personas que fueron encuestadas y se determinó que 42 de ellas están empleadas, lo cual representa el 31%. Segundo de las personas que tienen un trabajo independiente.

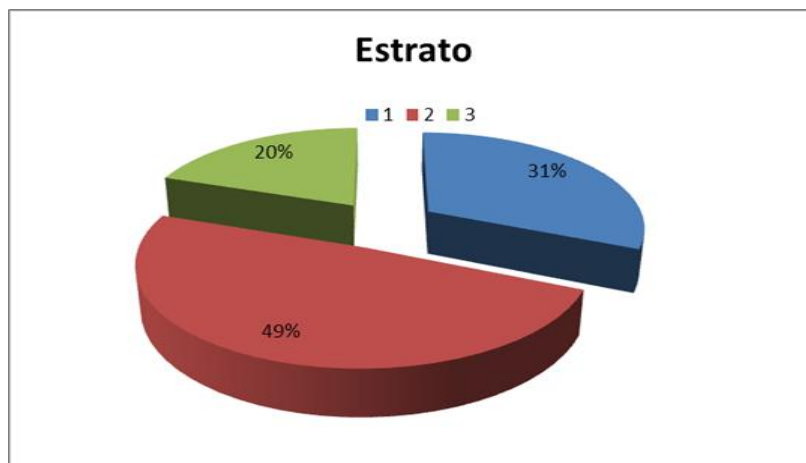
**Gráfico 26 Rangos de edad**



Fuente: El autor

Según la población proyectada por rangos de edad, se realizó un cálculo previo a la aplicación del instrumento para conocer el número de encuestas que se debían realizar para cada rango. Por lo tanto, el mayor número de encuestados se encuentra entre los 20 y los 25 años de edad con un 15%, ya que el mayor número de personas del municipio de Caicedonia – Valle se encuentran en este rango de edad.

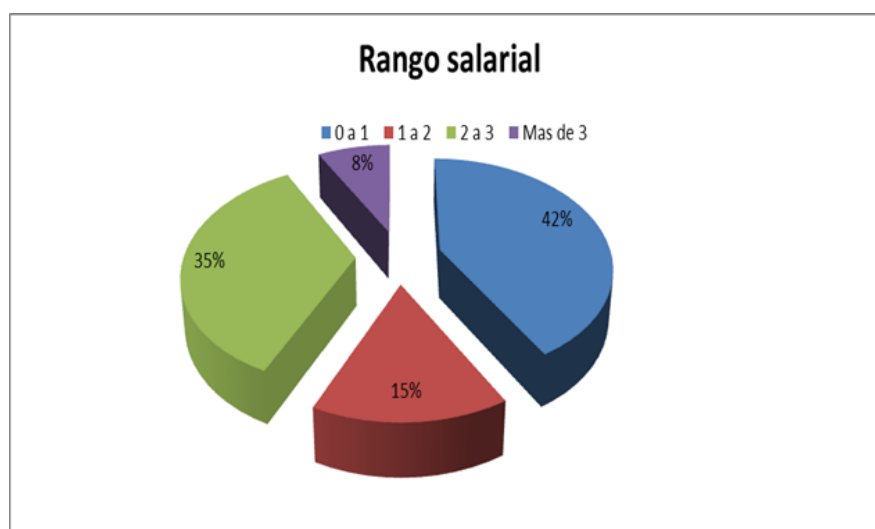
**Gráfico 27 Estrato**



Fuente: El autor

De acuerdo con la información suministrada por los encuestados, se pudo deducir que el mayor número de personas se encuentran en el estrato 2, lo cual indica que el producto estaría al alcance económico de gran parte de la población.

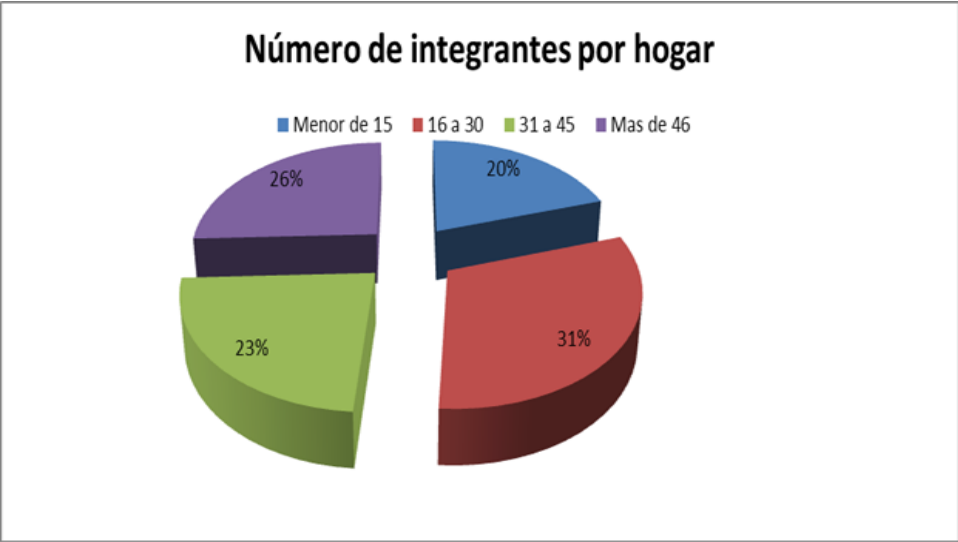
**Gráfico 28 Rango de ingresos**



Fuente: El autor

Se pudo detectar en este ítem que el 42% de los encuestados se encuentran en el rango salarial de 0 a 1 salario mínimo como ingreso mensual, lo cual significa que la capacidad adquisitiva de bienes y servicios es baja.

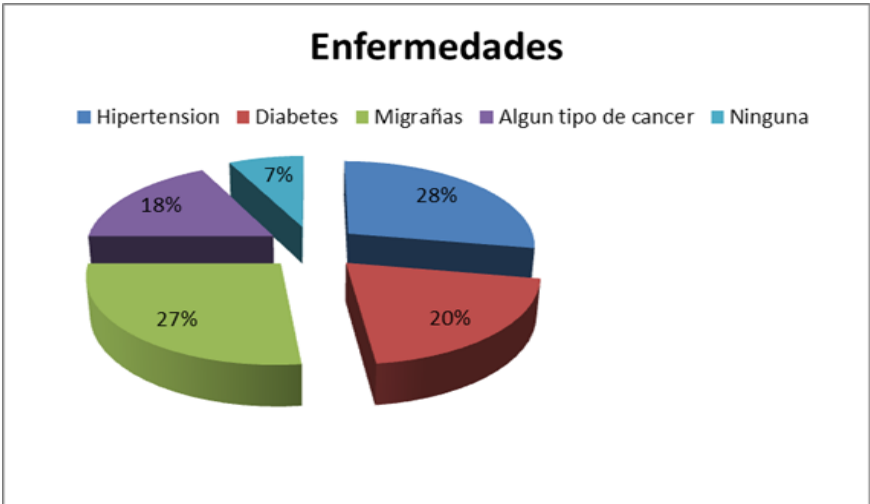
**Gráfico 29 Integrantes por hogar**



Fuente: El autor

Se hizo un estudio para determinar el número de personas que hay en el hogar de cada uno de los encuestados, y se pudo determinar que el mayor número de personas en los hogares se encuentran entre los 16 y los 30 años de edad, con un 31%.

**Gráfico 30 Tipo de enfermedades que padece la población**

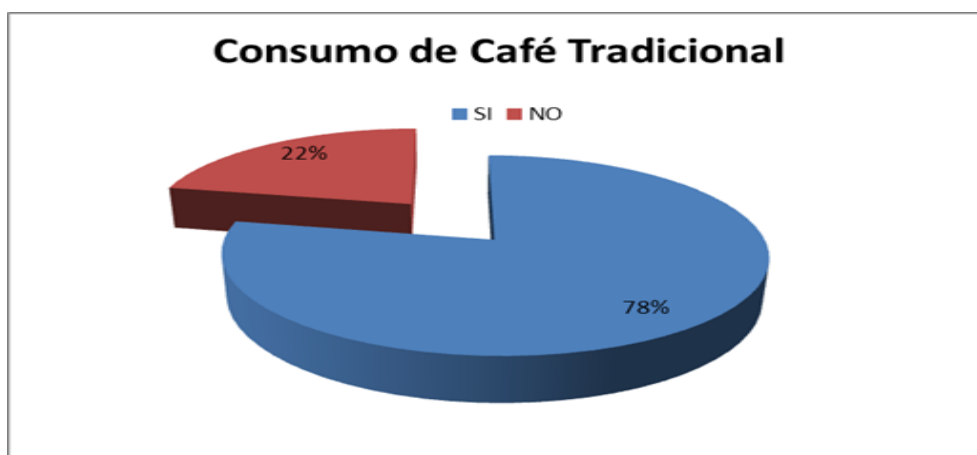


Fuente: El autor

Los encuestados manifestaron que la enfermedad que más padecen ellos o sus familias es la hipertensión con un 28%, seguida de las migrañas, enfermedades que se asocian al consumo de café tradicional.

## II. Tendencias del Consumo de Café

Gráfico 31 Consumo café



Fuente: El autor

El 78% de los encuestados manifestaron que consumen café tradicional, lo cual indica que las enfermedades anteriormente mencionadas obedecen al consumo masivo de este producto.

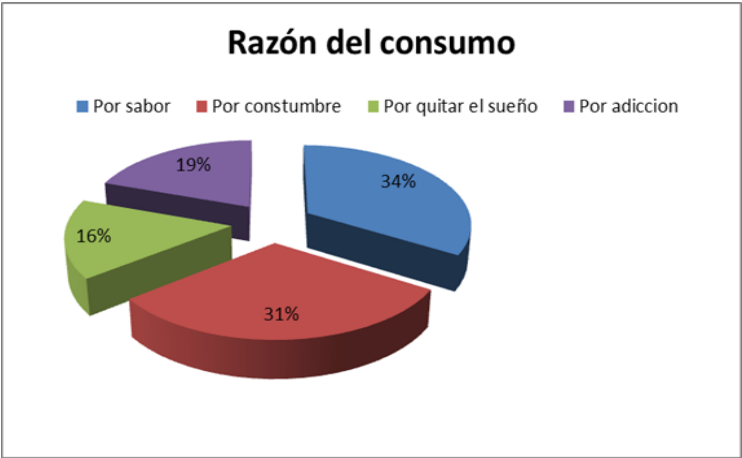
Gráfico 32 Frecuencia de consumo de café



Fuente: El autor

De acuerdo con la información suministrada por los encuestados, el 44% consumen café tradicional con una frecuencia de una o dos veces al día, seguida del 29% que lo hacen dos o tres veces al día. Lo cual significa que la mayoría de las personas consumen café regularmente durante el día pero no exceden su consumo.

**Gráfico 33 Motivo por el cual se consume café**

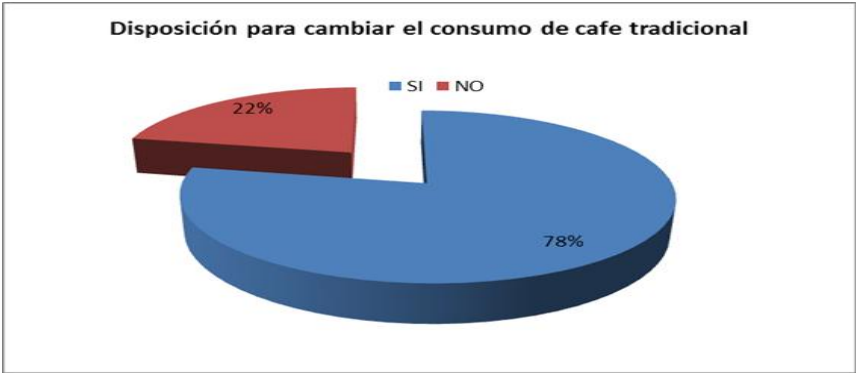


Fuente: El autor

El 31% de las personas encuestadas manifestaron que consumen el café por sabor, más que por cualquier otro motivo. Por lo tanto, se puede deducir que el consumo del café tradicional está ligado al sabor e indica que existe una probabilidad alta de que las personas, al probar el café de soya, detecten un rico sabor y decidan consumir una bebida más saludable.

**III. Tendencia del consumo de café de soya**

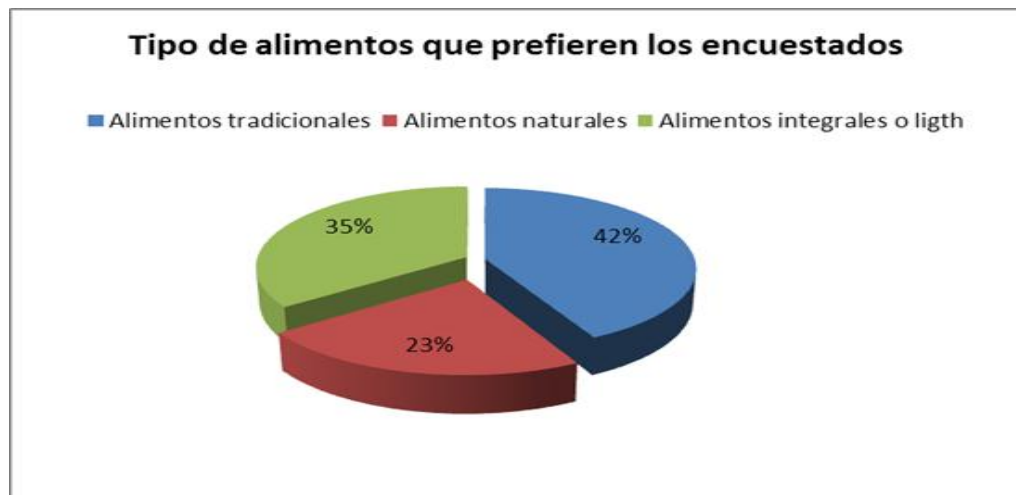
**Gráfico 34 Disposición para cambiar el consumo de café tradicional**



Fuente: El autor

Se indago sobre la disposición de las personas para cambiar el consumo de café tradicional y el 78% de los encuestados manifestaron estar dispuestos. Esto indica que existe una gran probabilidad a que las personas consuman el café de soya y tengan la oportunidad de cambiar hábitos de alimentación y prevenir muchas enfermedades asociadas al consumo del café tradicional.

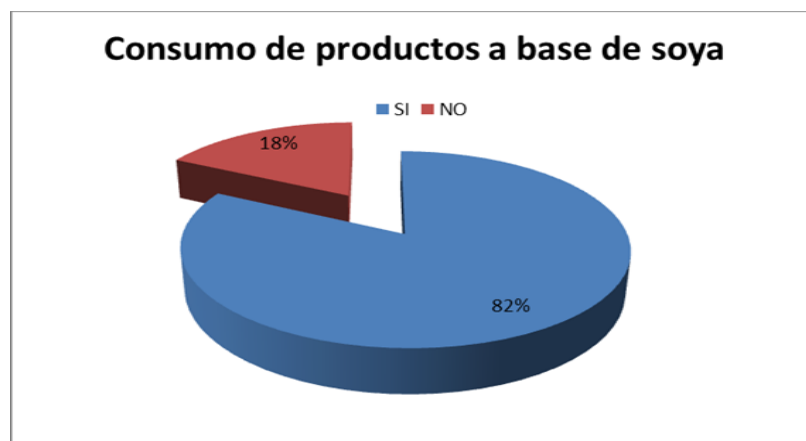
**Gráfico 35 Preferencia de compra en los alimentos**



Fuente: El autor

Se quiso conocer la tendencia sobre el consumo de alimentos en las personas que fueron encuestadas, y el resultado fue que el 42% de ellos prefieren los alimentos tradicionales (harinas, grasas, azucares). Sin embargo, más de la mitad prefieren alimentos naturales, integrales o ligth.

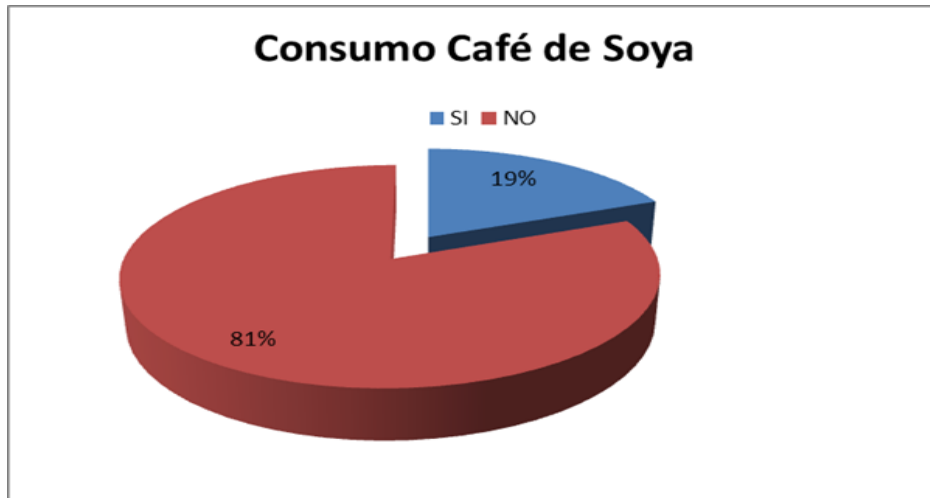
**Gráfico 36 Consumo de productos a base de soya**



Fuente: El autor

También se indago sobre el consumo de productos a base de soya para conocer si las personas alguna vez han consumido este tipo de alimentos y el resultado fue que el 82% de los encuestados han probado los alimentos a base de soya.

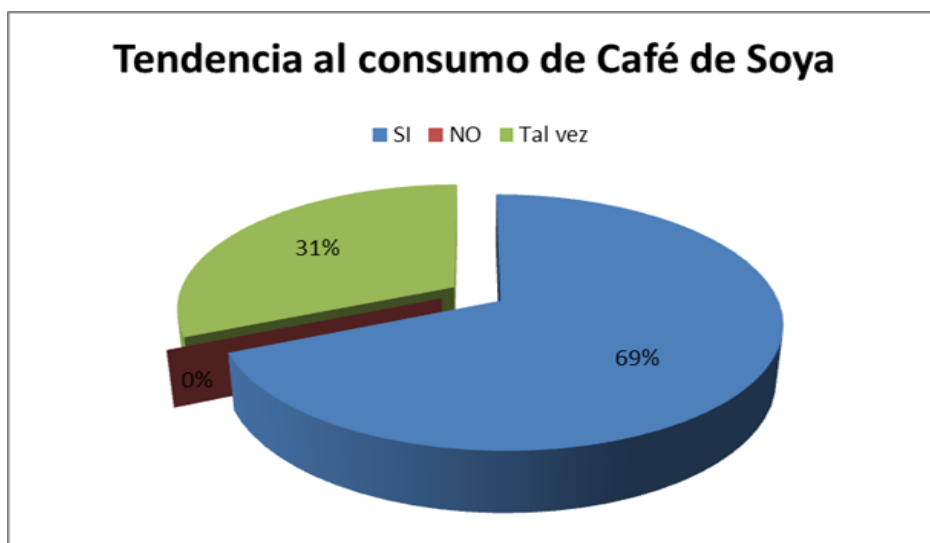
**Gráfico 37 Consumo de Café de Soya**



Fuente: El autor

De acuerdo con la información recolectada en la encuesta se pudo conocer que el 81% de los encuestados no han consumido ni han probado el Café de Soya alguna vez, el 19% si lo han probado. Lo anterior indica que es un producto novedoso y que a través de una buena estrategia de mercadeo, el producto podría ser aceptado por los consumidores gracias a los beneficios que aporta a la salud.

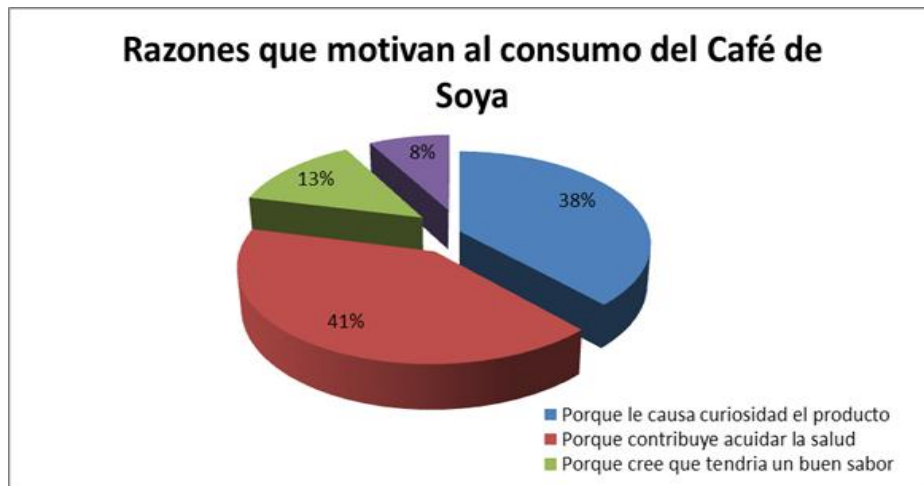
**Gráfico 38 Tendencia al consumo de Café de Soya**



Fuente: El autor

También se quiso conocer si a las personas les gustaría consumir el Café de Soya o al menos probarlo, y el 69% de ellos manifestó que sí les gustaría, y sólo el 31% expreso que tal vez lo harían. Esto significa que la bebida a base de soya les causa curiosidad a los encuestados y que ven en el producto una forma de reemplazar el café tradicional y suplir la necesidad de compartir una taza de café pero que contribuya con el cuidado de la salud.

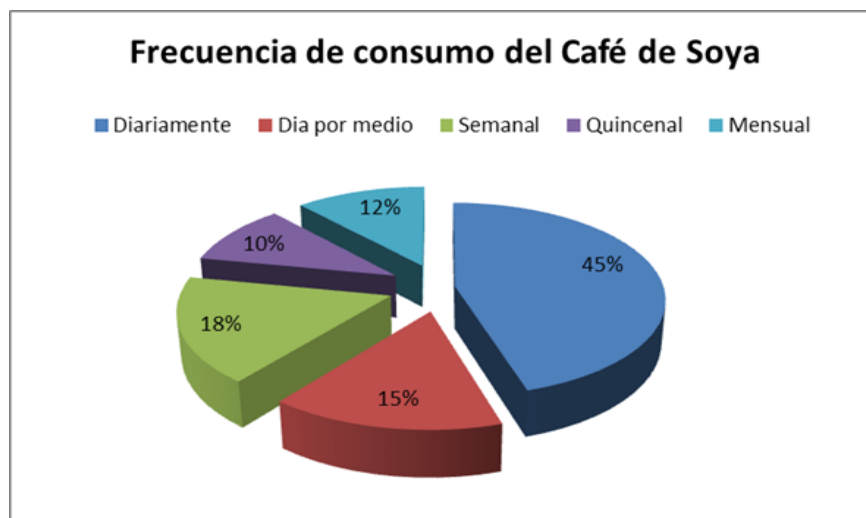
**Gráfico 39 Razón por la cual probaría el Café de Soya**



Fuente: El autor

Para conocer los motivos de consumo de este tipo de bebidas, se preguntó a las personas las razones por las cuales estarían dispuestos a probar el café de soya, y se pudo identificar que el 41% de los encuestados lo haría porque contribuye a cuidar la salud, al 38% le causa curiosidad el sabor y las propiedades del producto, el 13% cree que tendría un buen sabor y sólo el 8% lo harían para cuidar la figura. Este resultado indica que el producto podría tener aceptación en el mercado.

**Gráfico 40 Frecuencia de consumo del Café de Soya**



Fuente: El autor

Para conocer la frecuencia de consumo del café de soya, se le preguntó a los encuestados cada cuánto consumirían el café, y el 45% de ellos manifestaron que lo consumirían diariamente. Es decir que si los encuestados están dispuestos a consumir el café de soya diariamente, es porque reemplazarían el café tradicional por uno más sano y más beneficioso para la salud.

Si se hace un cálculo teniendo como promedio 8,3 gr. Cada vez que se consuma el café de soya (De acuerdo a que los encuestados manifestaron que consumirían el café de soya diariamente, se estableció un promedio en gramos así: Un frasco de 250 gr. Dividido por los 30 días del mes, dando como resultado 8,3 gr. De consumo de café de Soya diarios). De acuerdo con lo anterior, se podría decir que los 137 encuestados consumirían 100 kilos de Café de Soya al año.

Si 137 encuestados consumen 100 kilos de café de soya al año, 22.384 personas que pertenecen al mercado objetivo, consumirían 16.338 kilos de café de soya al año. Para determinar la cantidad exacta de unidades que se deben producir al año, se realizó el siguiente cálculo:  $16.338 \times 1000 \text{ gr.} / 250 \text{ gr.} = 65.352$ , lo cual significa que se deben producir 65.352 frascos de café de soya en la presentación de 250 gramos.

**Gráfico 41 Apoyo a la creación de una empresa productora de Café de Soya**

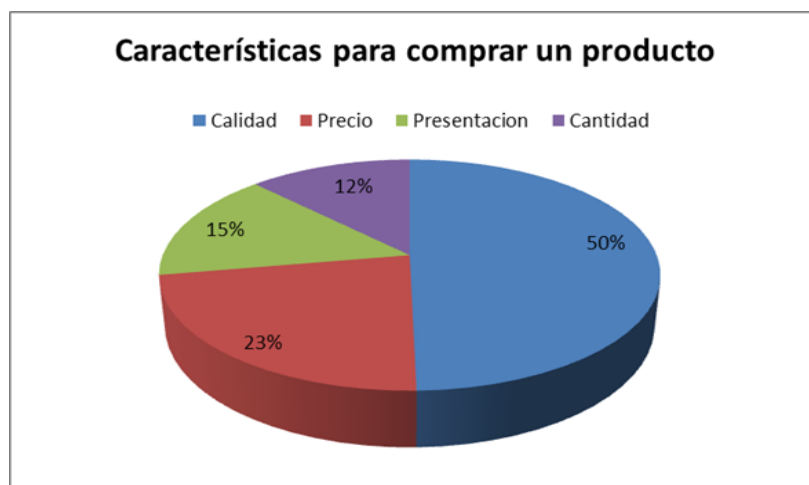


Fuente: El autor

Según los datos recolectados en la encuesta, se evidenció que el 100% de las personas apoyarían a una empresa productora y comercializadora de Café de Soya en el municipio de Caicedonia – Valle, a través de la compra del producto.

## **VI. Marketing y presentación del producto**

**Gráfico 42 Características para comprar el producto**



Fuente: El autor

Las características que observan los encuestados al momento de comprar un café es la calidad con un 50%, seguido del precio con un 23% y lo que menos observan es la cantidad. Esto indica que para el consumidor es de mucha importancia la calidad del producto que van a consumir.

**Gráfico 43 Disposición a pagar por el Café de Soya**



Fuente: El autor

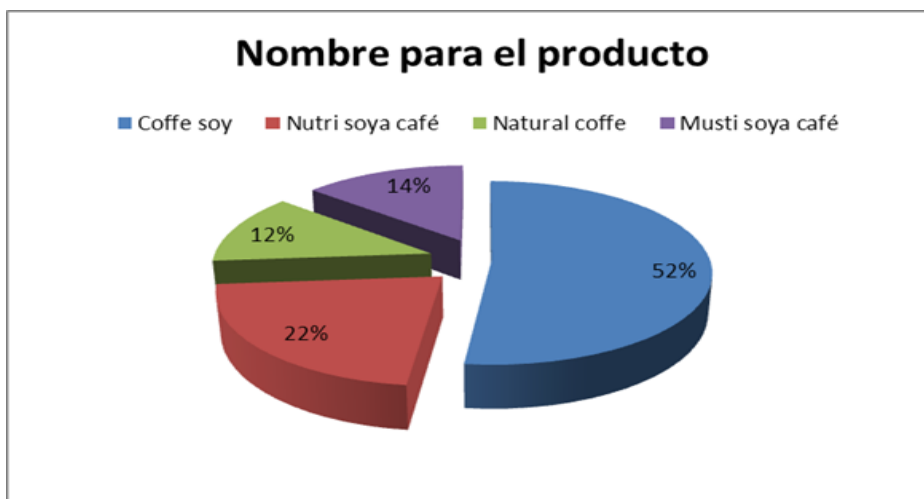
El 48% de los encuestados están dispuestos a pagar por el café de soya entre 5.000 y 6.000 pesos, el 47% entre 6.000 y 7.000 pesos y el 5% restante entre 7.000 y 8.000 pesos. Esto indica que el precio que debe tener el Café de Soya oscila entre los 5.000 y 6.000 pesos.

|       |      |      |    |        |
|-------|------|------|----|--------|
| 5000  | 6000 | 5500 | 66 | 363000 |
| 6000  | 7000 | 6500 | 64 | 416000 |
| 7000  | 8000 | 7500 | 7  | 52500  |
| Total |      |      |    | 6069   |

El precio que deben pagar los consumidores del Café de Soya es de \$6.069.

Este cálculo se realizó sumando la primera y segunda columna y dividiéndola por 2, estos resultados se multiplicaron por la tercera columna, en la cuarta columna se sumaron los resultados y se dividió este número por 137m que son la muestra, a así se obtuvo el precio ponderado para precio de compra de los consumidores.

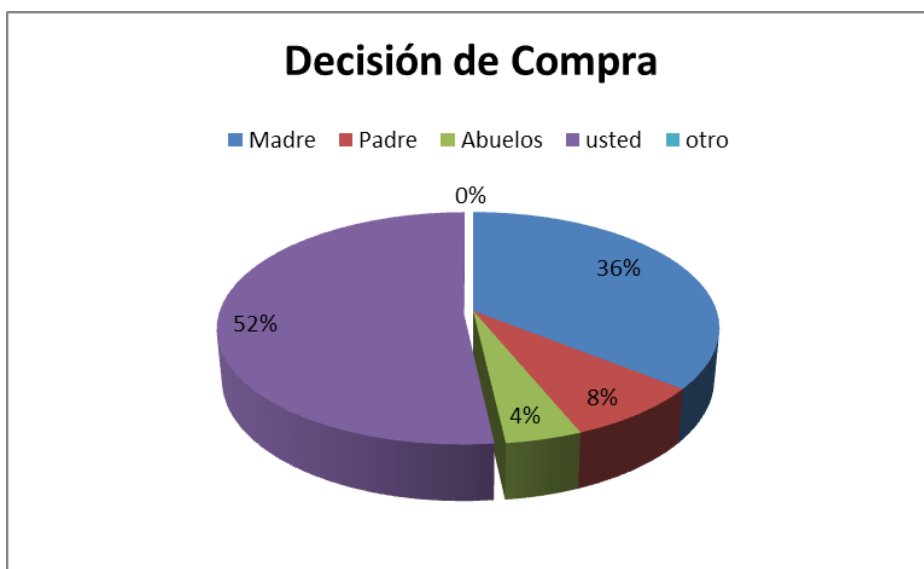
**Gráfico 44 Nombre más atractivo para el Café de Soya**



Fuente: El autor

Con el objetivo de elegir el nombre más adecuado y llamativo para el producto, se hizo un sondeo para conocer la opinión de los encuestados. El 52% de ellos manifestaron que “Coffe Soy” es el nombre más opcionado para el Café de Soya, seguido de “Nutri Soya Café” con un 22%.

**Gráfico 45 Decisión de compra**



Fuente: El autor

De acuerdo con la encuesta, el 52% de las personas manifestaron ser ellos mismos los encargados de decidir sobre las bebidas que van a consumir en su hogar, la madre toma la decisión en un 36%, el padre en un 8% y los abuelos en

un 4%. Lo que indica que el producto debe ir dirigido al público en general, especialmente para las madres.

Para finalizar con el análisis de los resultados que arrojaron las encuestas, se puede decir que la idea de negocio podría ser viable desde la perspectiva del mercadeo, ya que por un lado, los habitantes del municipio estarían dispuestos a apoyar la empresa en el caso de su creación y a consumir el café de soya, puesto que ya conocen las propiedades y beneficios que el producto aporta a la salud. Por otro lado, por ser un producto sano y natural, los encuestados manifestaron motivación porque ven en el producto una oportunidad para satisfacer el gusto y al mismo tiempo cuidar la salud y mejorar la calidad de vida.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que el análisis financiero es el que finalmente determina si es posible llevar a cabo la creación de una empresa productora y comercializadora de Café de soya, la cual podrá satisfacer los gustos y las necesidades de los habitantes del municipio y sus alrededores.

#### **3.4.3 Características conductuales de los compradores**

En este análisis se pudo evidenciar que los encuestados estarían dispuestos a cambiar sus hábitos de alimentación al consumir una bebida más sana, y que el producto lo elegirían principalmente por la calidad más que por el precio.

En cuanto a la frecuencia de consumo, los encuestados manifestaron que consumirían el producto diariamente, ya que se trata de una bebida que se toma a cualquier hora del día, todos los días. Así mismo, las razones de compra que manifestaron los encuestados se basan en que consideran que el producto podría contribuir con su salud y porque disminuye el riesgo de padecer de enfermedades graves.

Finalmente, la influencia de compra estuvo a cargo de ellos mismos y manifestaron ser autónomos para adquirir el café de soya para ser preparado en sus hogares, y en segundo lugar está a cargo la madre, como persona encargada de hacer el mercado y elegir los productos que más aportan a la nutrición de sus familias.

### **3.5 MEZCLA DE MERCADEO**

“La mezcla de marketing se define como el conjunto de herramientas que utiliza una empresa para conseguir sus objetivos de marketing; McCarthy (1960) clasificó estos instrumentos en cuatro grandes grupos que denominó las cuatro P del

marketing: Producto, Precio, Promoción y Plaza; cada uno de estos elementos de decisión, según Kotler y Keller (2006), agrupa, en torno a ellos, una serie de variables que influyen tanto en los canales de comercialización como en los consumidores finales”.<sup>99</sup>

**Figura 15 Mezcla de marketing**



Fuente: Fundamentos de Marketing

En esta sección se presentarán las características y las especificaciones propias del Café de Soya, se pretende crear una estrategia comercial que permita que el producto sea aceptado en el mercado a través de esta práctica herramienta.

### **3.5.1 Estrategia de Producto**

El Café de Soya es una bebida en polvo instantáneo que reemplaza el café tradicional, además de su delicioso sabor aporta múltiples beneficios a la salud gracias a las propiedades nutricionales y saludables que aporta el grano de soya. Este producto está dirigido a aquellas personas que desean mejorar su calidad de vida a través del cambio en los hábitos alimenticios, y para aquellas personas que padecen de algún tipo de enfermedad que les impide disfrutar de una rica taza de café a cualquier hora del día.

Los alimentos a base de soya, además de prevenir varias enfermedades, pueden ser un agente protector de las mismas. Al consumir una taza de Coffe Soy, las personas adquiere beneficios tales como:

- ✓ Prevención del cáncer y de las enfermedades del corazón.

---

<sup>99</sup> MESA HOLGUIN, Mario. Fundamentos de Marketing. Ecoe Ediciones. Bogotá 2012.

- ✓ Sirve de tratamiento alternativo de la osteoporosis.
- ✓ Reducción de los síntomas de la menopausia.
- ✓ Ayuda a controlar la diabetes.

**Tabla 46 Estrategia de precio**

| <b>ESTRATEGIA DE PRODUCTO</b>                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tipo de producto: Bebida en polvo instantanea.</li> <li>✓ Nombre: Coffe Soy.</li> <li>✓ Slogan: “La combinación perfecta en una sola taza”.</li> <li>✓ Envase: Frasco de vidrio con tapa de polietileno.</li> <li>✓ Tamaño de lanzamiento: 250 gr.</li> <li>✓ Preparación: Hervir agua de acuerdo a las tazas que desee consumir. Por cada taza de agua adicione una cucharada de Coffe Soy, revuelva lentamente hasta que se disuelva, dejelo reposar un instante y disfrutelo sólo o acompañado con cualquier tipo de comida. Si desea adicione azúcar.</li> </ul> |

Fuente: El autor

### **3.5.1.1 Productos sustitutos**

Así mismo, es importante mencionar que existen productos sustitutos del café de soya y que podrían influir fuertemente en el consumidor. Sin embargo, las características propias del producto y sus beneficios permitirán al cliente una inclinación definida para la elección del producto. Los productos sustitutos que se identificaron fueron:

- El café tradicional.
- Bebidas aromáticas o té.
- Panela.
- Chocolates instantáneos.

### **3.5.1.2 Elemento diferenciador**

Con el fin de que el Café de Soya sea competitivo en el mercado, es importante resaltar los atributos que lo harán distintivo y reconocido frente a los demás productos del mismo o tipo o de los sustitutos. Así mismo, se establece que el

Café de Soya “Coffe Soy” es una bebida que se diferencia por ser de tipo natural y saludable, creada especialmente para aquellas personas con tendencia al cuidado de la nutrición y la salud, sobre todo para aquellas que padecen enfermedades que limitan el consumo de muchos alimentos.

### 3.5.1.3 Marca y Logo

El nombre seleccionado para el café de soya es “Coffe Soy”, ya que los encuestados manifestaron mayor preferencia por este nombre, por ser el más atractivo y adecuado para el producto. El nombre “Coffe Soy” contiene la palabra Coffe de Café y Soy de Soya, es un nombre corto y sonoro, llamativo y acorde con el producto que se quiere posicionar en la mente del consumidor.



Figura 16 Marca y Logo

Por otro lado, el logo es inspirado en una taza de bebida caliente, con su nombre al lado derecho en letras cafés y gris, con un toque distintivo y elegante. El slogan es “La combinación perfecta en un sola taza”, refiriéndose a la soya y al color café resultado de su proceso de tostado.

### 3.5.1.4 Empaque y Etiqueta

El Café de Soya es un producto para ser preparado en casa a cualquier hora del día, por lo tanto, su empaque es en frasco de vidrio de 250 gramos, con tapa de rosca en polietileno para conservar adecuadamente el producto, ya que la humedad podría alterar las condiciones físicas del Café de Soya.

Por otro lado, la etiqueta contiene el nombre y la marca del producto, el logotipo, la información nutricional, la cantidad y el código de barras. Así mismo, contiene el registro sanitario, la fecha de vencimiento y la página web de la empresa.



Figura 17 Empaque y etiqueta

El empaque de Coffe Soy es diseñado con un estilo sobrio pero llamativo, con los colores característicos que identifican la soya y el café de la bebida. Adicionalmente, el envase trae una cinta roja que le proporciona un toque artesanal al producto.

### **3.5.2 Estrategia de Precio**

De acuerdo con lo planteado por Mesa Holguín en su obra sobre Fundamentos de Marketing, es importante tener en cuenta el objetivo central de la empresa para la asignación del precio del producto. “Las principales metas en el establecimiento del precio están orientadas hacia las utilidades, volumen de ventas o mantenimiento de la situación en la que incurre la empresa” (Mesa Holguín).

La empresa productora y comercializadora de Café de Soya establecerá el precio del producto bajo el punto de vista de la rentabilidad, puesto que para la empresa es indispensable maximizar las utilidades a corto plazo, teniendo en cuenta que el producto es nuevo en el mercado y que existe una inversión de capital en riesgo.

Así mismo, se pretende establecer una estrategia de precios bajos en el Café de Soya, lo cual permita lograr una penetración profunda en el mercado y un reconocimiento considerable del producto por parte de los clientes. Por lo tanto, se tendrá en cuenta el resultado de la encuesta y los costos en que incurre la producción y la distribución del producto hacia el consumidor final. Según el estudio de mercado, el 48% de los encuestados están dispuestos a pagar por el café de soya entre 5.000 y 6.000 pesos, pero al realizar la ponderación del precio se estableció que el precio del café de soya es de \$6.069, y al hacer una aproximación para manejar precios redondeados se definió un precio de \$6.100.

También se deben considerar los precios de acuerdo a los canales de distribución seleccionados. En este caso, el producto será distribuido en los supermercados y tiendas naturistas del municipio y de sectores aledaños; por lo tanto, se plantea un margen de utilidad del 30 o 35% para los distribuidores mayoristas.

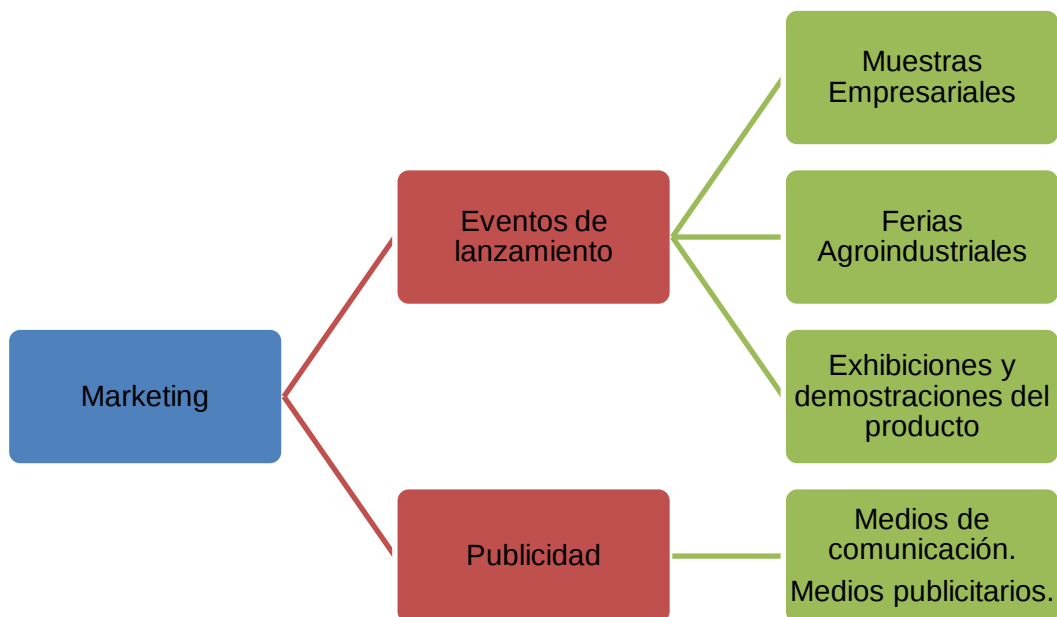
Para finalizar, es importante aclarar que el precio del producto está establecido con base en los resultados arrojados por el estudio de mercado; sin embargo, se deben considerar los costos de producción y de distribución para determinar si ese precio es viable o no para la empresa, lo cual se verá reflejado en el estudio financiero que se realizará posteriormente.

### 3.5.3 Estrategia de Publicidad

Para que un producto nuevo tenga éxito en el mercado, es indispensable crear una estrategia de publicidad fuerte, ya que el objetivo central es informar y dar a conocer los atributos del nuevo producto, generar un volumen considerable de ventas y lograr penetración y posicionamiento en el mercado. Además es importante que la marca del producto logre conquistar la mente de los consumidores y sea recordada y preferida en el futuro.

Coffe Soy planea implementar una estrategia de publicidad basada en:

**Figura 18 Estrategia de publicidad**



Fuente: El autor

- **El Marketing:** Permite a la empresa planear los medios por los cuales se dará a conocer el producto, el presupuesto necesario para llevarlo a cabo y las condiciones requeridas para difundir la información básica sobre el producto.
  - **Eventos de lanzamiento:** La organización de eventos masivos permite dar a conocer ampliamente las características del producto y la empresa. Requiere de un esfuerzo arduo para su éxito, pero permite un resultado importante cuando se logra llevar a cabo de una manera adecuada. Coffe Soy planea participar en Muestras Empresariales y ferias agroindustriales organizadas por la alcaldía municipal y por las instituciones educativas, incluida la Universidad

del Valle, las cuales permiten un acompañamiento en el proceso de difusión de la información. Así mismo, se pretende llegar a los supermercados de la localidad con el fin de dar degustación del producto y tener un contacto más directo con el cliente.

- **Publicidad:** La publicidad es básica como estrategia para el lanzamiento de cualquier producto. Coffe Soy se apoyara en los medios de comunicación (radio, televisión, periódico, e internet). De igual manera, se contará con el apoyo de una agencia publicitaria que asesore y proponga los medios por los cuales se logre dar a conocer el producto, tales como: Pendones, pasacalles, volantes, botones corporativos, etc.

A continuación se presentan algunos de los medios publicitarios propuestos para el lanzamiento inicial del producto:

Figura 20 Volante



Figura 19 Pendón



Fuente: El autor

## EXHIBICIÓN



### 3.5.4 Estrategia de Distribución

El canal de distribución está conformado por el conjunto de empresas o individuos interdependientes que facilitan el traslado del producto desde el fabricante hasta el consumidor final (Mesa Holguín).

La empresa productora y comercializadora de Café de Soya “Coffe Soy” pretende distribuir el producto a través de minoristas, ya que el municipio de Caicedonia – Valle es pequeño y sólo cuenta con tres supermercados y dos tiendas naturistas, se planea también crear un almacén en la misma fabrica con el fin de ofrecer el producto directamente al cliente.

El gráfico muestra la distribución del producto desde la planta de producción Coffe Soy a través de intermediarios minoristas como lo son: Súper tiendas Olímpica, Mega Mío, Súper Inter, Tienda Naturista Mundo Natural y El Trigal, hasta el consumidor final.

Figura 21 Canal de distribución Coffe Soy



Fuente: Diseño propio

### 3.6 LA DEMANDA

Según la pregunta número 15 de la encuesta realizada, la demanda es de 12.671 kilogramos de café de Soya al año.

#### 3.6.1 Proyección de la Demanda

La demanda será proyectada con el 4% anual debido al crecimiento económico que ha presentado la economía colombiana en los últimos años.

| Año 1  | Año 2  | Año 3  | Año 4  | Año 5  |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 65.352 | 67.966 | 70.685 | 73.512 | 76.452 |

#### 3.6.2 Determinación de la demanda insatisfecha

En este caso es muy difícil calcular la demanda insatisfecha de un producto que es nuevo en el mercado, lo que se conoce es que tuvo una gran aceptación por las propiedades que aporta a la salud, y el cálculo de los posibles consumidores según la pregunta 15 sería de 16.338 kilos al año. Como la presentación es de 250 gramos esto equivaldría a 65.352 unidades anuales.

### 3.7 LA OFERTA

#### 3.7.1 Situación de la Competencia

El café de soya es un producto nuevo en el mercado, por tal motivo no existen en Colombia muchas empresas que lo produzcan. Sin embargo, se pudieron identificar como empresas competidoras las siguientes:

- NutriSoya Café. Con un precio de \$7.000 la bolsa de 250 gramos.
- Forza Soya – SoyCafé de Toning. Con un precio en el mercado de \$7.147 el producto de 200 gramos.

#### 3.7.2 Listado de proveedores

Para la elaboración del café de soya, se adquirirá la soya en grano a la empresa **B. Altman & Compañía**, ubicada en Yumbo – Valle. También se comprarán los envases a la empresa **Envases del Quindío**, ubicada en la ciudad de Armenia – Quindío, y las etiquetas se adquirirán en la empresa **Key publicidad** del municipio de Caicedonia Valle.

### **3.7.2 Proyección de la oferta**

Se calcula que se procesaran 45 kilos de Café de Soya diarios, con una producción anual de 246 días, los cuales equivalen a 44280 unidades de 250 gramos.

## 4. ESTUDIO TÉCNICO

### 4.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

El café de soya es una bebida natural derivada del grano tostado de la soya, es libre de cafeína y por eso sirve como alimento sustituto del café tradicional. Así mismo, contiene muchos beneficios nutricionales por ser un alimento rico en proteína vegetal, además de contribuir con el cuidado de la salud y de la figura.

Por tal motivo, el café de soya es una bebida ideal para individuos que buscan mejorar su calidad de vida a través de un producto que satisfaga sus necesidades y que además sea placentero a la hora de consumirlo.

Tabla 47 Ficha técnica del producto

|                                                                                                                           |                            |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          | FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO |                                                                                                                                                                                                           |  |
| Preparado por:<br>ALEJANDRA LUNA                                                                                          | Fecha:<br>Junio de 2013    | Universidad del Valle<br>Sede Caicedonia                                                                                                                                                                  |                                                                                     |
| NOMBRE DEL PRODUCTO                                                                                                       |                            | ELABORACIÓN DE CAFÉ DE SOYA                                                                                                                                                                               |                                                                                     |
| DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO                                                                                                  |                            | Es una bebida natural elaborada a partir del grano de la soya, creada especialmente para aquellas personas que no pueden consumir café tradicional y para aquellas que deseen mejorar su calidad de vida. |                                                                                     |
| LUGAR DE ELABORACIÓN                                                                                                      |                            | El café de soya será elaborado en una planta ubicada en el parque agroindustrial del municipio de Caicedonia - Valle                                                                                      |                                                                                     |
| COMPOSICIÓN NUTRICIONAL                                                                                                   |                            | Proteínas                                                                                                                                                                                                 | 4.4 gr.                                                                             |
|                                                                                                                           |                            | Calcio                                                                                                                                                                                                    | 18.5 mg.                                                                            |
|                                                                                                                           |                            | Fósforo                                                                                                                                                                                                   | 2.5 mg.                                                                             |
|                                                                                                                           |                            | Hierro                                                                                                                                                                                                    | 1.5 mg.                                                                             |
|                                                                                                                           |                            | Calorías                                                                                                                                                                                                  | 0                                                                                   |
|                                                                                                                           |                            | Sodio                                                                                                                                                                                                     | 0                                                                                   |
| PRESENTACIÓN Y EMPAQUE COMERCIAL                                                                                          |                            | Envase de vidrio de 250 gramos.                                                                                                                                                                           |                                                                                     |
| <b>CARACTERÍSTICAS ORGANOLEPTICAS</b><br>Es un polvo instantáneo suave de color oscuro con aroma a café y a soya tostada. |                            |                                                                                                                       |                                                                                     |

|                                              |                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>REQUISITOS MÍNIMOS Y<br/>NORMATIVIDAD</b> | Resolución número 151 de 2008.<br>(Exigencias de calidad para la<br>comercialización de la soya).<br>Resolución número 2652 de 2004.<br>(Requisitos de rotulado y envasado). |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 4.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

La elaboración del café a base de soya “Coffe Soy” consta de una secuencia de varios procesos que se describen a continuación en orden de ejecución:

### 1. Selección del grano de soya:

La preparación inicia con la recepción del grano de soya en la bodega de descargue. Posteriormente se seleccionan los granos de soya de acuerdo con su forma, tamaño y color, verificando que sean los adecuados para seguir con el proceso de producción.

### 2. Lavado del grano:

La soya es clasificada por inmersión en agua en un prelavado y escurrido, en forma convencional, durante un tiempo de 2 horas con el objetivo de limpiar los granos de impurezas, disminuir los oligosacáridos solubles causantes de flatulencia y reducir el aroma fuerte a frijol de los granos para así obtener un agradable sabor y aroma del producto terminado.

### 3. Tostado:

Luego se realiza el tostado del grano tomando como variables la temperatura y tiempo del proceso, empleando un tostador con capacidad máxima de 200 g. Para tostión baja 211 °C, media 216 °C y alta 222 °C (ICONTEC, 2004). Por encima de 230 °C ocurre la sobretorrefacción en donde se ennegrecen los granos.

### 4. Molienda y tamizado:

Posteriormente, se realiza la molienda en un molino eléctrico (marca, Kaffemat), ajustado para molienda media. El grano molido se pasó por un tamiz de malla y lo que quedó debajo de esta se empacó debidamente rotulado y el resto fue desechado (ICONTEC, 1996).

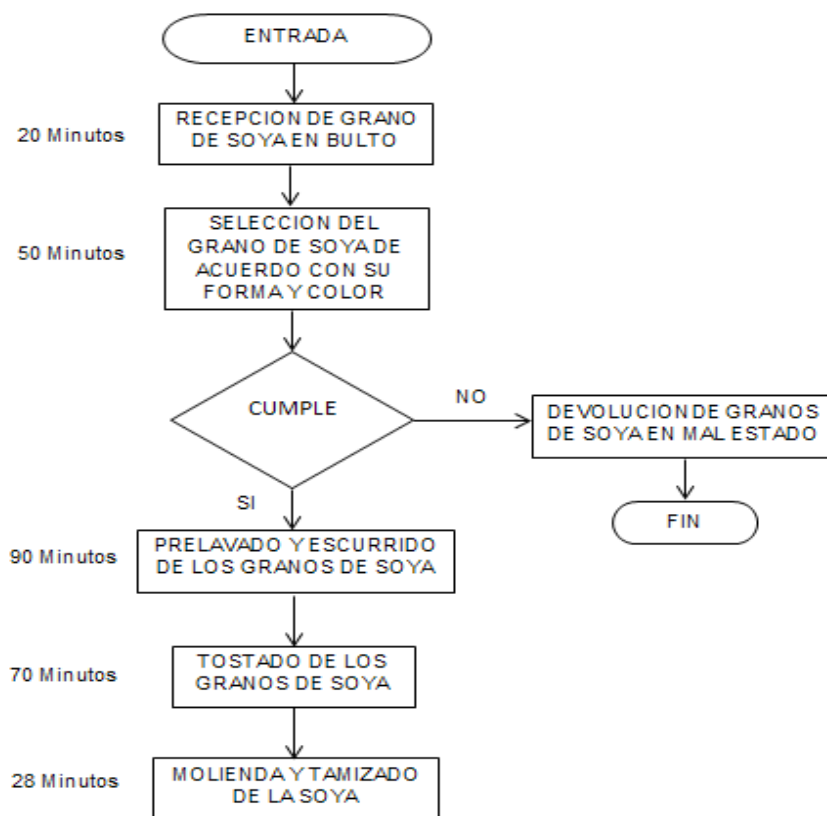
### 5. Empacado y almacenamiento:

Los materiales utilizados en el empaque del café de soya en polvo es un envase de vidrio con capacidad para 250 gramos, con tapa de polietileno y su debido sello de protección, lo cual garantiza impermeabilidad al escape de sustancias volátiles de la soya, evita la entrada de luz y humedad. El producto se almacena a temperatura ambiente en una bodega libre de bacterias y con los controles de calidad necesarios para su conservación.<sup>100</sup>

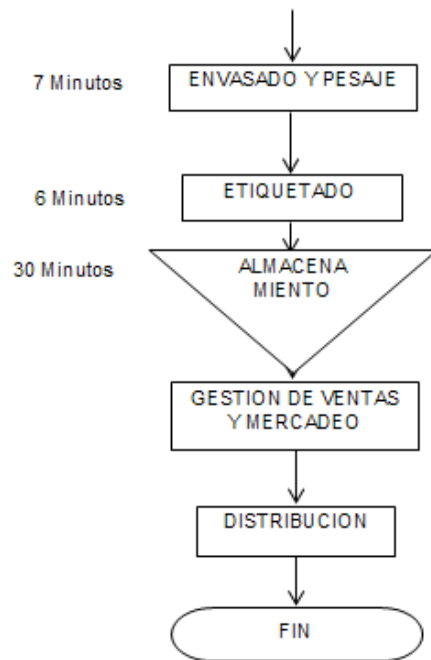
### 4.3 DIAGRAMA DE OPERACIONES

Con el fin de describir claramente el proceso productivo del café de soya, se utilizó la herramienta del flujograma, el cual representa gráficamente los pasos secuenciales de las operaciones que se requieren para la elaboración del producto.

Figura 22 Diagrama de operación del Café de Soya.



<sup>100</sup> OTALORA RODRIGUEZ, María Carolina. RUBIO CUERVO, Yeffers. Elaboración de un sucedáneo de café a base de soya. Revista Venezolana de Ciencia y Tecnología de Alimentos. [http://www.rvcta.org/Publicaciones/Vol1Num2/ArchivosV1N2/Otalora-Rodriguez\\_y\\_Rubio-Cuervo\\_RVCTA-V1N2.pdf](http://www.rvcta.org/Publicaciones/Vol1Num2/ArchivosV1N2/Otalora-Rodriguez_y_Rubio-Cuervo_RVCTA-V1N2.pdf)



Fuente: Elaborado por el autor

El proceso tiene un ciclo de producción de 301 minutos, equivalente a media jornada y una hora, siendo cada jornada de 240 minutos. Para completar la jornada diaria de trabajo, después de llevar a cabo el proceso, quedarían 179 minutos (3 horas aproximadamente) disponibles para realizar la gestión de ventas y mercadeo y la distribución del producto.

#### 4.4 DEFINICIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS

##### Materia Prima

Los recursos generales en cuanto a materia prima son los siguientes:

- **Soya:** Es el componente básico del producto, se consigue en las plazas de mercado o con proveedores mayoristas.
- **Agua:** El agua se utiliza como insumo para el lavado de la soya, la cual será suministrada por la empresa de acueducto y alcantarillado del municipio de Caicedonia – Valle.
- **Especias:** Se utilizarán también canela y nuez moscada en polvo para dar un mejor sabor y aroma a la bebida.
- **Envase:** El Café de Soya será empacado en frascos de vidrio con capacidad de 250 gr. Con tapa de polietileno y su respectiva etiqueta con toda la información básica del producto.

| Detalle             | Valor Unitario |
|---------------------|----------------|
| Soya en grano (Kg.) | 1.300          |
| Envase 250 gr.      | 1.000          |

Productos a precios de 2013 (Producción por día)

**Nota:** De acuerdo con el ensayo que se realizó durante el proceso para determinar las cantidades exactas para el producto, se calculó que para cada frasco de 250 gr. De Café de Soya se requiere un kilogramo de soya en grano, ya que su transformación sólo permite llenar un solo envase.

### **Manejo de inventarios y rotación de materias primas**

La compra de los insumos se realizará cada mes, de manera que hayan las existencias necesarias para suplir los insumos necesarios para la producción mensual. Las transacciones comerciales se realizarán de contado y el “lead time”<sup>101</sup> es de 24 horas. La rotación de materias primas será de 24 días, correspondientes a un mes de operación de la planta, sin contar con un inventario de seguridad, ya que la consecución de las materias primas es fácil.<sup>102</sup>

## **4.5 MAQUINARIA Y EQUIPOS**

De acuerdo con la demanda potencial y las necesidades de procesamiento para suplirla se requerirán las siguientes máquinas para llevar a cabo la elaboración del Café de Soya:

<sup>101</sup> Tiempo de espera entre la realización del pedido y la entrega efectiva de la mercancía.

<sup>102</sup> RUBIANO GRANADOS, Juan Pablo. TORRES GUTIERREZ, Héctor Eduardo. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasabocas con soya orgánica. Bogotá. 2004.

• **TOSTADORA**<sup>103</sup>



|                    |                                                            |
|--------------------|------------------------------------------------------------|
| Modelo             | TKMX-5                                                     |
| Capacidad bandeja  | 10 Kg. De Soya.                                            |
| Tiempo de tostar   | 20 min. tostado normal.<br>25 min. tostado oscuro.         |
| Capacidad por hora | 12 Kg./hora tostado normal.<br>15 Kg./hora tostado oscuro. |
| Combustible        | Gas natural.                                               |
| Sistema de calor   | Transferencia termal.                                      |
| Dimensiones        | 124 x 131 x 162 Cm.                                        |
| Peso               | 185 Kg.                                                    |
| Material           | Acero inoxidable.                                          |

• **MOLINO**<sup>104</sup>



|                      |                                                 |
|----------------------|-------------------------------------------------|
| Modelo               | TKS36                                           |
| Capacidad            | 15 Kg. De Soya                                  |
| Kg./hora de molienda | 80 Muy fino.<br>200 Normal.                     |
| Motor                | 5,5 Kw.                                         |
| Características      | Se ajusta para determinar el grosor del molido. |
| Dimensiones          | 144 x 99 x 55Cm.                                |
| Peso                 | 192 Kg.                                         |
| Material             | Acero Inoxidable                                |

• **DOSIFICADORA Y ENVASADORA**<sup>105</sup>



|                 |                                                          |
|-----------------|----------------------------------------------------------|
| Marca           | INGESIR                                                  |
| Modelo          | Dosificadora tornillo sinfín.                            |
| Motor           | Eléctrico.                                               |
| Capacidad       | 20 a 40 frascos por minuto.                              |
| Características | Cinta transportadora para desplazamiento de los frascos. |
| Material        | Acero inoxidable                                         |

<sup>103</sup> [http://www.buscocafe.com/opcion/maquinaria\\_torrrefaccion\\_2\\_9.php](http://www.buscocafe.com/opcion/maquinaria_torrrefaccion_2_9.php)

<sup>104</sup> <http://spanish.alibaba.com/product-gs/roasted-whole-soy-flour-mill-6fw-35-730427986.html>

<sup>105</sup> <http://www.ingesir.com.ar/frascos.htm>

• **ETIQUETADORA<sup>106</sup>**



|                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| Modelo             | Yb-tb50            |
| Marca              | Yb                 |
| Motor              | Eléctrico.         |
| Energía            | 120w               |
| Dimensiones        | 650 x 450 x 450 mm |
| Peso               | 25 kg              |
| Diámetro Botella   | 10-150 mm          |
| Velocidad etiqueta | 25-50 pcs/min      |

• **MEZON EN ACERO INOXIDABLE<sup>107</sup>**



|                   |                    |
|-------------------|--------------------|
| Marca             | MagiMaq            |
| Características   | 1,2 mm de espesor  |
| Vigas de refuerzo | 1mm de espesor     |
| Peso              | 25 Kg.             |
| Dimensiones       | 1200 x 600 x 580mm |
| Material          | Acero inoxidable   |

**Costos de la maquinaria y equipos para la producción**

| Cantidad | Detalle                | Valor             |
|----------|------------------------|-------------------|
| 1        | Tostadora TKMX-5       | 15.990.250        |
| 1        | Molino TKS36           | 10.724.000        |
| 1        | Tamizadora Heng shun   | 9,846,807         |
| 1        | Envasadora INGESIR     | 6.500.000         |
| 1        | Etiquetadora Marca YB  | 1.723.000         |
| 2        | Mesón acero inoxidable | 1.900.000         |
|          | <b>TOTAL</b>           | <b>46.684.057</b> |

Productos a precios de 2013

**Costos muebles y equipos de oficina**

| Cantidad | Detalle               | Valor Unitario | Valor total |
|----------|-----------------------|----------------|-------------|
| 4        | Escritorios en madera | 350.000        | 1.400.000   |
| 4        | Sillas giratorias     | 95.000         | 380.000     |

<sup>106</sup> <http://spanish.alibaba.com/product-gs/yb-tb50-semi-automatic-adhesive-sticker-labeler-for-plastic-bottle-607581184.html>

<sup>107</sup> <http://www.digimaq.cl/index.php?productID=732>

|          |                     |         |                  |
|----------|---------------------|---------|------------------|
| <b>2</b> | Archivadores        | 120.000 | 240.000          |
| <b>2</b> | Muebles para espera | 260.000 | 520.000          |
|          | <b>TOTAL</b>        |         | <b>2.540.000</b> |

Productos a precios de 2013

### Equipos de cómputo y telecomunicaciones

| <b>Cantidad</b> | <b>Detalle</b>       | <b>Valor Unitario</b> | <b>Valor total</b> |
|-----------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| <b>2</b>        | Computador de mesa   | 1.200.000             | 2.400.000          |
| <b>1</b>        | Impresora            | 250.000               | 250.000            |
| <b>3</b>        | Teléfono inalámbrico | 95.000                | 285.000            |
|                 | <b>TOTAL</b>         |                       | <b>2.935.000</b>   |

## 4.6 RECURSO HUMANO

Para operar adecuadamente la maquinaria se necesita de un personal previamente capacitado en cuanto a los procesos productivos, los requisitos de seguridad y los estándares de calidad. Esto con el fin de lograr un producto de buena calidad con especificaciones precisas de lo que realmente se pretende ofrecer al consumidor. A continuación se describe el recurso humano necesario para hacer posible la creación del Café de Soya.

**Tabla 48 Mano de obra para el proceso productivo del Café de Soya**

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Operario receptor y de lavado</b>          | Es la persona encargada de recibir la materia prima y verificar que se encuentre en óptimo estado. Así mismo, debe transportar la soya hacia el sitio donde se procede a seleccionarla de acuerdo con los requerimientos básicos de color y tamaño. También se encarga de clasificar y lavar el grano de soya por inmersión en agua en forma convencional durante un tiempo de 2 horas. |
| <b>Operario alimentador tostado</b>           | Su función es alimentar la tostadora con la cantidad adecuada de soya e inspeccionar el correcto funcionamiento de la máquina, la temperatura adecuada y el tiempo necesario. Luego debe pasar el grano tostado al siguiente paso de la producción                                                                                                                                      |
| <b>Operario alimentador molido y tamizado</b> | Este operario se encarga de moler el grano tostado de soya, verificar el funcionamiento de la máquina y luego tamizar el café de soya según las exigencias propias del producto para hacerlo más suave.                                                                                                                                                                                 |

|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Operario de envasado, etiquetado y almacenaje</b> | Es el encargado de operar la maquina envasadora para empacar el producto en su envase de vidrio, de acuerdo con el peso exacto de cada unidad. También se encarga de etiquetar los frascos después de ser empacados, para ello debe de operar la máquina etiquetadora. Y finalmente almacenar adecuadamente el producto en la bodega. |
| <b>Jefe planta de producción</b>                     | Es el encargado de supervisar el trabajo de los operarios y el proceso productivo. Además definir los requerimientos de materia prima e insumos necesarios para llevar a cabo el plan de producción establecido.                                                                                                                      |

Fuente: Adaptado por el autor.

### Asignación salarial de la empresa Coffe Soy

Con el fin de establecer el proceso mediante el cual la empresa va a definir la manera de retribuir o reconocer los servicios y el desempeño de las personas, se plantea utilizar el método del prorratio, el cual consiste en asignar valores a los diferentes factores de los puestos que deben ser evaluados. Así mismo, se utilizara la asignación de puntos para cargo de la empresa y así poder determinar el valor salarial para cada puesto en la organización.

**Tabla 49 Escala de Prorratio**

|  |               | <b>EMPRESA COFFE SOY</b>   |          |           |            |           |  |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------|----------|-----------|------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------|--|
|                                                                                     |               | <b>Escala de prorratio</b> |          |           |            |           |                                                                                       |  |
| Responsable _____                                                                   |               | Fecha de elaboración _____ |          |           |            |           |                                                                                       |  |
| <b>Factores</b>                                                                     | <b>Peso %</b> | <b>Subfactores</b>         | <b>I</b> | <b>II</b> | <b>III</b> | <b>IV</b> | <b>V</b>                                                                              |  |
| Requisitos intelectuales                                                            | 60%           | Experiencia (30%)          | 18       | 36        | 54         | 72        | 90                                                                                    |  |
|                                                                                     |               | Conocimiento (40%)         | 24       | 48        | 72         | 96        | 120                                                                                   |  |
|                                                                                     |               | Creatividad (30%)          | 18       | 36        | 54         | 72        | 90                                                                                    |  |
| Esfuerzo                                                                            | 15%           | Físico (50%)               | 7,5      | 15        | 22,5       | 30        | 37,5                                                                                  |  |
|                                                                                     |               | Mental (50%)               | 7,5      | 15        | 22,5       | 30        | 37,5                                                                                  |  |
| Responsabilidad                                                                     | 15%           | Resultados (60%)           | 9        | 18        | 27         | 36        | 45                                                                                    |  |
|                                                                                     |               | Info confidencial (40%)    | 6        | 12        | 18         | 24        | 30                                                                                    |  |
| Condiciones de trabajo                                                              | 10%           | Medio/riesgos (100%)       | 10       | 20        | 30         | 40        | 50                                                                                    |  |

|                                                                                                         |             |  |     |     |     |     |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--|-----|-----|-----|-----|-----|
| <b>Totales</b>                                                                                          | <b>100%</b> |  | 100 | 200 | 300 | 400 | 500 |
| <b>Aprobación</b><br><hr/> <div> <div>Director administrativo</div> <div>Director de RR.HH</div> </div> |             |  |     |     |     |     |     |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 50 Asignación de puntos**

|  | EMPRESA COFFE SOY    |                 |                   |               |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------|-------------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                   | Asignación de puntos |                 |                   |               |                                                                                     |
| Responsable _____ Fecha de elaboración _____                                      |                      |                 |                   |               |                                                                                     |
| Cargo                                                                             | Factor 1<br>1.2.3    | Factor 2<br>1.2 | Factor 3<br>1.2   | Factor 4<br>1 | Total                                                                               |
| Gerente General                                                                   | 72.96.32             | 15.37,5         | 45.30             | 10            | 337,5                                                                               |
| Contador                                                                          | 54.72.18             | 15.30           | 36.18             | 10            | 253                                                                                 |
| Auxiliar contable                                                                 | 54.48.18             | 15.22,5         | 27.18             | 10            | 212,5                                                                               |
| Jefe de producción                                                                | 36.72.36             | 22,5.15         | 36.18             | 20            | 255,5                                                                               |
| Supervisor Prod.                                                                  | 36.48.18             | 22,5.22,5       | 36.6              | 20            | 209                                                                                 |
| Operarios                                                                         | 18.24.18             | 30.15           | 45.6              | 50            | 206                                                                                 |
| Totales                                                                           | 770                  | 262,5           | 321               | 120           | 1474                                                                                |
| Aprobación                                                                        |                      |                 |                   |               |                                                                                     |
| _____                                                                             |                      |                 | _____             |               |                                                                                     |
| Director administrativo                                                           |                      |                 | Director de RR.HH |               |                                                                                     |

Fuente: adaptado por el autor

**Tabla 51 Ajuste salarial**

|  | EMPRESA COFFE SOY   |                 |                   |                         |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------|-------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                   | Asignación salarial |                 |                   |                         |                                                                                     |
| Responsable _____ Fecha de elaboración _____                                      |                     |                 |                   |                         |                                                                                     |
| Cargo                                                                             | Puntos              | Salario Mensual | Salario Diario    | Salario diario ajustado | Salario mensual ajustado                                                            |
| Gerente General                                                                   | 337,5               | \$3.000.000     | \$100.000         | \$48.846                | \$1.465.380                                                                         |
| Contador                                                                          | 253                 | \$1.000.000     | \$33.333          | \$36.617                | \$1.098.506                                                                         |
| Auxiliar contable                                                                 | 212,5               | \$600.000       | \$20.000          | \$30.755                | \$922.657                                                                           |
| Jefe de producción                                                                | 255,5               | \$900.000       | \$30.000          | \$36.979                | \$1.109.360                                                                         |
| Supervisor Prod.                                                                  | 209                 | \$600.000       | \$20.000          | \$30.248                | \$907.461                                                                           |
| Operario                                                                          | 206                 | \$300.000       | \$10.000          | \$29.814                | \$894.435                                                                           |
| Totales                                                                           | 1.474               | \$6.400.000     | \$213.333         | \$213.259               | \$6.397.799                                                                         |
| Aprobación                                                                        |                     |                 |                   |                         |                                                                                     |
| _____                                                                             |                     |                 | _____             |                         |                                                                                     |
| Director administrativo                                                           |                     |                 | Director de RR.HH |                         |                                                                                     |

Fuente: Adaptado por el autor<sup>108</sup>

Para efectos del análisis financiero de la empresa productora y comercializadora de Café de Soya, se decidió tener en cuenta para la contratación el siguiente personal:

- Un Gerente General.
- Un Contador.
- Un Jefe de producción.
- Cuatro operarios.

Esto con el fin de no sobredimensionar los costos de iniciación de la empresa y lograr una viabilidad financiera.

<sup>108</sup> GARCÍA SOLARTE, Mónica. MURILLO VARGAS, Guillermo. GONZALEZ CAMPO, Carlos H. Los macro-procesos: Un nuevo enfoque al estudio de la gestión humana.

#### 4.7 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

La empresa productora y comercializadora de Café de Soya “Coffe Soy” tendrá una capacidad instalada para producir 4.223 frascos mensuales y 50.584 frascos anuales de 250 gr. Cada uno.

#### 4.8 ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para el estudio de localización de la planta se tuvieron en cuenta diferentes factores para el óptimo desarrollo del mismo. El estudio analiza las siguientes variables:

- ✓ **Fuentes de abastecimiento:** Establecer la planta en un sitio de fácil acceso a los proveedores que abastecen la materia prima y los insumos necesarios para llevar a cabo el proceso de producción del Café de Soya.
- ✓ **Mercados:** Es importante que la empresa esté ubicada en un lugar estratégico para facilitar la distribución del producto hacia el consumidor final.
- ✓ **Mano de Obra:** Se requiere que el personal tenga conocimientos y habilidades para el manejo de las actividades operativas y administrativas de la empresa.
- ✓ **Suministros básicos:** Se refiere al acceso a los servicios de agua, energía, alcantarillado, y medios de comunicación para hacer posible la realización de las actividades operativas y administrativas de la empresa.
- ✓ **Terrenos y construcción:** Es importante que en la región exista un lugar adecuado para establecer la planta productora de café de soya, puesto que se requiere de buen espacio, condiciones topográficas adecuadas y sobre todo que no interfiera con la sociedad y el medio ambiente.

#### Metodología aplicada

De acuerdo con los factores mencionados anteriormente se procedió a aplicar una metodología que permita la determinación del lugar que más se adecue a los requerimientos de la empresa. Este aspecto es relevante porque el establecimiento adecuado de la planta permite el óptimo funcionamiento de las operaciones de la empresa y por ende el éxito de la misma.

Como primera instancia se tuvieron en cuenta las necesidades propias de los procesos de producción, recurso humano, tamaño de la maquinaria y suministro de servicios públicos. Así mismo, se analizaron las condiciones de ubicación como

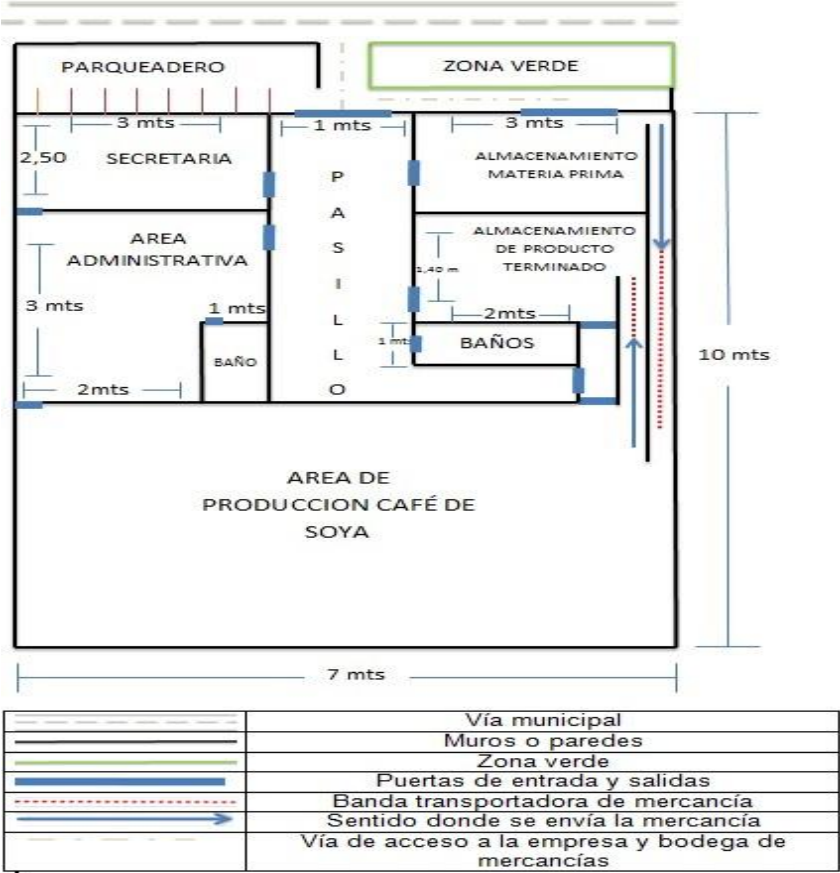
vías de acceso, cercanía a centros de distribución, etcétera. Finalmente se procedió a visitar la zona industrial del municipio de Caicedonia - Valle para verificar que el Parque Agroindustrial realmente cumpliera con los parámetros ya establecidos.

De acuerdo con el análisis anterior, se evidenció que el Parque Agroindustrial cuenta con bodegas de gran tamaño aptas para la instalación de una empresa de esta índole. Por lo tanto, la empresa productora y comercializadora de Café de Soya se ubicará en la Carrera 14 con Calle 20 Esquina Km. 2 Vía Sevilla-Valle.

4.9 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

La bodega que se escogió para el establecimiento de la empresa productora y comercializadora de Café de Soya en el municipio de Caicedonia – Valle cuenta con un área total de 70 metros cuadrados aproximadamente, 7 metros de frente por 10 metros de fondo.

Figura 23 Diseño de planta Coffe Soy



Fuente: El autor

## **5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **5.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL**

Para la creación y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de café de soya en el municipio de Caicedonia – Valle, se realizará un estudio administrativo acorde a las necesidades de la organización, con el fin de dirigir sus actividades hacia la consecución del objetivo central.

#### **5.1.1 Objetivo de la empresa**

El principal objetivo de la empresa Coffe Soy es generar resultados económicos a través de la transformación del grano de soya en una bebida natural con alto contenido nutricional, creado especialmente para aquellas personas que desean cuidar su salud y hacer cambios en su dieta alimenticia.

#### **5.1.2 Misión**

Ofrecer al mercado local y regional una alternativa sana de alimentación a través de la producción y comercialización de una bebida natural a base de soya con alto contenido nutricional, la cual genere un impacto positivo en la salud de las personas y les permita disfrutar de una bebida tan tradicional como lo es el café.

#### **5.1.3 Visión**

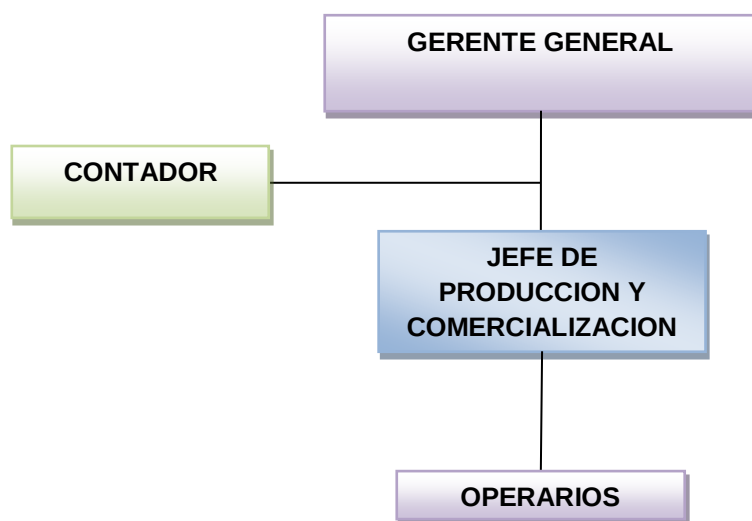
La empresa Coffe Soy se proyecta para el año 2020 ser reconocida como la empresa líder a nivel nacional, que ha generado un cambio y un mejoramiento de la calidad de vida de las personas, a través de una bebida natural a base de soya que aporta múltiples beneficios nutricionales sin dejar de complacer el paladar y las costumbres que tanto se anhelan conservar.

### **5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y PERFIL DE CARGOS**

Con el fin de lograr el buen funcionamiento de la empresa Coffe Soy, es importante establecer una estructura organizacional que más se adapte a las necesidades de la empresa, permitiendo definir adecuadamente los cargos y las funciones de cada una de las personas que la integran. La empresa cuenta con una estructura flexible para poder realizar cambios en cuanto a la definición de los canales de información y comunicación, los niveles jerárquicos y el grado de responsabilidad en cuanto a la toma de decisiones.

Así mismo, la estructura organizacional que se plantea para la empresa Coffe Soy está compuesta por el gerente general, el contador con su respectivo auxiliar contable, el jefe de producción, apoyo de un supervisor de producción, los operarios y los bodegueros.

**Figura 24 Organigrama Coffe Soy**



Fuente: Elaborado por el autor

### 5.2.1 Identificación de cargos de la empresa Coffe Soy

**Tabla 52** Tablas de identificación de cargos.

| 1. IDENTIFICACIÓN Y APROBACIONES                                                                                                                                                                                                 |                       |                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| NOMBRE DEL CARGO                                                                                                                                                                                                                 | Gerente General       |  |
| JEFE INMEDIATO                                                                                                                                                                                                                   |                       |                                                                                       |
| EMPRESA                                                                                                                                                                                                                          | COFFE SOY             |                                                                                       |
| NEGOCIO                                                                                                                                                                                                                          | Bebida a base de soya |                                                                                       |
| PROCESO                                                                                                                                                                                                                          | Gerencial             |                                                                                       |
| RESPONSABLE                                                                                                                                                                                                                      |                       |                                                                                       |
| 2. MISIÓN                                                                                                                                                                                                                        |                       |                                                                                       |
| Trabajar en pro del buen desempeño de la empresa, orientando todas sus actividades, de una manera eficiente, para lograr un crecimiento rentable de las ventas a corto y largo plazo.                                            |                       |                                                                                       |
| 3. FUNCIONES                                                                                                                                                                                                                     |                       |                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Velar por el buen funcionamiento de la empresa y de las diferentes áreas operativas.</li><li>❖ Formular y gestionar cambios en la estructura operativa, normas y políticas del</li></ul> |                       |                                                                                       |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ personal.</li> <li>❖ Nombrar y remover el personal administrativo.</li> <li>❖ Ordenar los gastos de acuerdo con el presupuesto.</li> <li>❖ Supervisar el trabajo del contador de la empresa y del jefe de producción.</li> </ul>                                                                                                                        |
| <p align="center"><b>4. REQUISITOS DEL CARGO</b></p> <p><b>Formación académica:</b> Título Profesional Universitario en Administración de Empresas y experiencia mínima de 3 años.</p> <p><b>Competencias laborales:</b> Flexibilidad mental, destrezas de negociación, capacidad de análisis de información, orientación al cliente interno/externo, liderazgo y capacidad de organización.</p> |

| 1. IDENTIFICACIÓN Y APROBACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                       |                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| NOMBRE DEL CARGO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Contador Público      |  |
| JEFE INMEDIATO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Gerente General       |                                                                                     |
| EMPRESA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | COFFE SOY             |                                                                                     |
| NEGOCIO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Bebida a base de soya |                                                                                     |
| PROCESO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Contable              |                                                                                     |
| RESPONSABLE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                       |                                                                                     |
| 2. MISIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                       |                                                                                     |
| Planificar, organizar y coordinar todas las actividades relacionadas con el área contable de la empresa, con el fin de obtener información financiera que permita la toma de decisiones a la gerencia.                                                                                                                                                                                                                                                                           |                       |                                                                                     |
| 3. FUNCIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                       |                                                                                     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Analizar los estados financieros.</li><li>❖ Revisar y analizar los valores contables.</li><li>❖ Preparar los estados financieros.</li><li>❖ Comunicar a la Gerencia las ventas y estados financieros.</li><li>❖ Consolidar información para el posterior pago de impuestos.</li><li>❖ Causar facturas.</li><li>❖ Revisar los gastos.</li><li>❖ Realizar las transacciones de nómina.</li><li>❖ Realizar los cierres contables.</li></ul> |                       |                                                                                     |
| 4. REQUISITOS DEL CARGO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                       |                                                                                     |
| <b>Formación académica:</b> Título Profesional Universitario en Contaduría Pública, experiencia mínima de 2 años.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                       |                                                                                     |
| <b>Competencias laborales:</b> Conocimientos de Control Fiscal, Tributario y Financiero, informática básica, Excel avanzado, y manejo de software contable.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                       |                                                                                     |

Fuente: Elaborado por el autor

| 1. IDENTIFICACIÓN Y APROBACIONES                                                                                                                                                                                                                                                        |                       |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| NOMBRE DEL CARGO                                                                                                                                                                                                                                                                        | Auxiliar Contable     |  |
| JEFE INMEDIATO                                                                                                                                                                                                                                                                          | Contador              |                                                                                     |
| EMPRESA                                                                                                                                                                                                                                                                                 | COFFE SOY             |                                                                                     |
| NEGOCIO                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Bebida a base de soya |                                                                                     |
| PROCESO                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Contable              |                                                                                     |
| RESPONSABLE                                                                                                                                                                                                                                                                             |                       |                                                                                     |
| 2. MISIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                               |                       |                                                                                     |
| Ayudar al departamento contable en las diversas transacciones, utilización de un software contable ayudando a tener un orden cronológico y preciso de todos los movimientos que diariamente se deben registrar.                                                                         |                       |                                                                                     |
| 3. FUNCIONES                                                                                                                                                                                                                                                                            |                       |                                                                                     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Realizar cuentas por Cobrar y Cuentas por Pagar, Seguridad Social.</li><li>❖ Conciliar Bancos.</li><li>❖ Preparar reportes de cuentas para pagar proveedores.</li><li>❖ Liquidar todo lo correspondiente con la nómina de la empresa.</li></ul> |                       |                                                                                     |
| 4. REQUISITOS DEL CARGO                                                                                                                                                                                                                                                                 |                       |                                                                                     |
| <b>Formación académica:</b> Técnico o tecnólogo en áreas contables o últimos semestres de contaduría pública. Experiencia mínima 2 años.                                                                                                                                                |                       |                                                                                     |
| <b>Competencias laborales:</b> Trabajo en equipo, pensamiento estratégico, interés por el cliente, interés por los resultados, aprendizaje constante.                                                                                                                                   |                       |                                                                                     |
| Fuente: Elaborado por el autor.                                                                                                                                                                                                                                                         |                       |                                                                                     |

| 1. IDENTIFICACIÓN Y APROBACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                       |                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| NOMBRE DEL CARGO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Jefe de producción y comercialización |  |
| JEFE INMEDIATO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Gerente General                       |                                                                                       |
| EMPRESA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | COFFE SOY                             |                                                                                       |
| NEGOCIO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Bebida a base de soya                 |                                                                                       |
| PROCESO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Operativo                             |                                                                                       |
| RESPONSABLE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                       |                                                                                       |
| 2. MISIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                       |                                                                                       |
| Se encarga de supervisar el trabajo de los operarios y el proceso productivo. Además definir los requerimientos de materia prima e insumos necesarios para llevar a cabo el plan de producción establecido.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                       |                                                                                       |
| 3. FUNCIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                       |                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Tiene la obligación de informar a sus subordinados el puesto que desempeñarán, sus responsabilidades, obligaciones, las reglas de seguridad, y capacitarlos para que realicen bien su trabajo.</li><li>❖ Debe mantener una permanente comunicación con el Gerente, para desarrollar sus planes de acción, así como a sus subordinados.</li><li>❖ Supervisar el personal a su cargo, además de presentar los informes de las actividades realizadas.</li><li>❖ Coordinar las actividades de producción.</li></ul> |                                       |                                                                                       |

#### 4. REQUISITOS DEL CARGO

**Formación académica:** Tecnología en Administración de Empresas y estudiante de Ingeniería Industrial. Experiencia mínima de dos años.

**Competencias laborales:** manejo de personal en el área operativa, manejo de maquinaria industrial, conocimientos en seguridad industrial.

Fuente: Elaborado por el autor

#### 1. IDENTIFICACIÓN Y APROBACIONES

|                         |                       |                                                                                     |
|-------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b> | Supervisor            |  |
| <b>JEFE INMEDIATO</b>   | Jefe de producción    |                                                                                     |
| <b>EMPRESA</b>          | COFFE SOY             |                                                                                     |
| <b>NEGOCIO</b>          | Bebida a base de soya |                                                                                     |
| <b>PROCESO</b>          | operativo             |                                                                                     |
| <b>RESPONSABLE</b>      |                       |                                                                                     |

#### 2. MISIÓN

Cumplir con los objetivos de producción, tanto en calidad, cantidad y tiempo, así como verificar el uso adecuado de la maquinaria y equipo asignado al personal.

#### 3. FUNCIONES

- ❖ Cumplir con la producción programada.
- ❖ Supervisar las funciones de los subordinados.
- ❖ Verificar que los materiales que se va a utilizar sean los correctos.
- ❖ Velar por la seguridad de los operarios y de los recursos operativos de la empresa.
- ❖ Realizar los mantenimientos preventivos y correctivos de la maquinaria periódicamente.
- ❖ Velar por el cumplimiento de los horarios de los operarios.

#### 4. REQUISITOS DEL CARGO

**Formación académica:** Técnico en maquinaria industrial. Conocimiento de recursos humanos. Experiencia mínima de 1 año.

**Competencias laborales:** Planear, programar, detección de fallas y solución de problemas.

Fuente: Elaborado por el autor

#### 1. IDENTIFICACIÓN Y APROBACIONES

|                         |                       |                                                                                       |
|-------------------------|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b> | Operario Receptor     |  |
| <b>JEFE INMEDIATO</b>   | Supervisor            |                                                                                       |
| <b>EMPRESA</b>          | COFFE SOY             |                                                                                       |
| <b>NEGOCIO</b>          | Bebida a base de soya |                                                                                       |
| <b>PROCESO</b>          | Operativo             |                                                                                       |
| <b>RESPONSABLE</b>      |                       |                                                                                       |

#### 2. MISIÓN

El operario receptor se encarga de recibir la materia prima y verificar que se encuentre en óptimo estado. Así mismo, debe transportar la soya hacia el sitio donde se procede a seleccionarla de acuerdo con los requerimientos básicos de color y tamaño.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>3. FUNCIONES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Recibir y almacenar el grano de soya en condiciones óptimas.</li> <li>❖ Transportar la soya hacia el área de producción.</li> <li>❖ Suministrar la materia prima necesaria para cada día.</li> <li>❖ Llevar registro de la entrada y salida de materia prima con sus respectivos soportes físicos.</li> </ul> |  |
| <b>4. REQUISITOS DEL CARGO</b><br><b>Formación académica:</b> Título de Bachiller. Experiencia laboral mínimo de 6 meses.<br><b>Competencias laborales:</b> Buenas relaciones personales.                                                                                                                                                                                  |  |

Fuente: Elaborado por el autor

| 1. IDENTIFICACIÓN Y APROBACIONES                                                                                                                                                                                   |                       |                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| NOMBRE DEL CARGO                                                                                                                                                                                                   | Operario de lavado    |  |
| JEFE INMEDIATO                                                                                                                                                                                                     | Supervisor            |                                                                                     |
| EMPRESA                                                                                                                                                                                                            | COFFE SOY             |                                                                                     |
| NEGOCIO                                                                                                                                                                                                            | Bebida a base de soya |                                                                                     |
| PROCESO                                                                                                                                                                                                            | Operativo             |                                                                                     |
| RESPONSABLE                                                                                                                                                                                                        |                       |                                                                                     |
| 2. MISIÓN                                                                                                                                                                                                          |                       |                                                                                     |
| Este operario se encarga de clasificar y lavar el grano de soya para luego ser suministrado al siguiente proceso operativo.                                                                                        |                       |                                                                                     |
| 3. FUNCIONES                                                                                                                                                                                                       |                       |                                                                                     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Clasificar el grano de soya, separando los residuos extraños.</li><li>❖ Lavar el grano de soya de acuerdo con las especificaciones de manipulación de alimentos.</li></ul> |                       |                                                                                     |
| 4. REQUISITOS DEL CARGO                                                                                                                                                                                            |                       |                                                                                     |
| <b>Formación académica:</b> Título de Bachiller Técnico. Experiencia laboral mínimo de 6 meses. Conocimientos en manipulación de alimentos.                                                                        |                       |                                                                                     |
| <b>Competencias laborales:</b> Buenas relaciones personales.                                                                                                                                                       |                       |                                                                                     |

Fuente: Elaborado por el autor

| 1. IDENTIFICACIÓN Y APROBACIONES                                                                                                                                                                         |                                    |                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| NOMBRE DEL CARGO                                                                                                                                                                                         | Operario de alimentador de tostado |  |
| JEFE INMEDIATO                                                                                                                                                                                           | Supervisor                         |                                                                                       |
| EMPRESA                                                                                                                                                                                                  | COFFE SOY                          |                                                                                       |
| NEGOCIO                                                                                                                                                                                                  | Bebida a base de soya              |                                                                                       |
| PROCESO                                                                                                                                                                                                  | Operativo                          |                                                                                       |
| RESPONSABLE                                                                                                                                                                                              |                                    |                                                                                       |
| 2. MISIÓN                                                                                                                                                                                                |                                    |                                                                                       |
| Se encarga de operar la máquina tostadora de grano de soya e inspeccionar su correcto funcionamiento para que el grano quede en el punto de tostado exacto.                                              |                                    |                                                                                       |
| 3. FUNCIONES                                                                                                                                                                                             |                                    |                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Alimentar la maquina tostadora con la cantidad adecuada de soya.</li><li>❖ Inspeccionar el funcionamiento de la máquina, la temperatura y los tiempos.</li></ul> |                                    |                                                                                       |

- ❖ Reportar al supervisor fallas o posibles retrasos de la máquina.
- ❖ Realizar solicitud oportuna para el respectivo mantenimiento de la máquina.

#### 4. REQUISITOS DEL CARGO

**Formación académica:** Título Bachiller. Conocimientos en maquinaria industrial. Experiencia mínima de 1 año.

**Competencias laborales:** Buenas relaciones personales, capacidad para seguir instrucciones, conocimientos en seguridad industrial.

#### 1. IDENTIFICACIÓN Y APROBACIONES

|                         |                                        |                                                                                     |
|-------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b> | Operario alimentador molido y tamizado |  |
| <b>JEFE INMEDIATO</b>   | Supervisor                             |                                                                                     |
| <b>EMPRESA</b>          | COFFE SOY                              |                                                                                     |
| <b>NEGOCIO</b>          | Bebida a base de soya                  |                                                                                     |
| <b>PROCESO</b>          | Operativo                              |                                                                                     |
| <b>RESPONSABLE</b>      |                                        |                                                                                     |

#### 2. MISIÓN

Este operario se encarga de operar la máquina moledora y tamizadora para continuar con el proceso productivo del Café de Soya. Velar por el correcto funcionamiento de la máquina de acuerdo con las exigencias propias del producto.

#### 3. FUNCIONES

- ❖ Alimentar la máquina moledora de grano de soya previamente tostado.
- ❖ Verificar el correcto funcionamiento de la maquinaria.
- ❖ Alimentar la máquina tamizadora del polvo de soya previamente molido.
- ❖ Realizar el proceso de acuerdo con las exigencias propias del producto.
- ❖ Reportar posibles fallas o necesidades de mantenimiento.

#### 4. REQUISITOS DEL CARGO

**Formación académica:** Título Bachiller. Conocimientos en maquinaria industrial. Experiencia mínima de 1 año.

**Competencias laborales:** Buenas relaciones laborales, capacidad para seguir instrucciones, conocimientos en seguridad industrial.

Fuente: Elaborado por el autor

#### 1. IDENTIFICACIÓN Y APROBACIONES

|                         |                                  |                                                                                       |
|-------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b> | Operario envasador y etiquetador |  |
| <b>JEFE INMEDIATO</b>   | Supervisor                       |                                                                                       |
| <b>EMPRESA</b>          | COFFE SOY                        |                                                                                       |
| <b>NEGOCIO</b>          | Bebida a base de soya            |                                                                                       |
| <b>PROCESO</b>          | Operativo                        |                                                                                       |
| <b>RESPONSABLE</b>      |                                  |                                                                                       |

#### 2. MISIÓN

Se encarga de operar la máquina envasadora y etiquetadora para terminar con el proceso productivo del Café de Soya. Velar por el correcto funcionamiento de las máquinas de acuerdo con las sugerencias del supervisor, con el fin de obtener un producto terminado con las especificaciones de la empresa.

Es el encargado de operar la máquina envasadora para empacar el producto en su

envase de vidrio, de acuerdo con el peso exacto de cada unidad. Es también el encargado de etiquetar los frascos después de ser empacados en el paso anterior, para ello debe de operar la máquina etiquetadora.

### 3. FUNCIONES

- ❖ Operar las máquinas de envase y etiquetado.
- ❖ Verificar que el producto sea envasado de acuerdo con el peso exacto para cada unidad de producto.
- ❖ Velar por el correcto funcionamiento de la maquinaria y llevar un control periódico de mantenimiento.
- ❖ Realizar reporte de la cantidad de producto terminado al supervisor de la planta de producción.

### 4. REQUISITOS DEL CARGO

**Formación académica:** Título de Bachiller. Conocimientos en maquinaria industrial. Experiencia mínima de 1 año. Conocimiento en mantenimiento de maquinaria industrial.

**Competencias laborales:** Buenas relaciones laborales. Conocimientos en manipulación industrial.

Fuente: Elaborado por el autor

### 1. IDENTIFICACIÓN Y APROBACIONES

|                         |                            |                                                                                      |
|-------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b> | Operario de almacenamiento |  |
| <b>JEFE INMEDIATO</b>   | Supervisor                 |                                                                                      |
| <b>EMPRESA</b>          | COFFE SOY                  |                                                                                      |
| <b>NEGOCIO</b>          | Bebida a base de soya      |                                                                                      |
| <b>PROCESO</b>          | Operativo                  |                                                                                      |
| <b>RESPONSABLE</b>      |                            |                                                                                      |

### 2. MISIÓN

Es la persona encargada de almacenar adecuadamente el producto en la bodega, verificar las condiciones ambientales específicas para la conservación del producto. Establecer mecanismos para el control de la mercancía almacenada.

### 3. FUNCIONES

- ❖ Almacenar el producto terminado en óptimas condiciones ambientales.
- ❖ Realizar registros sobre la mercancía almacenada.
- ❖ Control de inventarios.

### 4. REQUISITOS DEL CARGO

**Formación académica:** Título de Bachiller. Experiencia mínima de 1 año. Conocimiento en manejo de inventarios.

**Competencias laborales:** Buenas relaciones laborales, capacidad de organización, conocimientos en logística y almacenamiento.

Fuente: Elaborado por el autor

## 6. ESTUDIO FINANCIERO

Para determinar si la ejecución y puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya en el municipio de Caicedonia – Valle es viable, se realizó un estudio financiero considerando los siguientes aspectos:

- La proyección de las ventas se realizará con un crecimiento del 4% anual, aprovechando el crecimiento y la estabilidad de la economía nacional en los últimos años.
- Se manejará un inventario del 1% con el fin de implementar una política de Just in Time para no acumular grandes cantidades de producto en la bodega.
- La tasa de interés que se manejará para el estudio es del 34,8% efectiva anual, ya que ésta es la más asequible para proyectos de inversión.

De acuerdo con lo anterior, el presente análisis financiero incluye la proyección anual de las ventas, el costo de la materia prima directa e indirecta, el capital de activos fijos, los gastos mensuales, los gastos legales de constitución, la composición financiera que incluye el capital requerido, el crédito financiero, el estado de pérdidas y ganancias, el balance general, el flujo de fondos y el flujo neto de efectivo, el punto de equilibrio, la tasa interna de retorno y el valor presente neto.

### 6.1 DATOS PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

#### 6.1.1 Ventas Estimadas y Proyectadas

| <b>Ventas Estimadas o Proyectadas</b> |                   |              |                    |
|---------------------------------------|-------------------|--------------|--------------------|
| <b>Años</b>                           | <b>Cantidades</b> | <b>P.V.U</b> | <b>Valor Total</b> |
| 1                                     | 65.352            | 6.069        | 396621288          |
| 2                                     | 67966,08          | 6.069        | 412486139,5        |
| 3                                     | 70684,7232        | 6.069        | 428985585,1        |
| 4                                     | 73512,11213       | 6.069        | 446145008,5        |
| 5                                     | 76453             | 6.069        | 463990808,8        |

### 6.1.2 Producción

| <b>Producción proyectada</b> |                   |                      |                         |                         |
|------------------------------|-------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Años</b>                  | <b>Vent. Proy</b> | <b>Inventario 1%</b> | <b>Saldo inventario</b> | <b>Total producción</b> |
| 1                            | 65352             | 653,52               |                         | 66005,52                |
| 2                            | 67966,08          | 679,6608             | 26,1408                 | 67992,2208              |
| 3                            | 70684,7232        | 706,847232           | 27,186432               | 70711,90963             |
| 4                            | 73512,11213       | 735                  | 28                      | 73540                   |
| 5                            | 76453             | 765                  | 29                      | 76482                   |

### 6.1.3 Materia Prima Directa Estimada por Unidad

| <b>Costo Unitario Materia prima Directa</b> |                    |                       |              |
|---------------------------------------------|--------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Detalle</b>                              | <b>Cantidad Kg</b> | <b>Valor unitario</b> | <b>Total</b> |
| Grano soya                                  | 1                  | 1.300                 | 1.300        |
| <b>TOTAL CVU * MPD</b>                      |                    |                       | <b>1.300</b> |

### 6.1.4 Costo Total de Materia Prima Directa

| <b>Costo Total de Materia Prima Directa</b> |                 |              |              |
|---------------------------------------------|-----------------|--------------|--------------|
| <b>Años</b>                                 | <b>Cantidad</b> | <b>Valor</b> | <b>Total</b> |
| 1                                           | 66006           | 1.300        | 85807176     |
| 2                                           | 67992           | 1.300        | 88389887,04  |
| 3                                           | 70712           | 1.300        | 91925482,52  |
| 4                                           | 73540           | 1.300        | 95602501,82  |
| 5                                           | 76482           | 1.300        | 99426601,9   |

### 6.1.5 Materia Prima Indirecta estimada por unidad

| <b>Costo Unitario Materia Prima Indirecta</b> |                 |                       |                    |
|-----------------------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| <b>Detalle</b>                                | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total</b>       |
| Envase de vidrio                              | 1               | 1.000                 | 1.000              |
| Caja                                          | 0,027777778     | 2.500                 | 69,44444444        |
| <b>TOTAL CVU * MPI</b>                        |                 |                       | <b>1069,444444</b> |

### 6.1.6 Costo Total de la Materia Prima Indirecta

| Costo Total de Materia Prima Indirecta |             |             |             |
|----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Años                                   | Cantidad    | Valor       | Total       |
| 1                                      | 66006       | 1069,444444 | 70589236,67 |
| 2                                      | 67992,2     | 1069,444444 | 72713902,8  |
| 3                                      | 70711,90963 | 1069,444444 | 75622458,91 |
| 4                                      | 73540       | 1069,444444 | 78647357,27 |
| 5                                      | 76482       | 1069,444444 | 81793251,56 |

### 6.1.7 Mano de Obra Directa estimada

| Mano de Obra Directa |          |             |               |      |       |            |
|----------------------|----------|-------------|---------------|------|-------|------------|
| Detalle              | Cantidad | Sueldo base | Auxilio Trans | PPPS | Meses | Total      |
| Jefe Prod. y Com.    | 1        | 1.109.360   | 70.500        | 1,5  | 11,5  | 19.982.460 |
| Operarios            | 4        | 894.435     | 70.500        | 1,5  | 11,5  | 65.100.015 |
| Total                |          |             |               |      |       | 85.082.475 |

### 6.1.8 Mano de Obra Indirecta estimada

| Mano de Obra Indirecta |          |             |               |      |       |            |
|------------------------|----------|-------------|---------------|------|-------|------------|
| Detalle                | Cantidad | Sueldo base | Auxilio Trans | PPPS | Meses | Total      |
| Gerente                | 1        | 1.465.380   |               | 1,5  | 11,5  | 25.277.805 |
| Contador               | 1        | 549.253     |               |      | 12    | 6.591.036  |
| Total                  |          |             |               |      |       | 31.868.841 |

### 6.1.9 Gastos Mensuales

| Gastos Mensuales   |           |
|--------------------|-----------|
| Arrendamiento      | 800.000   |
| Servicios públicos | 450.000   |
| Papelería          | 100.000   |
| Art. Aseo          | 85.000    |
| Total              | 1.435.000 |

**Nota:** La tabla anterior muestra los gastos mensuales en los que incurriría la empresa para su funcionamiento.

### 6.1.9.1 Costos Indirectos de fabricación 70%

| C.I.F         |             |   |       |            |
|---------------|-------------|---|-------|------------|
| Detalle       | Vr.unitario | Q | Meses | Total      |
| Papelería     | 70.000      |   | 12    | 840.000    |
| Art. aseo     | 59.500      |   | 12    | 714.000    |
| S.P.D.        | 315.000     |   | 12    | 3.780.000  |
| Vigilancia    | 840.000     |   | 12    | 10.080.000 |
| Arrendamiento | 560.000     |   | 12    | 6.720.000  |
| Total         |             |   |       | 22.134.000 |

### 6.1.9.2 Gastos de Funcionamiento 30%

| Gastos de Funcionamiento |             |       |           |
|--------------------------|-------------|-------|-----------|
| Detalle                  | Vr.unitario | Meses | Total     |
| S.P.D.                   | 135000      | 12    | 1.620.000 |
| Vigilancia               | 360000      | 12    | 4.320.000 |
| Papelería                | 30000       | 12    | 360.000   |
| Art. aseo                | 25500       | 12    | 306.000   |
| Arrendamiento            | 240000      | 12    | 2.880.000 |
| Total                    |             |       | 9.486.000 |

### 6.1.10 Gastos Legales de Constitución<sup>109</sup>

| Gastos de Constitución                      |             |
|---------------------------------------------|-------------|
| Detalle                                     | Vr.unitario |
| Cámara de comercio                          | 150.000     |
| Registro INVIMA                             | 1.350.000   |
| Gastos naturales (Lic. funcionamiento, RUT) | 255.300     |
| Total                                       | 1.755.300   |

### 6.1.11 Capital de Activos Fijos

#### 6.1.11.1 Maquinaria y Equipo

Para realizar el proceso productivo del Café de Soya se requerirá de la siguiente maquinaria:

<sup>109</sup> Para el proceso de constitución y legalización de la empresa, se averiguaron los datos en la Cámara de Comercio de Caicedonia Valle, para el registro mercantil. Así mismo el RUT (Registro Único Tributario) ante la DIAN y las debidas licencias sanitarias y de funcionamiento.

| <b>Maquinaria y Equipo</b> |                 |                 |                    |                     |
|----------------------------|-----------------|-----------------|--------------------|---------------------|
| <b>Detalle</b>             | <b>Cantidad</b> | <b>Valor \$</b> | <b>Total</b>       | <b>Depreciación</b> |
| Tostadora                  | 1               | 3997562,5       | 3997562,5          | 399756,25           |
| Molino                     | 1               | 2681000         | 2681000            | 268100              |
| Envasadora                 | 1               | 1625000         | 1625000            | 162500              |
| Etiquetadora               | 1               | 430750          | 430750             | 43075               |
| Mesón de acero             | 2               | 237500          | 475000             | 47500               |
| <b>Total</b>               |                 |                 | <b>9.209.312,5</b> | <b>920931,25</b>    |

**Nota:** Con el objetivo de reducir los costos, la maquinaria requerida por la empresa se adquirirá de segunda. Es decir, que se comprará cada máquina por valor del 25% del costo total de cada una. (Ver el costo real de la maquinaria en el estudio técnico).

#### 6.1.11.2 Muebles y Equipos de Oficina

| <b>Muebles y Equipo de Oficina</b> |                 |                 |                  |                     |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|------------------|---------------------|
| <b>Detalle</b>                     | <b>Cantidad</b> | <b>Valor \$</b> | <b>Total</b>     | <b>Depreciación</b> |
| Muebles para espera                | 2               | 260000          | 520000           | 52000               |
| Escritorios                        | 4               | 350000          | 1400000          | 140000              |
| Sillas giratoria                   | 4               | 95000           | 380000           | 38000               |
| archivadores                       | 2               | 120000          | 240000           | 24000               |
| <b>Total</b>                       |                 |                 | <b>2.540.000</b> | <b>254.000</b>      |

#### 6.1.11.3 Equipos de Cómputo y Comunicaciones

| <b>Equipo de Cómputo y Telecomunicaciones</b> |                 |                 |                |                     |
|-----------------------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|---------------------|
| <b>Detalle</b>                                | <b>Cantidad</b> | <b>Valor \$</b> | <b>Total</b>   | <b>Depreciación</b> |
| Impresora                                     | 1               | 250000          | 250000         | 83333,33333         |
| Computador de mesa                            | 2               | 1200000         | 2400000        | 800000              |
| Teléfono                                      | 3               | 95000           | 285000         | 14250               |
| <b>Total</b>                                  |                 |                 | <b>2935000</b> | <b>897583,3333</b>  |

#### 6.1.11.4 Total capital de activos Fijos

|                       |                   |
|-----------------------|-------------------|
| <b>K.A.F.</b>         |                   |
| Maquinaria y equipo   | 9209312,5         |
| Muebles y oficina     | 2540000           |
| Equipo de comp y tele | 2935000           |
| Herramientas          | 90000             |
| <b>K.A.F.</b>         | <b>14774312,5</b> |

### 6.1.12 Capital de Trabajo Efectivo

| Detalle         | Vr. Total   |
|-----------------|-------------|
| M.P.D           | 85807176    |
| M.P.I.          | 70589236,67 |
| M.O.D.          | 85082475    |
| M.O.I           | 31868841    |
| G.F.            | 9486000     |
| C.I.F           | 22134000    |
|                 | 304967728,7 |
|                 | 50827954,78 |
| G. Constitución | 1755300     |
| G. Instalación  | 1700000     |
| K.W.E           | 54283254,78 |

#### 6.1.12.1 Total capital Efectivo

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
|                             |            |
| CAPITAL EN ACTIVOS FIJOS    | 14.774.312 |
| CAPITAL DE TRABAJO EFECTIVO | 54.283.255 |
| CAPITAL REQUERIDO           | 69.057.567 |

### 6.1.13 Composición Financiera del Proyecto

|                          | Valor      |
|--------------------------|------------|
| PATRIMONIO (40% APORTES) | 27.623.027 |
| PASIVO (60% CREDITO)     | 41.434.540 |
| TOTAL INVERSION          | 69.057.567 |

### 6.1.13 Tasa de Amortización

| Año | Gasto/Financiero | Pago/Periódico | Amortización | Saldo        |
|-----|------------------|----------------|--------------|--------------|
| 0   |                  |                |              | 41434540     |
| 1   | \$14.120.891     | 18357185       | \$4.236.294  | \$37.198.246 |
| 2   | \$12.677.162     | \$18.357.185   | \$5.680.023  | \$31.518.224 |
| 3   | \$10.741.411     | \$18.357.185   | \$7.615.775  | \$23.902.449 |
| 4   | \$8.145.955      | \$18.357.185   | \$10.211.231 | \$13.691.218 |
| 5   | \$4.665.967      | \$18.357.185   | \$13.691.218 | (\$0)        |

### 6.1.14 Estados de Resultados

| <b>P y G</b>                     | <b>1</b>    | <b>2</b>    | <b>3</b>    | <b>4</b>    | <b>5</b>    |
|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Ingreso por ventas               | 396.621.288 | 412.486.139 | 428.985.585 | 446.145.008 | 463.990.808 |
| Costos de producción             | 263.003.340 | 269.197.257 | 275.638.931 | 282.338.272 | 289.305.586 |
| Inventario inicial M.P.          | 0           | 849.576     | 883.559     | 918.901     | 955.657     |
| Compra M.P.D.                    | 85.807.176  | 88.389.887  | 91.925.482  | 95.602.502  | 99.426.602  |
| <b>M.P.D Disp. para pdn.</b>     | 85.807.176  | 89.239.463  | 92.809.041  | 96.521.403  | 100.382.259 |
| Inv. final M.P.D                 | 849.576     | 883.559     | 918.901     | 955.657     | 993.884     |
| <b>M.P.D Util. pdn</b>           | 84.957.600  | 88.355.904  | 91.890.140  | 95.565.746  | 99.388.376  |
| Inv. Inicial M.P.I               | 0           | 698.903     | 726.859     | 755.934     | 786.171     |
| Compra M.P.I                     | 70.589.237  | 72.713.903  | 75.622.459  | 78.647.357  | 81.793.251  |
| <b>M.P.I Disp. pdn.</b>          | 70.589.237  | 73.412.806  | 76.349.318  | 79.403.291  | 82.579.423  |
| Inv. final M.P.I                 | 698.903     | 726.859     | 755.934     | 786.171     | 817.618     |
| <b>M.P.I Util pdn.</b>           | 69.890.333  | 72.685.947  | 75.593.384  | 78.617.120  | 81.761.805  |
| M.O.D                            | 85.082.475  | 85.082.475  | 85.082.475  | 85.082.475  | 85.082.475  |
| Depreciación Pdn.<br>(Maq y Her) | 938.931     | 938.931     | 938.931     | 938.931     | 938.931     |
| C.I.F                            | 22.134.000  | 22.134.000  | 22.134.000  | 22.134.000  | 22.134.000  |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>            | 133.617.948 | 143.288.882 | 153.346.654 | 163.806.737 | 174.685.222 |
| <b>GASTOS DE ADMON.</b>          | 42.506.424  | 44.006.424  | 44.006.424  | 43.108.841  | 43.108.841  |
| Gastos de funcionam              | 9.486.000   | 9.486.000   | 9.486.000   | 9.486.000   | 9.486.000   |
| Depreciación admón.              | 1.151.583   | 1.151.583   | 1.151.583   | 254.000     | 254.000     |
| M.O.I                            | 31.868.841  | 31.868.841  | 31.868.841  | 31.868.841  | 31.868.841  |
| G. legal renovable               | 0           | 1.500.000   | 1.500.000   | 1.500.000   | 1.500.000   |
| Util ant de TX y G.F             | 91.111.524  | 99.282.458  | 109.340.230 | 120.697.896 | 131.576.381 |
| G.F (inter amor)                 | 14.120.891  | 12.677.162  | 10.741.410  | 8.145.954   | 4.665.967   |
| Utilidad antes de TX             | 76.990.633  | 86.605.296  | 98.598.819  | 112.551.941 | 126.910.414 |
| TX 35%                           | 26.946.721  | 30.311.854  | 34.509.587  | 39.393.179  | 44.418.645  |
| <b>UTILIDAD NETA</b>             | 50.043.911  | 56.293.442  | 64.089.232  | 73.158.762  | 82.491.769  |

El Estado de resultados indica el valor de la utilidad neta para cada año respectivamente con sus descuentos y obligaciones ya aplicados, ésta variable es importante para el análisis porque permite identificar que el proyecto está dando como resultado posibilidades de viabilidad.

### 6.1.15 Flujo de Fondos

| FLUJO DE FONDOS                 | 0                 | 1                  | 2                  | 3                  | 4                  | 5                  |
|---------------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>FUENTES</b>                  |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Util. ant de TX y G.F           | 0                 | 91.111.524         | 99.282.458         | 109.340.230        | 120.697.896        | 131.576.381        |
| Aportes                         | 27.623.027        | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Créditos                        | 41.434.540        | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Depreciación Pdn.               | 0                 | 2.090.514          | 2.090.514          | 2.090.514          | 1.192.931          | 1.192.931          |
| Proveedores                     | 0                 | 0                  |                    |                    |                    |                    |
| <b>TOTAL FUENTES</b>            | <b>69.057.567</b> | <b>93.202.039</b>  | <b>101.372.973</b> | <b>111.430.744</b> | <b>121.890.827</b> | <b>132.769.312</b> |
| <b>USOS</b>                     |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Compra de activos fijos         | 14.774.312        | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Compra de inventarios           | 0                 | 1.548.479          | 61.939             | 64.417             | 66.993             | 69.673             |
| Pago de TX                      | 0                 | 0                  | 26.946.721         | 30.311.853         | 34.509.587         | 39.393.179         |
| Amortización                    | 0                 | 4.236.294          | 5.680.023          | 7.615.775          | 10.211.231         | 13.691.218         |
| Intereses                       | 0                 | 14.120.891         | 12.677.162         | 10.741.410         | 8.145.954          | 4.665.967          |
| G. instalación                  | 1.755.300         | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| G. constitución                 | 1.700.000         | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Otros                           | 0                 | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| <b>TOTAL USOS</b>               | <b>18.229.612</b> | <b>19.905.664</b>  | <b>45.365.846</b>  | <b>48.733.455</b>  | <b>52.933.765</b>  | <b>57.820.038</b>  |
| <b>Superávit o Déficit caja</b> | <b>50.827.955</b> | <b>73.296.374</b>  | <b>56.007.127</b>  | <b>62.697.289</b>  | <b>68.957.061</b>  | <b>74.949.275</b>  |
| <b>Saldo anterior en caja</b>   | <b>0</b>          | <b>50.827.955</b>  | <b>124.124.329</b> | <b>180.131.456</b> | <b>242.828.745</b> | <b>311.785.806</b> |
| <b>SALDO FINAL EN CAJA</b>      | <b>50.827.955</b> | <b>124.124.329</b> | <b>180.131.456</b> | <b>242.828.745</b> | <b>311.785.806</b> | <b>386.735.081</b> |

Este indicador financiero muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo de la empresa para conocer todos los movimientos del año, y para el final de cada año, el saldo que queda reportado en caja.

### 6.1.16 Balance General

| <b>BALANCE GENERAL</b>        | <b>0</b>          | <b>1</b>           | <b>2</b>           | <b>3</b>           | <b>4</b>           | <b>5</b>           |
|-------------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Activo corriente caja y banco | 50.827.955        | 124.124.329        | 180.131.456        | 242.828.745        | 311.785.806        | 386.735.081        |
| Inventarios                   | 0                 | 1.548.479          | 1.610.418          | 1.674.835          | 1.741.829          | 1.811.501          |
| <b>TOTAL ACTIVO CTE</b>       | <b>50.827.955</b> | <b>125.672.808</b> | <b>181.741.874</b> | <b>244.503.580</b> | <b>313.527.635</b> | <b>388.546.583</b> |
| <b>ACTIVO DIFERIDO</b>        |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Gasto Diferido                | 3.455.300         | 3.455.300          | 3.455.300          | 3.455.300          | 3.455.300          | 3.455.300          |
| <b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>  | <b>3.455.300</b>  | <b>3.455.300</b>   | <b>3.455.300</b>   | <b>3.455.300</b>   | <b>3.455.300</b>   | <b>3.455.300</b>   |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>          |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Maquinaria y Equipo           | 9.209.312         | 9.209.312          | 9.209.312          | 9.209.312          | 9.209.312          | 9.209.312          |
| Herramienta                   | 90.000            | 90.000             | 90.000             | 90.000             | 90.000             | 90.000             |
| Edificio                      | 0                 | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Vehículos                     | 0                 | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Equipo de oficina             | 2.540.000         | 2.540.000          | 2.540.000          | 2.540.000          | 2.540.000          | 2.540.000          |
| Equipo de Comp y Tele         | 2.935.000         | 2.935.000          | 2.935.000          | 2.935.000          | 2.935.000          | 2.935.000          |
| Depreciación acumulada        | 0                 | 2.090.514          | 4.181.029          | 6.271.544          | 8.362.058          | 10.452.573         |
| <b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>      | <b>14.774.312</b> | <b>12.683.798</b>  | <b>10.593.283</b>  | <b>8.502.769</b>   | <b>6.412.254</b>   | <b>4.321.739</b>   |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>          | <b>69.057.567</b> | <b>141.811.906</b> | <b>195.790.458</b> | <b>256.461.649</b> | <b>323.395.189</b> | <b>396.323.622</b> |
| <b>PASIVO C.P</b>             |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| TX por pagar                  | 0                 | 26.946.721         | 30.311.853         | 34.509.587         | 39.393.179         | 44.418.645         |
| T.P.C.P                       | 0                 | 26.946.721         | 30.311.853         | 34.509.586         | 39.393.179         | 44.418.645         |
| P.L.P                         |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Obligaciones Bancarias        | 41.434.540        | 37.198.246         | 31.518.223         | 23.902.449         | 13.691.218         | 0                  |
| <b>TOTAL P.L.P</b>            | <b>41.434.540</b> | <b>37.198.246</b>  | <b>31.518.223</b>  | <b>23.902.449</b>  | <b>13.691.218</b>  | <b>0</b>           |
| <b>TOTAL PASIVO</b>           | <b>41.434.540</b> | <b>64.144.968</b>  | <b>61.830.077</b>  | <b>58.412.035</b>  | <b>53.084.397</b>  | <b>44.418.645</b>  |
| <b>PATRIMONIO</b>             |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Aportes                       | 27.623.027        | 27.623.027         | 27.623.027         | 27.623.027         | 27.623.027         | 27.623.027         |
| Utilidad del ejercicio        | 0                 | 50.043.911         | 56.293.442         | 64.089.232         | 73.158.762         | 82.491.769         |
| Utilidades retenidas          | 0                 | 0                  | 50.043.911         | 106.337.354        | 170.426.586        | 243.585.349        |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>       | <b>27.623.027</b> | <b>77.666.938</b>  | <b>133.960.380</b> | <b>198.049.613</b> | <b>271.208.375</b> | <b>353.700.144</b> |
| <b>TOTAL PASI Y PATRI</b>     | <b>69.057.567</b> | <b>141.811.906</b> | <b>195.790.458</b> | <b>256.461.649</b> | <b>324.292.772</b> | <b>398.118.789</b> |

El balance general muestra la situación financiera actual de la empresa en un periodo de tiempo determinado, dando a conocer si la empresa tiene pérdidas o ganancias en un periodo de tiempo, con el movimiento de algunas cuentas y transacciones específicas.

### 6.1.17 Flujo Neto de Efectivo

| FLUJO NETO DE EFECTIVO | 0           | 1          | 2          | 3          | 4          | 5          |
|------------------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Aportes                | 27.623.027  | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          |
| Créditos               | 41.434.540  | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          |
| Inversiones            | 69.057.567  | 0          | 0          | 0          | 0          | 0          |
| Utilidad neta          | 0           | 50.043.911 | 56.293.442 | 64.089.232 | 73.158.762 | 82.491.769 |
| G.F                    | 0           | 14.120.891 | 12.677.192 | 10.741.410 | 8.145.954  | 4.665.967  |
| Depreciación           | 0           | 2.090.514  | 2.090.514  | 2.090.514  | 1.192.931  | 1.192.931  |
| FNECF                  | -69.057.567 | 52.134.426 | 58.383.957 | 66.179.747 | 74.351.693 | 83.684.700 |
| FNCSF                  | -69.057.567 | 66.255.317 | 71.061.119 | 76.921.158 | 82.497.647 | 88.350.667 |

El flujo neto de efectivo permite conocer la diferencia entre los ingresos netos y los desembolsos netos en los que ha incurrido la empresa sobre un capital invertido en un tiempo determinado. Es la manera como se mueve el dinero año tras año.

### 6.1.18 Razones de liquidez

#### 6.1.18.1 Razón corriente

| Razón Corriente       |             |
|-----------------------|-------------|
| Razón Corriente Año 1 | 1,959199798 |
| Razón Corriente Año 2 | 2,939376478 |
| Razón Corriente Año 3 | 4,185842479 |
| Razón Corriente Año 4 | 5,906210666 |
| Razón Corriente Año 5 | 8,74737586  |

La razón corriente indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. En el año 1, la razón corriente de la empresa Coffe Soy, permite analizar que por cada peso de la deuda que tiene la empresa posee \$1,95 pesos representados en sus activos corrientes para responder por sus deudas. Así mismo, observamos que en los años siguientes la cifra aumenta, ya que las obligaciones financieras van disminuyendo.

#### 6.1.18.2 Capital de Trabajo

| Capital de trabajo       |             |
|--------------------------|-------------|
| Capital de trabajo Año 1 | 61527840,27 |
| Capital de trabajo Año 2 | 119911797,2 |
| Capital de trabajo año 3 | 186091544,3 |
| Capital de trabajo Año 4 | 260443237,2 |
| Capital de trabajo año 5 | 344127937,6 |

La razón del capital de trabajo muestra la diferencia que existe entre los activos que tiene la empresa con las deudas. También muestra que el activo corriente aumenta cada año al igual que el pasivo disminuye. Esta variable indica el grado de crecimiento que tiene la empresa en cuanto a su capital de trabajo.

#### 6.1.18.3 Prueba Acida

| Prueba Acida       |             |
|--------------------|-------------|
| Prueba Acida Año 1 | 1,935059489 |
| Prueba Acida Año 2 | 2,913330602 |
| Prueba Acida Año 3 | 4,157169703 |
| Prueba Acida Año 4 | 5,873398225 |
| Prueba Acida Año 5 | 8,706593395 |

La prueba ácida indica que por cada peso que debe la empresa, dispone de 93 pesos para pagar la deuda en el caso del año 1, es decir que no estará en condiciones de pagar sus pasivos a corto plazo sin vender las mercancías existentes. Lo anterior indica que existe garantía para el pago de la deuda en todos los años, en un periodo de corto plazo.

#### 6.1.18.4 Margen Bruto de Ganancia

| Marguen Bruto de Ganancia       |            |
|---------------------------------|------------|
| Marguen Bruto de Ganancia Año 1 | 0,33689051 |
| Marguen Bruto de Ganancia Año 2 | 0,34737866 |
| Marguen Bruto de Ganancia Año 3 | 0,35746341 |
| Marguen Bruto de Ganancia Año 4 | 0,36716030 |
| Marguen Bruto de Ganancia Año 5 | 0,37648423 |

La utilidad obtenida en el primer año fue de 0,33 resultantes de dividir las utilidades brutas entre las ventas netas. Se evidencia que cada año las ganancias presentan un crecimiento lento, pero sostenido, lo cual indica que la empresa tiene un margen bruto de ganancia regular.

#### 6.1.18.5 Rentabilidad con relación a la inversión

| Rentabilidad de la inversión       |            |
|------------------------------------|------------|
| Rentabilidad de la inversión Año 1 | 35,2889349 |
| Rentabilidad de la inversión Año 2 | 28,7518825 |
| Rentabilidad de la inversión Año 3 | 24,9897919 |
| Rentabilidad de la inversión Año 4 | 22,6220934 |
| Rentabilidad de la inversión Año 5 | 20,8142448 |

La rentabilidad de una inversión es un indicador que mide la relación que existe entre la ganancia de una inversión y el costo de ésta, al mostrar qué porcentaje del dinero invertido se ha ganado o recuperado, o se va a ganar o recuperar. Para el caso de la empresa Coffe Soy, la rentabilidad de la inversión muestra un comportamiento descendente, lo que significa que no será muy positivo el desempeño de dicha inversión.

#### 6.1.19 Razones de Endeudamiento

##### 6.1.19.1 Nivel de endeudamiento

| Nivel de endeudamiento       |             |
|------------------------------|-------------|
| Nivel de endeudamiento Año 1 | 0,452324277 |
| Nivel de endeudamiento Año 2 | 0,315797194 |
| Nivel de endeudamiento Año 3 | 0,227761289 |
| Nivel de endeudamiento Año 4 | 0,164147147 |
| Nivel de endeudamiento Año 5 | 0,112076703 |

El nivel de endeudamiento indica qué tan comprometido está el dinero de la empresa para cubrir la deuda, de acuerdo con los datos del balance general, la empresa Coffe Soy para el año 1 tiene un nivel de endeudamiento del 45%, pero al final del año 5, dicho nivel ha disminuido a 11%, lo cual indica que la empresa tiene la capacidad de endeudamiento sin correr riesgos de iliquidez.

##### 6.1.19.2 Razón Pasivo Capital o Leverage Total

| Leverage       |             |
|----------------|-------------|
| Leverage Año 1 | 0,825897987 |
| Leverage Año 2 | 0,461554953 |
| Leverage Año 3 | 0,294936378 |
| Leverage Año 4 | 0,195732885 |
| Leverage Año 5 | 0,125582773 |

El Leverage total de una empresa mide hasta qué punto está comprometido el patrimonio de la empresa con respecto a sus acreedores. Esto significa que por cada peso de pasivos, la empresa tiene 0,8 pesos de patrimonio para respaldar esos pasivos para el primer año.

### 6.1.20 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, a través de los costos fijos, el precio de venta y el costo variable unitario, los cuales permiten conocer el punto de equilibrio de la empresa y la orienta sobre las cantidades que debe producir para que sea rentable.

Para conocer el punto de equilibrio de la empresa Coffe Soy, se tendrán en cuenta los siguientes datos:

**Precio de venta: \$ 6069**

| <b>COSTO FIJOS (CF)</b> |                    |
|-------------------------|--------------------|
| Depreciación            | 2.090.514          |
| MOI                     | 31.868.841         |
| MOD                     | 85.082.475         |
| GF                      | 9.486.000          |
| CIF                     | 22.134.000         |
| <b>TOTAL</b>            | <b>150.661.831</b> |

| <b>COSTOS VARIABLES (CVU)</b> |              |
|-------------------------------|--------------|
| MPD                           | 1300         |
| MPI                           | 1069         |
| C.V M.O.D                     | 1289         |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>3.658</b> |

$$\text{Punto de Equilibrio} = CF / (PV - CTU)$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 150.661.831 / (6.069 - 3.658)$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 62.501$$

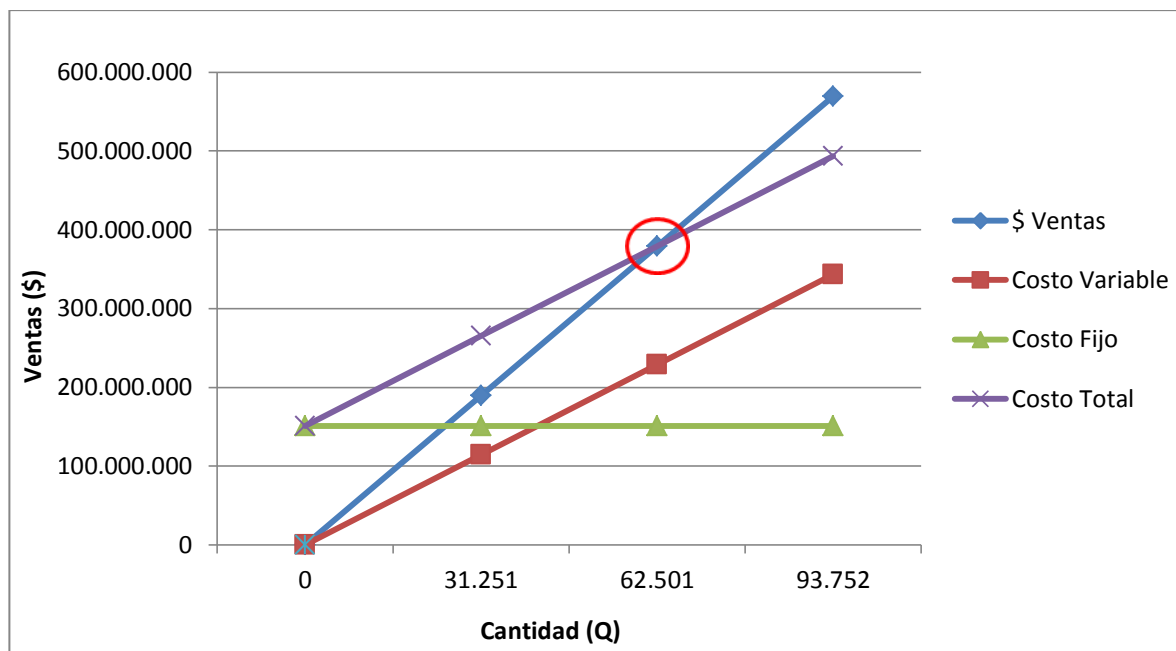
### Ventas Estimadas

$$\text{Ventas Estimadas} = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CTU}{PV}\right)}$$

$$\text{Ventas Estimadas} = \frac{150.661.831}{1 - \left(\frac{3.658}{6.069}\right)}$$

$$\text{Ventas Estimadas} = 379.247.885,7$$

**Gráfico 46 Punto de Equilibrio.**



Fuente: Elaborado por el Autor

El punto de equilibrio representa el cruce entre las ventas estimadas y las unidades, es decir que para la empresa Coffe Soy, el punto de equilibrio se encuentra en 62.501 unidades, teniendo en cuenta que la proyección de las cantidades a producir según el estudio de mercado es de 65.352 unidades, lo que significa que para que la empresa tenga un margen de ganancia y no incurra en pérdidas deberá producir y vender más de 62.501 unidades anuales.

## 6.1.21 Evolución Económica

### 6.1.21.1 Tasa Interna de Oportunidad

La tasa interna de oportunidad (TIO) para el estudio de factibilidad es de 34.08% Efectiva Anual, correspondiente a la entidad bancaria Bancolombia, sucursal Caicedonia – Valle, la cual se utilizará para financiar el 60% del proyecto.

### 6.1.21.2 Tasa Interna de Retorno y valor Presente Neto con Financiación

|           | INVERSION   | AÑO1       | AÑO 2      | AÑO 3      | AÑO 4      | AÑO 5         |
|-----------|-------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| INVERSION | -69.057.567 | 52.134.425 | 58.383.957 | 66.179.747 | 74.351.692 | 83.684.700    |
| AÑO 1     | 52.134.426  |            |            |            |            |               |
| AÑO 2     | 58.383.957  |            |            |            |            |               |
| AÑO 3     | 66.179.747  |            |            |            | TIR        | 80,95462%     |
| AÑO 4     | 743.516.93  |            |            |            |            |               |
| AÑO 5     | 83.684.700  |            |            |            |            |               |
|           |             |            |            |            | TIO        | 34,08%        |
| TIR       | 80,95462%   |            |            |            |            |               |
|           |             |            |            |            | VPN        | \$ 72.075.082 |

La tabla anterior indica que el proyecto es viable porque el Valor Presente Neto es mayor que cero, y en este caso resulta ser muy positivo teniendo en cuenta la inversión inicial. El VPN para este caso es de \$72.075.082, si analizamos a fondo indica que la empresa tendrá la capacidad de cubrir la deuda de inversión ya que la TIO proporciona utilidad para los cinco años proyectados. En cuanto a la TIR, si buscamos una confiabilidad en ese indicador, se debe cumplir la regla que la TIO debe ser menor que la TIR y en este caso se evidencia esto porque la TIO es de 34,08% y la TIR de 80,95462%.

### 6.1.21.3 Tasa Interna de Retorno y Valor presente Neto sin Financiación

|           | INVERSION   | AÑO1       | AÑO 2      | AÑO 3      | AÑO 4      | AÑO 5         |
|-----------|-------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| INVERSION | -69.057.567 | 66.255.317 | 71.061.119 | 76.921.157 | 82.497.647 | 88.350.667    |
| AÑO 1     | 66.255.317  |            |            |            |            |               |
| AÑO 2     | 71.061.119  |            |            |            |            |               |
| AÑO 3     | 76.921.158  |            |            |            | TIR        | 99,04948%     |
| AÑO 4     | 82.497.647  |            |            |            |            |               |
| AÑO 5     | 88.350.668  |            |            |            |            |               |
|           |             |            |            |            | TIO        | 34,08%        |
| TIR       | 99,04948%   |            |            |            |            |               |
|           |             |            |            |            | VPN        | \$ 97.711.987 |

Al analizar las dos alternativas, con y sin financiamiento, se puede evidenciar que existe viabilidad para ambos casos, con la diferencia de que la alternativa sin financiamiento generaría más rentabilidad en comparación con la otra alternativa, ya que la TIR es de 99,04948% más alta que en la alternativa con financiamiento. Es decir, que sin obligaciones financieras el VPN también muestra viabilidad del proyecto siendo esta de \$97.711.987.

#### 6.1.21.4 Análisis Costo de Oportunidad

| Beneficios costos   |                    |                         |                    |
|---------------------|--------------------|-------------------------|--------------------|
| Costos Fijos        | 150.661.831        | Beneficios por Ventas   | 396.621.288        |
| Costos Variables    | 3.658              |                         |                    |
| <b>Total Costos</b> | <b>150.665.489</b> | <b>Total Beneficios</b> | <b>396.621.288</b> |

#### BENEFICIOS/COSTOS

$$B/C = 396.621.288/150.665.489$$

$$B/C = 2,632462753298468$$

Esta variable afirma la posibilidad de que la empresa recupere la inversión en los próximos años ya que la relación costo- beneficio es mayor que 1 y aporta grandes oportunidades de crecimiento a la empresa.

## 7. CONCLUSIONES

La creación de una empresa depende de varios aspectos clave que permiten al empresario definir si existe o no riesgo al momento de llevar a cabo la inversión. Por lo tanto, la realización de este trabajo permitió dar respuesta al interrogante planteado al comienzo de la investigación, el cual fue analizar si era o no factible invertir en una empresa productora y comercializadora de café de soya en el municipio de Caicedonia Valle, cumpliendo a cabalidad con cada uno de los objetivos planteados.

Así mismo, el análisis del entorno permitió evidenciar que existen muchas oportunidades que hacen posible que el negocio tenga éxito en el futuro. Una de las oportunidades más importantes para esta empresa es el crecimiento y la estabilidad de la economía nacional en los últimos años, la existencia de muchas entidades del sector público y privado que apoyan el emprendimiento y las políticas gubernamentales que hacen posible llevar a cabo dichas iniciativas. Al analizar una variable del entorno cultural, se pudo encontrar que existe una oportunidad respecto al cambio en las tendencias de consumo de gran parte de la población colombiana, las cuales muestran, cada vez más, preferencias por los productos naturales que aportan beneficios a la salud.

Sin embargo, el estudio también permitió identificar aquellos aspectos negativos que se consideran como amenazas para la creación de esta empresa. Una de las más influyentes es la disminución de la producción nacional del grano de la soya, ya que los costos en los que incurre cultivar este producto han sido muy elevados. Por otro lado, el poco apoyo por parte del gobierno local del municipio de Caicedonia para la creación de empresa, hace que se convierta en una amenaza fuerte para la realización de este proyecto.

Por otro lado, el análisis del sector competitivo de la soya en Colombia permitió identificar que el negocio del café de soya resultó ser atractivo para los nuevos entrantes, puesto que no existen muchas empresas dedicadas a este tipo de negocio y el producto cuenta con una alta diferenciación por ser nuevo en el mercado. A pesar de que el sector industrial ha presentado un comportamiento decreciente en los últimos años, la rentabilidad del mismo se ha mantenido estable, lo cual indica que aún existen oportunidades de éxito para incursionar en dicho sector.

En cuanto al análisis del mercado, se pudo conocer a fondo las tendencias del consumo hacia los alimentos naturales, la aceptación y el segmento del mercado

al cual va dirigido el producto. También se lograron determinar las cantidades a producir de acuerdo con las proyecciones de la oferta y la demanda, al igual que el precio que estarían dispuestos a pagar los compradores por el café de soya.

Por otro lado, el estudio técnico realizado permitió determinar tamaño y localización del proyecto, diseño y distribución de planta, al igual que las necesidades de maquinaria y equipos, personal especializado y demás insumos necesarios para el funcionamiento de la empresa. La investigación en esta fase, también permitió establecer los costos de dichos recursos para la puesta en marcha de la empresa Coffe Soy.

Desde el punto de vista administrativo, se realizó una propuesta organizacional que dará una orientación estratégica a la empresa para que pueda cumplir con sus objetivos corporativos, los cuales incluye la misión, la visión, y una estructura organizacional que permitirá establecer las relaciones jerárquicas de la empresa para que la información y la comunicación fluyan de manera coherente y adecuada. Este análisis también incluye una definición de cargos, los cuales se consideran ser los más pertinentes para el manejo de la empresa tanto en la parte operativa como en la administrativa.

Finalmente, en el análisis financiero, se pudo determinar que la creación de una empresa productora y comercializadora de Café de Soya en el municipio de Caicedonia, Valle es viable porque el VPN calculado fue de \$72.075.082, frente a una inversión de \$69.057.567, con una tasa interna de retorno equivalente a 80,95462%, la cual es mayor que la Tasa Interna de Oportunidad y puede cumplir con sus obligaciones financieras y generando rentabilidad al mismo tiempo.

## **8. RECOMENDACIONES**

Para el empresario que decida invertir en el negocio del café de Soya, es importante que tenga en cuenta las siguientes recomendaciones:

- ✓ Realizar la inversión con financiamiento, ya que existe menor riesgo de perder la totalidad de la inversión que requiere el proyecto.
- ✓ Considerar los precios nacionales de la soya y contemplar la posibilidad de importar la materia prima en caso de que la producción interna siga presentado un comportamiento decreciente.
- ✓ La persona que decida poner en marcha esta idea de negocio debe tener en cuenta los aspectos legales y de constitución que estén vigentes a la fecha, puesto que existen posibilidades de reformas en el marco legal que cobija este tipo de proyectos.

## BIBLIOGRAFÍA

ACAFETO, Cafés Especiales. Asociación de Productores de Café Especial de Fresno-Tolima.

ACOSTA OIDOR, Catalina. Anatomía del conflicto armado en el Valle del Cauca durante la primera década del siglo XXI. Revista Científica Guillermo de Ockham. Vol. 10, No. 1. Enero - junio de 2012.

ANDI. Centro de Estudios Económicos. Evaluación de la política de incentivos a la producción nacional de maíz amarillo, sorgo y soya, y algunas recomendaciones.

ARANGO DELGADO, Roberto. Presidente Cámara de Comercio de Cali. “Logros y desafíos sociales del Valle del Cauca” Febrero 2012.

BANCO DE LA REPÚBLICA. Subgerencia de estudios económicos sección sector externo, Enero del 2013.

BETANCOURT, Benjamín. “Entorno organizacional” Análisis y diagnóstico. “Análisis Sectorial y Competitividad”.

COMITÉ DE EXPERTOS, Mayo 2012 Cifras de pobreza, pobreza extrema y desigualdad 2011.

CORFICOLOMBIANA. Investigaciones Económicas. Informe Semanal. Febrero 25 de 2013. Banco de la República.

DANE. Boletín de Prensa “Importaciones y Balanza Comercial”. Bogotá 20 de febrero de 2013.

Documento de Discusión Nacional acerca de los Asuntos Claves en el Análisis del Sector Agricultura (Resumen Ejecutivo). Febrero 20 de febrero de 2013.

DUFFUS MIRANDA, Dayana. Aspectos a considerar en un análisis de factibilidad. Gestipolis.com. Conocimiento en negocios.

ESPINAL, Carlos Federico. MARTINEZ, Héctor J. Cadena de las oleaginosas en Colombia. Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005. Extraído el 7 de marzo de 2013.

FEDERACIÓN COLOMBIANA DE MUNICIPIOS. “Ranking Municipal del Valle”.

FIDUCOLDEX. Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A.

GARCÍA SOLARTE, Mónica. MURILLO VARGAS, Guillermo. GONZALEZ CAMPO, Carlos H. Los macro-procesos: Un nuevo enfoque al estudio de la gestión humana.

GIL ROALES-NIETO, Jesús. Moreno San Pedro, Emilio. Gil Luciano, Ana. Blanco Coronado, José Luis. Efectos del consumo de café para la salud cardiovascular, la diabetes y el desarrollo de cáncer.

GOBERNACIÓN VALLE DEL CAUCA.

GÓMEZ, Liyis. MARTÍNEZ, Joselín. ARZUZA, María. Política Pública y creación de empresas en Colombia. 2006

GÓMEZ, Uvencer Alexander. BETANCOURT, Benjamín. Caracterización del sector de las mipymes de Sevilla y Caicedonia. 2012

GRANADA AGUIRRE, Luis Felipe. Gestión Ambiental Empresarial: Pasado, presente y futuro de las normas e instituciones ambientales en Colombia.

INFORME DE DERECHOS HUMANOS 2009, Embajada de los Estados Unidos, Bogotá Colombia.

INVEST PACIFIC. Agenda de Promoción de Inversión en el Pacífico Colombiano. Un Valle de Incentivos.

MESA C., Ramón Javier. Decano Ciencias Económicas de la Universidad de Antioquia. Publicado el 28 de septiembre de 2011.

MESA DE ESTADÍSTICAS SOCIALES. Observatorio Económico y Social del Valle del Cauca, 2012. Análisis descriptivo sobre la mortalidad y la natalidad en el Valle del Cauca, para el periodo 1998 – 2011.

MESA HOLGUIN, Mario. Fundamentos de Marketing. Ecoe Ediciones. Bogotá 2012.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL.

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE. Leyes – Política Ambiental.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. “Región Pacífico en Educación”.

MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL. Encuesta Nacional de Demografía y Salud-ENDS, Profamilia.

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES. Informe de gestión 2012, Construyendo las bases de la nueva autoridad migratoria, migración Colombia.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO.

OROBIO FRANCO, Donnier Alberto. Concejal Caicedonia – Valle.

OTALORA RODRIGUEZ, María Carolina. RUBIO CUERVO, Yeffer. Elaboración de un sucedáneo de café a base de soya. Revista Venezolana de Ciencia y Tecnología de Alimentos.

PERIÓDICO PORTAFOLIO. Servicios, manufactura y agroindustria jalonan PIB del Valle. Septiembre 19 de 2012

PERIÓDICO EL COLOMBIANO. “Una sólida política macroeconómica ya presenta algunos avances concretos”.

PERIÓDICO EL UNIVERSAL. Publicado el 17 de mayo de 2012.

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2012 – 2015. Caicedonia Valle “CON SEGURIDAD Y OPORTUNIDAD PARA TODOS”

PLAN DEPARTAMENTAL DE DESARROLLO. Valle del Cauca 2012 - 2015

Portafolio. “Inflación del 2012 mantuvo una tendencia a la baja”. Enero 8 del 2013.

POUND, Barry. Cultivos de Cobertura para la Agricultura Sostenible en América. Natural Resources

PROEXPORT COLOMBIA. Promoción de turismo, inversión y exportaciones. “Valle del Cauca, tercer destino preferido para inversión extranjera directa”. 2011.

REVISTA DINERO. “Desempleo en Colombia 2011”. Enero 31 de 2012.

RODRÍGUEZ BECERRA, Manuel. Capítulo 7: Las Políticas Ambientales.

RUBIANO GRANADOS, Juan Pablo. TORRES GUTIERREZ, Héctor Eduardo. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasabocas con soya orgánica. Bogotá. 2004.

URRUTIA COBO, Norberto. “Agua y alimentos para todos”.

VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Tercera Edición. Pág. 204, 205, 206.

VÉLEZ, Germán Alonso. “En Colombia estamos consumiendo soya transgénica”. Riesgos e impactos en la salud humana.

## WEBGRAFÍA

<http://www.globalnutrition.com.mx/soya.htm#preven>

<http://www.ivu.org/spanish/trans/oxveg-soya.html>

<http://www.engormix.com/MA-avicultura/nutricion/articulos/soya-principal-fuente-proteina-t3104/141-p0.htm>

<http://www.cafedesoya.com/Breve%20Historia.htm>

[http://www.caicedonia-valle.gov.co/apc-aa-files/36616136613039653931613961643165/PLAN\\_DE\\_DSLLO\\_APROBADO.pdf](http://www.caicedonia-valle.gov.co/apc-aa-files/36616136613039653931613961643165/PLAN_DE_DSLLO_APROBADO.pdf)

[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp\\_PIB\\_Iltrim12.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_Iltrim12.pdf)

<http://www.caicedonitas.com/actualidad.html>

<http://www.portafolio.co/economia/servicios-manufactura-y-agroindustria-jalonan-pib-del-valle>

<http://www.portafolio.co/economia/inflacion-del-2012-colombia>

<http://www.dinero.com/actualidad/economia/articulo/desempleo-colombia-durante-2011-108/143760>

<http://www.businesscol.com/economia/balanza.htm>

[http://www.agronet.gov.co/www/docs\\_agronet/2005112162648\\_caracterizacion\\_oleaginosas.pdf](http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2005112162648_caracterizacion_oleaginosas.pdf)

<http://www.observatoriovalle.org.co/wp-content/uploads/2011/12/Logros-y-desaf%C3%ADos-sociales-del-Valle-del-Cauca-Dr.-Roberto-Arango-Delgado1.pdf>

[http://www.banrep.gov.co/documentos/informes-economicos/pdf/bdeudax\\_t.pdf](http://www.banrep.gov.co/documentos/informes-economicos/pdf/bdeudax_t.pdf)

[http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articles-100079\\_archivo.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articles-100079_archivo.pdf)

[http://www.migracioncolombia.gov.co/phocadownload/Informe%20de%20gestio%CC%81n%202012\\_baja.pdf](http://www.migracioncolombia.gov.co/phocadownload/Informe%20de%20gestio%CC%81n%202012_baja.pdf)

<http://spanish.bogota.usembassy.gov/infoderhum2009.html>

[http://www.redyaccion.com/caicedonia/archivo\\_general/concejal.htm#.UXCf3KJhVth](http://www.redyaccion.com/caicedonia/archivo_general/concejal.htm#.UXCf3KJhVth)

[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones\\_vida/pobreza/declaracion\\_expertos\\_pobreza\\_2012.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/declaracion_expertos_pobreza_2012.pdf)

[http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/mejora\\_cobertura\\_de\\_servicios\\_publicos.php](http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/mejora_cobertura_de_servicios_publicos.php)

<http://www.eduteka.org/proyectos.php/1/4917>

<http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/cultura>

<http://www.profamilia.org.co/encuestas/Profamilia/Profamilia/documentos/boletines/prensa/Situacion-de-las-Mujeres-en-Colombia.pdf>

<http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/R/resultados-maiz-soya-articulo/resultados-maiz-soya-articulo.asp?CodSeccion=>

<http://www.portafolio.co/negocios/creacion-empresas-aumento-2012>

<http://capsulasdeemprendimiento.wordpress.com/fomento/emprendimiento-2/colombia/>

<http://empresamia.com/convocatorias>

<http://www.investpacific.org/node/1356>

<http://rosdary.wordpress.com/normatividad-sanitaria-alimentos-colombiana/>

<http://www.fonsecabogados.com/registroinvima.html>

<http://www.cronista.com/pyme/13-emprendimientos-innovadores-para-invertir-en-2013-20121213-0010.html>

[http://www.civ.cl/academico/asignaturas/asignaturas/Tecn.%20Informacion/I\\_Unidad23.htm](http://www.civ.cl/academico/asignaturas/asignaturas/Tecn.%20Informacion/I_Unidad23.htm)

<http://www.fao.org/ag/aga/agap/frg/agrofor1/Pound7.htm>

<http://aupec.univalle.edu.co/informes/mayo98/riego.html>

<http://acafeto.fresnodigital.info/>

[http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre\\_el\\_cafe/el\\_cafe/industrializacion/produccion\\_de\\_cafe\\_soluble/](http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre_el_cafe/el_cafe/industrializacion/produccion_de_cafe_soluble/)

[http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido\\_preview.aspx?conID=5921&catID=991](http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido_preview.aspx?conID=5921&catID=991)

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1177>

<http://confidencialcolombia.com/es/1/9/269/Nueva-pol%C3%ADtica-ambiental-para-Colombia.htm>

<http://industriascolom.blogspot.es/>

<http://www.sgs.co/es-ES/Sustainability/Environment/Energy-Services/Alternative-Fuels/Roundtable-on-Sustainable-Soy-RTRS-Certification.aspx>

[http://es.wikipedia.org/wiki/ISO\\_14000](http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_14000)

<http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=3635>

<http://www.larepublica.co/sites/default/files/larepublica/andi.pdf>

<http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/11/14/56/>

<http://capsulasdeemprendimiento.wordpress.com/fomento/emprendimiento-2/colombia/>

<http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/11/14/56/>

<http://es.scribd.com/doc/92033537/Que-significa-ICONTEC>

<http://www.fiducoldex.com.co/index.php?doc=displaypage&pid=184>

<http://www.colombia.com/colombiainfo/departamentos/vcauca.asp>

[http://www.rvcta.org/Publicaciones/Vol1Num2/ArchivosV1N2/Otalora-Rodriguez\\_y\\_Rubio-Cuervo\\_RVCTA-V1N2.pdf](http://www.rvcta.org/Publicaciones/Vol1Num2/ArchivosV1N2/Otalora-Rodriguez_y_Rubio-Cuervo_RVCTA-V1N2.pdf)

<http://spanish.alibaba.com/product-gs/yb-tb50-semi-automatic-adhesive-sticker-labeler-for-plastic-bottle-607581184.html>

<http://www.digimaq.cl/index.php?productID=732>

**ANEXO 1**  
**ENCUESTA DE DETERMINACIÓN DEL MERCADO DE CAFÉ DE SOYA EN EL**  
**MUNICIPIO DE CAICEDONIA – VALLE**

No. \_\_\_\_\_

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| El objetivo de la siguiente encuesta es identificar las tendencias de consumo del Café de Soya en el municipio de Caicedonia – Valle.                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| La información suministrada en esta encuesta es de carácter confidencial con fines académicos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>I. DATOS GENERALES</b><br><br>SEXO: FEMENINO <input type="checkbox"/><br>MASCULINO <input type="checkbox"/><br><br>ESTADO CIVIL: _____                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>OCUPACIÓN:</b><br>Empleado <input type="checkbox"/> Jubilado <input type="checkbox"/><br>Estudiante <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/><br>Ama de casa <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 1. Indique el rango de edad en el que se encuentra:<br>20 a 25 <input type="checkbox"/> 40 a 45 <input type="checkbox"/><br>25 a 30 <input type="checkbox"/> 45 a 50 <input type="checkbox"/><br>30 a 35 <input type="checkbox"/> 55 a 60 <input type="checkbox"/><br>35 a 40 <input type="checkbox"/> Más de 60 <input type="checkbox"/>                                                                          | 2. Señale el estrato en el que se encuentra ubicado usted y su familia.<br><br>1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 3. Señale el rango en el que se encuentran sus ingresos:<br><br>0 a 1 Salario Mínimo <input type="checkbox"/> 2 a 3 Salarios Mínimos <input type="checkbox"/><br>1 a 2 Salarios Mínimos <input type="checkbox"/> Más de 3 Salarios Mínimos <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                | 4. Señale, por rango de edades, el número de integrantes de su hogar.<br>Menores de 15 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> Más <input type="text"/><br>16 a 30 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> Más <input type="text"/><br>31 a 45 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> Más <input type="text"/><br>Más de 46 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> Más <input type="text"/> |
| 5. Señales si usted o su familia han padecido algunas de las siguientes enfermedades:<br>Hipertensión (Riesgo de infarto o problemas cardiovasculares) <input type="checkbox"/><br>Diabetes (Elevados nivel de azúcar en la sangre) <input type="checkbox"/><br>Migrañas (Fuertes dolores de cabeza) <input type="checkbox"/><br>Algún tipo de cáncer <input type="checkbox"/><br>Ninguna <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>III. TENDENCIA DEL CONSUMO DE CAFÉ DE SOYA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 6. ¿Usted consume café?<br>SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/><br>Si su respuesta es NO pase a la pregunta 10                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 7. ¿Con qué frecuencia consume café?<br>a) Una o dos veces al día <input type="checkbox"/> b) Dos o tres veces al día <input type="checkbox"/><br>c) Tres o cuatro veces al día <input type="checkbox"/> d) Cuatro o más veces al día <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 8. ¿Por qué motivo consume café en algún momento del día?<br><br>Por el sabor <input type="checkbox"/> Por costumbre <input type="checkbox"/><br>Por quitar el sueño <input type="checkbox"/> Por adicción <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

## ENCUESTA DE DETERMINACIÓN DEL MERCADO DE CAFÉ DE SOYA

| III. TENDENCIA DEL CONSUMO DE CAFÉ DE SOYA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>9. ¿Estaría dispuesto a cambiar el Consumo de café tradicional por otro tipo de café más sano?</p> <p style="text-align: center;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p>Por qué _____</p>                                                                                                                                       | <p>10. Al momento de comprar los alimentos usted prefiere:</p> <p>a) Los alimentos tradicionales (grasas, harinas, dulces, etc) <input type="checkbox"/></p> <p>b) Los alimentos naturales (frutas, verduras y hortalizas) <input type="checkbox"/></p> <p>c) Los alimentos integrales o light (cereales, bajos en grasas y calorías) <input type="checkbox"/></p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>11. ¿Usted ha consumido productos a base de soya?</p> <p style="text-align: center;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p>Cuáles _____</p>                                                                                                                                                                                     | <p>12. ¿Alguna vez ha consumido Café de Soya?</p> <p style="text-align: center;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>                                                                                                                                                                                                                       | <p>13. ¿Le gustaría consumir café a base de soya?</p> <p style="text-align: center;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p>Tal vez <input type="checkbox"/></p> <p>Por qué _____</p>                                                                                |
| <p>14. Señale la razón por la cual probaría el Café de Soya:</p> <p>a) Porque le causa curiosidad el producto <input type="checkbox"/></p> <p>b) Porque contribuye a cuidar la salud <input type="checkbox"/></p> <p>c) Porque cree que tendría un buen sabor <input type="checkbox"/></p> <p>d) Porque desea cuidar su figura <input type="checkbox"/></p> | <p>15. Con qué frecuencia consumiría usted el café de soya?</p> <p>a) Diariamente <input type="checkbox"/> b) Día de por medio <input type="checkbox"/></p> <p>c) Semanal <input type="checkbox"/> d) Quincenal <input type="checkbox"/></p> <p>e) Mensual <input type="checkbox"/></p>                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>16. ¿Si en Caicedonia – Valle surgiera una empresa productora y comercializadora de Café de Soya, compraría usted el producto?</p> <p style="text-align: center;">SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p>                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| IV. MARKETING Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>17. ¿Qué característica observa al momento de comprar un café?</p> <p>a) Calidad <input type="checkbox"/></p> <p>b) Precio <input type="checkbox"/></p> <p>c) Presentación <input type="checkbox"/></p> <p>d) Cantidad <input type="checkbox"/></p>                                                                                                      | <p>18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una libra de Café de Soya?</p> <p>\$5.000 - \$6.000 <input type="checkbox"/></p> <p>\$6.000 - \$7.000 <input type="checkbox"/></p> <p>\$7.000 - \$8.000 <input type="checkbox"/></p>                                                                                                                                  | <p>19. ¿Cuál de los siguientes nombres le parece más atractivo para el café de soya?</p> <p>a) Coffe Soy <input type="checkbox"/></p> <p>b) Nutrí Soya Café <input type="checkbox"/></p> <p>c) Natural Coffe <input type="checkbox"/></p> <p>d) Musti Soya Café <input type="checkbox"/></p> |
| <p>20. En su hogar, ¿quién es la persona encargada de decidir sobre la compra de las bebidas que se van a consumir?</p> <p>a) Madre <input type="checkbox"/> d) Usted <input type="checkbox"/></p> <p>b) Padre <input type="checkbox"/> Otro _____</p> <p>c) Abuelos <input type="checkbox"/></p>                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>Fecha: _____ Hora: _____</p> <p>Nombre del encuestador _____</p> <p>Observaciones _____</p>                                                                                                                                                                                               |

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

## ANEXO 2



Estimados Señores,

Ante todo agradecerles su petición, y con respecto al presupuesto solicitado pasamos a redactárselo:

**IMPORTE EN USD (Dólares americanos)**

**1 Tostadora TKM-X 5 CHROME.....8.350,-**

**CONDICIONES DE LA OPERACIÓN:** Portes Turquía- su país, puesta en marcha y chimeneas no incluidos.

**FORMA DE PAGO:** 50 % A la confirmación del pedido  
50 % Transferencia bancaria previa a la expedición  
o Crédito Documentario Irrevocable

En espera de que dicha oferta merezca su aprobación, mientras reciba nuestros más cordiales saludos.  
Atentamente,

Mari (Representante España y países Centro América)

+34 677 85 85 62



[www.buscocafe.com](http://www.buscocafe.com)

### ANEXO 3



Estimados Señores,

Ante todo agradecerles su petición, y con respecto los precios le adjunto el solicitado y algunas características importantes.

| IMPORTE EN USD (Dólares americanos) |        |                    |
|-------------------------------------|--------|--------------------|
| MODELO                              | UNIDAD | PRECIO (FOB IZMIR) |
| Molino TKS 36 S                     | 1      | 5,600.-            |
| Molino TKS 36 LUX                   | 1      | 5,600.-            |

#### CONDICIONES DE LA OPERACIÓN:

Portes Turquía- su país, puesta en marcha y extras no incluidos.

FORMA DE PAGO:      50 % A la confirmación del pedido  
                                 50 % Transferencia bancaria previa a la expedición  
                                 o  
                                 100 % Crédito Documentario Irrevocable

PLAZO DE ENTREGA: A concretar.

En espera de que dicha oferta merezca su aprobación, mientras reciba nuestros más cordiales saludos.

Atentamente,

Mari (Representante España y países Centro América)

+34 677 65 65 62