

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE DE CAFÉ ORGANICO EN
EI MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO CAUCA
2018-2019

LEIDY VANESSA BALANTA

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE NORTE DEL CAUCA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
SANTANDER DE QUILICHAO
2018

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DULCE DE CAFÉ ORGANICO EN
EI MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO CAUCA
2018-2019



PRESENTADO POR:
LEIDY VANESSA BALANTA

DIRECTOR:
ÓSCAR EDUARDO LÓPEZ GÓMEZ

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE NORTE DEL CAUCA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
SANTANDER DE QILICHAO
2018

RESUMEN

La puesta en marcha de un plan de negocios para la creación de una empresa en Santander de Quilichao, productora y comercializadora de dulce de café orgánico elaborado naturalmente. Describiendo información relacionada con el sector, el entorno y las variables que tienen conexión con el mercado de los dulces en cuanto a producción, ventas y distribución, adicionalmente se encontrará los objetivos de la investigación, que permitirá desglosar y analizar con detalle datos del estudio del mercado, análisis administrativo, el estudio técnico, el estudio financiero y finalmente el análisis económico y de riesgos. Que conjuntamente dan la respuesta a la viabilidad de la creación de una productora de dulce de café orgánico en el municipio de Santander de Quilichao Cauca.

SUMMARY

The implementation of a business plan for the creation of a company in Santander de Quilichao, producer and marketer of sweet organic coffee made naturally. Describing information related to the sector, the environment and the variables that are connected to the market of sweets in terms of production, sales and distribution, additionally will be the objectives of the research, which will allow to break down and analyze in detail data from the study of the market, administrative analysis, technical study, financial study and finally economic and risk analysis. That jointly they give the answer to the viability of the creation of an organic sweet coffee producer in the municipality of Santander de Quilichao Cauca.

CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA.....	17
1.2.1 PREGUNTA PROBLEMA.....	17
1.2.2 SUB PREGUNTAS	17
2. OBJETIVO GENERAL	18
2.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	18
3.JUSTIFICACIÓN.....	19
4.MARCO DE REFERENCIA.....	21
4.1 MARCO TEORICO	21
4.2 MARCO CONCEPTUAL	36
4.3 MARCO ESPACIAL Y CONTEXTUAL.....	37
4.3.2 ÁMBITO TEMPORAL:.....	38
5. METODOLOGIA	39
5.1 METODOS DE INVESTIGACIÓN.....	39
5.2 FUENTES DE INFORMACION	39
6. ANALISIS DEL MACRO Y MICROENTORNO	40
6.1 ENTORNO DEMOGRÁFICO	40
6.1.1 POBLACIÓN NACIONAL, DEPARTAMENTAL Y MUNICIPAL.....	40
6.1.2 TASA DE DESEMPLEO	40
6.1.3 POBLACIÓN OCUPADA POR RAMAS DE ACTIVIDAD	41
6.1.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	42
6.1.5 MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ENTORNO DEMOGRÁFICO.....	43
6.2 ENTORNO ECONÓMICO.....	43
6.2.1 COMPORTAMIENTO DEL PIB POR GRANDES RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	43
6.2.2 INDUSTRIA MANUFACTURERA VARIACIÓN DEL VALOR AGREGADO 2017 – CUARTO TRIMESTRE	44
6.2.3 COMPORTAMIENTO DE LA VARIACIÓN MENSUAL DEL IPC, SEGÚN GRUPOS Y GASTOS BÁSICOS - ABRIL 2018.....	45

6.2.4 IPC. VARIACIÓN MENSUAL SEGÚN GRUPOS DE GASTO ABRIL (2017-2018)	45
6.2.5 TASA DE CAMBIO DEL PESO COLOMBIANO	46
6.2.6 POLÍTICA MONETARIA	46
6.2.7 INFLACIÓN TOTAL AL CONSUMIDOR	47
6.2.8 INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN COLOMBIA	47
6.2.9 SALARIO MÍNIMO LEGAL EN 2017.....	48
6.2.10 ACTIVIDADES ECONÓMICAS SANTANDER DE QUILICHAO	48
6.2.11 MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO	49
6.3 ENTORNO POLÍTICO	50
6.3.1 DE LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES.....	50
6.3.2 PARTICIPACIÓN CIUDADANA	50
6.4 ENTORNO LEGAL/JURÍDICO.....	51
6.4.1 MEDIDAS DE APOYO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS	51
6.4.2 MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ENTORNO LEGAL/JURIDICO	52
6.5 ENTORNO SOCIOCULTURAL.....	53
6.5.1 CULTURA EN EL MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO	53
6.5.2 INFRAESTRUCTURA VIAL	54
6.5.3 VIVIENDA	55
6.5.4 SALUD	55
6.5.5 EDUCACIÓN	56
6.5.6 MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL	57
6.6 ENTORNO AMBIENTAL.....	58
6.6.1 CLIMA.....	58
6.6.2 POSICIÓN ASTRONÓMICA.....	58
6.6.3 BIODIVERSIDAD.....	59
6.6.4 HIDROGRAFIA.....	59
6.6.5 MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ENTORNO AMBIENTAL	60
6.7 FUERZAS DE MICHAEL PORTER	61
6.7.1 PODER DE NEGOCIACIÓN CON CLIENTES	61
6.7.2 PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES	62
6.7.3 COMPETENCIA DEL MERCADO ACTUAL	62

6.7.4 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUIDOS.....	64
6.7.5 AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES.....	65
6.8 ENTORNO INTERNO PCI.....	65
6.8.1 CAPACIDAD TECNOLÓGICA.....	65
6.8.2 CAPACIDAD TALENTO HUMANO.....	66
6.8.3 CAPACIDAD FINANCIERA.....	67
6.8.4 MATRIZ DE SELECCIÓN DE VARIABLES DEL ENTORNO EXTERNO E INTERNO.....	68
7. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	5
7.1 ANALISIS DE LA INDUSTRIA – OFERTA.....	5
7.1.1 DULCES ORGANICOS A NIVEL NACIONAL.....	5
7.1.2 DULCES ORGANICOS A NIVEL MUNICIPAL.....	62
7.1.3 DULCES ORGANICOS A NIVEL INTERNACIONAL.....	63
7.2 ANÁLISIS DEL MERCADO – DEMANDA.....	67
7.2.1 ESTRUCTURA DEL MERCADO REGIONAL.....	67
7.2.2 MERCADO OBJETIVO.....	67
7.2.3 SEGMENTO O NICHOS DE MERCADO POTENCIAL.....	68
7.3 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.....	68
7.3.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	68
7.3.2 TABULACIÓN DE ENCUESTAS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DULCE DE CAFÉ ORGÁNICO EN SANTANDER DE QUILICHAO.....	71
7.3.2 DEMANDA POTENCIAL.....	84
8. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	85
8.1 ESCENARIO CONSERVADOR.....	85
8.1 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO.....	87
8.1.2 DESARROLLO DEL MERCADO.....	87
8.1.3 DESARROLLO DE PRODUCTO.....	88
8.1.4 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD.....	88
9.2 MISIÓN.....	89
9.2.1 VISIÓN.....	89
9.2.1 VALORES.....	89

9.3 GRUPO EMPRENDEDOR.....	90
9.3.2 CONOCIMIENTOS	91
9.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	92
9.4.1 MANUAL DE FUNCIONES	93
9.4.2 PERFIL DEL ADMINISTRADOR	93
9.4.3 PERFIL DEL OPERARIO DE MEZCLA Y COCINADO.....	93
9.4.4 PERFIL DEL OPERARIO ENVASE, SELLADO E INSPECCIÓN	94
9.5 INTEGRACIÓN DEL PERSONAL.....	94
9.5. PROCESO DE SELECCIÓN	94
9.6 ASPECTOS DE FORMALIDAD	95
PROCEDIMIENTOS PARA CONFORMAR LA SOCIEDAD	95
9.7 ASPECTOS AMBIENTALES Y TRIBUTARIOS	95
9.7.1 ASPECTOS AMBIENTALES	95
10. ANALISIS TÉCNICO.....	97
10.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO – FICHA TÉCNICA	97
10.1.1 MATERIA PRIMA DULCE DE CAFÉ ORGÁNICO.....	97
10.2 INVERSIÓN REQUERIDA.....	99
10.3 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	100
10.3.1 MACRO- LOCALIZACIÓN	100
10.3.2 MICRO- LOCALIZACIÓN.....	101
10.3.3 ÁREA DE LA PLANTA Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA	101
10 PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	102
10.4.1 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS	102
10.4.2 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	103
10.5 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	103
10.6 PLAN DE PRODUCCIÓN	104
10.7 PLAN DE COMPRAS	105
10.8 SISTEMA DE CONTROL.....	105
11 ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	106
11.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO.....	106
11.1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	106

11.1.2 PROPUESTA DE VALOR.....	106
11.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA).....	107
11.2.1 PLAZA.....	107
11.2.2 ALTERNATIVAS DE PENETRACIÓN	107
11.2.3 ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN	108
11.2.4 DISTRIBUCIÓN FÍSICA NACIONAL	108
11.2.5 ESTRATEGIAS DE VENTA	108
11.2.6 PRESUPUESTOS DE DISTRIBUCIÓN	109
11.2.7 TÁCTICAS RELACIONADAS CON LA DISTRIBUCIÓN	110
11.2.8 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	110
11.3 ESTRATEGIAS DE PRECIO	110
11.3.1 PRECIO DE LANZAMIENTO DEL BIEN O SERVICIO.....	110
11.3.3 CONDICIONES Y FORMAS DE PAGO DEL PRODUCTO	111
11.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN O PUBLICIDAD	112
11.4.1 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DIRIGIDA A CLIENTES	112
11.4.2 PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN	112
11.5 ESTRATEGIAS DE SERVICIO	113
11.5.1 PROCEDIMIENTO PARA OTORGAR GARANTÍAS Y SERVICIO POSVENTA	113
11.6 PLAN DE UBICACIÓN.....	114
11.6.1 ACCESIBILIDAD PARA EL CLIENTE	114
11.6.2 CONDICIONES DEL ENTORNO DEL NEGOCIO	114
11.6.3 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS	114
11.6.4 COSTO DEL LUGAR.....	115
12. ANÁLISIS ECONOMICO	116
12.1 COSTO DE MATERIA PRIMA ANUAL	116
12.2 TOTAL COSTOS VARIABLES POR PRODUCTO	116
12.3 TOTAL COSTOS FIJOS POR PRODUCTO	117
12.4 CAPITAL DE TRABAJO.....	117
12.5 PUNTO DE EQUILIBRIO	118
12.5.1 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES EN UN ESCENARIO CONSERVADOR.....	121

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES ESCENARIO POSITIVO.....	121
12.5.2 PUNTO DE EQUILIBRIO POR COSTOS EN UN ESCENARIO CONSERVADOR.....	122
12.6 FUENTES DE FINANCIACIÓN EN UN ESCENARIO CONSERVADOR	122
12.7 PRECIO DE VENTA DE CADA PRODUCTO EN UN ESCENARIO CONSERVADOR.....	123
12.7.1 PROYECCION DE VENTAS.....	124
13. ANALISIS ECONOMICO	126
13.1 ESTADOS DE RESULTADOS EN UN ESCENARIO CONSERVADOR.....	126
13.1.1 BALANCE GENERAL INICIAL Y PROYECTADO	127
13.1.2 ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS EN UN ESCENARIO CONSERVADOR.....	128
13.3.1 ANALISIS VERTICAL DEL BALANCE GENERAL EN UN ESCENARIO CONSERVADOR.....	129
13.2 ESTIMACIÓN DE VIABILIDAD INDICADORES FINANCIEROS (VPN, TIR) Y ESTRATEGIAS FINANCIERAS EN UN ESCENARIO CONSERVADOR.....	131
13.2.1 INDICADOR DE LIQUIDEZ ESCENARIO CONSERVADOR	131
13.2.2 INDICADORES EFICIENCIA ROTACIÓN DEL ACTIVO	131
13.2.4 INDICADOR DE RENTABILIDAD.....	133
13.2.5 FLUJOS DE FONDO DEL PROYECTO	134
13.2.5.1 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROYECTO.....	135
13.2.6 INDICADORES DE EVALUACIÓN ECONÓMICA ESCENARIO CONSERVADOR.....	136
INDICADORES DE EVALUACIÓN ECONÓMICA ESCENARIO POSITIVO	136
13.2.7 INTERPRETACIÓN DEL VPN O LA VAN.....	136
13.2.8 INTERPRETACIÓN DE LA TIR	137
14. ANALISIS DE RIESGOS.....	138
14.1 CONDICIONES DEL ENTORNO.....	138
14.2 RIESGO DE MERCADO.....	138
14.3 RIEGOS TÉCNICOS.....	138
14.3.2 FUENTES DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	138
14.4 RIESGOS ECONOMICOS.....	139
14.4.2 CAMBIOS EN LOS COSTES LABORALES	139

14.5 RIESGOS FINANCIEROS	140
15. PLAN OPERATIVO.....	140
RECOMENDACIONES.....	131
CONCLUSION	132
BIBLIOGRAFIA.....	133

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1. Ramas de ocupación por actividad	41
Tabla 2. Matriz de análisis del entorno demográfico.....	43
Tabla 3. Variación Porcentual %.....	44
Tabla 4. Variación grupos de gastos 2017-2018.....	45
Tabla 5. Proyección del TRM a medio plazo	46
Tabla 6. Proyección de la inflación	47
Tabla 7. Matriz de análisis del entorno económico	49
Tabla 8. Matriz de análisis del entorno legal/jurídico	52
Tabla 9. Matriz de análisis del entorno sociocultural.....	57
Tabla 10. Matriz de análisis del entorno ambiental	60
Tabla 11. Competencia del mercado actual.....	63
Tabla 12. Capacidad tecnológica.....	65
Tabla 13. Capacidad del talento humano	66
Tabla 14. Capacidad financiera	67
Tabla 15. Matriz de selección de variables	61
Tabla 16. Matriz de evaluación de competidores.....	65
Tabla 17. Formula.....	68
Tabla 18. Datos.....	69
Tabla 19. Muestra de población en Santander de Quilichao	70
Tabla 20. Formula.....	70
Tabla 21. Delimitación de encuestas por zona	70
Tabla 22. Demanda potencial	84
Tabla 23. Demanda potencial del producto	84
Tabla 24. Proyección de ventas.....	85
Tabla 25. Proyección de ventas con inflación	86
Tabla 26. Proyección de ventas mensuales	86
Tabla 28. Inversión inicial	99

Tabla 29. Diagrama proceso.....	102
Tabla 30.Capacidad de producción	103
Tabla 31. Necesidades y requerimientos	103
Tabla 32. Plan de producción	104
Tabla 33.Plan de compras	105
Tabla 34. Estrategias de promoción	113
Tabla 35. Costos materia prima	116
Tabla 36. Total, costos variables	116
Tabla 37. Costos fijos	117
Tabla 38.Capital de trabajo	118
Tabla 42. Calculo punto equilibrio.....	121
Tabla 48.Estado resultados	126
Tabla 49. Balance general inicial	127
Tabla 49. Balance general inicial.	127
Tabla 52. Indicadores liquidez	131
Tabla 52. Indicadores liquidez:..	131
Tabla 52. Indicadores liquidez:..	132
Tabla 53. Indicadores aprovechamiento	132
Tabla 53. Indicadores aprovechamiento:..	132
Tabla 54. Indicadores de estructura.....	133
Tabla 54. Indicadores de estructura:	133
Tabla 55. Indicadores rentabilidad	133
Tabla 55. Indicadores rentabilidad.	134
Tabla 56.Flujos de fondo	134
Tabla 56.Flujos de fondo:	135
Tabla 57. Indicadores evaluación económica	136
Tabla 57. Indicadores evaluación económica:	136
Tabla 58. Interpretación TR	137

CONTENIDO DE GRAFICAS

GRÁFICO 1. TASA GLOBAL DE PARTICIPACIÓN	40
GRÁFICO 2. INFLACIÓN	47
GRÁFICO 3. FUERZAS DE PORTER	61
GRÁFICO 4. GENERO	71
GRÁFICO 5. EDADES.....	72
GRÁFICO 6. ESTRATO SOCIOECONÓMICO.....	73
GRÁFICO 7. HABITANTES QUE CONSUMEN CAFÉ ORGÁNICO.....	74
GRÁFICO 8.PERSONAS QUE HAN COMPRADO PRODUCTOS ORGÁNICOS	75
GRÁFICO 9. CARACTERÍSTICAS DE ALIMENTOS ORGÁNICOS.....	76
GRÁFICO 10. NIVEL DE SATISFACCIÓN	77
GRÁFICO 11. FRECUENCIA Y CANTIDAD	78
GRÁFICO 12. LUGARES DE COMPRA DE PRODUCTO ORGÁNICO	79
GRÁFICO 13. COMPETENCIA	80
GRÁFICO 14. MÁXIMO PAGO POR EL PRODUCTO	81
GRÁFICO 15. MEDIOS DE PUBLICIDAD	82
GRÁFICO 16. NIVEL DE ACEPTACIÓN	83
GRÁFICO 17. ORGANIGRAMA	92
GRÁFICO 18.AREA PLANTA.....	101
GRÁFICO 19.DIAGRAMA DE FLUJO	135

INTRODUCCIÓN

La economía en el departamento del Cauca se basa alrededor del sector primario, donde Santander de Quilichao, uno de sus municipios, tiene como producto de relevancia, el café, que, mediante su producción y comercialización, genera fuerte dinámica económica y social, logrando que el departamento se destaque en productividad y calidad de este grano. Actualmente el café en Colombia se encuentra en una posición relevante en los hábitos alimenticios de la población, a tal punto que es considerado como un producto básico de la canasta familiar, al igual que el azúcar, que es utilizada para endulzar la mayoría de alimentos. Se conoce y es de debate que, en el consumo de azúcar, provoca sobrepeso, lo que con posterioridad podría derivar en diabetes, según la Organización Mundial de la Salud¹. Teniendo en cuenta lo anterior el presente plan de negocios, es un estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de dulce de café orgánico endulzado con Stevia, mediante procesos de elaboración limpios, sin contaminantes químicos. Esta investigación se realizó de tipo descriptivo, permitiendo detallar los pasos para el desarrollo y análisis de los objetivos planteados dentro de la conformación de un plan de negocios; estudio que estará apoyado en las definiciones y aplicaciones que Rodrigo Varela en su libro, innovación empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas, enuncia y amplía sobre el tema, planteando un estudio de mercado; un análisis administrativo; un estudio técnico, un estudio financiero, el estudio económico y finalmente el análisis de riesgo. Que con apoyo de herramientas de recolección de la información como los son las encuestas y entrevistas se llega a una visión real, entorno al mercado y sector de dulces orgánicos en el municipio.

¹ RICHARD AGUIRRE FERNÁNDEZ. (09 de octubre de 2018). Azúcar, una discusión amarga en Colombia. Antioquia. El Colombiano Recuperado de <https://www.elcolombiano.com/colombia/azucar-una-discusion-amarga-en-colombia-AB9461615>

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa productora de dulce de café orgánico en Santander de Quilichao, Cauca, 2018-2019.

El municipio de Santander de Quilichao cauca, se caracteriza entre otras cosas por sus amplias zonas rurales,² en donde tradicionalmente se cultiva y se comercializa el Café, por lo que es común encontrar pequeños negocios en donde se compran este tipo de productos para luego venderlos en grandes cantidades, buscando mayor rentabilidad, sin embargo, llama la atención que son alrededor de 23 personas que tienen este tipo de negocios, llevan años comercializando de esta forma y no es evidente un crecimiento significativo, y ni hablar de quienes lo cultivan, pues es una ardua labor que conlleva un enorme esfuerzo físico, desde la plantación del árbol de café hasta la cosecha extracción y secado del grano, y la retribución económica es apenas lo suficiente para económicamente sostenerse unos días, esto en casos donde se cultiva de manera masiva.

El sembrado orgánico de café en la zona de jámbalo cauca evidencia que existen formas de tener cultivos orgánicos que no han sido tocados por químicos, los jóvenes de una institución cuentan con grandes zonas donde cultivan este de una manera amigable con la ecología e implantan formas de cuidar las plantas de café de manera orgánica.³

Haci es cómo surge la idea de producir un dulce que se derivaba del cultivo de café orgánico, donde en sus procesos de transformación obtenemos un producto con textura de arequipe con un sabor un poco concentrado preparado sin

² SANTANDER DE QUILICHAO (14072016). Mi municipio. Recuperado de <http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

³ kwesxpiyayat. (15/03/2018). Información docente. Cali. colegio jámbalo Recuperado de Información docente

químicos que ayudan a conservar la buena salud de los consumidores dándole gran acogida por ser un dulce de café orgánico de excelente calidad.

Es ahí donde se decide adelantar el proceso de transformación del café para convertirlo en un dulce con textura de ariquepe con un sabor un poco concentrado pero que no le fue indiferente a los integrantes de la muestra empresarial en la que se presentó el primer prototipo del producto, obteniendo una aceptación gratificante.

En base a conocimientos en administración de empresas es donde se identifica una oportunidad de implementar el estudio de viabilidad y factibilidad para la creación de una empresa productora de dulce de café orgánico en el municipio de Santander de Quilichao Cauca. Se presenta como una posibilidad de negocio y generación de ingresos, y se ha considerado esta iniciativa gracias al conocimiento emperico en la elaboración y comercialización del producto.

El cultivo de café hace parte de la cultura norte caucana y para que esta se desarrolle de manera positiva, además del fortalecimiento económico local en los próximos años, se debe fortalecer también la organización empresarial relacionada a la producción, comercialización y transformación del grano de café, ofreciendo un acompañamiento técnico, social y administrativo a los productores, promoviendo así la investigación, tecnificación y la innovación, de tal modo que se logre dar un valor agregado a la producción local, actualmente organizaciones como la Federación Nacional De Cafeteros, se dedican a fortalecer el sector de siembra de café, quien fue fundada en 1927, una de las ONG más grandes del mundo, que desarrolla decenas de programas de Sostenibilidad en Acción. Han sido los líderes de los productores colombianos de café quienes comprendieron que para poder vender su producto a mejores precios era indispensable desarrollar políticas e investigación en torno a la calidad, por lo cual crearon

Cenicafé como su propio centro de investigación, y comunicaron a los productores los diferentes avances a través de su Servicio de Extensión.⁴

1.2 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

1.2.1 PREGUNTA PROBLEMA

¿Qué recursos y variables se deben considerar en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de dulce de café orgánico en el municipio de Santander de Quilichao, Cauca para el año 2018?

1.2.2 SUB PREGUNTAS

- ¿Cuáles son las condiciones actuales del macro y micro entorno que favorecen o mitigan, en el proceso de la creación de la empresa productora de dulce de café, en Santander de Quilichao, Cauca?
- ¿En qué fuentes me voy a apoyar para indagar dichas variables del estudio de mercado para la creación de la empresa productora de dulce de café orgánico?
- ¿Cuáles son los aspectos, atributos o variables que me interesan averiguar para la puesta en marcha de una estructura administrativa para la empresa productora de dulce de café orgánico?
- ¿Cuál es el nivel técnico requerido para la elaboración de los planes de producción de la empresa?
- ¿Qué factibilidad financiera tendrá la puesta en marcha de la empresa productora de dulce de café orgánico en el municipio de Santander de Quilichao Cauca?

⁴ Una organización de tras del producto. 27/09/201 Antioquia. blog café Recuperado de www.cafedecolombia.com/particulares/es/un_referente_mundial/261_una_organizacion_detras_del_producto/

- ¿Cuál será la viabilidad económica y comercial de una unidad de negocio dedicada a la producción y comercialización de dulce de café orgánico en el municipio Santander de Quilichao Cauca?
- ¿Cuál es la inversión inicial y costos de riesgo en cuanto a la inversión que se hará en el proyecto de la creación de la empresa productora de dulce de café orgánico en el municipio de Santander de Quilichao Cauca?

2. OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de viabilidad para la creación de la empresa productora de dulce de café orgánico en el municipio de Santander de Quilichao Cauca Colombia.

2.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Elaborar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda de clientes potenciales y competencia en el sector, conociendo el precio que están dispuesto a pagar e implementar estrategias en relación con el producto, la plaza, el precio y promoción.
- Realizar un estudio financiero identificando las fuentes de apalancamiento y sus condiciones, además, realizar estados de proyecciones, donde se determine la viabilidad de la creación de la empresa productora de dulce de café orgánico.
- Elaborar un estudio de riesgos, para conocer los puntos frágiles que se exteriorizan en el proyecto y posteriormente tomar las operaciones correctivas que se aplicaran para minimizarlos.

3. JUSTIFICACIÓN

Para la viabilidad de la creación de la empresa productora de dulce de café orgánico en Santander de Quilichao, la investigación propuesta busca mediante la aplicación de la teoría del doctor Rodrigo Varela, descrita en su libro innovación empresarial, en el arte y ciencia de la creación de empresa, apoyarse y aprovechar, los análisis respecto a la conformación y funcionamiento de una organización, en este sentido “el plan de empresa es un proceso que busca darle identidad y vida propia a la entidad, además de ser el procedimiento para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados y, en resumen, la visión del empresario sobre el proyecto; y el mecanismo para proyectar la empresa en el futuro.”⁵ Frente a la situación expuesta en los antecedentes con la creación de la empresa tierra dulce de café orgánico se desea incentivar a la población a implementar las buenas prácticas de alimentación sana, ya que se viene presentando problemas de salud por mala alimentación o alimentos altos en conservantes artificiales que deterioran la salud y el organismo, lo que busca el producto dulce de café 100% natural con cero conservantes artificiales quiere incursionar en el mercado como un producto en pro de cuidar la salud y que su consumo no deteriore nuestro organismo ya que este es un producto apto para el consumo sin riesgo de que contenga químicos que no son sanos en el momento de ingerir.

Claro está pues, que el presente estudio se justifica, en la necesidad de maximizar los recursos de un agricultor de café con experiencia empírica comercial, quien en combinación con mis conocimientos académicos decidimos guiarlo en el proceso de la estructuración de un estudio que les garantice respuesta a sus inquietudes comerciales a través de un estudio de viabilidad y factibilidad en el municipio de Santander de Quilichao cauca.

⁵ VARELA, RODRIGO. (2008). Pearson Educación de Colombia. Pearson Educación de Colombia

También para poder ofrecer y llevar a los hogares un producto nuevo e innovador, libre de químicos con una preparación libre de conservantes artificiales el cual se podrá disfrutar con seguridad puesto que no causará daño alguno al organismo. El Dulce de Café Orgánico es un producto que será elaborado con la más alta calidad, ya que sus ingredientes son cuidadosamente seleccionados, utilizando la tecnología apropiada en su proceso de elaboración.

Al elaborar este nuevo producto, teniendo como ingrediente principal el café, también estaremos impulsando aún más a nuestros agricultores y campesinos a seguir cultivando la tierra con el café, siendo este un producto consumido en muchos hogares tanto nacionales como extranjeros ya que el café colombiano es muy apetecido en otros lugares donde no tienen la oportunidad de cultivarlo. Nuestro producto estará dirigido a todo aquel consumidor amante del dulce, el cual podrán utilizar en sus reuniones familiares o eventos especiales.

Entonces pues otra razón que justifica este plan de negocios, es la experiencia de emprendimiento, puesto que la puesta en marcha de una fábrica productora y comercializadora de dulce de café contribuye de manera directa al mejoramiento de las condiciones económicas de la región ofreciendo alternativas de sustento a los pequeños y medianos productores de café, así como también al personal especializado en las diferentes áreas de la organización.

Así pues, si se logra demostrar la factibilidad de dicha empresa transformadora del cultivo de café que por tradición se cosecha en Jambalo Cauca, solo resta decirles a los pequeños y medianos productores cafeteros del municipio y de zonas aledañas, que sí es posible invertir en el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas, a través de emprendimientos como estos.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 MARCO TEORICO

Existen diversos autores, que fundamentan sus especialidades académicas con libros cuya teoría exponen, explican, analizan, debaten, argumentan, defienden, y/o rechazan conceptos sobre temas que directamente se relacionan al objeto de investigación en cuestión, (creación de empresa) y formas en las que se debería según su experiencia y conocimiento crear una. Autores como Michael E Gerber; Tom Peters; Alex Osterwalder; Tim Clark; Fernando Trías De Bes entre otros, lograron ser referentes cuando de temas empresariales se trata.⁶

La administración de empresas es una ciencia, que reúne todas las técnicas necesarias para lograr que una organización maximice sus recursos con la menor inversión posible; Wilburg Jiménez Castro define la administración en su libro, Introducción a la teoría administrativa “como una ciencia social compuesta de principios, técnicas y prácticas y cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se puede alcanzar propósitos comunes que individualmente no es factible lograr”⁷.

Por su parte Adalberto Chiavenato en su libro "Introducción a la Teoría General de la Administración"; la administración la define como "el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales".

Cada vez que se habla de administración de empresas es inevitable pensar en personas, por lo que refiere directamente a diversidad de pensamiento en cuando a maneras de administrar, por ende el éxito o fracaso de una empresa depende intrínsecamente de las personas que la conforman, responsabilidad que en gran

⁶ EULALIA PINO LOZA. (2012). La dimensión social de la universidad del siglo xxi creación del programa de aprendizaje la universidad técnica. Bogotá Recuperado de <https://eprints.ucm.es/22393/1/T34660.pdf>

⁷ (2018). EL PROCESO ADMINISTRATIVO EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL. es.scribd.com Recuperado de <https://es.scribd.com/document/145156726/Modulo-3-El-Proceso-Administrativo-en-El-Desarrollo-Empresari>

medida se le atribuye a quien administra sus recursos, estas personas deben estar en la capacidad de conocer absolutamente todas las áreas de la empresa, desde las finanzas hasta la forma en la que se llega al mercado con sus productos o servicios.⁸

Los administradores o gerentes de las organizaciones tienen específicas actividades que pudiese agruparse en cuatro funciones, en su libro Administración de empresas: un enfoque interdisciplinar Esteban Fernández Sánchez, define estas actividades; planear, organizar, dirigir y controlar, que coinciden con la definición administración expuesta por Chiavenato.

Donde la planificación refiere a estar claro con los objetivos que debe seguir la organización, establecer el accionar de la empresa, a asignar los recursos, iniciar las actividades necesarias para convertir los planes en acciones y replantear sobre la marcha para corregir deficiencias existentes

Organizar por su parte es entendida como la forma en que se deben agruparse las personas para realizar las funciones y cumplir los objetivos de la empresa, delegar responsabilidades, la forma como deben agruparse, cuando deben hacerlo y para que hacerlo, buscando siempre ejercer de manera coordinada orientados hacia el logro.⁹

Dirigir implica ejecutar los planes de acuerdo con la estructura organizacional, orientar el accionar de cada uno de los individuos de la empresa de tal forma que terminen trabajando de forma organizada y mancomunadamente.

Por ultimo controlar consiste en asegurar el desempeño eficiente de los individuos para alcanzar los objetivos de la empresa, implica evaluar el desempeño organizacional, y en base a estas tomar las medidas correctivas necesarias para garantizar el buen funcionamiento organizacional.

⁸(Definición de la administración. 29 julio del 2009). administracionenteoria.blogspot.com Recuperado de <http://administracionenteoria.blogspot.com/2009/07/definicion-de-administracion.html>

⁹ El propósito y la planificación estratégica. (2018). www.scientologycourses.org Recuperado de http://www.scientologycourses.org/es_ES/courses-view/targets/step/read-strategic-planning.html

Es el anterior proceso administrativo (planear, organizar, dirigir y controlar) de los más reconocidos por los académicos y gerentes en el mundo, por lo que es un proceso digno de analizarse por todos quienes pretendan emprender un negocio, cosa que no es tarea fácil puesto que implica una total dedicación para su emprendimiento, haciéndolo prácticamente tu vida y aun así puede demorarse años para que dicho emprendimiento genere ganancias y se establezca en el mercado, esto en el caso de quienes no fracasan. Pero ¿qué es un emprendedor?

El término emprendedor se definió por primera vez por el economista Richard Chantillón como “la persona que paga un cierto precio para revender un producto a un precio incierto, por lo que está tomando decisiones sobre la obtención y el uso de recursos, y admitiendo consecuentemente el riesgo en el emprendimiento”

El término emprendedor ha sido definido también por otros estudiosos, entre ellos:

Jean-Baptiste Say, lo define como un agente económico que une todos los medios de producción, la tierra, el trabajo y el capital y produce un producto. Mediante la venta de un producto en el mercado, paga la renta de la tierra, el salario de sus empleados, interés en el capital y su provecho es el remanente. Intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento.

Joseph Alois Schumpeter dice que los emprendedores pueden definirse como innovadores que pretenden destruir el statu-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios.¹⁰

Peter Drucker: Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende, el emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso.¹¹

¹⁰Schumpeter, Joseph Alois. Capitalism Socialism and Democracy.

¹¹Peter, Drucker (2018). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. recursos.ccb.org.co
Recuperado de

Howard Stevenson: el emprendimiento es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente.

En últimas y según las anteriores definiciones, se podría entender el término emprendimiento como sacar adelante un negocio donde está implícito un esfuerzo y además un riesgo económico, puesto que invierte recursos buscando un objetivo; aprovechar la oportunidad que pudo detectar en el mercado.

A la persona que por su iniciativa decide iniciar un negocio se le denomina emprendedor, estos deben estar dotados de ciertas características para encontrarse con el éxito, como por ejemplo creatividad, dinamismo, carisma, discernimiento etc. características que deben estar a flote en el momento en que se presenten dificultades debido a que de ellos únicamente depende adaptarse o no a los cambios del mercado, de lo contrario será aún más complejo ser exitoso en su labor.¹²

Un factor denominador en los emprendimientos que destacan de los demás es su creatividad, haciendo que su producto o servicio sea diferente, que tenga un valor agregado novedoso en el mercado, mostrando ideas que no han sido explotadas ya sean ideas totalmente novedosas o mejoras de alguna otra idea.

En este orden de ideas, en la tercera edición de su libro innovación empresarial, Arte y ciencia de la creación de empresas, Rodrigo Varela explica apenas en su introducción, cómo los seres humanos han sido artífices de toda clase de innovaciones desde su existencia, en busca claro está, de mejores condiciones para su estadía en la tierra, lo que se puede entender como un proceso de mejora continua, concepto que a la fecha se hace relevante para mantenerse a la vanguardia en los mercados cambiantes actuales, Varela es claro en que existen

<http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelarteenlaensenanzadelemprendimiento>

tres nociones en las que podría resumirse todo el arte y ciencia tras la innovación empresarial:¹³

- La nación de Cambio
- La nación de acción
- La nación de mejoramiento

Entendidas como un ciclo Cambio-acción-mejoramiento, donde el accionar de las personas individual o socialmente generan necesidades, que llevan a su vez a pensar en modificar o cambiar el comportamiento, para luego ejecutarlo y por último mejorarlo, ciclo que consciente o inconscientemente ha llevado a la humanidad hasta donde está hoy, enmarcado en un contexto evolutivo social, científico, tecnológico etc.

Todo ello lleva a reflexionar sobre la importancia del conocimiento en general, conocer el pasado evita cometer los mismos errores, conocer el entorno en el que se desenvuelve un individuo ayuda a estar actualizado y por ende a la vanguardia, y aunque no sea posible conocer el futuro, si se puede medir, estudiar y pronosticarlo en base a los datos obtenidos, esperando disminuir el nivel de incertidumbre y de riesgo cuando se ejecute un plan de negocio. Pero, ¿Qué es un plan de negocio?¹⁴

Un plan de negocio según Jack Fleitman, se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí, para dar comienzo o desarrollo de una empresa, así como una guía que facilita la creación o crecimiento de una empresa.¹⁵

¹³ VARELA, Rodrigo. (2008). Innovación empresarial. Pearson Educación de Colombia

¹⁴ Catarina. (2018). PLAN DE NEGOCIO. Modelo de plan de negocio. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ladi/perez_b_m/

¹⁵ creación de empresas en Doc. Microsoft Word. (2015). creación de empresas. Recuperado de < <http://www.univalle.edu.co/busqueda?gsquery=CREACION+DE+EMPRESAS>

El señor William A. Sahlman, en su artículo publicado en la revista Harvard Business Review¹⁶ sustenta que los planes de negocio fomentan una herramienta para la creación de empresa, tanto así que en Estados Unidos se ha expandido la literatura referente a este método de administración. Por otro lado, un plan de negocio no solo se usa para la creación de una nueva empresa o negocio, sino que también sirve como herramienta para las empresas existentes para mejorar algún aspecto organizacional.

El plan de negocio es pues, uno de los elementos con mayor trascendencia e importancia en la creación de una empresa, puesto que en él se articulan todas las ideas, se analiza objetivamente la situación actual de una empresa o la idea de negocio, detectando ventajas, oportunidades, debilidades y amenazas, se analiza la competencia y se define el mercado objetivo. Todo esto en busca de definir la viabilidad y la factibilidad dicha idea de negocio, después aspectos sociales, financieros, técnicos, y hasta culturales.

En cuanto a su estructura el artículo del señor William A. Sahlman dice:

“casi todos los planes de negocio desperdician demasiada tinta en cifras, y dedican muy poco a la información que realmente importa a los inversionistas inteligentes”,

La verdad es que un plan de negocio debe ser preciso, y entendible, tanto para los inversionistas, como para el empresario, dejando de lado aquellas cifras que no son importantes ni decisoras para el proyecto.

Para Rodrigo Varela, en su libro “innovación empresarial” define un plan de negocio como un documento que permite evaluar una oportunidad de negocio, reduciendo al máximo riesgos para la toma de decisiones, según Varela la estructura básica de un plan de negocio debe responder a cinco preguntas básicas que todo empresario debe tener en cuenta.

¹⁶ OFICINA EFICIENTE. (1997)., ARTICULO N° 79

“que es o en que consiste el negocio, cuáles son las causas y razones de éxito, cuáles son los mecanismos que se van a utilizar para lograr las metas previstas, que recursos se requieren para llevar a cabo el proyecto y que estrategias se van a usar para conseguirlas, y por ultimo quien dirigirá el negocio. Además, Varela plantea que la complejidad del plan de negocio es directamente proporcional a la complejidad del negocio e inversamente proporcional al conocimiento y experiencia que tenga el empresario sobre el negocio”.¹⁷

También expone razones internas y externas muy específicas por las que implementar un plan de negocio es importante, por ejemplo: “que permite conocer a detalle el entorno en el cual va a funcionar la empresa; atrae a las personas necesarias para el equipo empresarial; establece un plan de acción para todas las áreas de la organización; permite analizar en forma organizada todos los elementos asociados a la empresa y tomar decisiones con razones lógicas; ayuda a encontrar clientes y proveedores; facilita todas las labores de difusión de la empresa en el medio externo”.¹⁸

Así pues, los planes de negocios ayudan a identificar aspectos tan relevantes para cualquier organización como la competencia.

Competitividad es uno de los factores más trascendentales, cuando de permanencia en el mercado se refiere, pero ser competitivo implica conocer a cabalidad a quienes se enfrenta la organización en el mercado directa e indirectamente, distinguir una empresa de otra y compararla en términos de habilidad, recursos, atributos y conocimientos, con el fin de recolectar la suficiente información como para tomar decisiones que fijen un rumbo con un menor nivel de riesgo.

¹⁷ RODRIGO, VARELA. (). innovación empresarial.: Prentice hall

¹⁸ SERNA GÓMEZ, Humberto. (2008). Gerencia Estratégica. Bogotá, Editores, 2008

El economista Michael Eugene Porter, plantea en su libro “estrategia competitiva”¹⁹, que existen 5 fuerzas en el mercado que pueden hacer que cualquier negocio sea competitivo, este concepto es un modelo que, de ser aplicado de la manera adecuada, contribuirá a la maximización de los recursos y se lograra una organización sea competitiva.

Porter afirma, que, de no contar con un plan perfectamente estructurado, no es posible permanecer en el mundo de los negocios bajo ningún concepto; por ende, el desarrollo de una estrategia competente no es únicamente un mecanismo de supervivencia, sino que también debería proporcionar el acceso a un puesto significativo dentro de un mercado.

Por su parte Edwards W. Deming, hizo la formulación de una serie de puntos, los cuales le permiten a las organizaciones mantener o elevar su nivel de productividad y competitividad en el mercado, por su trabajo es reconocido mundialmente como el padre de la administración moderna, por lo que su formulación es de gran utilidad para entender mejor cuán importante es para cualquier empresa el ser competitivo. Su formulación consta de 14 puntos, citados a continuación:

- a) Crear conciencia del propósito de mejorar el producto y el servicio con un plan para ser competitivo y permanente en el negocio.
- b) Adoptar la nueva filosofía.
- c) No depender de la inspección en masa para lograr calidad.
- d) Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio solamente.
- e) Mejorar continuamente los procesos de producción y servicio.
- f) Implantar la formación en el trabajo.
- g) Adoptar e implantar el liderazgo.
- h) Desechar el miedo.
- i) Derribar las barreras existentes entre departamentos.

¹⁹Porter, Michael Eugene. (1995). estrategia competitiva.

- j) Eliminar los slogans y metas para la mano de obra.
- k) Eliminar los cupos numéricos para la mano de obra y los objetivos numéricos para la dirección.
- l) Eliminar las barreras que privan a las personas de sentirse orgullosas de su trabajo.
- m) Establecer programas de formación y entrenamiento.
- n) Estimular la educación poner a trabajar a todas las personas de la empresa para conseguir la transformación y mejoramiento de la creación de la empresa

Estas catorce premisas empresariales, deberían ser aplicadas en las organizaciones sin importar el tamaño de su estructura organizacional, y asumidas e interiorizada por el administrador, pensando en que su eficacia es tan cierta como lo asume Deming; el empresario desde luego debe encontrar la mejor manera de aplicarlas, lo que no es tarea sencilla, puesto que como seres humanos equivocarse no es extraño, por lo que tener la mente clara y en orden es indispensable. Michael Gerber, argumenta en su libro “El mito de emprendedor” que cualquiera que ponga una empresa o negocio es en realidad tres personas en uno. El emprendedor el administrador, y el técnico donde cada una de las tres personas o personalidades quiere ser el jefe y al tiempo ninguna quiere tener un jefe, por lo que genera conflictos internos que quizá desestabilicen el buen juicio de este.

En plan de negocios entonces dada su importancia, debe estar bien estructurado, con aspectos que describan y analicen el sector de la empresa, el mercado, un exhaustivo análisis financiero, económico administrativo buscando medir riesgos y formular estrategias para evadirlos, por lo que muchos autores se toman el trabajo de establecer un modelo a seguir de un plan de negocio, modelos que difieren en cuanto su estructuración, sin embargo, apuntan a un mismo objeto. A continuación, algunos ejemplos.

El licenciado Enrique Zorita Lloreda en su libro “Plan de negocio” plantea una metodología a seguir con respecto al tema, citada en seguida.²⁰

- Resumen ejecutivo
- Descripción del negocio
- Análisis del mercado y de la empresa
- Análisis externo
- Análisis interno de la empresa
- Análisis de la situación
- Diagnóstico y planteamiento estratégico
- Plan operativo de marketing y ventas
- Plan de operaciones, sistema de información
- Temas societarios, organización y recursos humanos
- Estudio económico financiero
- Sistema de control, cuadro de mando integral y planes de contingencia
- Conclusiones, viabilidad²¹

Particularmente este estudio de factibilidad y viabilidad, estará fundamentado en la metodología planteada por el Doctor Rodrigo Varela en su libro innovación empresarial, puesto que su trayectoria de más de veinte años de investigación en creación de empresa, lo hace meritorio de ser referente para esta o cualquier investigación con dicho tema.²²

Pues bien, guía metodológica planteada por el Doctor Varela inicia con el análisis del mercado.

PLAN DE MERCADEO: Tiene como objetivo principal establecer la existencia real de un mercado para el producto o servicio ofertado, conocer el poder

²⁰ Michael Eugene, Porter. (1995). estrategia competitiva.: Ediciones Pirámide

²¹ Michael Eugene, Porter. (1995). estrategia competitiva.: Ediciones Pirámide

²² VARELA, Rodrigo. (2008). Innovación empresarial.: Pearson Educación de Colombia

adquisitivo de los potenciales clientes, esto para determinar si pueden o no acceder a los productos o servicios ofrecidos, determinar la demanda, identificar canales de distribución, formas de pago, estudiar la competencia, el sector económico y social, estrategias de mercado, planes, promociones y así elaborar una válida proyección de ventas.

El análisis de mercado maneja los siguientes componentes básicos:

- Análisis del sector y de la compañía. (estar a la vanguardia con respecto a lo que sucede o puede suceder en el sector económico al que se pretende entrar.)
- Análisis de los productos/servicios. (conocer detalladamente las características de productos/servicios en el mercado, con relación a los que la empresa ofertará).
- Clientes (identificar cuál es el público objetivo, donde están y cuál es su comportamiento como consumidores).
- Competencia (estudiar las fortalezas y debilidades de las empresas competidoras desde su tamaño hasta las políticas que emplea).
- Tamaño del mercado (nivel socioeconómico, segmentación por edad, género, ubicación geográfica, nivel de estudios etc.)
- Estrategias de precio, ventas, promoción, distribución.
- Políticas de servicio (mecanismos de atención a clientes, términos de garantías, tipos de servicio, servicio post venta etc.)
- Tácticas de ventas (estudiar cómo se ejecutará la venta como tal).
- Planes de contingencia (acciones correctivas a seguir, en caso de que las estrategias planteadas no puedan desarrollarse o no salgan como se espera).
- **ANÁLISIS TÉCNICO:** Este aspecto sirve para determinar si es o no posible elaborar y vender el producto/servicio con la calidad, cantidad y costo requeridos. Para ello es necesario estudiar lo siguiente:

- Análisis del producto (analizar todo cuanto se relaciones con la elaboración del producto o la preparación del servicio)
- Facilidades (esto hace referencia al análisis de instalaciones físicas de la empresa, como ubicación geográfica de la empresa, facilidades de transporte, tipo de construcción, legislación local etc.)
- Equipos y maquinarias (especificar los equipos y maquinarias requeridos y los colaboradores que la operan)
- Distribución de espacios (fabricar un plano a escala donde se señalen la forma en los que se distribuyen los diferentes departamentos de la empresa).
- Plan de producción.
- Plan de consumo.
- Plan de compras.
- Sistemas de control (se plantean formas operativas que le permitan al proceso productivo generar el producto con las especificaciones de calidad, cantidad y costo).

ANALISIS ADMINISTRATIVO: El objetivo de este análisis es establecer las características necesarias para el grupo empresarial y para el personal de la empresa. Aspectos a considerar

- Grupo empresarial.
- Personal ejecutivo.
- Organización.
- Empleados.
- Organización de apoyo.²³

ANALISIS LEGAL, AMBIENTAL Y SOCIAL: Este análisis define las posibilidades legales y sociales para que la operatividad de la empresa sea establecida y opere. En este análisis es preciso determinar estos aspectos.

²³VARELA, Rodrigo. (2008). Innovación Empresarial.: Pearson Educación de Colombia

- Aspectos legales.
- Aspectos de legislación urbana.
- Análisis ambiental (contaminación de la empresa, riesgos al a comunidad y a los trabajadores, sostenibilidad ambiental, mecanismos de mitigación).
- Análisis social (posibilidad de rechazo o apoyo por la comunidad, mecanismos de equilibrio social, servicios que la empresa adicionalmente brinda a la comunidad).

ANÁLISIS DE VALORES PERSONALES: Se busca determinar el grado ético y moral del grupo empresarial en relación con la actividad de la empresa.

ANÁLISIS ECONÓMICO: Aquí se busca determinar las características económicas del proyecto y se deben identificar estos componentes:

- Inversión en activos fijos (maquinaria y quipos, terrenos, publicidad, marcas. y patentes, bienes muebles, vehículos, edificios e instalaciones etc.)
- Inversión en capital de trabajo (días de inventario de Mp, inventario de productos en proceso, inventarios de productos terminados etc.)
- Presupuesto de ingresos.
- Presupuesto de materias primas servicios e insumos.
- Presupuesto del personal.
- Presupuesto de otros gastos.
- Deducciones tributarias.
- Análisis de costos.²⁴

²⁴ VARELA, Rodrigo. (2008). Innovación Empresarial.: Pearson Educación de Colombia

ANÁLISIS FINANCIERO: Aquí se determinan las necesidades de los recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas y las posibilidades de tener acceso a dichas fuentes, para esto deben cumplirse las siguientes etapas:

- Flujo de caja (permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo de la empresa).
- Estado de resultados (muestra las utilidades producidas por la empresa en cada periodo de análisis).
- Balance (muestra el estado de las diversas cuentas al final de cada ciclo tributario).
- Estrategias financieras.²⁵

ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES: Identifica las variables y los factores que están sometidos a una probabilidad importante de cambio y estima la magnitud potencial de dichos cambios más las acciones correctivas que se podrían tomar en caso de darse esas variaciones. Y se debe considerar.

- Condiciones del entorno (cambios macroeconómicos, en política de gobierno, en estímulos y apoyos).
- Riesgos de mercado (cambios desfavorables en el sector, surgen mejores productos, disminución de los clientes, salen nuevos productores, posicionamiento en el mercado).
- Riesgos técnicos (desarrollo oportuno de producto, obsolescencia de equipos, problemas de mantenimiento de equipos etc.)
- Riesgos económicos (disminución el precio del producto, incremento del costo de materias primas e insumos, cambios en los costos laborales etc.)
- Riesgos financieros (demoras en los aportes de los socios, incremento del costo de capital etc.)

²⁵ VARELA, Rodrigo. (2008). Innovación Empresarial.: Pearson Educación de Colombia

EVALUACION INTEGRAL DEL PROYECTO: El objetivo es determinar los principales indicadores de factibilidad del proyecto, se debe tener en cuenta:

- Evaluación de contado (analiza el proyecto sin recursos externos de financiación).
- Evaluación con financiación (se analiza el proyecto con recursos externos de financiación).
- Análisis de estructura financiera (razones financieras, estructura del capital, planes de contingencia sobre la estructura financiera de capital).
- Análisis de sensibilidad (analiza los efectos que, en los criterios decisorios tengan incidencia en las principales variables del proyecto).²⁶

EVALUACION GLOBAL. Analizar objetivamente los criterios resultantes de la investigación.

- Escuchar cuidadosamente las críticas.
- Balancear los argumentos con todo cuidado, y decidir si los cambios son apropiados.
- Analizar el plan de empresa y determinar el nivel de realismo y o de optimismo.
- Hacer los cambios que razonablemente deban hacerse.

DOCUMENTO FINAL. Este documento se presenta ante entidades financieras, inversionista socios, familiares, fondos de capital, semilleros, incubadoras de empresas clientes proveedores etc.

²⁶ http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mgc/carrillo_c_mm/capitulo3.pdf

4.2 MARCO CONCEPTUAL

A continuación, se definen conceptos claves que se presentaran en el transcurso del desarrollo del proyecto de creación de empresas en el municipio de Santander de Quilichao.

Café: El café es una bebida que se obtiene a partir de mezcla en agua caliente de granos tostados de la planta de café (Coffe de la familia Rubiácea conocida como cafeto). A pesar de que comercialmente es la bebida número uno del mundo se estima que un tercio de la población mundial la consume (la mitad de la población mundial es consumidora de té).²⁷

Competitividad: Se puede definir como la productividad: el valor por unidad producida con los recursos (humanos, naturales, financieros, etc.) disponibles.

Empresa: designa una entidad jurídica de tipo individual o corporativo, que se organiza para producir bienes o servicios destinados a un mercado con el objetivo de generar beneficios económicos. En la actualidad, al hablar de empresa, se entiende como una organización moderna formada por diferentes unidades administrativas y dirigidas, cada una de ellas, por el máximo responsable, llamado ejecutivo.²⁸

Factibilidad: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas, la factibilidad se apoya en 3 aspectos: operativo, técnico y económico.²⁹

²⁷ El café. (2018). Recuperado de <https://www.zonadiet.com/bebidas/cafe.htm>

²⁸ UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE NORTE DEL CAUCA (2008). Biblioteca virtual Recuperado de <http://univalle.uni.planetasaber.com.bd.univalle.edu.co/default.asp>

²⁹ ARAGUA Proyectos. (2008). Estudio de factibilidad. Recuperado de <http://proyectos.aragua.gob.ve/descargas/ESTUDIOFACTIBILIDADECON%C3%93MICA.pdf>

Mercado: En términos económicos, se le dice mercado al escenario (físico o virtual) donde tiene lugar un conjunto regulado de transacciones e intercambios de bienes y servicios entre partes compradoras y partes vendedoras que implica un grado de competencia entre los participantes a partir del mecanismo de oferta y demanda.³⁰

Stevia: Este sustitutivo vegetal del azúcar es originario de Centro américa y Sudamérica. Más concretamente, se sitúa su cultivo primitivo en Paraguay, cuya planta se denomina como kaá-heé, que significa hierba dulce.

Aunque su uso se debe a sus múltiples ventajas saludables y nutricionales. Al ser una planta perenne que pertenece a la familia de los girasoles, podemos disfrutar de sus nutritivas hojas todo el año.³¹

Transformación: Un proceso productivo consiste en un conjunto de actividades que toma como entradas uno o más insumos y los transforma para obtener como salidas o resultado un producto o servicio.³²

4.3 MARCO ESPACIAL Y CONTEXTUAL

En el marco contextual, se busca centrar o dar a conocer el área demográfica donde se pretende realizar el proyecto de la productora y comercializadora de dulce de café orgánico.

4.3.1 AMBITO ESPACIAL

El proyecto se llevará a cabo en el municipio de Santander de Quilichao situado en la república de Colombia, ubicado al norte del departamento del Cauca, a 45 Km

³⁰ Definición del mercado. (2007). Recuperado de <http://www.definicionabc.com/economia/mercado.php>

³¹ BEKIA SALUD. (2008). La stevia y sus beneficios. Recuperado de <https://www.bekiasalud.com/articulos/que-es-stevia-cuales-son-beneficios/>

³² GESTION DE OPERACIONES. (2008). Recuperado de <https://www.gestiondeoperaciones.net/procesos/el-proceso-de-transformacion-de-insumos-en-productos-o-servicios/>

de Santiago de Cali y 97 Km de Popayán. Limita al norte con los municipios de Jamundí y Villarrica, al oriente con los municipios de Jambalo y Caloto, al occidente con el departamento del Valle del Cauca y al sur con el municipio de Caldon. Tiene una extensión territorial de 597 Km² y con una altura de 1.071 Metros sobre el nivel del mar.³³ Adicionalmente Santander de Quilichao, cuenta con una población total hasta el año 2014 de 92.114 personas distribuidas en 45.318 en hombres y 46.796 en mujeres³⁴ y es uno de los municipios más importantes del departamento por su contexto económico y social.

4.3.2 ÁMBITO TEMPORAL: la realización y estudio del plan de negocios para el proyecto de creación de empresa, se llevará a cabo durante los años 2018– 2019.

³³ Mi municipio. (14/07/2016). Recuperado de <http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/>

³⁴ DANE. (1/09/2017). Demografía y población. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

5. METODOLOGIA

5.1 METODOS DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo se soportó principalmente en La Encuesta que se utilizó como Instrumento de recolección de información, reuniendo los requisitos esenciales de confiabilidad y validez. Por otra parte, la reproducción y ejecución de la encuesta se realizó de forma: de Aplicación directa-personal y medios electrónicos como el wasap, redes sociales, correo y telefónicamente, gracias a la facilidad y auge que tienen los sistemas de tecnología de información y comunicación, pero antes de haber propagado la encuesta se tuvo en cuenta, su diseño, convirtiéndolo en un cuestionario formal, que permitió estandarizar y uniformar el proceso de recopilación de datos. Además, se utiliza el tipo de muestreo probabilístico, para la toma de la muestra, cuya función básica fue determinar que parte de la población se debía examinar para la aplicación de la encuesta, en la cual todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos, medidos y analizados con pruebas estadísticas.^{35 36}

5.2 FUENTES DE INFORMACION

En el presente estudio, se utilizará un método de recolección de información que permita tener una percepción un poco más clara sobre qué es lo que el mercado objetivo busca, o espera encontrar en un dulce de café orgánico, por lo cual las **encuestas on-line** y las **encuestas con entrevista personal** son idóneas para tal fin.³⁷

³⁵ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la investigación. Sexta edición por McGraw-Hill / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. 2014. 175-177 p. ISBN 978-1-4562-2396-0

³⁶ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. (). Metodología de la investigación.: INTERAMERICANA EDITORES

³⁷ BERNAL, CÉSAR A. (2010). Metodología de la investigación.: PEARSON EDUCACIÓN

6. ANALISIS DEL MACRO Y MICROENTORNO

6.1 ENTORNO DEMOGRÁFICO

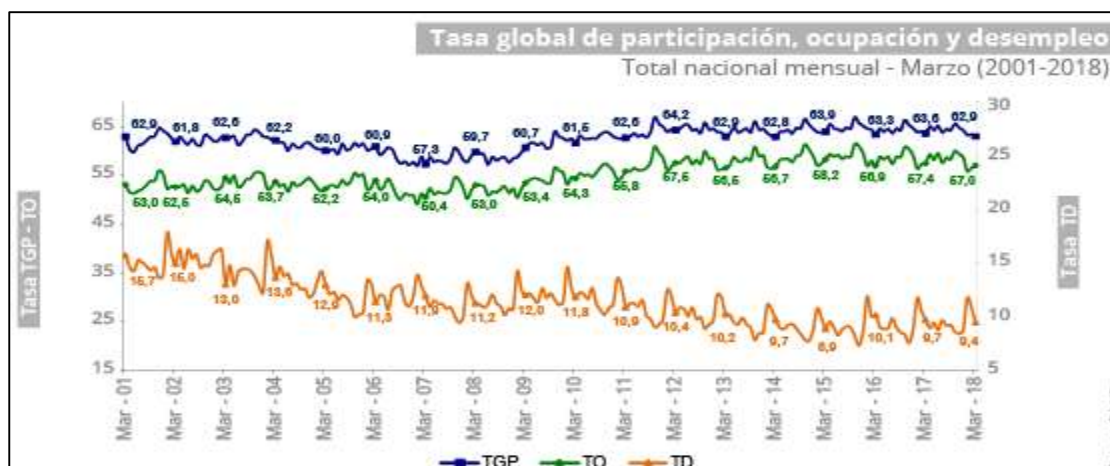
6.1.1 POBLACIÓN NACIONAL, DEPARTAMENTAL Y MUNICIPAL

La población proyectada de Colombia es de 49.834.240, habitantes para el año 2018; representado por 24.605.796 hombres y 25.228.444 mujeres³⁸, para el departamento del Cauca representa 1.404.205 de habitantes conformado por 717.064 hombres 698.869 mujeres que representa porcentualmente 50.64% y 49.36% respectivamente. Para el municipio de Santander de Quilichao es de 96.518 millones de habitantes, conformada por 47.415 hombres y 49.103 mujeres, que representan el 49.13% y 50.87 respectivamente.³⁹

6.1.2 TASA DE DESEMPLEO

La tasa de desempleo fue 9,4% en marzo de 2018; para marzo de 2017 fue 9,7%. 130 mil personas más estaban ocupadas en marzo de 2018.

Gráfico 1. Tasa global de participación



Fuente: Dane

³⁸DANE. (1/09/2017). Demografía y población. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

³⁹dane. (14 /05/2018). Estimaciones y proyecciones de la población de Colombia. Recuperado de <https://geoportal.dane.gov.co/v2/?page=elementoEstimaciones>

La población ocupada fue 22 millones 62 mil personas en marzo de 2018, el nivel más alto para este mes desde que hay cifras comparables (2001).⁴⁰

6.1.3 POBLACIÓN OCUPADA POR RAMAS DE ACTIVIDAD

Distribución porcentual, variación y contribución a la variación de la población ocupada según ramas de actividad⁴¹ (2017-2018)

Tabla 1. Ramas de ocupación por actividad

RAMA ACTIVIDAD	DISTRIBUCION %	VARIACION %	CONTRIBUCION AL (PP)
TOTAL, NACIONAL	100,0	0,4	0,4
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	17,1	5,6	0,9
Industria manufacturera	11,6	1,2	0,1
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	8,1	0,0	0,0
Servicios comunales,	19,0	-0,5	-0,1

⁴⁰ DANE. (27 de abril de 2018). Mercado laboral. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

⁴¹ DANE. (27 de abril de 2018). Mercado laboral. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

sociales y personales			
Comercio, hoteles y restaurantes	27,5	-0,7	-0,2
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	8,2	-2,5	-0,2
Construcción	5,8	-4,5	-0,3
Otras ramas*	2,8	2,1	0,1

Fuente: elaboración propia

6.1.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La república de Colombia tiene una superficie de 1.141.748 km² y está ubicada al extremo norte de sur américa, cerca del istmo de panamá, sus territorios continentales están localizados entre los 4° 13' 30" latitud sur (quebrada de San Antonio en el rio de amazonas) y 12° 27' 46" de latitud norte (Punta Gallinas, en la Guajira) entre 66° 50' 54" longitud oeste (isla de San José, rio negro piedra del Cocuy) y 79° 01' 23" de longitud oeste (Cabo Manglares, en el Océano Pacifico). Además comprende los territorios insulares del archipiélago de san Andrés y providencia a 720 km de Cartagena.⁴² El departamento del Cauca cuenta con una superficie de 29.308 km² y está ubicado al norte con el departamento del Valle del Cauca, por el Este con los departamentos de Tolima, Huila y Caquetá, por el sur con Nariño y Putumayo y al Oeste con el Océano Pacifico.⁴³ El municipio de Santander de Quilichao está ubicado en la República de Colombia, en el del Departamento del Cauca, a 97 Km al norte de Popayán y a 45 Km al Sur de

⁴² ESCOBAR, Carlos Mario. (2005). Colombia tierra de esperanza.: Ediciones aula XXI Ltda.

Santiago de Cali, Valle del Cauca.⁴⁴ Limita al Norte con los Municipios de Villarrica y Jamundí, al Occidente con el Municipio de Buenos Aires, al Oriente con los Municipios de Caloto y Jámalo y al Sur con el Municipio de Caldono.⁴⁵

6.1.5 MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ENTORNO DEMOGRÁFICO EMPRESA: PRODUCTORA DE DULCE DE CAFÉ

Tabla 2. Matriz de análisis del entorno demográfico

ENTORNO AMBIENTAL	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Variables	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Tamaño de la población		X			X		X		
Tasa de desempleo	X					X		X	
Población ocupada por ramas de actividad	X					X			X
Ubicación geográfica	X					X	X		

Fuente: Elaboración propia

6.2 ENTORNO ECONÓMICO

6.2.1 COMPORTAMIENTO DEL PIB POR GRANDES RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

Durante el año 2017 (enero – diciembre) el PIB creció 1,8% respecto al mismo periodo del año 2016. Las actividades con mayor crecimiento fueron: agricultura,

⁴⁴ Nuestro municipio. (14/05/2018). Recuperado de http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/informacion_general.shtml

⁴⁵ Nuestro municipio. (14/05/2018). Recuperado de http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/informacion_general.shtml

ganadería, caza, silvicultura y pesca; establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; y actividades de servicios sociales, comunales y personales. Por su parte, las actividades que registraron las mayores caídas fueron explotación de minas y canteras e industria manufacturera. En el cuarto trimestre de 2017 respecto al mismo periodo de 2016, el Producto Interno Bruto creció 1,6%, explicado principalmente por el comportamiento de las siguientes ramas de actividad: actividades de servicios sociales, comunales y personales; establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; y suministro de electricidad, gas y agua. Por su parte, las actividades que registraron caída fueron industria manufacturera; y transporte, almacenamiento y telecomunicaciones. Respecto al trimestre inmediatamente anterior, el Producto Interno Bruto creció 0,3%. Los principales crecimientos se presentaron actividades de servicios sociales, comunales y personales; suministro de electricidad, gas y agua; y establecimiento financiero, seguros, actividades, inmobiliarias y servicios a las empresas⁴⁶.

6.2.2 INDUSTRIA MANUFACTURERA VARIACIÓN DEL VALOR AGREGADO 2017 – CUARTO TRIMESTRE⁴⁷

Tabla 3. Variación Porcentual %

Ramas de actividad	Anual Total	Año Trimestral	Año total
Elaboración de productos de café	-9,6	-10,2	-0,5

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

⁴⁶ DANE. (27 de abril de 2018). Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim17_oferta_demanda.pdf

⁴⁷ (INDUSTRIA MANUFACTURERA VARIACIÓN DEL VALOR AGREGADO. 27 de abril de 2018). Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim17_oferta_demanda.pdf

6.2.3 COMPORTAMIENTO DE LA VARIACIÓN MENSUAL DEL IPC, SEGÚN GRUPOS Y GASTOS BÁSICOS - ABRIL 2018

En el mes de abril, dos grupos se ubicaron por encima del promedio nacional, Alimentos (0,66%). Por debajo se ubicaron: Salud (0,43%), Otros gastos (0,21%), Transporte (0,09%), Educación (0,00%), Vestuario (0,00%), Comunicaciones (0,00%) y Diversión (-0,32%).

6.2.4 IPC. VARIACIÓN MENSUAL SEGÚN GRUPOS DE GASTO ABRIL (2017-2018)

Tabla 4. Variación grupos de gastos 2017-2018

Grupos de gasto	peso %	2017		2018	
		Variación (%)	Contribución puntos porcentuales	Variación (%)	Contribución puntos porcentuales
Alimentos	28,21	0,13	0,04	0,66	0,19

Fuente: DANE – IPC

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,46%), se ubicaron en los grupos de: Vivienda y Alimentos, los cuales aportaron 0,43 puntos porcentuales a la variación total⁴⁸

⁴⁸ DANE. (27 de abril de 2018). Índice de precio al consumidor. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_abr18.pdf

6.2.5 TASA DE CAMBIO DEL PESO COLOMBIANO

La tasa de cambio representativa del mercado (TRM) es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos; para el día lunes 17 de abril de 2017 es de: \$2.872,55 pesos colombianos por dólar estadounidense⁴⁹

Proyección del TRM a medio plazo

Tabla 5. Proyección del TRM a medio plazo

ANÁLISIS BANCOLOMBIA										
AÑO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Tasa de cambio USDCOP (promedio de año)	1798	1869	2000	2743	3051	2900	2880	2880	2810	2760

Fuente: Grupo Bancolombia (GB), DANE, BanRep. Py: proyectado

6.2.6 POLÍTICA MONETARIA

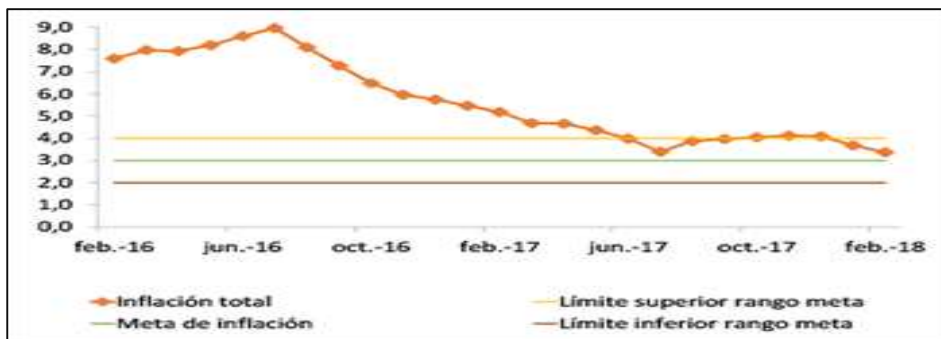
La política monetaria en Colombia se rige por un esquema de Inflación Objetivo, cuyo propósito es mantener una tasa de inflación baja y estable, y alcanzar un crecimiento del producto acorde con la capacidad potencial de la economía. Esto significa que los objetivos de la política monetaria combinan la meta de estabilidad de precios con el máximo crecimiento sostenible del producto y del empleo. En tanto las metas de inflación sean creíbles, estos objetivos son compatibles. De esta forma, la política monetaria cumple con el mandato de la Constitución y contribuye a mejorar el bienestar de la población.⁵⁰

⁴⁹ BANCO DE LA REPUBLICA. (17/04/2017). Tasa de cambio del peso colombiano. Recuperado de <http://www.banrep.org/es/trm>

⁵⁰ BANCO DE LA REPUBLICA. (17/04/2018). Tasa de cambio del peso colombiano. Recuperado de <http://www.banrep.org/es/trm>

6.2.7 INFLACIÓN TOTAL AL CONSUMIDOR

Gráfico 2. Inflación



Fuente: DANE y Banco de la Republica

Proyección de la inflación a medio plazo

Tabla 6. Proyección de la inflación

ANÁLISIS BANCOLOMBIA										
AÑO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
inflación al consumidor(var.% anual)	1,94%	3,66%	6,77%	5,75%	4,09%	3,40%	3,10%	3,15%	3,00%	3,00%

Fuente: Grupo Bancolombia (GB), DANE, BanRep. Py: proyectado

6.2.8 INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN COLOMBIA

La inversión extranjera directa en Colombia alcanzó un estimativo para el año 2018, la suma de 14.000 millones de dólares, la cifra representaría 4,3 por ciento del PIB, un nivel similar al que ha mostrado el indicador durante los últimos años, lo anterior según cálculos suponiendo que el año pasado el PIB del país creció 1,8 por ciento, a 313.644 millones de dólares, y en el 2018 lo haría al 3 por ciento,

hasta 323.053 millones de dólares.⁵¹ Dejando a Colombia como un país atrayente para la inversión extranjera.

6.2.9 SALARIO MÍNIMO LEGAL EN 2017

Bogotá, dic 30/16. La ministra del Trabajo, Clara López Obregón, informó que el Salario Mínimo Mensual Legal Vigente para el año 2017 se determinó por decreto, el cual tendrá un incremento del 7,0%, quedando en \$737.717 pesos. Por su parte, el auxilio del transporte igualmente tendrá un aumento del 7,0%, para un valor de \$83.140. En total la remuneración que recibirán cerca de dos millones de trabajadores colombianos a partir del 1 de enero de 2017 será de \$820.857, que equivale a un incremento mensual de \$53.702.⁵²

6.2.10 ACTIVIDADES ECONÓMICAS SANTANDER DE QUILICHAO

Básicamente la economía del municipio, proviene en buena parte del sector primario de vocación agropecuaria donde el café, la caña de azúcar y la yuca entre otros son renglones de gran importancia que generan ingresos a los agricultores. Con los beneficios que trajeron la Ley Páez y la instalación de empresas manufactureras, el renglón secundario pasó a ocupar un buen lugar en la economía local y regional, sin desconocer que el sector terciario, es fuente generadora de empleo y actividad económica dinámica. Tiene Santander de Quilichao unas características importantes para el desarrollo activo de los tres sectores de la economía en comparación con otros municipios del Departamento entre los cuales están, Su ubicación geográfica, La infraestructura vial, la

⁵¹ EL TIEMPO. (05 de febrero de 2018). Economía, inversión extranjera en el país. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/meta-de-inversion-extranjera-en-colombia-para-2018-178808>

⁵² MINTRABAJO. (03/05/2018). Salario mínimo. Recuperado de <http://www.mintrabajo.gov.co/diciembre-2016/6660-salario-minimo-en-2017-tendra-un-incremento-del-70.htm>

accesibilidad a las comunicaciones y la cercanía a los centros de gran actividad económica.⁵³

6.2.11 MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO

EMPRESA: PRODUCTORA DE DULCE DE CAFÉ ORGANICO.

Tabla 7. Matriz de análisis del entorno económico

ENTORNO ECONOMICO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Variables	A	M	B	A	M	B	A	M	B
comportamiento del PIB		X					X		
Comportamiento de la variación año corrido del IPC				X			X		
Tasa de cambio representativa del mercado (TRM)		X						X	
Política Monetaria	X						X		
Inflación total al consumidor				X			X		
Inversión extranjera directa en Colombia		X						X	
Exportaciones		X						X	
Salario mínimo legal en 2017		X					X		
Actividades económicas, Santander de Quilichao	X						X		

Fuente: Elaboración propia

⁵³ Nuestro municipio. (09 de mayo de 2018). Recuperado de http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/informacion_general.shtml

6.3 ENTORNO POLÍTICO

6.3.1 DE LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

ARTICULO 1. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

ARTICULO 2. Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo.⁵⁴

6.3.2 PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La participación ciudadana es ejercida por todos nosotros, porque somos poseedores de derechos y deberes, que actuamos en función de unos intereses sociales generales (Educación, salud, vivienda, medio ambiente, etc.), o colectivos (asociaciones de consumidores, gremios, sindicatos, etc.). Este tipo de participación, aunque no tenga vinculación directa con los partidos políticos, sí tiene que ver mucho con el Estado, cuando se trata de una intervención en el campo de lo público, es decir, en asuntos de interés general.

⁵⁴ ALCALDIA DE BOGOTÁ. (1991). Constitución política de Colombia. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125> >

6.4 ENTORNO LEGAL/JURÍDICO

6.4.1 MEDIDAS DE APOYO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

La Constitución Política Colombiana, en el Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo. Así mismo, en el Artículo 58 la Constitución Política 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”.⁵⁵

Análisis e impacto sobre la empresa

Lo anteriores artículos plasmados en la constitución afecta positivamente para la creación de la empresa ya que protege los intereses y la propiedad privada de la organización. Permitiendo al ciudadano colombiano tener libertad económica y considerar la empresa como la base para su desarrollo individual y grupal

Ley Mi Pymes: Ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como Ley Mi Pymes. Fue creada principalmente con el objeto de “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, Pequeñas y medianas empresas”, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial.⁵⁶

Entorno institucional para la creación y operación de micro, Pequeñas y medianas empresas”, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial

⁵⁵ GÓMEZ Liyis. (2006). Política pública y creación de empresas en Colombia. Recuperado de https://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/21/politica_publica_creacion_empresas.pdf

⁵⁶ SECRETARIA GENERAL DEL SENADO. (15 de agosto). Leyes y actos legislativos. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

6.4.2 MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ENTORNO LEGAL/JURIDICO

EMPRESA: PRODUCTORA DE DULCE DE CAFÉ ORGANICO

Tabla 8. Matriz de análisis del entorno legal/jurídico

ENTORNO LEGAL/JURIDICO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Variables	A	M	B	A	M	B	A	M	B
La Ley 590 Del 10 De Julio De 2000, Conocida Como Ley Mi Pymes.	x						x		
la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo	x				x		x		

Fuente elaboración propia

6.4.3 ANÁLISIS LEGAL/JURÍDICO EN LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

Las anteriores leyes mencionadas son un gran soporte para aplicarlas en la creación de la empresa productora de dulce de café orgánico, pues en su medida es de gran respaldo en cuanto a el conocimiento en su momento de poner en marcha la aplicación de estas en beneficio de mantener la organización al margen de las leyes establecidas que de alguna manera evitaran problemas legales que tengan algún impacto negativo sobre la creación de esta.

6.5 ENTORNO SOCIOCULTURAL

6.5.1 CULTURA EN EL MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO

Se registra la realización de más de 170 eventos artísticos y culturales cada año en el municipio. Existen más de 10 organizaciones culturales legalmente constituidas y más de 100 agrupaciones artísticas y culturales organizadas en los sectores urbano y rural del Municipio que difunden tanto expresiones artísticas y manifestaciones culturales del acervo propio de nuestras comunidades como de otras exógenas que alimentan aún más esta gran diversidad.⁵⁷

Dentro del aspecto social del municipio se encuentran tres grupos étnicos, donde se mezclan diferentes tipos de culturas y creencias religiosas, los cuales son gente trabajadora que cada día luchan por salir adelante, por tener un mejor estilo de vida para sus familias, son personas que se visten y adquieren hábitos de acuerdo a su cultura, y a sus creencias religiosas, y hacen del Municipio un lugar de convivencia.

La población de Santander de Quilichao prima los valores tradicionalistas y el folclor, también se ve el desarrollo empresarial, personas naturales que inauguran sus propios negocios, establecimientos que promueven el empleo y un gran número de personas que se están instruyendo en las diferentes Instituciones educativas.

Como podemos ver en nuestro municipio encontramos gente trabajadora, alegre y capacitada, donde no importa el color de su piel. A lo cual podemos concluir que la empresa productora de dulce de café brindara un buen servicio al cliente para todas aquellas personas que deseen adquirir nuestro producto “dulce de café”, sin ningún tipo de discriminación, puesto que estará disponible para todos aquellos que tengan la capacidad de comprarlos.

⁵⁷ Planeación gestión y control. (14 de junio de 2016). Recuperado de <http://www.santanderdequilichao-cauca.gov.co/Transparencia/Paginas/Planeacion,-Gestion-y-Control.aspx>

6.5.2 INFRAESTRUCTURA VIAL

Con recursos del Sistema General de Regalías el Departamento del Cauca está financiando obras con una Inversión de \$ 92.006 Millones en Infraestructura vial, aeroportuaria y portuaria, de los cuales \$ 9.209 Millones se destinan a la pavimentación de cinco kilómetros de vías de primer orden que beneficiará los municipios de El Estrecho, Balboa y Argelia, mejorando las condiciones de transpirabilidad y movilidad de esta región del Departamento. Así mismo \$ 56.656 Millones se invierten en el mantenimiento de 5.26 km y la pavimentación de 29.13 km de vías de segundo orden, que beneficia a Corinto, Padilla, Puerto Tejada, Florencia, Puracé, Timbío, Sotará y Cajibío. En cuanto a vías terciarias se invierte \$ 2.597 millones para el mantenimiento de 112.12 km, de los Municipios de Padilla, Buenos Aires y Caloto y \$ 14.030 Millones en la pavimentación de 7.52 km de vías urbanas en Padilla, Páez, Rosas, Santa Rosa, Suárez, Timbiquí, Balboa, Florencia, Guapi e Inzá. Informó Daniel Luna Fals, Jefe de la Oficina de Planeación del Departamento.

En cuanto a infraestructura aeroportuaria y portuaria se están financiando los siguientes proyectos que benefician a los municipios de Timbiquí, López de Micay y Guapi; Cerramiento perimetral de 2.962 mts de la pista de aterrizaje de Timbiquí con una inversión de \$ 2.869 millones, ampliación de 200 metros de la pista de aterrizaje del aeropuerto de López de Micay por \$ 2.808 millones, construcción de la III etapa del muelle de carga y pasajeros en la cabecera municipal de Guapi por \$ 3.837 millones. Esta inversión, contribuye notablemente a mejorar el comercio local y regional, facilita la movilidad y conectividad, reduce brechas sociales entre subregiones y se impulsa el desarrollo económico y social de la región.⁵⁸

⁵⁸ GOBERNACION DEL CAUCA. (27 de agosto 2018). Obras de infraestructura vial. Recuperado de < <http://www.cauca.gov.co/noticias/obras-de-infraestructura-vial-mejoran-la-competitividad-del-departamento> >

6.5.3 VIVIENDA

Busca disminuir el Déficit de vivienda en el sector rural. Serán beneficiadas alrededor de 16.260 personas con una inversión total de \$ 57.931 millones con aportes del Departamento del Cauca, Banco Agrario, recursos propios y regalías de los Municipios beneficiarios, Así mismo, para el municipio de Popayán que tiene hoy un déficit de 16.809 viviendas es decir el 10.19% del total del déficit de vivienda del Departamento del Cauca, según cifras del DANE, se ejecuta en la actualidad también con recursos de Regalías el proyecto “Construcción de 1.744 viviendas de interés prioritario para ahorradores de Popayán”, mejorando el acceso a la vivienda para familias con ingresos inferiores a dos SMMLV del área Urbana del Municipio, beneficiando 7.000 personas con un total de 1.744 viviendas. Con este proyecto se realiza una inversión total de \$ 71.966.160.000, cuenta con aportes del Ministerio de vivienda, el Departamento del Cauca, y los beneficiarios de las viviendas a través de créditos hipotecarios. Con estas importantes inversiones, el Gobierno departamental no solo cumple metas del Plan de Desarrollo 2012 – 2015 sino también consolida su estrategia para reducción del déficit de vivienda y con ello mejorar condiciones de vida de los caucanos⁵⁹

6.5.4 SALUD

El Sistema Integral de Atención en Salud – SIAS planteado bajo el marco normativo de la Política de Atención Integral en salud, tiene como base la Ley 1751 de 2015 o Ley Estatutaria de Salud, propuesta por el Ministerio de Salud y Protección Social y que se ha consolidado en un componente estratégico, que determina las prioridades del sector salud en el largo plazo; y un componente

⁵⁹ GOBERNACION DEL CAUCA. (27 de septiembre 2018). El Cauca invierte en vivienda rural y urbana. Recuperado de <http://cauca.gov.co/noticias/con-regalias-el-cauca-invierte-en-vivienda-rural-y-urbana>

operativo, que pretende organizar y coordinar las acciones en salud con la definición de responsabilidades de actores e instituciones para garantizar que la población use los servicios de forma segura, accesible, oportuna y humanizada⁶⁰ y así mejorar la calidad de vida de los habitantes de este sector.⁶¹

6.5.5 EDUCACIÓN

Para fortalecer la calidad educativa es necesario una planta docente estable y capacitada, en este sentido la Secretaría de Educación y Cultura Departamental se encuentra realizando acciones de fondo que permitan dar respuestas concretas a las dificultades de la ciudadanía.

En el área urbana en seis (6) instituciones educativas: Instituto Técnico, Técnico Ambiental Fernández Guerra, Francisco José de Caldas, Limbania Velasco, Ana Josefa Morales Duque y Cauca. Por otro lado, en educación superior, se tiene una amplia oferta de universidades y centros tecnológicos, además del Sena, está la Universidad del Cauca, La Universidad del Valle, La Universidad Unicomfauca, La Fundación Universitaria de Popayán, La Universidad Nacional Abierta y a distancia UNAD, La Universidad del Magdalena, y La Universidad Libertadores.⁶²

⁶⁰ GOBERNACION DEL CAUCA. (2007). Salud en el departamento del Cauca. Recuperado de <http://cauca.gov.co/noticias/sias-un-reto-para-todos-los-actores-de-salud-en-el-departamento-del-cauca>

⁶¹ ALCALDÍA SANTANDER DE QUILICHAO. (14 de junio de 2016). Planeación gestión y control. Recuperado de <http://www.santanderdequilichao-cauca.gov.co/Transparencia/Paginas/Planeacion,-Gestion-y-Control.asp>

⁶² ALCALDÍA SANTANDER DE QUILICHAO. (14 de junio de 2016). Planeación gestión y control. Recuperado de <http://www.santanderdequilichao-cauca.gov.co/Transparencia/Paginas/Planeacion,-Gestion-y-Control.asp>

6.5.6 MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ENTORNO SOCIOCULTURAL

EMPRESA: PRODUCTORA DEDULCE CAFÉ ORGANICO.

Tabla 9. Matriz de análisis del entorno sociocultural

ENTORNO CULTURAL	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Variables	A	M	B	A	M	B	A	M	B
cultura en el municipio de Santander de Quilichao	x			X			x		
Infraestructura Vial	x				x		x		
Salud	x					X	x		
Educación	x					X	x		

Fuente: Elaboración Propia

6.5.7 ANALISIS DEL ENTORNO CULTURAL EN LA CREACION DE EMPRESA

Dentro del aspecto social del municipio se encuentran tres grupos étnicos, donde se mezclan diferentes tipos de culturas y creencias religiosas, los cuales son gente trabajadora que cada día luchan por salir adelante, por tener un mejor estilo de vida para sus familias, son personas que se visten y adquieren hábitos de acuerdo a su cultura, y a sus creencias religiosas, y hacen del Municipio un lugar de convivencia.

La población de Santander de Quilichao prima los valores tradicionalistas y el folclor, también se ve el desarrollo empresarial, personas naturales que inauguran sus propios negocios, establecimientos que promueven el empleo y un gran número de personas que se están instruyendo en las diferentes Instituciones educativas.

Como podemos ver en nuestro municipio encontramos gente trabajadora, alegre y capacitada, donde no importa el color de su piel. A lo cual podemos concluir que la empresa productora de dulce de café, brindara un buen servicio al cliente para todas aquellas personas que deseen adquirir nuestro producto “dulce de café”, sin ningún tipo de discriminación, puesto que estará disponible para todos aquellos que tengan la capacidad de comprarlos.

6.6 ENTORNO AMBIENTAL

6.6.1 CLIMA

Desde el cálido hasta el glacial, los climas de Colombia ofrecen la ventaja de contar con todos los pisos térmicos, lo que convierte al país en un destino que cuenta con una gran variedad de paisajes.⁶³ Por eso es posible recorrer distancias cortas por tierra y ver ecosistemas y animales diferentes, aspectos propicios para la cultivación de frutas, verduras entre otros.⁶⁴

6.6.2 POSICIÓN ASTRONÓMICA

La República de Colombia se localiza al noroeste del continente de América del Sur. Al norte limita con la República de Panamá y el mar Caribe, por el Oriente con las Repúblicas de Venezuela y Brasil, por el sur con las Repúblicas de Perú y Ecuador, y por el occidente con el océano Pacífico, Su territorio tiene 1.141.748 km² de superficie continental, sumadas las aguas marinas y submarinas, 928.660 kms², la extensión es de 2.070.408 km².

El país está dividido en 32 departamentos y un distrito capital (Bogotá), además de contar con seis grandes regiones: Andina, Caribe, Pacífica, Orinoquía, Amazonía e Insular. Colombia se extiende desde los 4° 13' 30" de latitud sur, hasta los 12°

⁶³ información-practica. (2007). Recuperado de <http://www.colombia.travel/es/informacion-practica/clima?language=pt>

⁶⁴ ESCOBAR, Carlos Mario. (2005). Colombia tierra de esperanza.: aula XXI Ltda.

27°46" de latitud norte; y desde los 66° 50'54" al occidente del meridiano de Greenwich por el oriente, hasta los 79° 0'23" del mismo meridiano, por el occidente.

6.6.3 BIODIVERSIDAD

6.6.4 HIDROGRAFIA

Con abundantes recursos hídricos, representados en aguas oceánicas, aguas estancadas o depositadas (lagunas, ciénagas y pantanos), aguas de escurrimiento (comprendidas por ríos, quebradas, arroyos y riachuelos), y las aguas subterráneas.

Las aguas oceánicas están constituidas por el mar Caribe y el Océano Pacífico que bañan el territorio continental por el norte y el occidente respectivamente; el primero, con 1.600 km del litoral comprendidos entre el Cabo Tiburón al oriente y el Cabo Castilletes al occidente.⁶⁵ Cuenta con un río limpio que pasa por la zona urbana, este es el río Quilichao quien nace arriba en la vereda el guayabal,⁶⁶ integrada como parte del gran sistema de la Reserva Natural Munchique para su preservación.⁶⁷

⁶⁵ geografía. Recuperado de .

(2007). http://www.colombiamania.com/geografia/index_geografia/index_geografia_hidrografia.html

⁶⁶ · recurso hídrico de Santander. (23 de febrero de 2013). Recuperado de

<http://www.santanderdequilichao.net/el-rio-quilichao-recurso-hidrico-de-santander-de-quilichao>

⁶⁷ · recurso hídrico de Santander. (23 de febrero de 2013). Recuperado de

<http://www.santanderdequilichao.net/el-rio-quilichao-recurso-hidrico-de-santander-de-quilichao>

6.6.5 MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ENTORNO AMBIENTAL

EMPRESA: PRODUCTORA DE DULCE DE CAFÉ ORGANICO

Tabla 10. Matriz de análisis del entorno ambiental

ENTORNO AMBIENTAL	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
Variables	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Clima	x					x	X		
Posición Astronómica		x						x	
Biodiversidad	X						x		
Hidrografía	X					x	X		

Fuente: Elaboración Propia

6.6.6 ANALISIS DEL ENTORNO AMBIENTAL EN LA CREACION DE EMPRESA

El clima y algunos otros factores incidirán de forma positiva La actividad productiva de la empresa no posee un impacto negativo al medio ambiente, dado a que no emite gases contaminantes y perjudiciales para la sociedad y el medio ambiente. Esto no quiere decir que la empresa no cuente con prácticas que minimicen dicha afectación. En este caso, la empresa posee una serie de actividades que corresponden a la responsabilidad de la misma en este campo, las cuales se resumen en:

- Buen manejo de los residuos sólidos.
- Separación del material reciclable.
- Conservación oportuna de las redes, manejo adecuado de los aparatos eléctricos para garantizar un apropiado uso del sistema eléctrico de la empresa.
- Control de plagas y roedores.

6.7 FUERZAS DE MICHAEL PORTER

Gráfico 3. Fuerzas de Porter



Fuente: Gerencia Estratégica, Humberto serna

6.7.1 PODER DE NEGOCIACIÓN CON CLIENTES

El proceso de compra será mayor siempre que haya un alto nivel de consumo, y preferencia, la variedad del producto y la distinción en la marca aumenta la aceptación de este en la región, podrán adquirir un dulce que puede degustar diferentes públicos, con un sabor exquisito y sin componentes químicos que deterioren la salud.

A mayor beneficio de compra del producto, mayor será la obtención de materia prima y se incrementan producción. Ofrecemos calidad y distinción a nuestros clientes, además de precios asequibles para estar abierto a un público amplio.

6.7.2 PODER DE NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES

El aumento de los proveedores está dado por el manejo y el aprovechamiento de la producción del café, si mayor es la tendencia de beneficio igual será en la producción, se estima trabajar con agricultores de la región quienes manejan materia prima de buena calidad para la elaboración de dulce de café lo que se quiere es estar en pro de ayudar el sector campesino y así mismo aprovechar los recursos de la región.

Para cada producción se tiene en cuenta los proveedores con mejores precios y con los mejores productos (leche, y café cultivado orgánicamente), aprovechando los cultivos aledaños de café y la distribución de leche natural.

6.7.3 COMPETENCIA DEL MERCADO ACTUAL

La competencia identificada la empresa tierras de café dulce de café orgánico se refleja notoriamente en el mercado nacional compuesta por cantidad de marcas de café cada una en niveles de excelso, orgánico, tipo exportación, fuertes, suaves, descafeinados, especiales, entre otros, en las que predominan las presentaciones de 125 a 500 gr.

Tabla 11. Competencia del mercado actual

MARCA	LOGO	ORIGEN	PRECIO PROMEDIO/LIBRA
Café de plateado		Suroeste Antioqueño	15.260,00
Café sello dorado		No es explícito	17.600,00
café Quindío		Quindío	16.900,00
Café Lukafe		No es explícito	16.450,00
Café Oma		No es explícito	15.850,00
Café Kogi		Sierra Nevada de Santa Marta	17.800,00
Café Orgánico Jámbalo		Jámbalo cauca Santander de Quilichao	8900

Fuente: elaboración propia

Análisis: En este caso se relaciona en la tabla, la competencia considerada para Café la empresa tierras de café dulce de café orgánico tomando en cuenta solamente las marcas que ofrecen un producto que se asemeje en su precio, presentación, origen y calidad. En cuanto a los cafés saboreados no se encontró competencia, pues las marcas que ofrecen este tipo de producto no lo hacen sobre un café de calidad gourmet. Aunque la mayoría de las marcas relacionadas anteriormente, no tienen la suficiente publicidad ni son muy reconocidas en el mercado, estas se encuentran en todos los supermercados de la cadena éxito ubicados en el sector donde está el nicho de mercado de la empresa tierras de café dulce de café orgánico. La encuesta arroja una alta preferencia por las marcas Café Sello Rojo, Oma, y Nescafé, las cuales no se incluyeron en el cuadro de la competencia, teniendo en cuenta que no se asemejan a las características que ofrece la empresa tierras de café dulce de café orgánico (este tipo de café).⁶⁸

6.7.4 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUIDOS

La competencia ocasionada por productos que sirven de reemplazo o sustituyen al dulce de café, es muy fuerte, si se observa la penetración con la gama de los dulces o galletería como un mecanismo de reemplazo por sus características similares y que suplen la misma necesidad.

Figura 1. Arequipe de café alpina



Fuente: Alpina Web

⁶⁸ competencia café colombiano. (2006). Recuperado de <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/5112/NietoErika2013.pdf?sequence=4>

La existencia de productos es muy variada en la actualidad colombiana ofrece confites, bombones, bananas, galletas entre otros, que lideran el mercado, lo que quiere es incursionar con un producto de una excelente calidad con los mejores precios en el mercado de los dulces orgánicos.

6.7.5 AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

Barreras de entrada

Lo que se desea es estar al nivel de nuestros competidores en cuanto a los productos nuevos que puedan lanzar al mercado con características de nuestro dulce, se requerirá de una inversión alta donde la empresa quede equipada de tal manera que este en ventaja de otras empresas productoras de dulce, logrando así ser competitivas con cualquier amenaza entrante en el mercado de los dulces orgánicos.

6.8 ENTORNO INTERNO PCI

6.8.1 CAPACIDAD TECNOLÓGICA

Tabla 12. Capacidad tecnológica

CAPACIDAD TECNOLÓGICA									
Variable	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
	Alta	Medi a	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Medi a	Baja
Capacidad de innovación	x							x	

Valor agregado al producto				X			x		
Nivel de tecnología					x		x		
Flexibilidad de la producción.					x		x		

Fuente: elaboración propia

6.8.2 CAPACIDAD TALENTO HUMANO

Tabla 13. Capacidad del talento humano

CAPACIDAD TALENTO HUMANO									
Variable	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Programas de educación y desarrollo			X				x		
Categorías laborales		x					x		
Jornada laboral		x						x	

Reconoci miento y pago de prestacion es							X		
---	--	--	--	--	--	--	---	--	--

Fuente: elaboración propia

6.8.3 CAPACIDAD FINANCIERA

Tabla 14. Capacidad financiera

CAPACIDAD FINANCIERA									
Variable	Oportunidades			Amenazas			Impacto		
	Alt a	Medi a	Baja	Alta	Medi a	Baja	Alta	Med ia	Baja
Rentabilidad para el crecimiento			X					X	
Reducción de costos						X	X		
Utilización de capital	X						X		
Inversión por parte de terceros		X							

Fuente: elaboración propia

6.8.4 MATRIZ DE SELECCIÓN DE VARIABLES DEL ENTORNO EXTERNO E INTERNO

Para llevar a cabo el impacto que tendrá cada una de las variables se hará una valoración de uno de los factores: oportunidad, amenaza, fortalezas y debilidades s e calificara de la siguiente manera según el nivel de impacto.

CALIFICACIÓN

(1) Ningún impacto

(2) Poco impacto

(3) Mediano impacto **(4)** Impacto

Tabla 15. Matriz de selección de variables

	OPORTUNIDADES	Peso%	De 1 a 5	Valor
1	Ubicación geográfica	3%	3	0,08
3	Exportaciones del grupo de manufacturas	2,5%	4	0,10
4	Actividades económicas, Santander de Quilichao	2,5%	5	0,13
6	Colombia en paz	2,5%	4	0,10
7	La ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como Ley Mipyme.	2,5%	5	0,13
8	La Ley 1014 de 2006, o Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento	2,5%	5	0,13
9	La Ley 29 de 1990, llamada Ley de Ciencia y Tecnología	2%	4	0,08
10	Cultura en el municipio de Santander de Quilichao	2,5%	4	0,10
11	Infraestructura vial	2,5%	5	0,13
13	Educación	2,5%	5	0,13
14	Biodiversidad	2%	4	0,08
	AMENAZAS		De 1 a 5	Valor
1	Comportamiento de la variación año corrido del IPC	2,5%	5	0,13
2	Índice de precios del productor (variación año corrido 2017, enero - marzo)	2%	4	0,06
3	Inflación total al consumidor	2,5%	5	0,13
	FORTALEZAS		De 1 a 5	Valor
1	Gestión empresarial - aliados	2%	4	0,08
2	Fuerza del producto, calidad y exclusividad	2,5%	5	0,13
3	Nivel académico del talento humano	2,0%	4	0,08
4	Estabilidad laboral	2,5%	4	0,10
	DEBILIDADES		De 1 a 5	Valor
1	Velocidad de respuesta de las condiciones cambiantes	2,5%	5	0,13
2	Habilidad para el análisis y toma de decisiones financieras	2,5%	4	0,10
4	Acceso a capital cuando lo requiere	2,5%	4	0,10
6	Estabilidad de los costos	2,5%	4	0,10
7	Capacidad de liquidez	2,5%	5	0,13

Fuente: elaboración propia

7. ANÁLISIS DEL MERCADO

7.1 ANALISIS DE LA INDUSTRIA – OFERTA

7.1.1 DULCES ORGANICOS A NIVEL NACIONAL

Colombia es el tercer productor de café en el mundo y el principal productor del café Arábica lavado. Desde 1870 empezó a desarrollar una producción comercial seria y a partir de entonces el país ha desarrollado lentamente una excelente reputación por su consistencia y buenas prácticas en el negocio, de hecho, el café ha sido identificado con Colombia desde hace mucho tiempo. Este producto ha generado importantes ingresos para el país, llegando a representar hasta el 80% del total de las exportaciones del país, igualmente, ha sido un instrumento importante para el desarrollo de la infraestructura del país y de muchas industrias que fueron establecidas con aportes del café. Hoy, el café tiene un papel menos destacado en el ámbito económico, aunque no a escala social. El sector cafetero, ha financiado de forma privada muchos de los proyectos públicos desarrollados en las regiones cafeteras, al tiempo que los ingresos que genera continúan siendo fundamentales para más de medio millón de familias que ven al sector con orgullo y como fuente de independencia. De hecho, es el cultivo más importante de la región andina colombiana gracias a su carácter perenne y a la permanente garantía de compra. Desafortunadamente, ahora que el precio del café y el empleo rural es la zona cafetera está en uno de sus niveles más bajos de las últimas décadas, en algunas regiones cafeteras próximas a áreas con cultivos ilícitos se ha estimulado el flujo de mano de obra. En el 2001 el valor real de la cosecha fue solamente el 40% del promedio de la década del noventa. Es tal la importancia del café entre los segmentos más pobres de la población rural colombiana, que existe una profunda preocupación por los efectos desestabilizadores que puede ocasionar la persistencia de la crisis de bajos precios internacionales del grano. En muchas áreas rurales, incluso en las que se

produce café de mayor valor como los cafés especiales⁶⁹ , sólo el 40% de los productores tienen acceso a un adecuado proceso de beneficio y secado. Colombia ha sido pionera en la innovación de procesos y prácticas de producción, incluyendo algunas que son amigables con el medio ambiente. No obstante, ha sido difícil, en especial en estos momentos de crisis, continuar proveyendo toda la infraestructura necesaria para proseguir con este proceso. La productividad del café ha aumentado en un 100% en los últimos 30 años, pero se ha mantenido prácticamente constante durante la última década. A finales de los 90's se presentó una preocupante disminución en la productividad, que ha sido revertida en los primeros 2 años de esta década. Colombia tiene un sofisticado sistema de mercadeo interno que opera a través de diferentes canales y que le ofrece al productor un considerable número de oportunidades al momento de vender la cosecha. En muchos casos, aunque no siempre, el productor no está a merced de un solo comprador. La evidencia muestra claramente como los costos de mercadeo, así como los márgenes, varían significativamente entre regiones. Así mismo la presencia de las cooperativas de caficultores es determinante para la fijación de un precio competitivo por parte del mercado. La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNCC) tiene la responsabilidad de garantizar un precio justo a los productores, y de garantizar la compra de todo el café ofrecido *

Informe No. 24600-CO del Banco Mundial. Washington, agosto de 2002

1 Cafés especiales es el nombre con el que se conocen distintos tipos de cafés con características particulares de acuerdo a sus propiedades físicas, su apariencia sensorial y sus prácticas culturales de siembra, recolección, lavado y secado. Debido a que estos cafés mantienen una consistencia en sus características y tienen una oferta limitada, obtienen una prima adicional sobre el precio del café convencional.

⁶⁹Banco Mundial. Washington. (2003). informe banco mundial. Recuperado de <http://incp.org.co/Site/publicaciones/info/archivos/Boletin-PIB17112017.pdf>

7.1.2 DULCES ORGANICOS A NIVEL MUNICIPAL

El Valle del Cauca se encuentra en pleno desarrollo de la Estrategia Nacional de Café Colombiano certificado 100 % Sostenible, incorporando como línea base para la producción de cafés especiales la verificación 4C.

Dentro del concepto de Cafés Especiales en nuestro Departamento se vienen desarrollando programas de certificación y verificación en sellos y normas, que buscan proteger el medio ambiente y mejorar la calidad de vida de nuestros caficultores. Con estos programas se observan cambios significativos en el compromiso de los caficultores por la Calidad del Café; así como el mejoramiento en cada una de las prácticas que se realizan en pos de obtener un café de Calidad consistente en taza. Dichos cambios se perciben desde la toma de decisiones a la hora de renovar los cafetales, ya que los Caficultores son más conscientes respecto a la adopción de variedades resistentes, la construcción de sus propios germinadores y almácigos para asegurar la calidad de los colinos que va a sembrar en su finca, de igual manera en las etapas siguientes de fertilización, cosecha, beneficio, selección y empaque.⁷⁰

Otro aspecto a resaltar es la concientización de nuestros caficultores por la defensa y el cuidado del medio ambiente, como parte fundamental de la sostenibilidad de la actividad cafetera, puesto que se hace más notorio el hecho de que ya reconocen las especies de aves y de árboles nativos, así como que velan por su conservación; se vislumbra entonces un equilibrio entre lo económico, lo ecológico y lo social, aspecto fundamental para las certificaciones.

Para fomentar lo anterior, el Comité realiza diversas actividades, entre ellas la realización de los Concursos Departamentales de Calidad de Café, la participación

⁷⁰ CAFÉ SOSTENIBLE. (marzo 10-2010). Memorias del seminario internacional. Recuperado de https://www.federaciondefcafeteros.org/static/files/memorias_cafe_sostenible_2010.pdf

en concursos como Taza de la Excelencia y Rainforest Alliance. Así mismo, participamos en ferias nacionales e internacionales de cafés especiales.⁷¹

7.1.3 DULCES ORGANICOS A NIVEL INTERNACIONAL

En la última década se observan tasas moderadas de crecimiento en la producción mundial de café a diferencia de lo que fueron las dos décadas previas a ésta. Los datos revelan que las mayores tasas de crecimiento, en los últimos cinco ciclos se encuentran en los países asiáticos, Vietnam y Malasia. En América los países que reflejan las mayores tasas son Colombia, Honduras y Perú, por lo tanto, se esperaría que estos países de América junto con los asiáticos antes mencionados continúen con estas tendencias. Adicionalmente, en los últimos cinco ciclos se observa que el mayor crecimiento del consumo proviene de países como Filipinas, Canadá y Rusia, y que la Unión Europea empieza a estabilizar el aumento en el consumo, mismo que se mostró creciente en la década pasada. La frecuente volatilidad en los precios del café ha tenido consecuencias importantes para el comercio mundial de este cultivo. Las continuas bajas en los precios han afectado gravemente a los ingresos de todos los cafetaleros, no obstante, lo anterior, los pequeños productores resienten más dichas variaciones debido a que se ven sujetos a los precios que establecen los especuladores que comercializan el cultivo. En general, diversos factores económicos tales como los costos de producción, los precios internacionales y los cambios climatológicos, alteran la estructura del mercado mundial del café.

A nivel mundial la producción de café ha crecido 73% entre 1980 y 2014. El café robusto ha tenido mayor crecimiento que el arábica, con tasas de 194% y 30% respectivamente. Actualmente la producción de café arábica representa.⁷²

⁷¹ COMITÉ DEPARTAMENTAL DE CAFETEROS. (2018). Comercialización del café colombiano. Recuperado de <https://www.federaciondefeteros.org/static/files/Huila3.pdf>

Alrededor del 55% de la producción mundial y la de robusta compone el resto. En la década de los años ochenta, el café arábico llegó a representar el 80% de la producción total, sin embargo, la producción de este tipo de café ha crecido proporcionalmente menos que la de robusta. Por las características específicas en la forma de cultivarse, alrededor de 70% la producción mundial de café proviene de pequeñas explotaciones familiares con superficies menores a 10 hectáreas, y de estas el 70% se cultiva en unidades de menos de 5 hectáreas. Aunado a lo anterior, las características del cafeto dificultan la mecanización para la recolección del café, por lo que en su mayoría la cosecha es manual, empleando aproximadamente a 125 millones de personas en el mundo. La producción actual de café se concentra en un reducido número de países. A nivel mundial, la estimación para el ciclo 2014/15 del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, por sus siglas en inglés) es de una cosecha de 8.9 millones de toneladas de café arábica y robusta, de la cuales el 67% se encuentra en cuatro países: Brasil contribuye con el 33%, Vietnam con el 20%, Colombia con el 8% e Indonesia con el 6 por ciento. Se espera que México contribuya con el 2.6% de la producción mundial para el ciclo 2014/15, para ubicarse como el décimo productor.⁷³

⁷² EL MERCADO MUNDIAL. (2018). federación de cafetero. Recuperado de <https://www.federaciondefeteros.org/static/files/el%20mercado%20mundial%20de%20los%20cafes%20arabicos%20lavados.pdf>

⁷³ EL MERCADO MUNDIAL. (2018). federación de cafetero. Recuperado de <https://www.federaciondefeteros.org/static/files/el%20mercado%20mundial%20de%20los%20cafes%20arabicos%20lavados.pdf>

Matriz De Evaluación De Competidores

Uno de los mayores competidores para nuestra empresa sería la dulcería Quilichao ya que está consolidada como una de las dulcerías con mayor variedad en pasa bocas de la región su larga trayectoria y experiencia es una gran ventaja a su favor, puesto que lleva años en el mercado de los dulces en Santander de Quilichao por su calidad en productos y el mejor manjar blanco de Santander.

Pero esto no será impedimento para nuestra empresa porque entraremos al mercado con ideas nuevas y con un producto que hasta ahora no hemos visto; en donde ofreceremos un ingrediente saludable en la canasta familiar de muchos hogares y al público en general.

Dulcería Quilichao, alimentos - dulces y chocolates, Santander de Quilichao

Tabla 16. Matriz de evaluación de competidores

Nombre		Dulcería Quilichao	
Tipo Producto		Pasa bocas y dulces variados	
Descripción (localización, diferenciación, posicionamiento, etc.):			
PRODUCTOS O SERVICIOS DE LA COMPETENCIA	PRECIO PROMEDIO DE LA INDUSTRIA	TIPO DE CLIENTE	
Elaboración y comercialización Pasa bocas y dulces variados.	\$8.000 unidad (dulce normal) Nota: dependiendo del producto y su tamaño, así mismo es el valor.	Todo tipo de cliente	
Participación en el mercado: Media			
Estrategias de comercialización, distribución y difusión: a través de internet, volantes, prensas locales.			
Nota: es importante resaltar que debido al tiempo que lleva en el mercado, no necesita mucha publicidad, puesto que es muy conocido y apetecido por muchos			

consumidores; lo cual es una gran ventaja que tiene a su favor, siendo una gran competencia para nuestra empresa “Tierra de Café”.

Fortalezas:

- Debido a su larga trayectoria en el mercado y su marca lo hacen muy apetecido.
- Su buena calidad y variación en los productos hacen de ella un ingrediente deseable en los diferentes eventos o tradiciones existentes en la ciudad.
- Excelente calidad en el servicio
- Debido a su tiempo establecido en el mercado, ha generado confianza y credibilidad en el sector comercial de los dulces de manjar blanco.

Debilidades:

- La incursión al mercado de una nueva e innovadora empresa de dulces, con precios más favorables en el mercado.
- Debido a la falta de información sobre los productos que ofrece, no es posible que sea reconocida fuera del mercado local.
- Es sabido que algunas veces el mercado puede sufrir diferentes cambios, debido a la inflación o por la subida o bajada del dólar, por las fluctuaciones que en algunas ocasiones se presentan en los intereses etc., lo cual hace que la economía se altere y por ende muchas empresas comerciales y el mismo mercado entren en recepción económica, lo cual puede generar la alteración en la oferta y la demanda de los productos.
- Posicionamiento en el mercado.

Fuente: elaboración propia

7.2 ANÁLISIS DEL MERCADO – DEMANDA

7.2.1 ESTRUCTURA DEL MERCADO REGIONAL

La estructura económica del municipio está soportada en los tres sectores: económicos, agropecuario, manufacturero y de servicios. Sobresalen los subsectores agrícola y pecuario por el cultivo de la caña y la ganadería extensiva, el industrial por instalación de algunas empresas por Ley Páez y en el sector de servicios en el comercio formal e informal por ser Santander centro de intermediación para la distribución de bienes y servicios.

El municipio se encuentra cerca de Cali, Buenaventura y Popayán y otros centros de gran actividad económica y su real red vial es aceptable lo que facilita el impulso de las inversiones. Las comunicaciones están también al alcance de las zonas y en la parte urbana se cuenta con la tecnología adecuada.

Básicamente la economía del municipio de Santander proviene en buena parte del sector primario de vocación agropecuaria donde el café, la caña de azúcar y la yuca entre otros son renglones de gran importancia que generan ingresos a los agricultores.⁷⁴

7.2.2 MERCADO OBJETIVO

Este es un producto que puede ser consumido a nivel general, hogares, restaurantes (como pasa boca), oficinas, niños desde los 10 años de edad como también los adultos mayores hasta los 64 años de edad, pero de forma moderada. Amas de casa de todas las edades que tengan ingresos económicos regulares,

⁷⁴SISTEMA ECONOMICO. (2018). características económicas en el contexto. Recuperado de regionalhttp://crc.gov.co/files/conocimientoambiental/pot/santander/3.%20sistema%20%20economico.pdf

que brinden a sus familias una alimentación de calidad libre de químicos, garantizando su bienestar físico.⁷⁵

7.2.3 SEGMENTO O NICHOS DE MERCADO POTENCIAL

Se define que el nicho de mercado potencial son las personas habitantes de Santander de Quilichao, mayores de edad, entre estratos socioeconómicos 2, 3 y 4 quienes demandan el consumo de dulce de café orgánico, por su textura y esquisito sabor. Además, llega incursionando en el mercado con precios y presentaciones que son de fácil adquisición al público.⁷⁶

7.3 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

7.3.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para efectuar la encuesta a las personas, habitantes del municipio de Santander de Quilichao, se estableció el tamaño de la muestra que representaría una media de los posibles compradores.

Tabla 17. Formula

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(e)^2 \cdot [N-1] + (Z)^2 \cdot P \cdot Q}$$

Fuente: Jany Castro, José Nicolás. Investigación de Mercados

NOTA: Se aplica El nivel de Confianza del 91% que es igual a 1,7 y el Error del 9% = 0,09, argumentado bajo el libro metodología de la investigación por Cesar Bernal, Tercera edición Pearson educación, Colombia, 2010. Página 164 ISBN 978-958-699-128-5. **Donde Se define que el error de estimación E (diferencia**

⁷⁵ DANE. (9 de diciembre de 2016). Encuesta anual manufacturera. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2015.pdf

⁷⁶ DANE. (9 de diciembre de 2016). Encuesta anual manufacturera. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2015.pdf

máxima entre la media muestral y la media poblacional que está dispuesto a aceptar el investigador, dependiendo del nivel de confianza (valores Z). En investigación científica, al error de estimación E se le asignan valores menores o iguales a 10% en relación inversa con los valores de Z.⁷⁷

El número de la muestra poblacional a la que se le aplica la encuesta está bajo los parámetros que la estadística permite como rango.

Tabla nivel de confianza

NIVEL DE CONFIANZA	NIVEL DE ERROR	VARIANZA
90%	10%	1,62
91%	9%	1,71
92%	8%	1,79
93%	7%	1,85
94%	6%	1,9
95%	5%	1,96
96%	4%	2,12
97%	3%	2,25
98%	2%	2,38
99%	1%	2,58

Fuente: Ciro Martínez Bencardino. estadística y muestreo

Tabla 18. Datos

N=	11830	P=	0,50
Z=	1,70	Q=	0,50
e=	0,09		

Fuente: Jany Castro, José Nicolás. Investigación de Mercados

A continuación:

Se toma una muestra de la población de Santander de Quilichao teniendo en cuenta la distribución de la población Sisben III por edades, estrato y zona urbana, de la información suministrada por la secretaria de salud municipal del corte de

⁷⁷ BERNAL, CÉSAR A. (2010). Metodología de la investigación.: Editorial Mexicana.

mayo del 2016.⁷⁸ De la cual se extrae el número de habitantes, pertenecientes a los estratos 2, 3, 4 y 5, entre edades de 20 a más de 65.

Tabla 19. Muestra de población en Santander de Quilichao

EDAD	ESTRATO ZONA URBANA				TOTAL
	2	3	4	5	
De 20 a mas de 65	8881	2929	16	4	11830

Fuente: Secretaria de salud de Santander de Quilichao.

Se calcula:

Tabla 20. Formula

n=	$\frac{8547,175}{96,54}$	=	89
----	--------------------------	---	----

Fuente: elaboración propia

Delimitación de encuestas por zona: esta se realizó a los habitantes del municipio de Santander de Quilichao, pertenecientes a los estratos 2, 3, 4 y 5, las cuales se realizaron en las principales zonas del municipio de la siguiente manera:

Tabla 21. Delimitación de encuestas por zona

LUGARES DE APLICACIÓN DE LA ENCUESTA	PROM	% PARTICIPACIÓN	MUE	N° DE ENCUESTAS X LUGAR
Centro	43	0,35	89	31
Zonas estratos 2 y 3	80	0,65	89	58
		0,00	89	0
		0,00	89	0
	0	0,00	89	0
	123			89

Fuente: Jany Castro, José Nicolás. Investigación de Mercados

⁷⁸ (2016). [Estadísticas Sisben III]. Recuperado de SECRETARIA DE SALUD

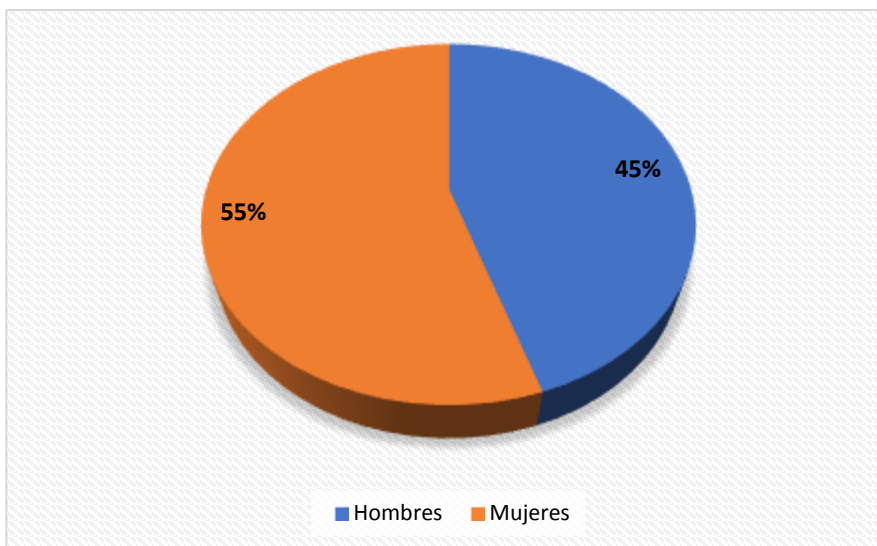
7.3.2 TABULACIÓN DE ENCUESTAS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE DULCE DE CAFÉ ORAGNICO EN SANTANDER DE QUILICHAO

A continuación, se muestran los resultados de la encuesta dirigida al consumidor final, integrada por 13 preguntas, con el objetivo de recopilar información del mercado de dulces de café orgánico.

Pregunta 1 de la encuesta

La grafica nos indica el número de personas que contestaron la encuesta, dividida por género.

Gráfico 4. Genero



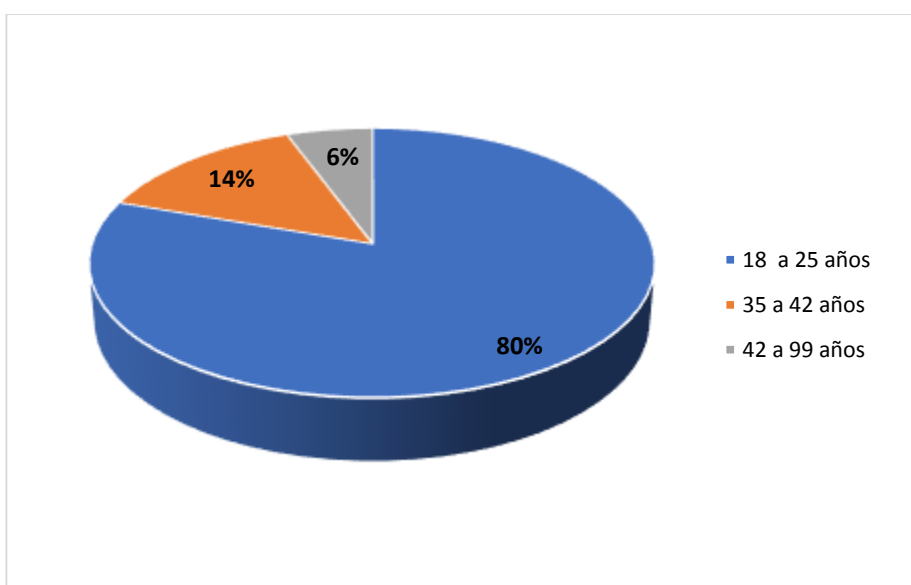
Fuente: elaboración propia

- **Análisis:** se contempla, que las personas a quienes fue aplicada la encuesta, en su mayoría fueron mujeres, representados en un 55% y el 45% fueron hombres, quienes eligieron las opciones acerca de sus gustos y preferencias a la hora de consumir dulces para su alimentación.

Pregunta 2 De La Encuesta

La grafica nos muestra las edades distribuidas desde 18 a más de 99 años para la totalidad de personas encuestadas.

Gráfico 5. Edades



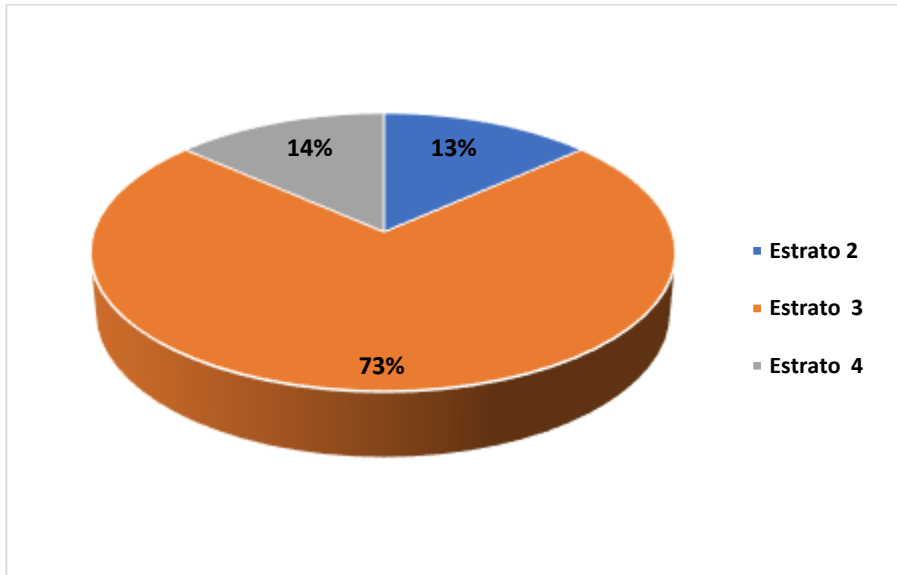
Fuente: elaboración propia

- **Análisis:** se aprecia en los resultados de la gráfica que los posibles consumidores son personas jóvenes entre edades de 18 a 25 años, indicándonos que llegarían a ser nuestro principal nicho de mercado.

Pregunta 3 De La Encuesta

La gráfica nos indica los estratos socioeconómicos pertenecientes a hombres y mujeres encuestados.

Gráfico 6. Estrato socioeconómico



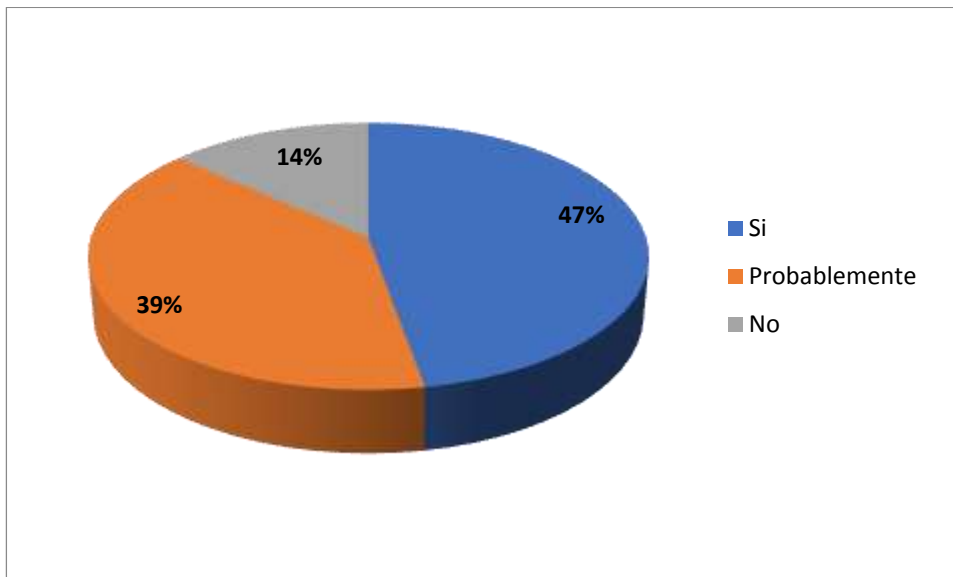
Fuente: elaboración propia

- **Análisis:** se puede evidenciar que en mayor porcentaje las personas que contestaron la encuesta son población con alto poder adquisitivo, representados en estratos tres y cuatro.

Pregunta 4 De La Encuesta

La grafica nos muestra el porcentaje poblacional de habitantes Quilichagueños que han consumido café orgánico.

Gráfico 7. Habitantes que consumen café orgánico



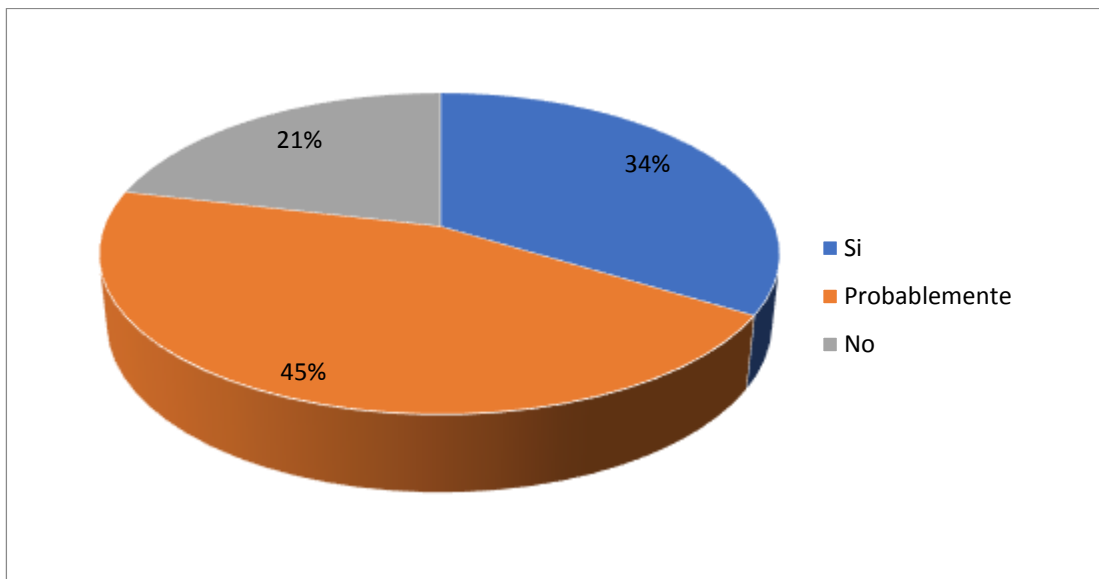
Fuente: elaboración propia

- **Análisis:** se obtiene como resultado que la mayoría de las personas conocen del café orgánico, esto permite intuir que su comercialización, visto desde este punto es viable para la producción de productos a base de él.

Pregunta 5 De La Encuesta

La grafica nos indica el número de personas que han comprado productos orgánicos para su alimentación.

Gráfico 8. Personas que han comprado productos orgánicos



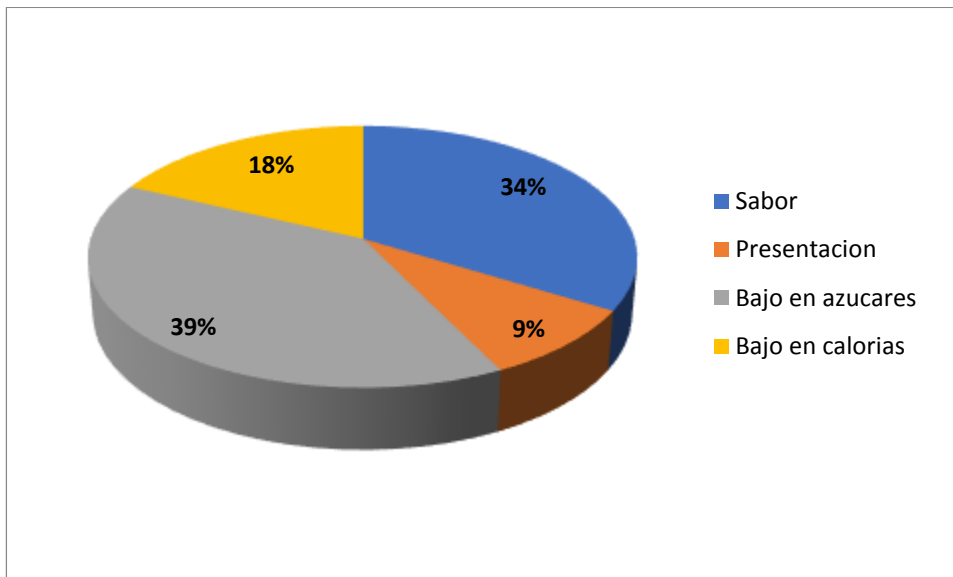
Fuente: elaboración propia

Análisis: la gráfica nos arroja como resultado que el 34% de las personas si compran productos de origen orgánico y con un 45%, probablemente los han adquirido, lo que permite intuir que las personas aprueban esta clase de alimentos en su canasta familiar sirviendo como objetivo para la producción de dulce de café orgánico en Santander de Quilichao.

Pregunta 6 De La Encuesta

La grafica indica las características que buscan las personas a la hora de consumir alimentos orgánicos.

Gráfico 9. Características de alimentos orgánicos



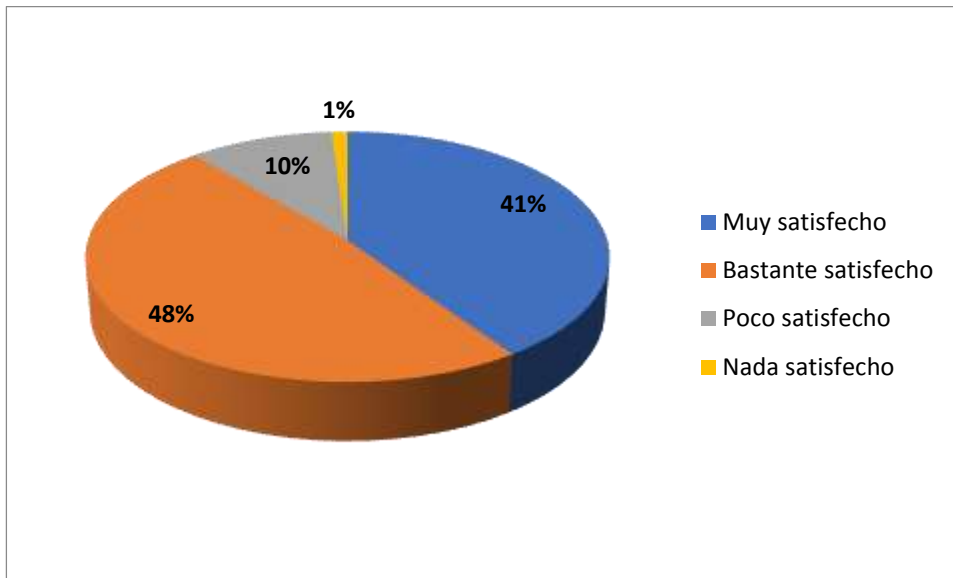
Fuente: elaboración propia

Análisis: se evidencia que el factor con mayor porcentaje, es el de bajo en azúcares, para los productos alimenticios orgánicos consumidos por las personas encuestadas, esto permite identificar para el plan de producción una característica en la elaboración del dulce de café orgánico, usando como valor agregado endulzante en stevia.

Pregunta 7 De La Encuesta

La siguiente grafica indica el nivel de satisfacción de las personas, al consumir productos a base de café.

Gráfico 10. Nivel de satisfacción



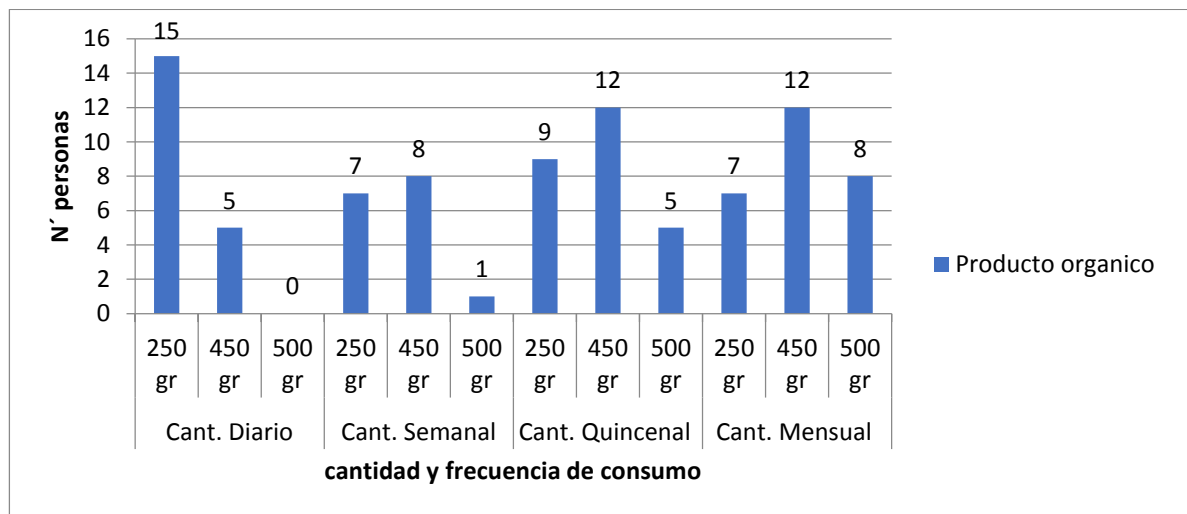
Fuente: elaboración propia

Análisis: los resultados muestran que la mayor parte de las personas encuestadas se encuentran bastante satisfechas y muy satisfechos representados en un 89%, permitiendo vislumbrar que la comercialización del producto de dulce de café de la empresa a crear, tendrán gran acogida.

Pregunta 8 De La Encuesta

La grafica muestra la frecuencia y cantidad de producto orgánico que consumen y compran las personas encuestadas.

Gráfico 11. Frecuencia y cantidad



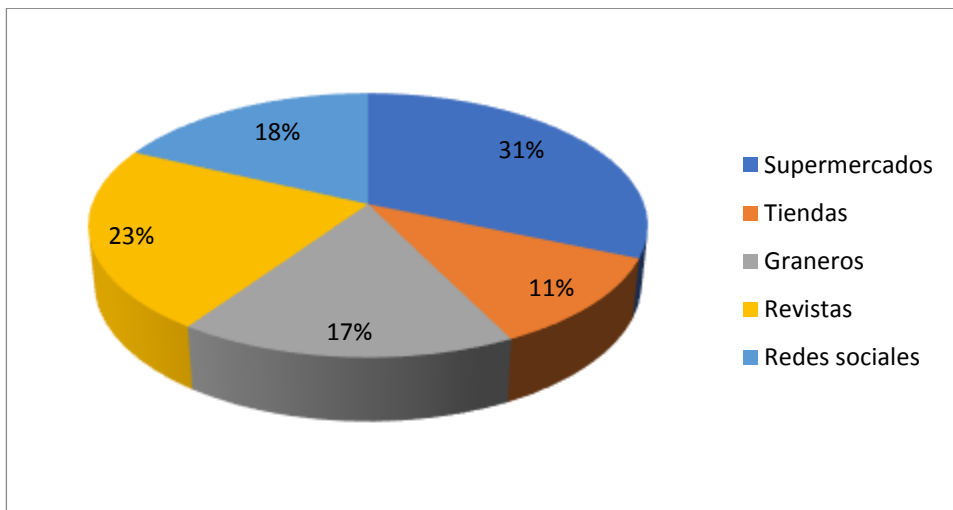
Fuente: elaboración propia

Análisis: se puede observar de los resultados de la gráfica que a nivel diario, quincenal y mensual existe más frecuencia de compra y consumo de los productos orgánicos, por lo tanto, conocer la demanda permite hacer un cronograma detallado, de actividades en el plan de producción.

Pregunta 9 De La Encuesta

La siguiente grafica indica los lugares donde compran los productos orgánicos las personas que contestaron la encuesta.

Gráfico 12. Lugares de compra de producto orgánico



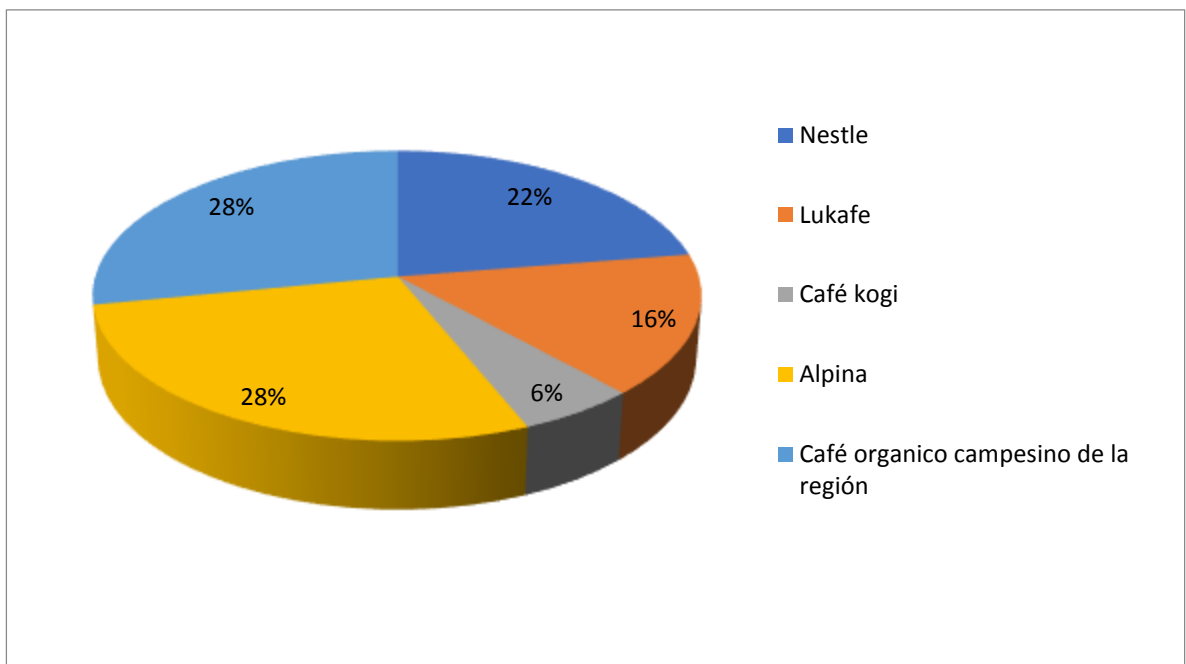
Fuente: elaboración propia

Análisis: en los resultados arrojados por la gráfica, se evidencia que los puntos de venta de mayor adquisición para los productos orgánicos, son en supermercados y revistas siendo puntos objetivos para tener en cuenta a la hora de conformar las estrategias en el plan de mercado.

Pregunta 10 De La Encuesta

La siguiente grafica muestra las empresas que poseen en su portafolio de productos, dulce a base de café y café orgánico.

Gráfico 13. Competencia



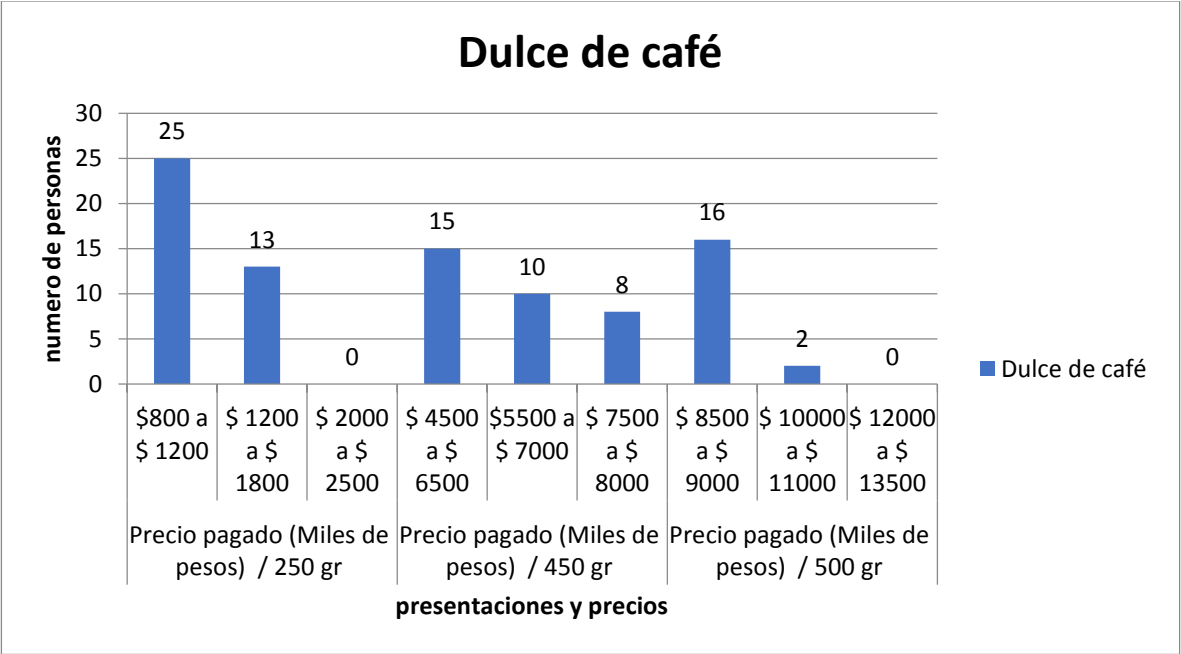
Fuente: elaboración propia

Análisis: se puede concluir de la gráfica que los mayores porcentajes se presentan en empresas alpinas y Nestlé, de productos de dulcería y café, por otra parte, se observa que un posible competidor directo son los pequeños productores de café orgánico campesino de la región, puntos que se tendrán en cuenta en el plan de mercado.

Pregunta 11 De La Encuesta

La siguiente grafica muestra cuanto es lo máximo que han pagado las personas por la compra de dulce de café, en las diferentes presentaciones y precios.

Gráfico 14. Máximo pago por el producto



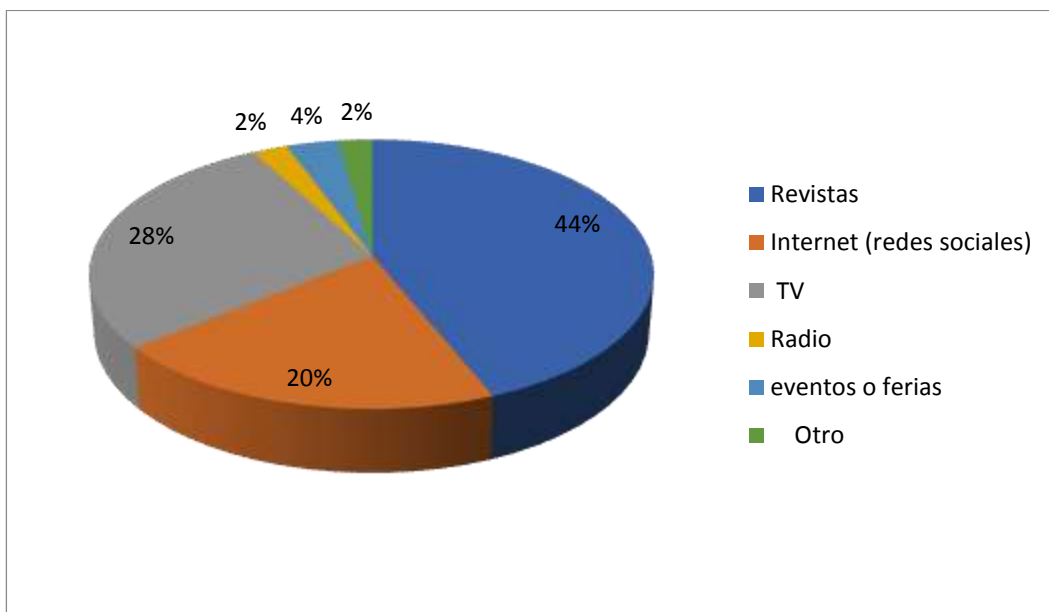
Fuente: elaboración propia

Análisis: se puede observar que la compra de dulce de café es mayor en la presentación de 250g ya que los precios son más asequibles para las personas, por otra parte, en la presentación de 500 gr, también se observa que gran parte de los encuestados tienden a comprar el producto en esta cantidad en precios moderados.

Pregunta 12 De La Encuesta

Esta grafica indica los diferentes medios de publicidad en relación con las promociones y descuentos en los productos de dulce de café.

Gráfico 15. Medios de publicidad



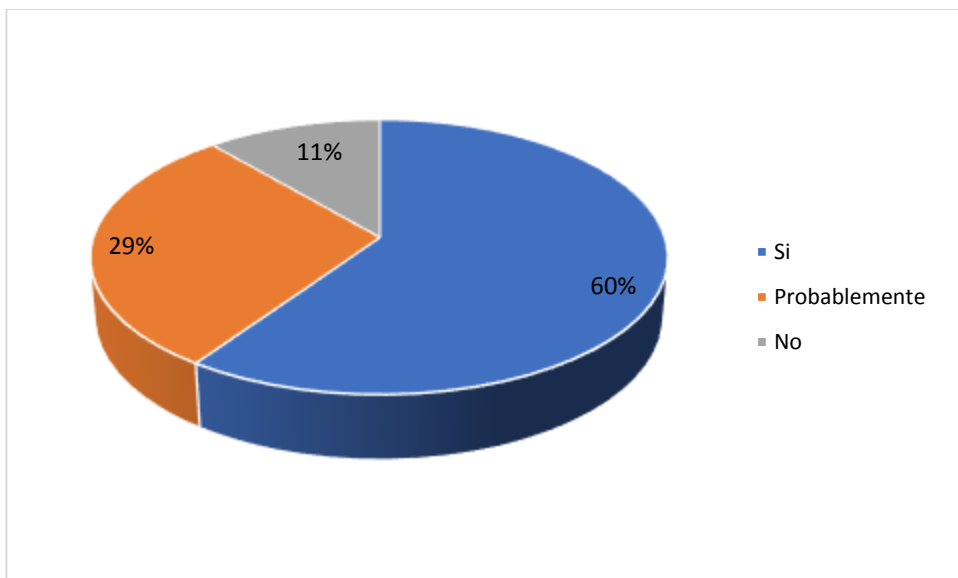
Fuente: elaboración propia

Análisis: los resultados arrojan que el medio de publicidad con mayor influencia por las personas que adquieren los productos de dulce de café son las revistas seguido de internet (redes sociales) que representan medios masivos, que servirán de apoyo para el lanzamiento del producto de dulce de café para la creación de la empresa.

Pregunta 13 De La Encuesta

La siguiente grafica indica cual es el grado de aceptación que tienen las personas de Santander de Quilichao hacia la creación de un nuevo producto de dulce, elaborado a base de café orgánico.

Gráfico 16. Nivel de aceptación



Fuente: elaboración propia

Análisis: se concluye que la mayoría de la población encuestada en Santander de Quilichao, representada en el 60%, aceptan la creación de un nuevo producto elaborado orgánicamente, lo que permite intuir que la empresa productora de dulce café desde este punto es viable.

7.3.2 DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial se obtiene a partir de las siguientes variables: población objeto final de 11.830 personas mayores de edad, ubicados en los estratos socioeconómicos 2, 3, 4, 5, teniendo en cuenta la información suministrada en las estadísticas del Sisben III por la secretaria de salud. La muestra se multiplica por el porcentaje de aceptación representado en el 60%, resultado de la pregunta 13 de la encuesta.

Tabla 22. Demanda potencial

RESULTADOS ENCUESTA	
Poblacion objeto=	11830
%de si compra=	47%
poblacion objeto 1 =	5560
% de si me compraria=	60%
Demanda potencial:	3336

Fuente: plantilla financiera para emprendimientos, 2017

Se procede a hallar la demanda potencial del producto, aplicando los datos obtenidos por la encuesta, en la frecuencia semanal, quincenal y mensual, donde finalmente son sumados los resultados obtenidos.

Tabla 23. Demanda potencial del producto

PRODUCTOS	CAPACIDAD DE PRODUCCION AL 100%	PROMEDIO DEMANDA COMPETENCIA N°F*A	DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO (N°F*A)	PROYECCION DE VENTAS	CAPACIDAD DE PRODUCCION vs PROYECCION DE VENTAS
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Dulce de café y café organico	13574	33627	38431	20,0% 7686	57%

Fuente: plantilla financiera para emprendimientos, 2017

Se sintetiza de la tabla: el promedio de la demanda de la competencia, la capacidad de producción de la productora de dulce de café orgánico, la demanda potencial total y por consiguiente el porcentaje de la proyección en ventas, que se determinó de la relación entre el proceso de fabricación del producto, los tiempos de la mano de obra y los canales de distribución.

8. PROYECCIÓN DE VENTAS

8.1 ESCENERARIO CONSERVADOR

Se establece un inventario inicial de 13.574 tarros de café de dulce orgánico por 450 gr, estableciendo un 20% de la participación que se desea obtener del mercado, determinando un 2% en stock de inventarios, y finalmente obteniendo una proyección de ventas al año por \$186.233.388 representados en 13.302 tarros de dulce de café orgánico, como se observa en la información de la siguiente tabla:

Tabla 24. Proyección de ventas

PROYECCION DE VENTAS ANUALES							
PRODUCTOS	INVENTARIO INICIAL	STOCK DE INVENTARIOS	UNIDADES VENDIDAS AÑO 1	PRECIO DE VENTA	VENTAS AÑO 1	INVENTARIO FINAL AÑO 1	COSTO INVENTARIO FINAL AÑO 1
Dulce de café y café organico	13574	2,0%	13302	\$ 14.000	\$ 186.233.388	271	\$ 829.751
0	0	0,0%	0	\$ 0	\$ -	0	\$ 0
0	0	0%	0	\$ 0	\$ -	0	\$ 0
0	0	0%	0	\$ 0	\$ -	0	\$ 0
0	0	0%	0	\$ 0	\$ -	0	\$ 0
0	0	0%	0	\$ 0	\$ -	0	\$ 0
TOTAL	13574		13302		\$ 186.233.388	271	\$ 829.751

Fuente: plantilla financiera para emprendimientos, 2017

A continuación se muestra en la tabla, el aumento de las ventas por cada periodo, incrementándose en 3% anualmente, en relación a la investigación del crecimiento de la industria en el sector de la dulcería y el café en Colombia en los últimos 3 años, mostrando como resultado una proyección de las ventas anuales,

representados en millones de pesos, en relación a la proyección de la inflación, suministrada por Bancolombia para los siguientes años, finalmente se observa de los resultados obtenidos que periodo tras periodo las ventas incrementan significativamente.

Tabla 25. Proyección de ventas con inflación

AÑO	% INCREMENTO DE VENTAS	PROYECCION DE LA INFLACION	VENTAS ANUALES	VENTAS + INFLACION X AÑO	INVENTARIO FINAL
1		0	\$ 186.233.388	\$ 186.233.388	\$ 829.751
2	3%	3,4%	\$ 191.820.389	\$ 198.342.282	\$ 857.962
3	6%	3,1%	\$ 203.329.613	\$ 209.632.831	\$ 884.559
4	9%	3,2%	\$ 221.629.278	\$ 228.610.600	\$ 912.423
5	12%	3,0%	\$ 248.224.791	\$ 255.671.535	\$ 939.795

Fuente: plantilla financiera para emprendimientos, 2017

En la siguiente tabla se muestra las cantidades de tarros de 450 gr de dulce de café orgánico proyectado por cada periodo, teniendo en cuenta la demanda total de 13.574 tarros de dulce y se analiza que los mayores porcentajes son durante los meses de octubre, noviembre y diciembre, abarcando el 30% de las ventas durante estos periodos.

Tabla 26. Proyección de ventas mensuales

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
(%)PROYECCION DE VENTAS MENSUAL	6%	7%	8%	8%	8%	8%
Dulce de café y café org	798	931	1064	1064	1064	1064

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS AÑO 1	DEMANDA CALCULADA
8%	8%	9%	10%	10%	10%	100%	
1064	1064	1197	1330	1330	1330	13302	13302

Fuente: plantilla financiera para emprendimientos, 2017

8. ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN DE VENTAS EN UN ESCENARIO POSITIVO

Tabla 24. proyección de ventas: Se establece un inventario inicial de **13574** tarros de café de dulce orgánico por 450 gr, y se determina que un 2% quedara en stock de inventarios, por otra parte, se incrementó el precio de venta \$150000 la unidad obteniendo una proyección de ventas al año por **\$199.535.772** representados en tarros de dulce de café orgánico, bajo un escenario positivo.

Tabla 25. Proyección de ventas con inflación: En la siguiente tabla se muestra las cantidades de tarros de 450 gr de dulce de café orgánico proyectado por cada periodo, teniendo en cuenta la demanda total de 13.574 tarros de dulce y se analiza que los mayores porcentajes son durante los meses de octubre, noviembre y diciembre, abarcando el 30% de las ventas durante estos periodos, bajo un escenario positivo.

8.1 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

8.1.1 PENETRACIÓN DEL MERCADO

Buscar alianzas con demás caficultores orgánicos de la región para expandir la comercialización de este producto transformado hacia diferentes lugares del país.

Ser proveedor de dulce de café para tiendas de cadena, súper mercados, graneros y diferentes establecimientos que ayuden a la expansión y comercialización del dulce.

8.1.2 DESARROLLO DEL MERCADO

La formulación y aplicación de políticas sectoriales coherentes, que estimulen la actividad empresarial y sean compatibles con ella.

La creación de un entorno institucional adecuado, que haga posible el surgimiento de actividades que compitan con el café.

El aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el nuevo contexto.

8.1.3 DESARROLLO DE PRODUCTO

La identificación de usos alternativos para el café verde orgánico es esencial para poder mantener lo más altas posibles y por más tiempo las primas que le reconoce actualmente el mercado internacional a este producto.

Otro aspecto a considerar en la comercialización son las Ferias Internacionales, donde se presentan los Cafés Especiales, con material promocional y con muestras físicas para la evaluación de los potenciales clientes.

Enfocar la promoción hacia mercados especializados en productos ecológicos. Especialmente derivados del café.

8.1.4 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

El desarrollo de un sistema de control de calidad para la aplicación en los procesos que se llevaran a cabo para la elaboración del producto, primordialmente tendrá enfoque en capacitar a los empleados para que tengan conciencia de brindar apoyo oportuno en cada proceso para que sea posible mantener los mejores estándares de calidad y hacia darle plena satisfacción a los clientes quienes son prioridad para el crecimiento de la empresa.

8.2 MISION

La empresa Tierras de café, busca contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de las personas a través de su producto dulce de café orgánico empleando a gente del sector campesino y ofrecer más apoyo en la producción asistencia técnica y comercialización del producto a través de la producción de café orgánico de excelente calidad para la satisfacción plena de los clientes, esta organización en permanente crecimiento, constituida por personas con un claro compromiso para facilitar que nuestros clientes adopten una forma de vida sana y respetuosa con el medio ambiente donde su necesidad de consumo consiente y racional se oriente hacia los alimentos y productos procedentes de la agricultura orgánica, ecológica o biológica, así como de procesos limpios de transformación de alimentos.

8.2.1 VISIÓN

Para el año 2023, nuestra empresa Tierra De Café posicionarla como la marca líder del DULCE DE CAFÉ ORGÁNICO en la región, apoyando el fortalecimiento de las empresas del sector en la incorporación de tecnología de punta, talento humano calificado y prácticas ambientalmente sanas que le permitan ser conocida en el mercado nacional e internacional por la comercialización de una marca única de productos innovadores, en donde también contribuirá al bienestar social de la ciudad en procura de una mejor calidad de vida.

8.2.2. VALORES

- **Sostenibilidad**

Es la razón de ser de la empresa tierras de café, ya que consiste en cuidar la integridad física del ser humano en una sana convivencia con el medio ambiente.

- **Respeto**

Es el valor primordial que define el éxito de nuestra empresa tierra de café ya que nuestra labor está orientada para que nuestros consumidores adopten un estilo de vida sana y respetuosa con el medio ambiente.

- **Responsabilidad**

Tierras de café tiene como elemento clave la responsabilidad y un alto compromiso de calidad y servicios hacia sus clientes y consumidores.

- **Innovación**

Tierras de café se caracteriza por su espíritu innovador. Por estar a la vanguardia de los avances que respecta al mundo orgánico, se diferencia porque conoce los principios ecológicos y actúa en coherencia con ellos.

- **Incondicionalidad**

A pesar de los cambios sociales para la empresa tierra de café es vital acompañar y asesorar a sus clientes consumidores y proveedores por ello cuenta con personal capacitado y apto para servirles de gran agrado.

8.3 GRUPO EMPRENDEDOR

Personas que han integrado al emprendedor desde su experiencia laboral, académica y personal, permitiendo el desarrollo y la búsqueda de información para el plan de negocios en la creación de la empresa elaboradora de dulce de café.

- Capacidad de comunicación con cualquier tipo de persona
- Conocimientos adquiridos como estudiante de administración de empresas en la universidad del valle, sede norte del cauca.
- Obtención de fortalezas y aprendizaje para la puesta en marcha de una empresa gracias a la investigación realizada.
- Conocimientos adquiridos como estudiante de administración de empresas en la universidad del valle, sede norte del cauca

8.3.1 EXPERIENCIA

Principalmente se da el surgimiento de esta idea gracias a amistades campesinas de la región con conocimientos en los temas de sembrado orgánico, quienes tienen familiaridad con el negocio y el tema de la comercialización de productos, por otra parte, se cuenta con personas con experiencia en la transformación del café para la elaboración de dulce de café orgánico.

8.3.2 CONOCIMIENTOS

Área administrativa: en la realización de este proyecto se pueden aprender muchos temas que vienen a colación para la creación de empresa ya que se hacen investigaciones sobre sobre muchos campos con el objetivo de tener precisión para llevar a cabo la puesta en marcha de esta, como estudiante hay gran enseñanza de como los grandes teóricos con experiencia en administración tienen en cuenta cada punto de los mercados para que cada cosa que se lleve a cabo para la realización de un proyecto sea viable y tenga éxito.

En los sistemas informáticos: se cuenta con conocimientos en sistemas informáticos hacia mismo para el manejo de Excel, gran habilidad y manejo en Word y otros programas para la aplicación y el desarrollo de manejo ofimático.

En el área comercial: gran obtención de conocimientos en los campos de relaciones interpersonales y manejo de clientes, aprendizaje para manejar publicidad adquisidora de conocimiento de manejo de tecnologías e implantación para la gestión de apertura para captar nuevos mercados.

En el sector del dulce de café: de acuerdo al trabajo realizado se adquiere conocimientos de cómo llevar a cabo procesos de elaboración, comercialización el aprendizaje de negociar con clientes y proveedores quienes son importantes para la puesta en marcha de la empresa.

8.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Gráfico 17. Organigrama



Fuente: elaboración propia

8.4.1 MANUAL DE FUNCIONES

8.4.2 PERFIL DEL ADMINISTRADOR

Se procura que este sea un Ejecutivo, competente capaz de planificar, dirigir, organizar y evaluar las actividades entorno a la razón de ser de la empresa, la elaboración de dulce de café orgánico, además es quien representara de forma legal y judicial y establecerá las políticas generales que regirán a la organización, debe ser una persona con conocimientos administrativos.

Funciones del Administrador

- Diseñar y presentar estrategias de ventas
- Realizar y coordinar pedidos por parte de los clientes
- Buscar nuevos clientes y negociaciones
- Coordinar y controlar la ejecución y seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico.
- Participar en reuniones con Asociaciones, Cámaras, Ministerios y demás Instituciones Públicas y Privadas.
- Ejercer la representación legal de la empresa
- Garantizar el cumplimiento de las normas y políticas en toda la organización
- Controlar y evaluar las actividades operacionales y financieras de la empresa
- Coordinar la producción.

8.4.3 PERFIL DEL OPERARIO DE MEZCLA Y COCINADO

Mujer u Hombre con habilidades manuales para llevar a cabo el mezclado de dulce de café, con capacidad de trabajo en equipo que sea puntual y dedicado a sus actividades para el cumplimiento en el número de cantidades de producción requerida para el producto final.

- Funciones del operario mezcla y cocinado
- Inspeccionar que la mezcla este homogénea
- Hacer pruebas de temperatura de cocinado
- Revisar que el tiempo de Cocción sea el estimado

8.4.4 PERFIL DEL OPERARIO ENVASE, SELLADO E INSPECCIÓN

Mujer u Hombre con habilidades en sellado rápido e inspección minuciosa del producto, con capacidad de trabajo en equipo y bajo presión, puntual y dedicado a sus actividades para el cumplimiento en el número de cantidades de producción requerida para el producto final.

Funciones del operario de envase, sellado, e inspección

- Envasar el producto
- Sellar el producto
- Poner etiqueta
- Inspeccionar procesos anteriores

8.5 INTEGRACIÓN DEL PERSONAL

8.5.1 PROCESO DE SELECCIÓN

Requerimientos Generales

Edad: 19– 40

Sexo: no aplica

Estado civil: no aplica

Grado de escolaridad: profesional en administración de empresas

Disponibilidad de tiempo: el requerido por el cargo

- Se delimita la necesidad, es necesario evaluar, cuantas personas se necesitan para que las actividades entorno a la razón de ser de la empresa se realice de manera correcta.
- Se analizará la información registrada en las hojas de vidas de los aspirantes seleccionados y se llamará a la primera entrevista.
- Se verifican los datos y referencias de las hojas de vidas de los candidatos entrevistados para corroborar su veracidad.
- Después de haber seleccionado a nuestro empleado se le realizara una inducción para que conozca y se familiarice con su nuevo puesto de trabajo

8.6 ASPECTOS DE FORMALIDAD

PROCEDIMIENTOS PARA CONFORMAR LA SOCIEDAD

- Determinar el número de socios con los que va a contar la sociedad
- Determinar la vigencia de la sociedad
- Registrar la sociedad por escritura pública
- Redactar los estatutos de la sociedad
- Decidir la razón y el objeto social de la sociedad.
- Determinar el número de socios con los que va a contar la sociedad.
- Determinar el capital mínimo para su constitución.
- Registra la sociedad ante la DIAN, (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) Registra la sociedad en la cámara de comercio

8.7 ASPECTOS AMBIENTALES Y TRIBUTARIOS

8.7.1 ASPECTOS AMBIENTALES

La actividad productiva de la empresa no posee un impacto negativo al medio ambiente, dado a que no emite gases contaminantes y perjudiciales para la

sociedad y el medio ambiente. Esto no quiere decir que la empresa no cuente con prácticas que minimicen dicha afectación.

- En este caso, la empresa posee una serie de actividades que corresponden a la responsabilidad de la misma en este campo, las cuales se resumen en:
- Buen manejo de los residuos sólidos.
- Separación del material reciclable.
- Conservación oportuna de las redes, manejo adecuado de los aparatos eléctricos para
- garantizar un apropiado uso del sistema eléctrico de la empresa.
- Control de plagas y roedores.

ASPECTOS TRIBUTARIOS⁷⁹

En Colombia, las empresas tienen las siguientes cargas fiscales: Impuesto de Renta, Impuesto al Valor Agregado (IVA), ICA, Retención en la Fuente, Impuesto al Patrimonio, Gravamen a los Movimientos Financieros, y Aportes Parafiscales, que, aunque se discute sobre si son tributos o no, si es una carga económica obligatoria para las empresas que tengan empleados contratados laboralmente.

IMPUESTO DE RENTA: Es un impuesto nacional, de carácter anual, el cual grava las utilidades que haya generado la empresa desde el primero (1) de enero hasta el treinta y uno (31) de diciembre de cada año.

IVA: De carácter nacional que grava la venta de bienes muebles, la prestación de servicios, las importaciones y la circulación, venta u operación de juegos de suerte y azar. La tarifa general actualmente es del 19%.

ICA: Es un impuesto de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial y de servicios.

⁷⁹ ENCICLOPEDIA DE LA OIT. (2007). Prevención laboral. Recuperado de <http://www.prevencionlaboral.org/enciclopedia->

RETENCIÓN EN LA FUENTE: No es propiamente un impuesto, lo incluimos, puesto que es realmente un pago anticipado al impuesto de renta.

GRAVAMEN A LOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS: Es un impuesto que grava las transacciones financieras, mediante la disposición de los dineros depositados en cuentas corrientes, de ahorro. La tarifa es del 4 por 1.000 (monto de la transacción multiplicado por 0.004)

IMPUESTO AL PATRIMONIO: Es un impuesto que grava la riqueza de las empresas, entendiendo riqueza como el patrimonio líquido que la compañía tenga el primero (1) de enero de cada año.

9. ANALISIS TÉCNICO

9.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO – FICHA TÉCNICA

Figura 2. Presentación dulce café



Fuente: propia del autor

9.1.1 MATERIA PRIMA DULCE DE CAFÉ ORGÁNICO

- **Café orgánico:** El café orgánico es el tipo de café producido sin la ayuda de sustancias químicas artificiales, como ciertos aditivos, pesticidas y herbicidas.

Se siembra a la sombra de otro tipo de árboles de mayor altura, lo cual proporciona humedad, ésta que ayuda a la producción de un café de alta calidad, con este proceso se busca contribuir a la mejora del suelo, utilizando técnicas que lo hagan más fértil.⁸⁰

- **Leche de vaca:** Leche obtenida directamente de la vaca para ser cocinada, la cual se adquiere de los campesinos oriundos de jámbalo, quienes en la producción de la leche aplican procesos naturales y manuales para la extracción de esta.
- **Endulzante stevia:** La stevia se cultiva de forma intensiva para la fabricación del único edulcorante seguro, natural, y sin riesgos para la salud. Y también para consumirla como planta medicinal por sus propiedades curativas.⁸¹
- **Clavos:** El clavo de olor son los brotes secos de la flor del clavero o árbol del clavo, empiezan siendo de un color pálido que se torna verdoso y después toman un color rojizo brillante, en ese momento los clavos están listos para ser recolectados, antes de que se abran. Después se ponen a secar al sol (o en cámaras de aire caliente) durante unos tres días, hasta que pierdan más de la mitad de su peso inicial, entonces adquieren el color oscuro que les caracteriza.⁸²
- **Canela:** especie utilizada para dar sabor y aroma en gran cantidad de platos, se caracteriza como un ingrediente especial para la preparación de dulces, postres y otros pasa bocas.

⁸⁰ BAQUE CAFÉ. (03 de abril de 2018). Especialistas en café. Recuperado de <http://www.baque.com/es/blog/que-es-cafe-organico>

⁸¹ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA. (2018). Qué es la stevia. Recuperado de <http://www.stevia-asociacion.com/>

⁸² . (01 de febrero de 2009). GASTROMIA. Recuperado de <https://gastronomiaycia.republica.com/2009/02/01/clavos-de-olor>

- **Tarrina de plástico:** Las tarrinas, comúnmente utilizadas para el sector alimenticio, son ideales para envasar sólidos y líquidos, y cuentan con un excelente desempeño en microondas; lo que las hace muy útiles y versátiles.⁸³
- **Etiqueta de plástico:** rotulo comercial y de marca para identificar el nuevo producto de dulce de café orgánico.

9.2 INVERSIÓN REQUERIDA

Tabla 27. Inversión inicial

INVERSION INICIAL					
CONCEPTO	CANT	VALOR/UNI	INVERSION AÑO	INVERSIÓN AÑO	INVERSION AÑO
MAQUINARIA Y EQUIPO			1	2	3
Maquina selladora de tarros	1	\$ 599.000	\$ 599.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Estufa industrial	1	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ -	\$ -
Ponchera (recipiente)	6	\$ 33.000	\$ 198.000	\$ -	\$ -
Tapers *3	2	\$ 25.000	\$ 50.000	\$ -	\$ -
Salsera Lisa Actualite	3	\$ 11.000	\$ 33.000	\$ -	\$ -
Tina	4	\$ 70.000	\$ 280.000	\$ -	\$ -
Paila	3	\$ 220.000	\$ 660.000	\$ -	\$ -
Juego de ollas por seis	1	\$ 149.000	\$ 149.000	\$ -	\$ -
Cuchara de palo batidora	3	\$ 49.000	\$ 147.000	\$ -	\$ -
set de Cucharas	1	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ -	\$ -
Toallas para cocina	1	\$ 5.800	\$ 5.800	\$ -	\$ -
Mesa para cocina	2	\$ 65.000	\$ 130.000	\$ -	\$ -
Set de Cuchillos	1	\$ 32.000	\$ 32.000	\$ -	\$ -
VALOR MAQUINARIA Y EQUIPO=			\$ 2.795.800	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000

Fuente: elaboración propia

⁸³ ISOPLASTICOS. (2018). Tarros y tarrinas plásticas. Recuperado de <http://www.isoplasticos.com/potes-y-tarrinas-plasticos.html>

Continuación de la tabla 28...

MUBLES Y ENSERES					
Telefono	1	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Celular	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ -	\$ -
Escritorio en madera	1	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ -	\$ -
silla giratoria de oficina	1	\$ 168.000	\$ 168.000	\$ -	\$ -
Comedor rimax * 4 puestos	1	\$ 175.000	\$ 175.000	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VALOR MUEBLES Y ENSERES=			\$ 773.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
EQUIPOS DE COMPUTACION					
Comutador	1	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
impresora	1	\$ 236.000	\$ 236.000	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VALOR EQUIPOS DE COMPUTO=			\$ 1.086.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
OTRAS INVERSIONES					
Escoba	1	\$ 4.000	\$ 4.000	\$ -	\$ -
Trapeador	1	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ -	\$ -
Valde	1	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ -	\$ -
Limpiones	5	\$ 2.000	\$ 10.000	\$ -	\$ -
Productos de limpieza	1	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
VALOR OTRAS INVERSIONES=			\$ 36.000	\$ -	\$ -
INVERSION TOTAL=			\$ 4.690.800	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000

Fuente: elaboración propia

9.3 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

9.3.1 MACRO- LOCALIZACIÓN

La productora de dulce de café orgánico, estará ubicada en el municipio de Santander de Quilichao cauca, limitando al norte con la ciudad de Cali; y al sur con la ciudad de Popayán, principales centros de abastecimiento para la comercialización y distribución de productos.

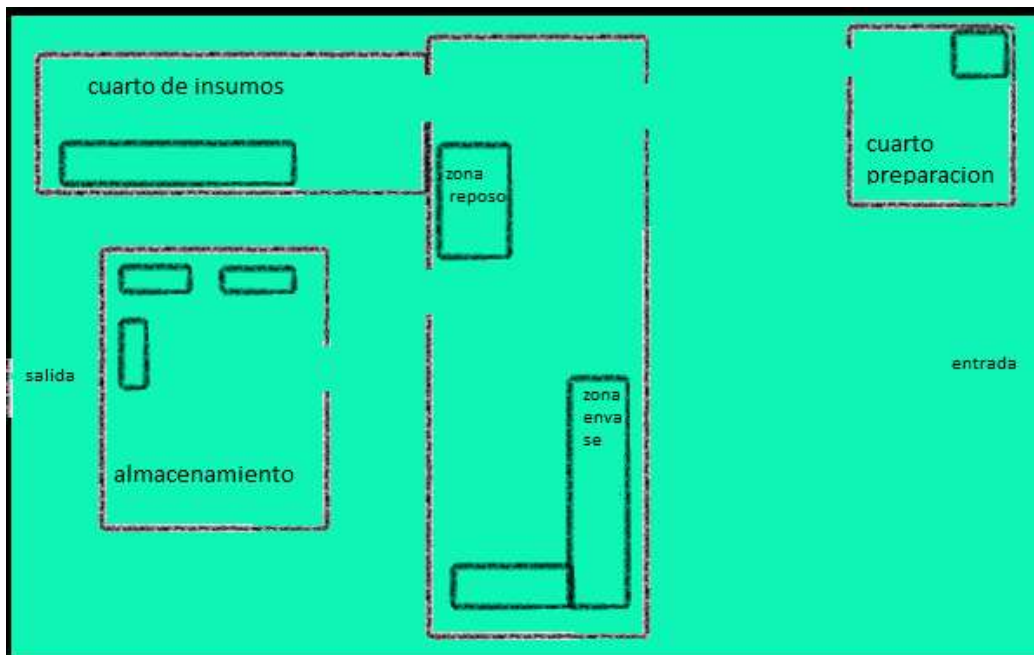
9.3.2 MICRO- LOCALIZACIÓN

La productora de dulce de café orgánico, se ubicará en el barrio centenario del municipio de Santander de Quilichao cauca, en la dirección, carrera 12 N° 12 – 52

9.3.3 ÁREA DE LA PLANTA Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA

El área para el funcionamiento de la empresa es de 30m², distribuidos de la siguiente forma.

Gráfico 18. Área planta



Fuente: elaboración propia

10 PROCESO DE PRODUCCIÓN

10.1 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

Tabla 28. Diagrama proceso

DIAGRAMA DE PROCESO								FECHA				
								AÑO	MES	DIA		
Dulce de café y café organico								17	8	30		
División de procedimiento	Resumen						Dependencia:					
	Propuesto		Actual		Diferencia		Procedimiento:					
	T	D	T	D	T	D	Cantidad:					
Operaciones: ○	25						450 gr					
Transportes ⇨	0						450 gr					
Inspecciones □	1						450 gr					
Esperas D	2						450 gr					
Almacenamiento ▽	1						450 gr					
TOTAL (Minutos)=	29,00						Preparado por:					
							Leidy Vannesa Balanta					
Paso N°	Detalles del procedimiento (Descripción de las actividades necesarias para la elaboración del producto)						OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCION	ESPERA	ALMACENAMIENTO	Distancia en metro
							○	⇨	□	D	▽	
1.	seleccionar los insumos						1					
2.	se porciona las cantidades para la preparación						1					
3.	se vierten en la paila la leche, café molido, stevia, canela						1					
4.	se mexclan los igredientes por hora y media						20					
5.	repososo del producto									2		
6.	se envasa el producto						1					
7.	inspeccion del producto								1			
8.	sellado del producto						1					
9.	almacenado del producto										1	
	TOTAL=						25	0	1	2	1	

Fuente: elaboración propia.

10.2 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Se establece una capacidad de producción, mediante el proceso de fabricación del dulce teniendo en cuenta el periodo de tiempo de elaboración de un tarro de dulce que determina la cantidad de unidades producidas por año.

Tabla 29.Capacidad de producción

CAPACIDAD DE PRODUCCION		Dulce de café y café orgánico	
Horas diarias	8	Minutos Disponible=	138120
Días requeridos	288	Tiempo de Ciclo en minutos=	29,00
Días adicionales operario tempo	0	Capacidad de Producción=	TD/TC
Minutos hora=	60	Capacidad de Producción=	4763
Minutos disponibles =	138240	Capacidad de Producción Operario=	72%
Minutos mantenimiento=	60	Capacidad de Producción con	3 operario(s)= 10288
Minutos de imprevistos=	60	Capacidad de Pn con operario	0 temporal 0
Proyección de ventas	7686	Total unidades producidas =	10288

Fuente: elaboración propia

10.3 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Tabla 30. Necesidades y requerimientos

MATERIA PRIMA REQUERIDA DE :			Dulce de café y café orgánico						
Nº	ESTRUCTURA DE MATERIAS	DESCRIPCION TECNICA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD REQUERIDA	% DE PARTICIPACION PESO	COSTO	LOTE MINIMO DE COMPRA AL PROVEEDOR	UNIDADES DEL LOTE MINIMO	PRECIO DE COMPRA PROVEEDOR
1	Leche	Leche de vaca	ml	800	91,7%	\$ 960	1000	1	\$ 1.200
2	Café	Café molido orgánico	gr	20	2,3%	\$ 400	125	6	\$ 2.500
3	Canela	Canela en astilla	gr	5	0,6%	\$ 438	40	8	\$ 3.500
4	Clavos	Clavos	gr	5	0,6%	\$ 438	40	8	\$ 3.500
5	Dulce de Stevia	Endulzante natural	gr	40,0	4,6%	\$ 571	350	9	\$ 5.000
6	Tarrina * 450gr	Plastico	und	1	0,1%	\$ 125	6	6	\$ 750
7	Etiqueta	Plastico	und	1	0,1%	\$ 125	6	6	\$ 750
TOTAL=				872	TOTAL=	\$ 3.056			

Fuente: elaboración propia

10.4 PLAN DE PRODUCCIÓN

Tabla 31. Plan de producción

PLAN DE PRODUCCION	
TAREAS	DESCRIPCIÓN
PRIMERA FASE	MATERIAS PRIMAS
1	Se hace un alistamiento previo de los materiales e insumos
2	Realización de control de calidad materias primas
3	Se selecciona lo que se empleara, en cantidades para la preparación del producto
SEGUNDA FASE	ELABORACION PRODUCTO
4	se mezcla el café y la leche
5	Se adiciona clavos canela y estevia
6	Se Procede a mezclar continuamente
7	Se calcula el tiempo de cocción
TERCERA FASE	PRODUCTO FINAL
8	Se reposa el producto para envasar
9	Se lleva a cabo el proceso de etiquetar el producto envasado
10	Se inspecciona el producto terminado

Fuente: elaboración propia

10.5 PLAN DE COMPRAS

Tabla 32. Plan de compras

MATERIAS PRIMAS REQUERIDAS	CANT. REQUERIDA FABRICACION DE UN TARRO DE DULCE	UNIDAD DE MEDIDA	CANT. REQUERIDA PARA UNA DOCENA DE TARROS DE	COSTO DE MATERIAS PRIMAS POR UNIDAD	COSTO DE MATERIAS PRIMAS PARA 1 DOCENA
Leche	800	ml	9600	\$ 960	\$ 11.520
Café	20	gr	240	\$ 400	\$ 4.800
Canela	5	gr	60	\$ 438	\$ 5.250
Clavos	5	gr	60	\$ 438	\$ 5.250
Dulce de Stevia	40,0	gr	480	\$ 571	\$ 6.857
Tarrina * 450gr	1	und	12	\$ 125	\$ 1.500
Etiqueta	1	und	12	\$ 125	\$ 1.500
				COSTO TOTAL	\$ 36.677

Fuente: elaboración propia

10.6 SISTEMA DE CONTROL

El sistema de control se establece en las actividades a realizar en la elaboración de dulce de café para garantizar la calidad del producto, y las buenas prácticas de BPM. Al momento de la recepción de los insumos, el administrador realizará una inspección que consta de:

- Revisar que la materia prima este en óptimo estado
- Pesar el material que se utilizara en la elaboración del dulce
- Revisar la cantidad y calidad de todas las materias primas.
- Verificar que todo el espacio de trabajo esté en condiciones para realizar las actividades
- Comparar los precios con los de las órdenes de compra.
- Firmar y sellar las facturas después de haberlas verificado.

11 ESTRATEGIAS DE MERCADO

11.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

11.1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Dulce de café orgánico es un pasa bocas con una textura suave similar a la del ariquepe elaborado a base de café de cultivo orgánico con leche de vaca sin conservantes e ingredientes como el azúcar light, clavos, canela que ayudan a darle un toque especial en su textura y sabor, dulce de café orgánico podrá servirse como pasa bocas, también como acompañante en las galletas además de poderlo combinar con muchas frutas y demás.

Unas de nuestras grandes diferencias en comparación con otros productos similares es que su componente principal; el café, es netamente orgánico, libre de pesticidas y fertilizantes al momento de la producción y en la elaboración del producto final, además contamos con una alta calidad en su producción, con personal calificado, conocedor del sector cafetero.

11.1.2 PROPUESTA DE VALOR

La fábrica Tierras de café tendrá como objetivo principal elaborar un dulce exquisito que genere placer y satisfacción al consumidor, resultado de trabajar con materias primas orgánicas, además de innovar con su sabor diferente a los otros dulces existentes. Por otra parte, en cuanto al servicio, se brindará a los clientes que son de casa una atención especial dando descuentos y promociones del producto, a los dueños de almacenes, quienes serán clientes potenciales en la distribución y venta del dulce de café, para que ellos brinden a los consumidores finales un excelente producto con el mejor servicio.

11.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

11.2.1 PLAZA

La ubicación de la fábrica será en el barrio centenario en Santander de Quilichao, donde se llevará a cabo los procesos de producción del dulce de café orgánico, ya que esta zona es muy comercial, la estrategia es tener este punto de distribución y comercialización del producto para directamente ser proveedor de los almacenes y se harán campañas publicitarias para que el consumidor final conozca la marca y el producto. Los servicios y productos que ofrece la empresa están dirigidos principalmente a 11.830 personas, habitantes del municipio y a los almacenes y tiendas que puedan comercializar el producto, se busca llegar a todo el norte del cauca, incluyendo veredas y municipios aledaños, consumidores finales e intermediarios (almacenes), con la estrategia de comunicación, distribución y publicidad.

11.2.2 ALTERNATIVAS DE PENETRACIÓN

Especialmente se buscara crear relaciones con los almacenes con comerciantes de dulces y confitería, por medio de visitas de asesoramiento para dar conocimiento de los beneficios de adquirir este dulce que se elaborara para la venta en sus establecimientos, por otro lado se creara un relación comercial con centros comerciales como Santander plaza para puntos de exhibición en donde los habitantes del municipio conozcan el producto e interactúen con colaboradores que brinden asesoría del dulce de café y beneficios del consumo de este, finalmente se buscara crear alianzas con microempresarios, fabricantes artesanales de dulces para que junto con ellos se incremente los pedidos de del producto dulce de café , generando mayor producción y ventas del producto.

11.2.3 ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN

A nivel local se hará por vías de comunicación directa, estrategias de comercialización tradicionales como volantes, anuncios, folletos, tarjetas de presentación, se utilizaran los centros comerciales y almacenes de cadena, como la feria, olímpica y demás graneros que ayuden a la comercialización y venta del producto, también se buscara participar junto con almacenes con actividades comerciales de gran afluencia y así de esta manera establecer relaciones con los consumidores finales, promocionando el dulce; por otra parte como alternativa de comercialización se utilizara el internet y las redes sociales.

11.2.4 DISTRIBUCIÓN FÍSICA NACIONAL

Primeramente en la planificación y la distribución de los productos se realizara a nivel local, donde se implementara rutas y horarios controlados, de la salida de la mercancía de la fábrica a su lugar de llegada a las tiendas, comerciantes y establecimientos donde se exhibirá y promocionara nuestro producto, en este proceso se establece el lugar de almacenamiento que tendrá lugar en las instalaciones donde se elabora el dulce, por otro lado el transporte de la mercancía pedida y materias primas adquiridas, se realizara con vehículo propio, lo que reducirá estos gastos.

11.2.5 ESTRATEGIAS DE VENTA

La productora de dulce ofrecerá un dulce de excelente calidad, pensando en la satisfacción de los consumidores, además se crearan vínculos con ellos al brindarles una excelente atención al cliente, en cuanto a beneficios y conocimiento del producto, por otra parte se ofrecerá servicios especiales para así tener una mayor acogida con los que serán nuestros clientes potenciales, se manejaran presentaciones del producto con precios asequibles, se incrementara la publicidad en la apertura de la empresa, además de aumentar los vendedores en la medida en que la empresa lo requiera, también se creara una página web para dar a conocer la empresa y promocionar el dulce de café se tendrá

pequeñas pero excelentes exhibiciones en los centros comerciales para finalmente dar a conocer más el producto.

11.2.6 PRESUPUESTOS DE DISTRIBUCIÓN

En la tabla se muestra el presupuesto requerido para la comercialización, teniendo en cuenta las estrategias, para la puesta en marcha de la creación de la empresa se cuenta con un capital disponible y reservado por \$2300.000 en la inversión del proyecto por concepto de publicidad.

PRESUPUESTO DE ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN			
Estrategias	Descripción	CANT	Costo
Alternativas de penetración	viáticos para inclusión del nuevo producto a diferentes escenas del mercado (almacenes, supermercados, aliados)	1	\$ 25.000
alternativas de comercialización	volantes y anuncios - paquete de 1000 unidades	1	\$ 150.000
	Exhibiciones en supermercados y graneros	1	\$ 200.000
	redes sociales	1	\$ 0
distribución física nacional	viáticos del vehículo	1	\$ 100.000
	viáticos de alimentación para transportador	1	\$ 35.000
Estrategias de venta	logística para exhibición del dulce de café	1	\$ 300.000
	logística de transporte en la participación de eventos o ferias	1	\$ 450.000
	Garantía del producto		\$ 25.000
Total			\$ 1.285.000

Fuente: elaboración propia

11.2.7 TÁCTICAS RELACIONADAS CON LA DISTRIBUCIÓN

- Protección y garantías en el estado de los productos, durante el transporte
- Tiempos de entrega efectivos
- Cumplimiento de compromisos
- Confirmación de entrega con los clientes

11.2.8 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal indirecto: este canal de distribución se utilizará ya que, el dulce a fabricar se comercializará primeramente con almacenes intermediarios quienes venderán el producto al consumidor final.

Canal directo: también se utilizará este canal al ser el resultado de una de las estrategias mencionadas principalmente, donde se tendrá contacto directo con los consumidores finales, gracias a las exhibiciones y ventas de dulce de café en centros comerciales y graneros para facilitar la compra y consumo de este producto.

11.3 ESTRATEGIAS DE PRECIO

11.3.1 PRECIO DE LANZAMIENTO DEL BIEN O SERVICIO

Esta estará enfocada al mercado en el cual la decisión de subir o bajar el precio en un determinado plazo, se dará de acuerdo a factores competitivos y de costos en los recursos de consumo. Sin embargo, antes de ello se analizará muy bien las estrategias, porque la idea no es alejar a los posibles consumidores, antes, al contrario, atraerlos aún más.

Es por ello que los descuentos comerciales y el ofrecer un producto “gratis” para prueba, harán parte de la estrategia del precio; más que todo en sus inicios que es

en donde se dará a conocer el producto, los precios estén entre los siguientes rangos. Para almacenes intermediarios, en donde los pedidos de mayor frecuencia se hacen a nivel semanal, quincenal y mensual por 1/2 y 1 docena de tarros de dulce, estarán entre \$100,000 a \$150.000 respectivamente. Por otro parte el precio de dulce por unidad por unidad, se establece entre \$13000 a \$14.000, dependiendo el tamaño y los gramos y para ser más exactos se define un precio de \$13.000 por tarro de dulce.

11.3.3 CONDICIONES Y FORMAS DE PAGO DEL PRODUCTO

- **Efectivo:** una de las formas de pago más comunes a utilizar será en dinero efectivo para la compra y venta del dulce de café como precaución se tendrá en cuenta que los billetes no sean falsos y se manejarán cantidades límites en los diferentes pagos.
- **Crédito:** este pago que se les otorgara a los clientes potenciales con los que se tenga excelentes relaciones comerciales, los pagos se deberán realizar en corto plazo, esta operación financiera permitirá el crecimiento económico de la empresa y afianzara las relaciones con nuestros clientes.

11.3.3. PORCENTAJE DE GRAVAMEN IVA

La empresa tierras de café con respecto al incremento del IVA no tendrá una afectación de manera fuerte ya que para el mercado de los dulces se fija una tarifa de este del 0% teniendo en cuenta La reforma tributaria que entró en vigencia desde el 1 de enero de 2017 y con ella el aumento del IVA del 16 al 19%, a partir de hoy, así se estipulo para algunos de los productos, bienes y servicios que desde ahora regirán con este nuevo incremento.⁸⁴

⁸⁴DIAN. (29 de diciembre de 2016). Comunicado de prensa. Recuperado de http://www.dian.gov.co/descargas/EscritosComunicados/2016/227_Comunicado_de_prensa_29122016.pdf

11.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN O PUBLICIDAD

11.4.1 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DIRIGIDA A CLIENTES

En la empresa se harán promoción a través de volantes, medios de comunicación, con el fin de atraer más consumidores, adicionalmente se hará promoción a través de redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, también adicionalmente se tendrán,

Venta personal: en donde nuestros vendedores deben saber informar al cliente las características del producto, la importancia, y los beneficios de productos orgánicos para la conservación de una buena salud.

Relaciones públicas: se realizará patrocinios de algunos eventos y campañas de prevención en el municipio, para obtener más socios proveedores, intermediarios y los más importantes clientes para que nuestro producto tenga éxito y sea reconocido en el mercado

Promoción de ventas: también para impulsar el producto se darán 2 por la compra de uno, se escogen temporadas para realizar descuentos y una vez por año, por compras superiores, además en los puntos de ventas se tendrán descuentos, muestras gratis y también a nuestros clientes se le darán que adquieran un segundo producto a mitad de precio por la compra del primero.

11.4.2 PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN

En la siguiente tabla se realiza presupuesto requerido para las estrategias de promoción, y detallado en cada una de uno de sus apartados, para la creación del presupuesto se tiene en cuenta un capital disponible y reservado por \$2000.000 en la inversión del proyecto por concepto de publicidad. Los totales de los presupuestos de distribución anteriormente expuestos y los de promoción se suman y no deben superar lo disponible en los recursos dispuestos por publicidad.

Tabla 33. Estrategias de promoción

PRESUPUESTO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCION			
Estrategias	Descripción	CAN T	Costo
Lanzamiento	Logística para degustaciones y muestras de producto gratis	1	\$ 300.000
	Logística en montaje de punto de venta y exhibición	1	\$ 350.000
Participación en ferias y eventos	logística de implementos para presentar en el desfile de la feria	1	\$ 365.000
total			\$ 1.015.000

Fuente: elaboración propia

11.5 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

11.5.1 PROCEDIMIENTO PARA OTORGAR GARANTÍAS Y SERVICIO POSVENTA

A los clientes intermediarios, almacenes de cadena y granero, tiendas al igual que al consumidor final se les ofrecerán un producto garantizado de excelente calidad y sabor, proporcionando un alimento que cuide nuestro organismo y sea amigable con el medio ambiente.

Se aplicarán los siguientes servicios:

- **Instalación:** se entrega el producto a los almacenes y puntos de exhibición.

- **Atención y asesoría al cliente:** se contará con una persona encargada que atenderá quejas, reclamos y peticiones a nuestros clientes por vía telefónica o chat en línea.

11.6 PLAN DE UBICACIÓN

11.6.1 ACCESIBILIDAD PARA EL CLIENTE

Es un punto estratégico la localización geográfica de la empresa, ya que permite acceder a varios mercados, al estar ubicados al norte del Cauca y cerca de la ciudad de Cali, es una oportunidad que permite el abastecimiento de productos y materias primas que favorece a las actividades económicas presente y futura de la empresa, será de atractivo a los dueños de almacenes y los habitantes del municipio para acceder a nuestro producto. Por otro lado, el consumidor final también estaría beneficiado porque al disminuir estos gastos operacionales, el precio unitario del dulce de café podría ser más asequible.

11.6.2 CONDICIONES DEL ENTORNO DEL NEGOCIO

El municipio de Santander de Quilichao cuenta con un ambiente propicio y con los recursos naturales suficientes para la ejecución de las actividades diarias de la nueva productora de dulce de café orgánico, además las vías son pavimentadas y tienen espacios adecuados para el transporte de vehículos, el comercio es abundante, generado por las personas que cada día emprenden nuevos negocios, además Santander de Quilichao se ha convertido en un centro de acopio para la educación y este es un factor de importancia al tener la capacidad excepcional de reducir la pobreza extrema.

11.6.3 DISPONIBILIDAD DE RECURSOS

El lugar donde se realizará las actividades operacionales para la fabricación de dulce de café, cuenta y dispone de los siguientes recursos: Servicios públicos de

agua, energía, internet, y servicio para la recolección de basuras que permitirán el desarrollo óptimo y eficaz de las actividades entorno a la razón de ser de la empresa.

11.6.4 COSTO DEL LUGAR

Por motivos de arrendo, por el uso del local ubicado en la dirección carrera 12#12-52, barrio centenario por el valor de \$150.000 pesos, este costo se estipulará con los dueños del local por intermedio de un contrato escrito.

12. ANÁLISIS ECONOMICO

12.1 COSTO DE MATERIA PRIMA ANUAL

La siguiente tabla se observa el cálculo de los costos de material que se demandarán para el primer año de producción, el cual se incluye en los costos variables totales.

Tabla 34. Costos materia prima

PRODUCTOS	NUMERO DE PRODUCTOS FABRICADOS	COSTO MATERIA PRIMA X PRODUCTO	COSTO MATERIA PRIMA ANUAL
Dulce de café y café organico	13574	\$ 3.056	\$ 41.487.540
0	0	\$ 0	\$ 0
0	0	\$ 0	\$ 0
TOTAL=			\$ 41.487.540

Fuente: elaboración propia

12.2 TOTAL COSTOS VARIABLES POR PRODUCTO

Se observa con la información arrojada en las tablas, cada uno de los elementos pertenecientes a los costos variables para llevar a cabo la elaboración del dulce de café, donde se hace la inclusión de, los costos de materia prima, servicios de mantenimiento y otros por concepto para la obtención de este producto.

Tabla 35. Total, costos variables

TOTAL COSTOS VARIABLES POR PRODUCTO				
PRODUCTOS	SALARIOS	MANTENIMIENTOS	OTROS	TOTAL COSTOS VARIABLES
Dulce de café y café organico	\$ -	\$ 150.000	\$ 540.000	\$ 42.177.540
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ 150.000	\$ 540.000	\$ 42.177.540

Fuente: elaboración propia

12.3 TOTAL COSTOS FIJOS POR PRODUCTO

Se muestra en la tabla, cada uno de los elementos que pertenecen a los costos fijos para la producción de dulce de café, donde se incluyen, costo por arrendamiento, salario y por ultimo costos de servicio público.

Tabla 36. Costos fijos

COSTOS FIJOS POR PRODUCTO				
PRODUCTOS	COSTO ARRIENDO	COSTO SALARIO	SERVICIOS PUBLICOS	TOTAL COSTOS FIJOS
Dulce de café y café organico	\$ 1.800.000	\$ 113.605.807	\$ 1.440.000	\$ 116.845.807
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0
	\$ 1.800.000	\$ 113.605.807	\$ 1.440.000	\$ 116.845.807

Fuente: elaboración propia

12.4 CAPITAL DE TRABAJO

En la siguiente tabla se muestra una correlación de los requerimientos económicos para la empresa fabricante de dulce de café se tiene en cuenta lo que se necesitara para que se hagan efectivas sus operaciones, haciendo un calculando en cifras para el capital de trabajo, relacionando costos variables, gastos y costos fijos.

Tabla 37.Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO					
COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVENTARIO INICIAL	\$ -	\$ 829.751	\$ 857.962	\$ 884.559	\$ 912.423
MENOS INVENTARIO FINAL	\$ 829.751	\$ 857.962	\$ 884.559	\$ 912.423	\$ 939.795
ARRENDAMIENTO	\$ 1.800.000	\$ 1.863.000	\$ 1.930.068	\$ 1.995.690	\$ 2.059.552
SALARIOS PRODUCCION	\$ 113.605.807	\$ 117.582.010	\$ 121.814.963	\$ 125.956.672	\$ 129.987.285
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 1.440.000	\$ 1.490.400	\$ 1.544.054	\$ 1.596.552	\$ 1.647.642
DOTACIONES	\$ 377.400	\$ 390.609	\$ 404.671	\$ 418.430	\$ 431.819
DEPRECIACION MAQUINARIA	\$ 465.480	\$ 765.480	\$ 1.065.480	\$ 1.065.480	\$ 1.065.480
COSTOS FIJOS	\$ 117.688.687	\$ 122.530.641	\$ 128.501.758	\$ 132.829.806	\$ 137.043.997
COMPRAS	\$ 41.487.540	\$ 44.227.792	\$ 46.926.755	\$ 51.051.418	\$ 57.066.993
SALARIOS TEMPORALES	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS(REPUESTOS, TRANSPORTE)	\$ 540.000	\$ 558.900	\$ 579.020	\$ 598.707	\$ 617.866
MANTENIMIENTO	\$ 150.000	\$ 155.250	\$ 160.839	\$ 166.308	\$ 171.629
COSTOS VARIABLES	\$ 42.177.540	\$ 44.941.942	\$ 47.666.615	\$ 51.816.433	\$ 57.856.488
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES	\$158.659.076	\$166.614.621	\$173.994.583	\$182.402.963	\$192.589.075
GASTOS					
IMPUESTOS MUNICIPALES	\$ 1.280.772	\$ 1.608.796	\$ 1.691.821	\$ 1.821.037	\$ 1.998.770
OTROS(ASEO,PAPELERIA)	\$ 110.000	\$ 113.850	\$ 117.949	\$ 121.959	\$ 125.862
GASTOS OPERACIONALES DE ADMON	\$ 1.390.772	\$ 1.722.646	\$ 1.809.770	\$ 1.942.996	\$ 2.124.632
PUBLICIDAD	\$ 2.300.000	\$ 2.380.500	\$ 2.466.198	\$ 2.550.049	\$ 2.631.650
GASTOS OPERACIONALES DE VTAS	\$ 2.300.000	\$ 2.380.500	\$ 2.466.198	\$ 2.550.049	\$ 2.631.650
TOTAL GASTOS	\$ 3.690.772	\$ 4.103.146	\$ 4.275.968	\$ 4.493.045	\$ 4.756.282
TOTAL COSTOS + GASTOS	\$ 162.349.848	\$ 170.717.767	\$ 178.270.551	\$ 186.896.008	\$ 197.345.357

Fuente: elaboración propia

12.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

En la elaboración del producto de dulce de café, se determina una cantidad de 13574 tarros de dulce para la comercialización y ventas al año, la cual sobrepasa el punto de equilibrio en unidades y en millones de pesos, ya que se estableció como punto de equilibrio 13302 unidades, que son la cantidad mínima que se debe vender de producto de dulce de café, para hacer frente a los costos totales en el funcionamiento de los procesos de las actividades diarias.

Tabla 39 actividades

Paso N°	Detalles del procedimiento (Descripción de las actividades necesarias para la elaboración del producto)	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCION	ESPERA	ALMACENAMIENTO	Distancia en metro
		○	⇨	□	D	▽	
1.	seleccionar los insumos	1					
2.	se porciona las cantidades para la preparación	1					
3.	se vierten en la paila la leche, café molido, stevia, canela	1					
4.	se mezclan los ingredientes por hora y media	20					
5.	reposo del producto				2		
6.	se envasa el producto	1					
7.	inspeccion del producto			1			
8.	sellado del producto	1					
9.	almacenado del producto					1	
10.							
11.							
12.							
	TOTAL=	25	0	1	2	1	

Fuente: elaboración propia

PASO 1: se calculó que la elaboración de un tarro de 450 gr de dulce de café orgánico, demora en tiempo de alistamiento, preparación cocinado y envasado 29 minutos, esto se tuvo en cuenta a partir de las personas encuestadas en la pregunta numero 8 donde la gráfica muestra la frecuencia y cantidad de producto dulce de café orgánico que consumen y compran las personas, la población en su mayoría consumen, en segunda instancia se tiene en cuenta la capacidad de producción de la empresa con 3 operarios para empezar labores.

Tabla 40 capacidad de producción

1. CAPACIDAD DE PRODUCCION		Dulce de café y café organico	
Horas diarias	8	Minutos Disponible=	138120
Dias requeridos	288	Tiempo de Ciclo en minutos=	29,00
Dias adicionales operario tempo	0	Capacidad de Producción=	TD/TC
Minutos hora=	60	Capacidad de Producción=	4763
Minutos disponibles =	138240	Capacidad de Producción Operario=	72%
Minutos mantenimiento=	60	Capacidad de Producción con 3 operario(s)=	10288
Minuos de imprevistos=	60	Capacidad de Pn con operario 0 temporal	0
Proyeccion de ventas	7686	Total unidades producidas =	10288

Fuente: elaboración propia

Tabla 41 capacidad de producción

PRODUCTOS	CAPACIDAD DE PRODUCCION AL 100%	PROMEDIO DEMANDA COMPETENCIA N*F*A	DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO (N*F*A)	PROYECCION DE VENTAS	CAPACIDAD DE PRODUCCION vs PROYECCION DE VENTAS
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Dulce de café y café orgánico	13574	33627	38431	20,0%	57%
				7686	

Fuente: elaboración propia

ANÁLISIS: se determinó que se tendrá 3 operarios para la elaboración del dulce café, además se tuvo en cuenta que trabajarán 288 días hábiles del año en un horario de ocho horas por lo cual la capacidad de producción teniendo en cuenta el tiempo de elaboración del producto más el trabajo en cantidad de hombres permite llegar a 13574 unidades. Para más detalle se aplica información en la plantilla financiera proporcionada por cámara de comercio del cauca dentro de su programa ingenia para emprendedores, plantilla que se anexa al plan de negocios.

12.5.1 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES EN UN ESCENARIO CONSERVADOR

Se analiza en la siguiente tabla la cantidad mínima de unidades de tarros de dulce que se comercializan anualmente para estar en equilibrio, haciendo efectiva las operaciones llevadas a cabo en la empresa y evitando la perdida de dinero. Dando a conocer el punto de equilibrio en unidades y así poder establecer una producción por encima para la estimación de ganancias.

Tabla 38. Calculo punto equilibrio

CALCULO PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1						
PRODUCTO	UNID. VENDID	%PARTICIP	PRECIO	COSTO VAR	MARGEN	MARG POND
Dulce de café y café organico	13302	100,0%	\$ 14.000	\$ 3.107	\$ 10.893	\$ 10.893
0	0	0,0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	0	0,0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	13302	100,0%				\$ 10.893

PRODUCTO	COSTOS FIJOS	MARG POND	%PARTICIP	PTO EQUILIBRIO
Dulce de café y café organico	\$ 117.688.687	10.893	100,00%	10804
			0,00%	0
0			0,00%	0
TOTAL			Und=	10804

Fuente: elaboración propia

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES ESCENARIO POSITIVO

TABLA 42 CALCULO PUNTO EQUILIBRIO: Se analizó en la En la tabla del escenario positivo la cantidad mínima de unidades **13302** de tarros de dulce que se comercializan anualmente por un precio de **\$15.000** para estar en equilibrio, haciendo efectiva las operaciones llevadas a cabo en la empresa y evitando la perdida de dinero. Dando a conocer el punto de equilibrio es de **12371** en unidades y así poder establecer una producción por encima para la estimación de ganancias, En un escenario positivo

12.5.2 PUNTO DE EQUILIBRIO POR COSTOS EN UN ESCENARIO CONSERVADOR

En la siguiente tabla se hace relación de las cantidades mínimas a vender, teniendo en cuenta el precio que se estableció para la comercialización del producto, y así calcular el total de las ventas, restando los costos variables obteniendo el valor mínimo en ventas que se debe realizar anualmente para ser frente a los costos fijos de cada año, para llevar a cabo la producción de dulce.

Tabla 43 Punto equilibrio

PRODUCTO	CANT A VENDER	PRECIO	VENTA TOTAL	COSTO VARIAB	COSTO TOTAL
Dulce de café y café orgánico	10804	14.000	\$ 151.260.551	\$ 33.571.864	\$ 117.688.687
0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -
0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL	10804		\$ 151.260.551	\$ 33.571.864	\$ 117.688.687

Fuente: elaboración propia

PUNTO DE EQUILIBRIO POR COSTOS ESCENARIO POSITIVO

Tabla 43 Punto equilibrio: En la tabla del escenario positivo se hace relación a las cantidades mínimas a vender, teniendo en cuenta el precio que se estableció **\$15.000** para la comercialización del producto, y así calcular el total de las ventas, restando los costos variables obteniendo el valor mínimo que es de **\$ \$147.123.535** en ventas que se debe realizar anualmente para ser frente a los costos fijos de cada año, para llevar a cabo la producción de dulce, En un escenario positivo

12.6 FUENTES DE FINANCIACIÓN EN UN ESCENARIO CONSERVADOR

En la siguiente tabla se estima la inversión para un año de trabajo de la empresa productora de dulce de café orgánico en Santander de Quilichao, en la cual se establece, que un **70%** será capital propio, Para financiar del proyecto se toma la tasa de interés bancaria, representada en el simulador de crédito del grupo Bancolombia.

Tabla 44. Inversión estimada

INVERSIONES ESTIMADAS.	
INVERSIÓN ESTIMADA	Año 0
Inversión Fija=	4.690.800
Capital de Trabajo=	9.807.391
Otros Activos=	2.400.000
TOTAL INVERSIÓN ESTIMADA	\$ 16.898.191

Fuente: elaboración propia

Tabla 45. Financiamiento inversión

CREDITO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALOR CREDITO	\$ 6.759.276	\$ 5.407.421	\$ 4.055.566	\$ 2.703.710	\$ 1.351.855	\$ 0
NUMERO DE CUOTAS		5	4	3	2	1
CUOTA ANUAL		\$ 1.351.855	\$ 1.351.855	\$ 1.351.855	\$ 1.351.855	\$ 1.351.855
VALOR INTERES	17%	\$ 1.180.170	\$ 944.136	\$ 708.102	\$ 472.068	\$ 236.034
CUOTA CREDITO		\$ 2.532.025	\$ 2.295.991	\$ 2.059.957	\$ 1.823.923	\$ 1.587.889
CUOTA MENSUAL=		\$ 211.002	\$ 191.333	\$ 171.663	\$ 151.994	\$ 132.324

Fuente: elaboración propia

FUENTES DE FINANCIACIÓN EN UN ESCENARIO POSITIVO

Tabla 45. Financiamiento inversión: En la tabla del escenario positivo se estima la inversión para un año de trabajo de la empresa productora de dulce de café orgánico en Santander de Quilichao, en la cual se establece, que un **90%** será capital propio, Para financiar del proyecto se toma la tasa de interés bancaria, representada en el simulador de crédito del grupo, En un escenario positivo

12.7 PRECIO DE VENTA DE CADA PRODUCTO EN UN ESCENARIO CONSERVADOR

Para establecer el precio de venta final del producto, se necesita conocer el costo total unitario, para este se tuvo en cuenta, costos variables unitarios más costos fijos unitarios haciendo una relación con la información que se adquirió de la

rentabilidad del sector de los dulces teniendo en cuenta los datos que se recopilaron en las encuestas que se realizaron a los consumidores finales y a almacenes que serán intermediarios acerca de los precios de comercialización que tienen los demás vendedores para hacer llevar a cabo la fijación del precio de venta final del dulce de café.

Tabla 46. Costos producción anual

COSTOS ANUALES DE PRODUCCION							
PRODUCTOS	COSTO TOTAL UNITARIO	PORCENTAJE DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	RENTABILIDAD DE LA INDUSTRIA	PRECIO COMPETIDOR	CALCULO PRECIO DE VTA	PRECIO DE VENTA FINAL	MARGEN DE CONTRIBUCION
Dulce de café y café	\$ 11.715	15%	16%	\$ 15.000	\$ 13.783	\$ 14.000	78%

Fuente: elaboración propia

PRECIO DE VENTA DE CADA PRODUCTO ESCENARIO POSITIVO

Tabla 46. Costos producción anual: Para establecer el precio de venta final del producto, se necesita conocer el costo total unitario que en el escenario positivo es de **\$10.777** para este se tuvo en cuenta, costos variables unitarios \$ **3.107** más costos fijos unitarios **\$3.107** haciendo una relación con la información que se adquirió de la rentabilidad del sector de los dulces teniendo en cuenta los datos que se recopilaron en las encuestas que se realizaron a los consumidores finales y a almacenes que serán intermediarios acerca de los precios de comercialización que tienen los demás vendedores para hacer llevar a cabo la fijación del precio de venta final del dulce de café. En un escenario positivo.

12.7.1 PROYECCION DE VENTAS

Se determina un incremento en las ventas de un periodo a otro proyectando las ventas anuales. Además, se hace una proyección teniendo en cuenta la inflación para los años siguientes, lo cual se puede analizar que tanto las ventas anuales con y sin inflación aumentan de manera significativa.

Tabla 47. Proyección ventas

% INCREMENTO DE VENTAS	PROYECCION DE LA INFLACION	VENTAS ANUALES	VENTAS + INFLACION X AÑO	INVENTARIO FINAL
	0	\$ 186.233.388	\$ 186.233.388	\$ 829.751
3%	3,4%	\$ 191.820.389	\$ 198.342.282	\$ 857.962
6%	3,1%	\$ 203.329.613	\$ 209.632.831	\$ 884.559
9%	3,2%	\$ 221.629.278	\$ 228.610.600	\$ 912.423
12%	3,0%	\$ 248.224.791	\$ 255.671.535	\$ 939.795

Fuente: elaboración propia

ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN DE VENTAS EN UN ESCENARIO POSITIVO

Tabla 47. Proyección ventas: Se puede evidenciar en el escenario positivo un incremento en las ventas anuales de un periodo a otro \$205. 521.846; \$217.853.156; \$237.459.940, \$265.955.133 proyectando las ventas anuales. Además, se hace una proyección teniendo en cuenta la inflación por año \$212.509.588; \$224.606.604, \$ 244.939.929, \$ 273.933.787 para los años siguientes, lo cual se puede observar el incremento significativo en las ventas anuales con y sin inflación aumentan de manera significativa.

13. ANALISIS ECONOMICO

13.1 ESTADOS DE RESULTADOS EN UN ESCENARIO CONSERVADOR

Se analiza que la empresa genera utilidades y que la utilización de los recursos ha sido eficiente ya que los ingresos por las ventas están supliendo en su totalidad las actividades operacionales de la empresa productora de dulce de café.

Tabla 39.Estado resultados

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1 A AÑO 5					
ESTADO DE RESULTADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 186.233.388	\$ 198.342.282	\$ 209.632.831	\$ 228.610.600	\$ 255.671.535
MENOS COSTO VENTAS Y PRESTACION SERVICIOS	\$ 158.659.076	\$ 166.614.621	\$ 173.994.583	\$ 182.402.963	\$ 192.589.075
UTILIDAD BRUTA	\$ 27.574.311	\$ 31.727.662	\$ 35.638.247	\$ 46.207.637	\$ 63.082.460
MENOS GASTOS OPERACIONALES ADMON.	\$ 1.390.772	\$ 1.722.646	\$ 1.809.770	\$ 1.942.996	\$ 2.124.632
MENOS GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS	\$ 2.300.000	\$ 2.380.500	\$ 2.466.198	\$ 2.550.049	\$ 2.631.650
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 23.883.539	\$ 27.624.516	\$ 31.362.279	\$ 41.714.592	\$ 58.326.178
MAS INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
MENOS GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 1.180.170	\$ 944.136	\$ 708.102	\$ 472.068	\$ 236.034
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 22.703.370	\$ 26.680.380	\$ 30.654.178	\$ 41.242.524	\$ 58.090.144
MENOS IMPUESTOS DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 22.703.370	\$ 26.680.380	\$ 30.654.178	\$ 41.242.524	\$ 58.090.144

Fuente: elaboración propia

ESTADOS DE RESULTADOS EN UN ESCENARIO POSITIVO

Tabla 48. ESTADOS DE RESULTADOS: en el escenario positivo se observa que la empresa genera utilidad bruta, para el año 1 de, \$ 11.441.848 al año de 5, de \$ 47.665.483 siendo eficientes en la utilización de los recursos ya que los ingresos por las ventas están supliendo en su totalidad las actividades operacionales en el año 1 con \$ 7.751.076 incrementando de manera positiva hasta el año 5 con \$ 42.798.715 de la empresa productora de dulce de café.

13.1.1 BALANCE GENERAL INICIAL Y PROYECTADO ESCENARIO CONSERVADOR

Se observa en el balance general la liquidez de los activos corrientes es positivo y va incrementando desde el año inicial hasta los demás periodos, esta es una empresa solida con tendencia a crecer, analizando la información arrojada por la tabla. También muestra rentabilidad por esto se concluye que el patrimonio de la empresa también crece a través de los años.

Tabla 40. Balance general inicial

BALANCE GENERAL AÑO 1 A AÑO 5					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
BANCOS	\$ 48.894.299	\$ 72.550.321	\$ 100.519.867	\$ 142.062.948	\$ 200.437.649
CUENTAS POR COBRAR	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
INVENTARIO DE MERCANCIA	\$ 829.751	\$ 857.962	\$ 884.559	\$ 912.423	\$ 939.795
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 50.924.050	\$ 74.608.283	\$ 102.604.426	\$ 144.175.371	\$ 202.577.444
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 2.795.800	\$ 3.795.800	\$ 4.795.800	\$ 4.795.800	\$ 4.795.800
MUEBLES Y ENCERES	\$ 773.000	\$ 1.773.000	\$ 2.773.000	\$ 2.773.000	\$ 2.773.000
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 1.086.000	\$ 2.086.000	\$ 3.086.000	\$ 3.086.000	\$ 3.086.000
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ 465.480	\$ 1.230.960	\$ 2.296.440	\$ 3.361.920	\$ 4.427.400
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 4.189.320	\$ 6.423.840	\$ 8.358.360	\$ 7.292.880	\$ 6.227.400
TOTAL ACTIVO	\$ 55.113.370	\$ 81.032.123	\$ 110.962.786	\$ 151.468.251	\$ 208.804.844
OBLIGACIONES FINANCIERAS (CP)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PROVEEDORES	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CUENTAS POR PAGAR CORTO PLAZO	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
IMPUESTOS GRAVAMENES Y TASAS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES	\$ 16.863.665	\$ 17.453.893	\$ 18.082.234	\$ 18.697.030	\$ 19.295.334
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 16.863.665	\$ 17.453.893	\$ 18.082.234	\$ 18.697.030	\$ 19.295.334
OBLIGACIONES FINANCIERAS (LP)	\$ 5.407.421	\$ 4.055.566	\$ 2.703.710	\$ 1.351.855	\$ 0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 5.407.421	\$ 4.055.566	\$ 2.703.710	\$ 1.351.855	\$ 0
TOTAL PASIVO	\$ 22.271.086	\$ 21.509.459	\$ 20.785.944	\$ 20.048.885	\$ 19.295.334
CAPITAL SOCIAL	\$ 10.138.914	\$ 10.138.914	\$ 10.138.914	\$ 10.138.914	\$ 10.138.914
RESULTADOS DEL EJERCICIO	\$ 22.703.370	\$ 26.680.380	\$ 30.654.178	\$ 41.242.524	\$ 58.090.144
UTILIDADES ACUMULADAS	\$ 0	\$ 22.703.370	\$ 49.383.750	\$ 80.037.927	\$ 121.280.452
TOTAL PATRIMONIO	\$ 32.842.284	\$ 59.522.664	\$ 90.176.842	\$ 131.419.366	\$ 189.509.510
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 55.113.370	\$ 81.032.123	\$ 110.962.786	\$ 151.468.251	\$ 208.804.844
	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Fuente: elaboración propia

BALANCE GENERAL INICIAL Y PROYECTADO EN UN ESCENARIO POSITIVO

Tabla 41. Balance general inicial: Se observa en el balance general en el escenario positivo la liquidez de los activos corrientes por año incrementado de

manera positiva en el año 1. \$ 43.330.973, 2. \$ 52.420.182, 3. \$ 65.367.358, 4. \$ 91.991.692 Y por ultimo año 5. \$ 136.151.423 es positivo y va incrementando desde el año inicial hasta los demás periodos, esta es una empresa solida con tendencia a crecer, analizando la información arrojada por la tabla. También muestra rentabilidad por esto se concluye que el patrimonio de la empresa también crece \$ 24.829.191, \$ 35.799.937, \$ 50.280.867, \$ 75.455.935, \$ 118.187.076 a través de los años.

13.1.2 ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS EN UN ESCENARIO CONSERVADOR

Se evidencia en los porcentajes de la tabla que por cada activo de la empresa el más representativo es el de los ingresos operacionales con un 100% dando como resultado un crecimiento de un periodo otro, lo que revela un comienzo positivo ya que el valor en pesos de estas ganancias o utilidades es representativo para una compañía que está iniciando

Tabla 50. Análisis vertical

ANÁLISIS VERTICAL FINANCIERO - ESTADO DE RESULTADOS										
ESTADO DE RESULTADO	AÑO 1	ANÁLISIS AÑO 1	AÑO 2	ANÁLISIS AÑO 2	AÑO 3	ANÁLISIS AÑO 3	AÑO 4	ANÁLISIS AÑO 4	AÑO 5	ANÁLISIS AÑO 5
41 INGRESOS OPERACIONALES	\$ 186.233.388	100%	\$ 198.342.282	100%	\$ 209.632.831	100%	\$ 228.610.600	100%	\$ 255.671.535	100%
61 MENOS COSTO VENTAS Y PRESTACION SERVICIOS	\$ 158.659.076	85%	\$ 166.614.621	89%	\$ 173.994.583	88%	\$ 182.402.963	87%	\$ 192.589.075	84%
0 UTILIDAD BRUTA	\$ 27.574.311	15%	\$ 31.727.662	17%	\$ 35.638.247	18%	\$ 46.207.637	22%	\$ 63.082.460	28%
51 MENOS GASTOS OPERACIONALES ADMON.	\$ 1.390.772	1%	\$ 1.722.646	1%	\$ 1.809.770	1%	\$ 1.942.996	1%	\$ 2.124.632	1%
52 MENOS GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS	\$ 2.300.000	1%	\$ 2.380.500	1%	\$ 2.466.198	1%	\$ 2.550.049	1%	\$ 2.631.650	1%
0 UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 23.883.539	13%	\$ 27.624.516	15%	\$ 31.362.279	16%	\$ 41.714.592	20%	\$ 58.326.178	26%
42 MAS INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%
53 MENOS GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 1.180.170	1%	\$ 944.136	1%	\$ 708.102	0%	\$ 472.068	0%	\$ 236.034	0%
0 UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 22.703.370	12%	\$ 26.680.380	14%	\$ 30.654.178	15%	\$ 41.242.524	20%	\$ 58.090.144	25%
54 MENOS IMPUESTOS DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%
59 GANANCIAS Y PERDIDAS	\$ 22.703.370	12%	\$ 26.680.380	14%	\$ 30.654.178	15%	\$ 41.242.524	20%	\$ 58.090.144	25%

Fuente: elaboración propia

ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS EN UN ESCENARIO POSITIVO

Tabla 50. Análisis vertical: Se evidencia en los porcentajes de la tabla del escenario positivo que por cada activo de la empresa el más representativo es el de los ingresos operacionales con un 100% por año 1. **\$7.751.076**, 2. **\$11.241.042**, 3. **\$14.683.652**, 4. **\$25.310.216** 5. **\$42.798.715** dando como resultado un crecimiento de un periodo otro, lo que revela un comienzo positivo ya que el valor en pesos de estas ganancias o utilidades es representativo para una compañía que está iniciando

13.3.1 ANALISIS VERTICAL DEL BALANCE GENERAL EN UN ESCENARIO CONSERVADOR

Se puede resaltar en la información arrojada en la tabla que hay igualdad en la distribución de los activos de la empresa esto incide de forma positiva, teniendo en cuenta los porcentajes mínimos que representan lo que es el producto terminado, siendo esta un factor que favorece la empresa.

Tabla 51. Análisis financiero

ANÁLISIS FINANCIERO - BALANCE GENERAL AÑO 1 A AÑO 5										
ACTIVOS	AÑO 1	ANÁLISIS AÑO 1	AÑO 2	ANÁLISIS AÑO 2	AÑO 3	ANÁLISIS AÑO 3	AÑO 4	ANÁLISIS AÑO 4	AÑO 5	ANÁLISIS AÑO 5
Caja	\$ 1.200.000	2%	\$ 1.200.000	1%	\$ 1.200.000	1%	\$ 1.200.000	1%	\$ 1.200.000	1%
Bancos	\$ 48.894.299	89%	\$ 72.550.321	90%	\$ 100.519.867	91%	\$ 142.062.948	94%	\$ 200.437.649	96%
Cuentas por cobrar	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%
Inventario de productos terminados	\$ 829.751	2%	\$ 857.962	1%	\$ 884.559	1%	\$ 912.423	1%	\$ 939.795	0%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 50.924.050	92%	\$ 74.608.283	92%	\$ 102.604.426	92%	\$ 144.175.371	95%	\$ 202.577.444	97%
Maquinaria y Equipo	\$ 2.795.800	5%	\$ 3.795.800	5%	\$ 4.795.800	4%	\$ 4.795.800	3%	\$ 4.795.800	2%
Muebles y Enseres	\$ 773.000	1%	\$ 1.773.000	2%	\$ 2.773.000	2%	\$ 2.773.000	2%	\$ 2.773.000	1%
Equipo de Computación	\$ 1.086.000	2%	\$ 2.086.000	3%	\$ 3.086.000	3%	\$ 3.086.000	2%	\$ 3.086.000	1%
Depreciación acumulada	\$ 465.480	1%	\$ 1.230.960	2%	\$ 2.296.440	2%	\$ 3.361.920	2%	\$ 4.427.400	2%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	\$ 4.189.320	8%	\$ 6.423.840	8%	\$ 8.358.360	8%	\$ 7.292.880	5%	\$ 6.227.400	3%
0 TOTAL ACTIVO	\$ 55.113.370	100%	\$ 81.032.123	100%	\$ 110.962.786	100%	\$ 151.468.251	100%	\$ 208.804.844	100%
21 OBLIGACIONES FINANCIERAS (CP)	\$ 0	0%	\$ 1.351.855	2%	\$ 1.351.855	1%	\$ 1.351.855	1%	\$ 1.351.855	1%
22 PROVEEDORES	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%
23 CUENTAS POR PAGAR CORTO PLAZO	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%
24 IMPUESTOS GRAVAMENES Y TASAS	\$ 0	0%	\$ 0	0,0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%	\$ 0	0%
26 PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES	\$ 16.863.665	31%	\$ 17.453.893	22%	\$ 18.082.234	16%	\$ 18.697.030	12%	\$ 19.295.334	9%
0 TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 16.863.665	31%	\$ 17.453.893	22%	\$ 18.082.234	16%	\$ 18.697.030	12%	\$ 19.295.334	9%
21 OBLIGACIONES FINANCIERAS (LP)	\$ 5.407.421	10%	\$ 4.055.566	5%	\$ 2.703.710	2%	\$ 1.351.855	1%	\$ 0	0%
0 TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 5.407.421	10%	\$ 4.055.566	5%	\$ 2.703.710	2%	\$ 1.351.855	1%	\$ 0	0%
0 TOTAL PASIVO	\$ 22.271.086	40%	\$ 21.509.459	27%	\$ 20.785.944	19%	\$ 20.048.885	13%	\$ 19.295.334	9%
31 CAPITAL SOCIAL	\$ 10.138.914	18%	\$ 4.055.566	5%	\$ 2.703.710	2%	\$ 1.351.855	1%	\$ 0	0%
36 RESULTADOS DEL EJERCICIO	\$ 22.703.370	41%	\$ 26.680.380	33%	\$ 30.654.178	28%	\$ 41.242.524	27%	\$ 58.090.144	28%
UTILIDADES ACUMULADAS	\$ 0	0%	\$ 22.703.370	28%	\$ 49.383.750	45%	\$ 80.037.927	53%	\$ 121.280.452	58%
0 TOTAL PATRIMONIO	\$ 32.842.284	60%	\$ 59.522.664	73%	\$ 90.176.842	81%	\$ 131.419.366	87%	\$ 189.509.510	91%
0 TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 55.113.370	100%	\$ 81.032.123	100%	\$ 110.962.786	100%	\$ 151.468.251	100%	\$ 208.804.844	100%

Fuente: elaboración propia

ANÁLISIS VERTICAL DEL BALANCE GENERAL EN UN ESCENARIO POSITIVO

Tabla 51. Análisis financiero: Se puede resaltar en la información arrojada en la tabla del escenario positivo que hay igualdad en la distribución de los activos de la empresa total activos corrientes **\$43.330.973**, total activos no corrientes **\$4.189.320**, **\$47.520.293**, total pasivo corriente **\$ 21.143.014**, total pasivo no corriente **\$1.548.088**, total pasivo **\$22.691.101**, total pasivo y patrimonio **\$47.520.293** esto incide de forma positiva, teniendo en cuenta los porcentajes mínimos que representan lo que es el producto terminado, siendo esta un factor que favorece la empresa

13.2 ESTIMACIÓN DE VIABILIDAD INDICADORES FINANCIEROS (VPN, TIR) Y ESTRATEGIAS FINANCIERAS EN UN ESCENARIO CONSERVADOR

13.2.1 INDICADOR DE LIQUIDEZ ESCENARIO CONSERVADOR

Se observa que en los primeros cinco años cuenta con el dinero de respaldo de los activos corrientes, también se evidencia que sigue quedando capital de trabajo para las operaciones normales de la empresa productora de dulce de café orgánico.

Tabla 42. Indicadores liquidez

INDICADOR	INDICADORES DE LIQUIDEZ				
	Años				
	1	2	3	4	5
Razón corriente o circulante	3,02	4,27	5,67	7,71	10,50
Prueba ácida	3,0	4,2	5,6	7,7	10,5
Capital de trabajo neto \$	\$ 34.060.385	\$ 57.154.390	\$ 84.522.192	\$ 125.478.341	\$ 183.282.110

Fuente: elaboración propia

INDICADOR DE LIQUIDEZ ESCENARIO POSITIVO

Tabla 43. Indicadores liquidez: Se observa que en los primeros cinco años del enserio positivo que cuenta con el dinero de respaldo de los activos corrientes, también se evidencia que sigue quedando capital de trabajo anual de 1. **\$22.187959**, 2. **\$30.537.163**, 3. **\$42.696.550**, 4. **\$68.550.077**, 5. **\$111.959.676** para las operaciones normales de la empresa productora de dulce de café orgánico.

13.2.2 INDICADORES EFICIENCIA ROTACIÓN DEL ACTIVO ESCENARIO CONSERVADOR

Tabla 44. Indicadores liquidez: Se observa en el escenario positivo que en los primeros cinco años cuenta con el dinero de respaldo de los activos corrientes, también se evidencia que sigue quedando capital de trabajo para las operaciones normales de la empresa productora de dulce de café orgánico.

Tabla 45. Indicadores aprovechamiento

INDICADOR	INDICADORES DE APROVECHAMIENTO DE RECURSOS				
	Años				
	1	2	3	4	5
Rotación de activo corriente o circulante (# Veces)	3,66	2,66	2,04	1,59	1,26
Rotación del activo fijo(# veces)	44,45	30,88	25,08	31,35	41,06
Rotación del activo total (# veces)	3,38	2,45	1,89	1,51	1,22

Fuente: elaboración propia

INDICADORES EFICIENCIA ROTACIÓN DEL ACTIVO ESCENARIO POSITIVO

Tabla 46. Indicadores aprovechamiento: Se observa en el escenario positivo que en los primeros cinco años cuenta con el dinero de respaldo de los activos corrientes, 1. **4,60**, 2. **4,05**, 3. **3,44**, 4. **2,66**, 5. **2,01** también se evidencia que sigue quedando capital de trabajo para las operaciones normales de la empresa productora de dulce de café orgánico.

13.2.3 INDICADOR DE ESTRUCTURA O ENDEUDAMIENTO ESCENARIO CONSERVADOR

Se analiza con la información que arrojada la tabla que la empresa tiene una evolución en el transcurso de los cinco años siendo esto positivo, permitiendo concluir que la empresa es viable para tener cierto nivel más de endeudamiento en el caso de que llegue a necesitar expandir su portafolio de productos.

Tabla 47. Indicadores de estructura

INDICADORES DE ESTRUCTURA O ENDEUDAMIENTO					
INDICADOR	Años				
	1	2	3	4	5
Indice de endeudamiento financiero(%)	7,36	24,88	17,51	12,34	9,24
Indice de endeud. C.P(%)	76	81	87	93	100
Indice de endeud. a L.P(%)	69,4	78,5	83,7	87,7	90,8
Indice de cobert.de inter.(# veces)	20,24	29,26	44,29	88,37	247,11
Indice de participación patrimonial (leverage)	0,68	0,36	0,23	0,15	0,10
Razón deuda o nivel de endeudamiento(%)	0,40	0,27	0,19	0,13	0,09

Fuente: elaboración propia

INDICADOR DE ESTRUCTURA O ENDEUDAMIENTO ESCENARIO POSITIVO

Tabla 48. Indicadores de estructura: Se observa con la información que arrojada la tabla que la empresa tiene una evolución en el transcurso de los cinco años 1. **2,44**, 2. **38,50**, 3. **31,28**, 4. **23,61**, 5. **16,99** siendo esto positivo, permitiendo concluir que la empresa es viable para tener cierto nivel más de endeudamiento en el caso de que llegue a necesitar expandir su portafolio de productos

13.2.4 INDICADOR DE RENTABILIDAD ESCENARIO CONSERVADOR

Se hace evidente con la información de la tabla que los indicadores de rendimiento neto por ventas anuales son constantes y van progresando ya que la empresa elaboradora de dulce de café debe tener un resultado favorable ya que de este depende la rentabilidad.

Tabla 49. Indicadores rentabilidad

INDICADORES DE RENTABILIDAD					
INDICADOR	Años				
	1	2	3	4	5
1.Indice de rendimiento bruto en ventas(%)	14,8	16,0	17,0	20,2	24,7
2.Indice de rendimiento operativo en ventas(%)	12,82	13,93	14,96	18,25	22,81
3.Indice de rendimiento neto en ventas(%)	12,19	13,45	14,62	18,04	22,72
4.Indice de rendimiento patrimonial(%)	69,13	44,82	33,99	31,38	30,65
5.Indice de rendimiento del activo total(%)	41,19	32,93	27,63	27,23	27,82

Fuente: elaboración propia

INDICADOR DE RENTABILIDAD ESCENARIO POSITIVO

Tabla 50. Indicadores rentabilidad: Se hace evidente con la información de la tabla que los indicadores de rendimiento neto por ventas anuales, 1. **3,72**, 2. **5,16** 3. **6,45** 4. **10,28** 5. **15,60** son constantes y van en progreso ya que la empresa productora de dulce de café debe tener un resultado favorable ya que de este depende la rentabilidad.

13.2.5 FLUJOS DE FONDO DEL PROYECTO ESCENARIO CONSERVADOR

Se puede observar que, en las actividades operacionales, financiar e invertir la empresa productora de dulce de café en el reporte de sus proyecciones muestra que en cada periodo hay un crecimiento importante donde brinda la oportunidad de que la empresa pueda tomar decisiones sobre la opción de invertir en el negocio.

Tabla 51. Flujos de fondo

FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO (PESOS)								
CONCEPTO	INVER. INICIAL	OPERACIÓN						
		0	1	2	3	4	5	
Ingresos								
Saldo inicial	\$ -	\$ 12.708.871	\$ 39.400.468	\$ 70.818.878	\$ 109.111.777	\$ 160.847.207		
+ Ventas de contado	\$ -	\$ 186.233.388	\$ 198.342.282	\$ 209.632.831	\$ 228.610.600	\$ 255.671.535		
+ Aporte socios	\$ 10.138.914							
+ Créditos de financiación	\$ 6.759.276							
Total Ingresos en Efectivo	\$ 16.898.191	\$ 198.942.258	\$ 237.742.751	\$ 280.451.708	\$ 337.722.377	\$ 416.518.741		
- Inversiones fijas	\$ (4.189.320)							
- Costos								
- Costos fijos y variables		\$ (158.659.076)	\$ (166.614.621)	\$ (173.994.583)	\$ (182.402.963)	\$ (192.589.075)		
- Gastos administración		\$ (1.390.772)	\$ (1.722.646)	\$ (1.809.770)	\$ (1.942.996)	\$ (2.124.632)		
- Gastos Generales de Ventas		\$ (1.280.772)	\$ (2.380.500)	\$ (2.466.198)	\$ (2.550.049)	\$ (2.631.650)		
- intereses		\$ (1.180.170)	\$ (944.136)	\$ (708.102)	\$ (472.068)	\$ (236.034)		
Ganancias Gravadas		\$ 36.431.468	\$ 66.080.848	\$ 101.473.055	\$ 150.354.301	\$ 218.937.351		
- Impuestos								
- Imporenta								
- industria y Ccio		\$ -	\$ (1.199.971)	\$ (1.268.279)	\$ (1.383.094)	\$ (1.546.813)		
+ Valor residual capital de trabajo								
+ Valor residual (Activo fijos)								
Ganancias netas		\$ 36.431.468	\$ 64.880.878	\$ 100.204.777	\$ 148.971.207	\$ 217.390.538		
(+) Depreciación		\$ 2.969.000	\$ 5.938.000	\$ 8.907.000	\$ 11.876.000	\$ 14.845.000		
(+) Amortización		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
(-) Costo de inversiones y reversiones		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
Saldo final de caja	\$ 12.708.871	\$ 39.400.468	\$ 70.818.878	\$ 109.111.777	\$ 160.847.207	\$ 232.235.538		
FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$ (16.898.191)	\$ 39.400.468	\$ 70.818.878	\$ 109.111.777	\$ 160.847.207	\$ 232.235.538		

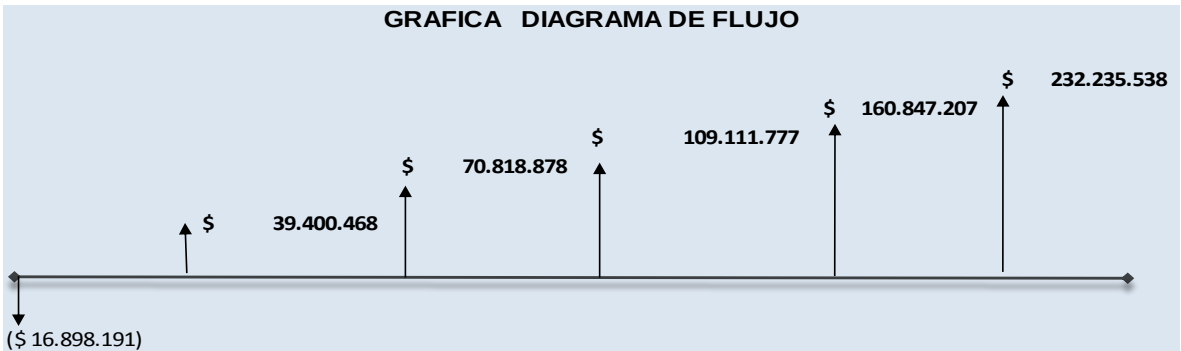
Fuente: elaboración propia

FLUJOS DE FONDO DEL PROYECTO ESCENARIO POSITIVO

Tabla 52.Flujos de fondo: Se puede observar que, en las actividades operacionales, financiar e invertir en la empresa productora de dulce de café en el reporte de sus proyecciones tales como, total ingresos en efectivo, ganancias gravadas, ganancias netas flujo efectivo neto. Muestra que en cada periodo hay un crecimiento importante donde brinda la oportunidad de que la empresa pueda tomar decisiones sobre la opción de invertir en el negocio.

13.2. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROYECTO ESCENARIO CONSERVADOR

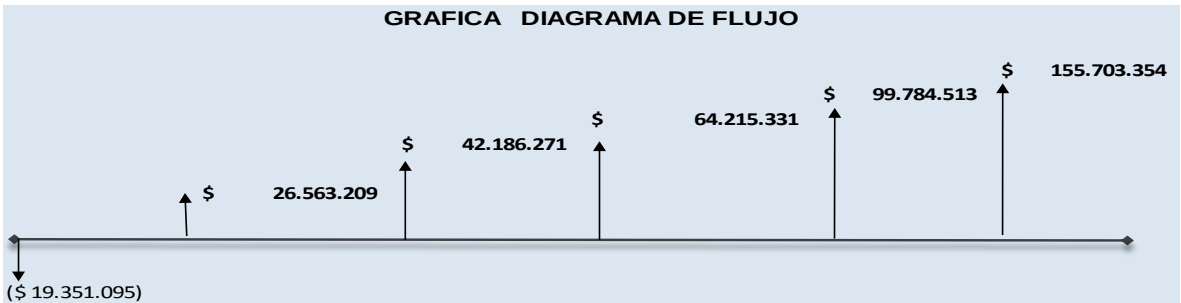
Gráfico 19.Diagrama de flujo



Fuente: elaboración propia

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROYECTO ESCENARIO POSITIVO

Gráfico 20.Diagrama de flujo: se analiza que en el escenario positivo el diagrama de flujos del proyecto presenta variaciones positivas



Fuente: elaboración propia

13.2.6 INDICADORES DE EVALUACIÓN ECONÓMICA ESCENARIO CONSERVADOR

Se identifica que la proyección de los flujos de caja que arroja, el total de la inversión requerida para la puesta en marcha de la empresa productora de dulce de café tendría una estabilidad económica desde el primer año.

Tabla 53. Indicadores evaluación económica

INDICADORES DE EVALUACION ECONOMICA=		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	\$ (16.898.191)	\$ 39.400.468	\$ 70.818.878	\$ 109.111.777	\$ 160.847.207	\$ 232.235.538
ACUMULADO SIN TASA DE OPORTUNIDAD		\$ 22.502.278	\$ 110.219.346	\$ 179.930.654	\$ 269.958.983	\$ 393.082.744
FLUJOS NETOS A VP	\$ (16.898.191)	\$ 30.785.464	\$ 43.235.221	\$ 52.048.065	\$ 59.950.223	\$ 67.631.696
ACUMULADO CON TASA DE OPORTUNIDAD		\$13.887.273	\$57.122.494	\$109.170.559	\$169.120.783	\$236.752.479

Fuente: elaboración propia

INDICADORES DE EVALUACIÓN ECONÓMICA ESCENARIO POSITIVO

Tabla 54. Indicadores evaluación económica: Se identifica que la proyección de los flujos de caja que arroja, 1. **\$26.563.209**, 2. **\$42.186.271**, 3. **\$64.215.331**, 4. **\$ 99.784.513**, 5. **\$ 155.703.354** el total de la inversión requerida para la puesta en marcha de la empresa productora de dulce de café tendría una estabilidad económica desde el primer año.

13.2.7 INTERPRETACIÓN DEL VPN O LA VAN

Evidenciamos que el valor de todos los flujos de caja, obteniendo una cantidad monetaria y evidenciando la diferencia del valor actual de los cobros, menos el valor actualizado de los pagos. Indican que la empresa productora de dulce de café en Santander de Quilichao, genera rentabilidad y está libre de pérdidas.

13.2.8 INTERPRETACIÓN DE LA TIR

En la tasa interna de retorno del proyecto se obtuvo un valor de 22% efectivo anual, resultado de igualar el valor de los flujos netos con la inversión realizada, lo que indica que frente a la rentabilidad mínima esperada por el inversionista del 20% de apreciación personal y subjetiva para el proyecto del dulce e café, se analiza que a mayor distancia entre la tasa mínima definida y la TIR, la empresa productora de dulce de café en Santander de Quilichao.

NOTA: Es importante tener en cuenta que **la TIR se basa en estimaciones de rendimiento futuro**, las cuales pueden variar en el tiempo. Un proyecto depende de muchos factores, como el precio de los insumos, disrupciones tecnológicas, la gestión interna y muchos otros.

Tabla 55. Interpretación TR

Para calcular la tasa de oportunidad del negocio, es recomendable el uso del WACC	RENTABILIDAD ESPERADA POR EL INVERSIONISTA=	20%
WACC=	TASA OPORTUNIDAD(TIO) =	18,98%
	FORMULA VPN =	\$1.995.826
	MANUAL VPN=	\$1.995.826
	TIR=	22%
	TASA RI=	15%
	TIRM=	21%
	PB=	1,8
	DPB=	-15,3

Fuente: elaboración propia

14. ANALISIS DE RIESGOS.

14.1 CONDICIONES DEL ENTORNO

14.1.1 CAMBIOS MACROECONÓMICOS

14.2 RIESGO DE MERCADO

En un amplio mercado de productos derivados de café el riesgo mayor sería la calidad de nuestro producto para estar al nivel de la competencia ya que la reputación de la empresa es imagen para vender los productos, por otro lado estaría el marco legal el buen cumplimiento de la regulación y contratos a la hora que se requiere personal para servicios en la organización y por último en la parte operativa poder contar con la tecnología para crear estrategias de venta en el mercado competidor que va avanzando y evolucionando cada día.

14.3 RIEGOS TÉCNICOS

El hecho de que lleguen al mercado nuevas tecnologías y avances en el tema de maquinaria nueva que pueda desarrollar trabajos que son manuales, es un riesgo que puede afectarnos ya que trabajamos con procedimientos manuales y la competencia en este sentido sería muy fuerte por otro lado contamos con tecnología básica en el manejo de algunos procesos así que las empresas que van a la vanguardia con esta serían de gran competencia.

14.3.2 FUENTES DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Teniendo en cuenta la recopilación de información Santander es un sector con gran afluencia en el comercio de café, gran parte de zonas aledañas se dedican a la siembra y comercialización de este producto, se cuenta con la facilidad de proveedores de insumos en las zonas cercanas de Jambalo Cauca esta serán los principales proveedores de materia prima para la elaboración del producto.

14.4 RIESGOS ECONOMICOS

14.4.1 INCREMENTO DE COSTOS DE MATERIA PRIMAS

La inestabilidad de los mercados globales tiene grandes implicaciones para las organizaciones de manufactura. Desde el aumento de los costos energéticos a las fluctuaciones inesperadas en los precios de las materias primas, obstáculos imprevistos están desestabilizando las cadenas de suministro y dificultando que los fabricantes sigan teniendo unos resultados financieros positivos,⁸⁵ por lo cual el riesgo que aumenten los costos de las materias primas en gran parte depende de la estabilidad macroeconómica y la inflación del índice de precios al producto, como se analizó en el estudio económico.

14.4.2 CAMBIOS EN LOS COSTES LABORALES

El aumento en el costo laboral produce consecuencias adversas para la contratación directa de personal, o la generación de empleo formal. Así mismo, desincentiva incrementos salariales (o aumentos en los beneficios y auxilios laborales) que favorecen las condiciones de trabajo de los empleados, si los pagos aumentan esto afectará la productividad llevando a la empresa a disminuir personal y por ende se verá afectada la productividad, siendo este un problema ya que recargaría de trabajo al personal que realizara las funciones que se le asignarían a otro trabajador, por otro lado está el aumento de los costos del producto el cual afectaría con una disminución de ventas.

⁸⁵ Dave Gorin. (2015). aumento en costo de materia prima. Recuperado de <https://es.traccsolution.com/resources/costos-en-materias-primas/>

14.5 RIESGOS FINANCIEROS

Teniendo en cuenta el estudio realizado se convertiría en un riesgo la pérdida como inversionista por no tener en cuenta los precios que se registran en el mercado, ya que esto puede ocasionar pérdidas futuras para la organización

15. PLAN OPERATIVO

En la siguiente página veremos el cuadro del plan operativo...

15.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N°	MES / SEMANA		SEMANA 1				SEMANA 2				SEMANA 3				SEMANA 4			
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	REUNIÓN DE PROPUESTAS DE NEGOCIO																	
2	VIABILIDAD FINANCIERA O MATRIZ DE PRESUPUESTO																	
3	ELABORACIÓN DE LA MINUTA DE CONSTITUCIÓN																	
4	REVISÓN DE MINUTA																	
5	INSCRIPCIÓN DEL REGISTRO MERCANTIL																	
6	INSCRIPCIÓN USO DE SUELO																	
7	INSCRIPCIÓN BOMBEROS																	
10	BPM																	
11	DIAN																	
12	COTIZACIONES DE LA INVERSIÓN	MAQUINARIA																
		EQUIPO																
		MUEBLES																
		LOCAL																
		MATERIA PRIMA																
13	REGISTRO SANITARIO																	
14	ELABORACION DE LOS CONTRATOS																	
15	REVISIÓN DE LOS CONTRATOS																	
16	APERTURA DE LA CUENTA BANCARIA																	
17	REVISION CUMPLIMIENTO CRONOGRAMA																	
18	REVISIÓN ESTADOS FINANCIEROS	CONCILIACIÓN BANCARIA / FLUJO DE CAJA / ESTADO DE RESULTADOS Y PRESUPUESTO																
		CONTABILIDAD (LIBRO AUXILIAR DE BANCOS)																
		BANCO (EXTRACTO)																
EJECUCION DEL PROYECTO		APERTURA DE PLANTA																

Fuente: elaboración propia

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la empresa efectúe una reforma a su organización donde defina puestos y responsabilidades directas para así permitir personalizar más su operación diarias.
- Es importante que la empresa realice investigaciones sobre las propiedades que tiene el producto que se comercializa para que se cuente con el conocimiento necesario y hacia obtener una ventaja competitiva sólida.
- Se requiere por último que se aprovechen las condiciones que le favorecen actualmente para implantar estrategias de marketing tales como mejorar promoción y adecuaciones al producto, ambas expuestas también en esta investigación, que le permitan fortalecer aún más como empresa y seguir manteniendo un crecimiento constante durante los próximos años.
- Es importante buscar aliados en el ejercicio de la creación del plan de empresa, con el fin de fortalecer y compartir conocimientos en la fabricación de dulces, llevados a la práctica, de esta manera implementar los recursos necesarios en capital humano, tecnología, materias primas y herramientas.
- Abrir las nuevas líneas de negocio que abarque más regiones del país, para captar mayor parte del mercado de restaurantes, y de esta manera tener una mayor diversificación de productos en el sector.

CONCLUSION

Para el estudio de la viabilidad de la creación de la empresa productora de dulce de café orgánico en Santander de Quilichao Cauca, se utilizó el modelo descrito en el marco teórico, y se basó, en la guía de plan de empresa por Rodrigo Varela, el cual permitió cumplir con los objetivos específicos determinados para la investigación. En este proceso se analizaron las variables pertinentes del macro e y micro entorno en relación al sector de los dulces en Colombia obteniendo como resultado oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas que permitieron conformar estrategias para la evolución en la creación de la empresa productora de dulce de café orgánico, por otro lado con la metodología que se manejó en la aplicación de encuestas para la recolección de la información de se obtuvo como resultado datos valiosos acerca del sector de los dulces a nivel regional y local permitiendo cumplir con el objetivo en el mercado, conociendo el comportamiento que genera la producción, ventas y empleo en torno a la comercialización del dulce de café orgánico, se descubrieron los factores determinantes para definir que nicho de mercado será para este producto. Que con la implementación de la estructura organizacional administrativa se ordenan las operaciones, puestos de trabajo, normas políticas que beneficia el cumplimiento de las actividades en torno a la razón de ser de la compañía. Por otra parte con la realización del análisis técnico se determinó, la capacidad de producción de la empresa, los procesos para fabricación del dulce de café, y las instalaciones de la fábrica del cual se obtuvo una positiva respuesta a la demanda del dulce de café en el municipio Santander de Quilichao ya que se cumplió con el objetivo de la elaboración del producto en el mercado llevando a cabo una serie de estrategias donde se identificó el producto, su distribución, el precio de lanzamiento, las promociones y el servicio de manera integral, permitiendo que el cliente perciba el valor de este y lo compre además logrando que la compañía invierta sus recursos eficientemente en la producción del dulce para lo cual se hicieron los cálculos financieros y económicos correspondientes, facilitando la toma de decisiones en el ejercicio de la disponibilidad de recursos, las condiciones generales de la empresa, la interpretación de sus resultados para logra medir el desempeño de la administración en el presente y en el futuro donde finalmente se determinó que la empresa productora de dulce de café orgánico en Santander de Quilichao cauca, genera rentabilidad y por lo tanto es viable.

BIBLIOGRAFIA

ALCALDIA DE BOGOTA. (1991). Constitución política de Colombia. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4125> >

ALCALDÍA SANTANDER DE QUILICHAO. (14 de junio de 2016). Planeación gestión y control. Recuperado de <http://www.santanderdequilichao-cauca.gov.co/Transparencia/Paginas/Planeacion,-Gestion-y-Control.asp>

ALCALDÍA SANTANDER DE QUILICHAO. (14 de junio de 2016). Planeación gestión y control. Recuperado de <http://www.santanderdequilichao-cauca.gov.co/Transparencia/Paginas/Planeación,-Gestion-y-Control.asp>

ALCALDÍA SANTANDER DE QUILICHAO. (14 de junio de 2016). Planeación gestión y control. Recuperado de <http://www.santanderdequilichao-cauca.gov.co/Transparencia/Paginas/Planeacion,-Gestion-y-Control.asp>

ALCALDÍA SANTANDER DE QUILICHAO. (14 de junio de 2016). Planeación gestión y control. Recuperado de <http://www.santanderdequilichao-cauca.gov.co/Transparencia/Paginas/Planeacion,-Gestion-y-Control.asp>

ARAGUA Proyectos. (2008). Estudio de factibilidad. Recuperado de http://proyectos.aragua.gob.ve/descargas/ESTUDIOFACTIBILIDADECON_3MICA.pdf

ARAGUA Proyectos. (2008). Estudio de factibilidad. Recuperado de http://proyectos.aragua.gob.ve/descargas/ESTUDIOFACTIBILIDADECON_3MICA.pdf

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA. (2018). Qué es la stevia. Recuperado de <http://>

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA. (2018). Qué es la stevia. Recuperado de <http://>

BANCO DE LA REPUBLICA. (17/04/2017). Tasa de cambio del peso colombiano. Recuperado de <http://www.banrep.org/es/trm>

Banco Mundial. Washington. (2003). informe banco mundial. Recuperado de <http://incp.org.co/Site/publicaciones/info/archivos/Boletin-PIB17112017.pdf>

Banco Mundial. Washington. (2003). informe banco mundial. Recuperado de <http://incp.org.co/Site/publicaciones/info/archivos/Boletin-PIB17112017.pdf>

BAQUE CAFÉ. (03 de abril de 2018). Especialistas en café. Recuperado de <http://www.baque.com/es/blog/que-es-cafe-organico>

BAQUE CAFÉ. (03 de abril de 2018). Especialistas en café. Recuperado de <http://www.baque.com/es/blog/que-es-cafe-organico>

BEKIA SALUD. (2008). La stevia y sus beneficios. Recuperado de <https://www.bekiasalud.com/articulos/que-es-stevia-cuales-son-beneficios/>

BEKIA SALUD. (2008). La stevia y sus beneficios. Recuperado de <https://www.bekiasalud.com/articulos/que-es-stevia-cuales-son-beneficios/>

BERNAL, CÉSAR A. (2010). Metodología de la investigación.: Editorial Mexicana.

BERNAL, CÉSAR A. (2010). Metodología de la investigación.: Editorial Mexicana.

BERNAL, CÉSAR A. (2010). Metodología de la investigación.: PEARSON EDUCACIÓN

BIBLIOTECA VIRTUAL. (2008). UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE NORTE DEL CAUCA
Recuperado de <http://univalle.uni.planetasaber.com.bd.univalle.edu.co/default.asp>

CAFÉ DE COLOMBIA 27/09/201 Una organización de tras del producto. Antioquia.
blog café Recuperado de www.cafedecolombia.com/particulares/es/un_referente_mundial/261_una_organizacion_detras_del_producto/

CAFÉ SOSTENIBLE. (marzo 10-2010). Memorias del seminario internacional.
Recuperado de https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/memorias_cafe_sostenible_2010.pdf

CAFÉ SOSTENIBLE. (marzo 10-2010). Memorias del seminario internacional.
Recuperado de https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/memorias_cafe_sostenible_2010.pdf

CATARINA. (2018). PLAN DE NEGOCIO. Modelo de plan de negocio. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ladi/perez_b_m/

COMITÉ DEPARTAMENTAL DE CAFETEROS. (2018). Comercialización del café colombiano. Recuperado de <https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Huila3.pdf>

COMITÉ DEPARTAMENTAL DE CAFETEROS. (2018). Comercialización del café colombiano. Recuperado de <https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Huila3.pdf>

COMPETENCIA CAFÉ COLOMBIANO. (2006). Recuperado de <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/5112/NietoErika2013.pdf?sequence=4>

competencia café colombiano. (2006). Recuperado de <http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/5112/NietoErika2013.pdf?sequence=4>

CREACIÓN DE EMPRESAS EN DOC. Microsoft Word. (2015). creación de empresas. Recuperado de <http://www.univalle.edu.co/busqueda?gsquery=CREACION+DE+EMPRESAS>

DANE. (1/09/2017). Demografía y población. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

DANE. (14 /05/2018). Estimaciones y proyecciones de la población de Colombia. Recuperado de <https://geoportal.dane.gov.co/v2/?page=elementoEstimaciones>

DANE. (27 de abril de 2018). Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim17_oferta_demanda.pdf

DANE. (27 de abril de 2018). Índice de precio al consumidor. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_abr18.pdf

DANE. (27 de abril de 2018). Mercado laboral. Recuperado de

DANE. (27 de abril de 2018). Mercado laboral. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

DANE. (9 de diciembre de 2016). Encuesta anual manufacturera. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2015.pdf

DANE. (9 de diciembre de 2016). Encuesta anual manufacturera. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2015.pdf

DANE. (9 de diciembre de 2016). Encuesta anual manufacturera. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2015.pdf

DANE. (9 de diciembre de 2016). Encuesta anual manufacturera. Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2015.pdf

DAVE Gorin. (2015). aumento en costo de materia prima. Recuperado de <https://es.traccsolution.com/resources/costos-en-materias-primas/>

DAVE GORIN. (2015). aumento en costo de materia prima. Recuperado de <https://es.traccsolution.com/resources/costos-en-materias-primas/> de Colombia

DEFINICIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN (29 julio del 2009). administracionenteoria.blogspot.com Recuperado de <http://administracionenteoria.blogspot.com/2009/07/definicion-de-administracion.html>

DEFINICIÓN DEL MERCADO. (2007). Recuperado de <http://www.definicionabc.com/economia/mercado.php>

DIAN. (29 de diciembre de 2016). Comunicado de prensa. Recuperado de http://www.dian.gov.co/descargas/EscritosComunicados/2016/227_Comunicado_de_prensa_29122016.pdf

DIAN. (29 de diciembre de 2016). Comunicado de prensa. Recuperado de http://www.dian.gov.co/descargas/EscritosComunicados/2016/227_Comunicado_de_prensa_29122016.pdf

EL CAFÉ. (2018). Recuperado de <https://www.zonadiet.com/bebidas/cafe.htm>

EL MERCADO MUNDIAL. (2018). federación de cafetero. Recuperado de [https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/el-20mercado_20mundial_de los cafés arábicos lavados.pdf](https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/el-20mercado_20mundial_de_los_cafés_arábicos_lavados.pdf)

EL MERCADO MUNDIAL. (2018). federación de cafetero. Recuperado de [https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/el mercado mundial de los cafés arábicos lavados.pdf](https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/el_mercado_mundial_de_los_cafés_arábicos_lavados.pdf)

EL MERCADO MUNDIAL. (2018). federación de cafetero. Recuperado de [https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/el mercado mundial de los caf es arabicos lavados.pdf](https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/el_mercado_mundial_de_los_cafes_arabicos_lavados.pdf)

EL MERCADO MUNDIAL. (2018). federación de cafetero. Recuperado de [https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/el mercado mundial de los caf es arabicos lavados.pdf](https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/el_mercado_mundial_de_los_cafes_arabicos_lavados.pdf)

EL PROCESO ADMINISTRATIVO (2018) EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL. es.scribd.com Recuperado de <https://es.scribd.com/document/145156726/Modulo-3-El-Proceso-Administrativo-en-El-Desarrollo-Empresari>

EL PROPÓSITO Y LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA (2018) www.scientologycourses.org Recuperado de http://www.scientologycourses.org/es_ES/courses-view/targets/step/read-strategic-planning.html

EL TIEMPO. (05 de febrero de 2018). Economía, inversión extranjera en el país. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/meta-de-inversion-extranjera-en-colombia-para-2018-178808>

ENCICLOPEDIA DE LA OIT. (2007). Prevención laboral. Recuperado de <http://www.prevencionlaboral.org/enciclopedia->

ENCICLOPEDIA DE LA OIT. (2007). Prevención laboral. Recuperado de <http://www.prevencionlaboral.org/enciclopedia->

ESCOBAR, Carlos Mario. (2005). Colombia tierra de esperanza.: aula XXI Ltda.

ESCOBAR, Carlos Mario. (2005). Colombia tierra de esperanza.: aula XXI Ltda.

ESCOBAR, Carlos Mario. (2005). Colombia tierra de esperanza.: Ediciones aula XXI Ltda.

EULALIA PINO LOZA. (2012). La dimensión social de la universidad del siglo xxi creación del programa de aprendizaje la universidad técnica. Bogotá Recuperado de <https://eprints.ucm.es/22393/1/T34660.pdf>

GASTROMIA. (01 de febrero de 2009). Recuperado de <https://gastronomiaycia.republica.com/2009/02/01/clavos-de-olor>
GASTROMIA. (01 de febrero de 2009). Recuperado de <https://gastronomiaycia.republica.com/2009/02/01/clavos-de-olor>

GEOGRAFÍA. (2007). Recuperado de http://www.colombiamania.com/geografia/index_geografia/index_geografia_hidrografia.html

geografía. Recuperado de (2007). http://www.colombiamania.com/geografia/index_geografia/index_geografia_hidrografia.html

GESTION DE OPERACIONES. (2008). Recuperado de <https://www.gestiondeoperaciones.net/procesos/el-proceso-de-transformacion-de-insumos-en-productos-o-servicios/>

GESTION DE OPERACIONES. (2008). Recuperado de <https://www.gestiondeoperaciones.net/procesos/el-proceso-de-transformacion-de-insumos-en-productos-o-servicios/>

GOBERNACION DEL CAUCA. (2007). Salud en el departamento del Cauca. Recuperado de <http://cauca.gov.co/noticias/sias-un-reto-para-todos-los-actores-de-salud-en-el-departamento-del-cauca>

GOBERNACION DEL CAUCA. (2007). Salud en el departamento del Cauca. Recuperado de <http://cauca.gov.co/noticias/sias-un-reto-para-todos-los-actores-de-salud-en-el-departamento-del-cauca>

GOBERNACION DEL CAUCA. (27 de agosto 2018). Obras de infraestructura vial. Recuperado de <

GOBERNACION DEL CAUCA. (27 de septiembre 2018). El Cauca invierte en vivienda rural y urbana. Recuperado de <http://cauca.gov.co/noticias/con-regalias-el-cauca-invierte-en-vivienda-rural-y-urbana>

GOBERNACION DEL CAUCA. (27 de septiembre 2018). El Cauca invierte en vivienda rural y urbana. Recuperado de <http://cauca.gov.co/noticias/con-regalias-el-cauca-invierte-en-vivienda-rural-y-urbana>

GÓMEZ Liyis. (2006). Política pública y creación de empresas en Colombia. Recuperado de https://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/21/politica_publica_creacion_empresas.pdf

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. (). Metodología de la investigación.: INTERAMERICANA EDITORES

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mgc/carrillo_c_mm/capitulo3.pdf
<http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelarteenlaensenanzadelemprendimiento>

<http://www.cauca.gov.co/noticias/obras-de-infraestructura-vial-mejoran-la-competitividad-del-departamento> >

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

INDUSTRIA MANUFACTURERA VARIACIÓN DEL VALOR AGREGADO. (27 de abril de 2018). Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_IVtrim17_oferta_demanda.pdf

información-practica. (2007). Recuperado de <http://www.colombia.travel/es/informacion-practica/clima?language=pt>
información-practica. (2007). Recuperado de <http://www.colombia.travel/es/informacion-practica/clima?language=pt>

ISOPLASTICOS. (2018). Tarros y tarrinas plásticas. Recuperado de <http://www.isoplasticos.com/potes-y-tarrinas-plasticos.html>

ISOPLASTICOS. (2018). Tarros y tarrinas plásticas. Recuperado de <http://www.isoplasticos.com/potes-y-tarrinas-plasticos.html>

kwesxpiyayat. (15/03/2018). Información docente. Cali. colegio jámbalo
Recuperado de Información docente

MICHAEL EUGENE, PORTER. (1995). estrategia competitiva.: Ediciones Pirámide

MICHAEL EUGENE, PORTER. (1995). estrategia competitiva.: Ediciones Pirámide

MINTRABAJO. (03/05/2018). Salario mínimo. Recuperado de <http://www.mintrabajo.gov.co/diciembre-2016/6660-salario-minimo-en-2017-tendra-un-incremento-del-70.htm>

Nuestro municipio. (14/05/2018). Recuperado de http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/informacion_general.shtml

NUESTRO MUNICIPIO. (14/05/2018). Recuperado de http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/informacion_general.shtml

NUESTRO MUNICIPIO. RECUPERADO. (09 de mayo de 2018). de http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/informacion_general.shtml

OFICINA EFICIENTE. (1997)., ARTICULO N° 79

PETER, DRUCKER (2018). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. recursos.ccb.org.co Recuperado

PLANEACIÓN GESTIÓN Y CONTROL. (14 de junio de 2016). Recuperado de <http://www.santanderdequilichao-cauca.gov.co/Transparencia/Paginas/Planeacion,-Gestion-y-Control.aspx>

PORTER, MICHAEL EUGENE. (1995). estrategia competitiva.

RECURSO HÍDRICO DE SANTANDER. (23 de febrero de 2013). Recuperado de <http://www.santanderdequilichao.net/el-rio-quilichao-recurso-hidrico-de-santander-de-quilichao>

RECURSO HÍDRICO DE SANTANDER. (23 de febrero de 2013). Recuperado de <http://www.santanderdequilichao.net/el-rio-quilichao-recurso-hidrico-de-santander-de-quilichao>

RECURSO HÍDRICO DE SANTANDER. (23 de febrero de 2013). Recuperado de <http://www.santanderdequilichao.net/el-rio-quilichao-recurso-hidrico-de-santander-de-quilichao>

RICHARD AGUIRRE FERNÁNDEZ. (09 de octubre de 2018). Azúcar, una discusión amarga en Colombia. Antioquia. El Colombiano Recuperado de <https://www.elcolombiano.com/colombia/azucar-una-discusion-amarga-en-colombia-AB9461615>

RODRIGO, VARELA. (). innovación empresarial.: Prentice hall

SANTANDER DE QUILICHAO (14072016). Mi municipio. SANTANDER DE QUILICHAO Recuperado de <http://santanderdequilichao-cauca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

SCHUMPETE, JOSEPH ALOIS. Capitalism Socialism and Democracy.

SECRETARIA GENERAL DEL SENADO. (15 de agosto). Leyes y actos legislativos. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

SERNA GÓMEZ, Humberto. (2008). Gerencia Estratégica. Bogotá, Editores, 2008

SISTEMA ECONOMICO. (2018). características económicas en el contexto. Recuperado de [regionalhttp://crc.gov.co/files/conocimientoambiental/pot/santander/3._sistema_economico.pdf](http://crc.gov.co/files/conocimientoambiental/pot/santander/3._sistema_economico.pdf)

SISTEMA ECONOMICO. (2018). características económicas en el contexto. Recuperado de [regionalhttp://crc.gov.co/files/conocimientoambiental/pot/santander/3._sistema_economico.pdf](http://crc.gov.co/files/conocimientoambiental/pot/santander/3._sistema_economico.pdf)

VARELA, Rodrigo. (2008). Innovación empresarial. Pearson Educación de Colombia

VARELA, Rodrigo. (2008). Innovación empresarial.: Pearson Educación

VARELA, Rodrigo. (2008). Innovación Empresarial.: Pearson Educación de Colombia

VARELA, Rodrigo. (2008). Innovación Empresarial.: Pearson Educación de Colombia

VARELA, Rodrigo. (2008). Innovación Empresarial.: Pearson Educación de Colombia

VARELA, RODRIGO. (2008). Pearson Educación de Colombia. Pearson Educación de Colombia