

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
CAFÉ DE SOYA EN EL MUNICIPIO DE LA UNION (NARIÑO), 2016.**

**CHAYAN ORLANDO BARRIOS BURBANO
CESAR GAVIRIA ORTIZ**

**UNIVERSIDAD DENARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
PASTO
2017**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
CAFÉ DE SOYA EN EL MUNICIPIO DE LA UNION (NARIÑO) 2016**

**CHAYAN ORLANDO BARRIOS
CESAR GAVIRIA ORTIZ**

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de
Profesional en Comercio Internacional y Mercadeo**

**Asesor:
HECTOR RUBEN MUÑOZ MARTINEZ
Esp. Gerencia de Mercadeo**

**UNIVERSIDAD DENARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
PASTO
2017**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado son de responsabilidad exclusiva de sus autores”.

Artículo 1º del Acuerdo No 324 de Octubre 11 de 1966, emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño”.

Nota de Aceptación:

Asesor de tesis

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, Octubre de 2016.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION.....	22
1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACION.....	24
1.1 TEMA.....	24
1.2 TITULO.....	24
1.3 DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	24
1.3.1 Formulación del problema.....	25
1.4 JUSTIFICACION.....	26
1.5 OBJETIVOS.....	27
1.5.1 Objetivo General.....	27
2. MARCO DE REFERENCIA.....	28
2.1 MARCO CONTEXTUAL.....	28
2.1.1 Aspectos generales del municipio de La Unión (Nar.).....	28
2.1.2 Aspectos generales del municipio de Pasto.....	29
2.2 MARCO TEORICO.....	33
2.2.1. Antecedentes.....	33
2.2.2 Fundamentos teóricos.....	33
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	37
2.4 MARCO LEGAL.....	38
2.5 DELIMITACION.....	39
2.5.1 Espacial.....	39

2.5.2. Temporal.....	39
3. ASPECTOS METODOLOGICOS.....	40
3.1 LINEA DE INVESTIGACION	40
3.2 SUBLINEA	40
3.3 TIPO DE ESTUDIO	40
3.4 METODO	40
3.5 PARADIGMA DE INVESTIGACION.....	40
3.5.1 Investigación cuantitativa.	40
3.5.2 Investigación cualitativa.....	41
3.6 ENFOQUE DE INVESTIGACION.....	41
3.7 FUENTES DE INFORMACION	41
3.7.1 Fuentes primarias.....	41
3.7.2 Fuentes secundarias.	41
3.8 INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION	41
3.9 POBLACION Y MUESTRA.....	42
3.9.1 Población.	42
3.9.2 Mercado meta.....	42
3.9.3 Selección de la muestra.	43
3.9.3.1 Tamaño de la muestra.....	43
3.9.4 Procedimiento de muestreo.....	44
3.10 TECNICAS DE ANALISIS	44
4. ANALISIS DEL MERCADO	45

4.1 MERCADO	45
4.1.1 Objetivo General	45
4.2 INVESTIGACION DE MERCADOS.....	45
4.3 ANALISIS DEL SECTOR	46
4.3.1 Características Botánicas.....	46
4.3.2 Producción en Colombia.	48
4.3.3 Agroindustria de la soya y sus derivados.....	51
4.4 ANALISIS DEL MERCADO	53
4.4.1 Análisis de resultados información encuesta.	53
4.4.2 Potencial del mercado.	73
4.4.3 Demanda histórica.....	73
4.5 ESTIMACION DE LA DEMANDA POTENCIAL Y REAL	74
4.5.1 Demanda potencial.....	74
4.5.2 Demanda futura de café de soya.	75
4.5.3 Estimación de la oferta actual de soya.....	75
4.5.4 Oferta proyectada.....	76
4.5.5 Relación oferta demanda de café:	76
4.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO	77
4.6.1 Concepto del producto.....	77
4.6.2 Estrategias de distribución.....	78
4.6.3 Estrategias de precios.	80
4.6.4 Estrategias de comunicación.....	81
4.6.5 Estrategias de promoción.....	82

4.6.6 Estrategias de servicios.....	82
4.6.7 Relaciones públicas.....	83
4.6.8 Presupuesto de la mezcla de mercadeo:.....	83
4.7 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO.....	83
4.8 PROYECCION DE VENTAS.....	84
5. ANALISIS TECNICO.....	85
5.1 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO.....	85
5.2 ESTADO DE DESARROLLO.....	86
5.3 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	86
5.3.1 Determinación del tamaño del proyecto.....	86
5.3.2 Capacidad instalada.....	86
5.4 DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	87
5.5 DESCRIPCION DE MAQUINARIA Y EQUIPO.....	91
5.6 DISTRIBUCION EN PLANTA.....	91
5.7 NECESIDADES Y COSTOS OPERATIVOS.....	94
5.7.1 Adecuaciones.....	94
5.7.2 Maquinaria y equipo:.....	95
5.7.3 Inversión en Herramientas:.....	95
5.7.4 Inversión en Muebles y enseres:.....	96
5.7.5 Inversión en equipo de oficina:.....	96
5.7.6 Provisiones en diferidos:.....	97
5.7.7 Capital de trabajo.....	97

5.7.8 Mano de obra:.....	98
5.7.9. Necesidades de materia prima:.....	99
5.7.10 Materiales indirectos:.....	100
5.7.11 Costo anual materia prima primer año con el 60% de capacidad:	100
5.7.12 Costo anual materiales primer año con el 60% de capacidad.....	101
5.7.13. Dotaciones:.....	101
5.8 OTROS COSTOS OPERACIONALES.....	101
5.8.1 Arrendamientos	101
5.8.2 Mantenimiento:	102
5.8.3 Servicios públicos:.....	102
5.8.4 Útiles de aseo y cafetería	102
5.8.5 Gastos de ventas:.....	103
5.8.6 Depreciación activos fijos total:	103
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	105
6.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	105
6.1.1 Misión.....	105
6.1.2 Visión.	105
6.1.3. Cultura organizacional.	105
6.1.4 Análisis DOFA:.....	106
6.1.5 Organismos de apoyo.	107
6.2 ORGANIGRAMA Y FUNCIONES.....	107
6.3 ASPECTOS LEGALES.....	111

6.3.1 Acta de constitución.....	112
7. ESTUDIO FINANCIERO.....	116
7.1 INVERSIONES	116
7.2 PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION	117
7.3 ESTIMACION DEL PRECIO DE VENTA	117
7.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS ESTIMADO	118
7.5 PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES PROYECTADOS	118
7.6 FLUJO NETO DE OPERACION.....	120
7.7 FLUJO NETO DE INVERSIONES.....	120
7.8 FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO.....	121
7.9 TASA INTERNA DE RETORNO Y VALOR PRESENTE NETO.....	121
7.10 RELACION COSTO BENEFICIO	121
7.11. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	123
7.12 EVALUACION DEL PROYECTO	123
7.12.1 Análisis del punto de equilibrio.....	123
7.12.2 Análisis de sensibilidad.	124
7.13 BALANCE GENERAL SIN FINANCIACION.....	126
7.14 RECURSOS DE FINANCIACION DE LA IDEA	127
7.14.1 Evaluación del proyecto con el 50% de financiación:	128
8. IMPACTO DEL PROYECTO	130
9. CONCLUSIONES	131

10. RECOMENDACIONES.....132

BIBLIOGRAFIA.....133

ANEXOS135

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Pasto: Número de hogares por estratos. Pasto, 2015.....	42
Tabla 2. Pasto: Población potencial por hogares, 2014.....	43
Tabla 3. Pasto: Número de encuestas por estrato, 2015.....	44
Tabla 4. Estrato socioeconómico.	54
Tabla 5. Edad.....	55
Tabla 6. Género población encuestada.....	56
Tabla 7. Nivel educativo	56
Tabla 8. Consume con regularidad café?	57
Tabla 9. Qué tipo de café consume usted?.....	58
Tabla 10. Conoce los beneficios de la soya?.....	59
Tabla 11. Sabía usted que con la soya se puede elaborar café 100% natural que reemplaza al tradicional?.....	60
Tabla 12. Ha consumido café de soya?	61
Tabla 13. Si se sabe que se consumiría café natural con soya usted consumiría?	62
Tabla 14. A qué cree que se debe el poco consumo de este producto?.....	63
Tabla 15. Estaría dispuesto a consumir café de soya tostado y molido que se propone en este estudio?	64
Tabla 16. Con qué frecuencia consumiría café de soya tostado y molido?.....	65
Tabla 17. Qué atributo considera usted debe tener el café de soya tostado y molido?	66
Tabla 18. Dada la importancia nutritiva del café de soya estaría dispuesto a pagar un precio más alto?	67

Tabla 19. Cómo desearía que sea la preparación del café de soya?.....	68
Tabla 20. Qué tipo de presentación desearía usted que tenga el café de soya?	69
Tabla 21. Cuál nombre cree usted que sea el más apropiado para el proyecto de café de soya?	70
Tabla 22. Cuánto estaría dispuesto a pagar por 1 libra de café de soya?	71
Tabla 23. Como le gustaría que fuera la estrategia de comunicación?.....	72
Tabla 24. Pasto: Mercado potencial de cafe de soya según estratos (2016).....	73
Tabla 25. Pasto (N): Consumiría usted café de soya – Índice de consumo 2016	75
Tabla 26. Demanda futura kg de café de soya	75
Tabla 27. Nariño: Oferta futura kg de café	76
Tabla 28. Pasto: Relación demanda oferta Kgs de café.....	76
Tabla 29. Café de soya Presupuesto de la mezcla de mercadeo	83
Tabla 30. CAPACIDAD INSTALADA DE CAFÉ DE SOYA.....	86
Tabla 31. Capacidad utilizada y proyectada	87
Tabla 32. Micro localización	94
Tabla 33. Adecuaciones	95
Tabla 34. Maquinaria y equipo	95
Tabla 35. Inversión en herramientas y utensilios	95
Tabla 36. Inversión en muebles y enseres.....	96
Tabla 37. Inversión en equipo de oficina.....	96
Tabla 38. Provisiones en diferidos	97
Tabla 39. Sueldos directivos	98
Tabla 40. Mano de obra directa.....	98

Tabla 41. Costo y cantidad de materia prima e insumos	99
Tabla 42. Costo materia prima Insumos y materiales Kgs.....	100
Tabla 43. Materiales indirectos Empaque	100
Tabla 44. Costo total materia prima Primer año.....	100
Tabla 45. Costo total materiales Primer año	101
Tabla 46. Dotaciones.....	101
Tabla 47. Arrendamientos local planta	101
Tabla 48. Arrendamientos local planta	102
Tabla 49. Mantenimiento	102
Tabla 50. Servicios públicos.....	102
Tabla 51. Utiles de aseo y cafetería	102
Tabla 52. Presupuesto de gastos de ventas	103
Tabla 53. Presupuesto de gastos de ventas	103
Tabla 54. Depreciación total.....	103
Tabla 55. Depreciación total.....	104
Tabla 56. Depreciación total.....	104
Tabla 57. Cultura organizacional.....	105
Tabla 58. Funciones	110
Tabla 59. Inversiones	116
Tabla 60. Presupuesto de costos de producción	117
Tabla 61. Precio de venta de libra de café de soya	118
Tabla 62. Presupuesto de ingresos estimado	118
Tabla 63. Presupuesto de costos operacionales proyectados.....	118

Tabla 64. Flujo neto de operación	120
Tabla 65. Flujo neto de inversiones.....	120
Tabla 66. Flujo financiero neto del proyecto	121
Tabla 67. Ajuste de la tir por medio del método de interpolación	121
Tabla 68. Relación Beneficio Costo	122
Tabla 69. Calculo relación beneficio costo.....	122
Tabla 70. Periodo de recuperación de la inversión	123
Tabla 71. Ingresos con aumento en el 10% en los precios.	125
Tabla 72. Flujo neto de operación con aumento den ingresos	125
Tabla 73. Flujo Financiero neto del proyecto con aumento en los ingresos.....	126
Tabla 74. Tasa Interna de Retorno y Valor Presente Neto con aumento en ingresos	126
Tabla 75. Balance general proyectado 31/12/2015-2020	126
Tabla 76. De amortización crédito.....	128
Tabla 77. Flujo neto de operación con financiación	128
Tabla 78. Flujo neto de inversiones con financiación	129
Tabla 79. Flujo financiero neto del proyecto con financiación.	129
Tabla 80. Tasa interna de retorno y Valor Actual Neto	129

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafico 1. Evolución área sembrada de Soya en Colombia	50
Grafico 2. Producción de Soya en Colombia	50
Gráfica 3. Estrato socioeconómico.....	54
Grafica 4. Edad.....	55
Grafica 5. Género población encuestada.....	56
Gráfica 6. Nivel educativo.....	57
Gráfica 7. Consume con regularidad café?.....	58
Gráfico 8. Qué tipo de café consume usted?	59
Gráfica 9. Conoce los beneficios de la soya?	60
Gráfica 10. Sabía usted que con la soya se puede elaborar café 100% natural que reemplaza al tradicional?.....	61
Gráfica 11. Ha consumido cafe de soya?	62
Gráfica 12. Si se sabe que se elabora cafe natural con soya ud consumiría?	63
Gráfica 13. A qué cree que se debe el poco consumo de este producto?	64
Gráfica 14. Estaría dispuesto a consumir café de soya tostado y molido?	65
Gráfica 15. Con qué frecuencia consumiría cafe de soya tostado y molido?	66
Gráfica 16. Qué atributo considera usted debe tener el cafe de soya tostado y molido?	67
Gráfica 17. Disposición a pagar un precio alto por libra de cafe de soya?.....	68
Gráfica 18. Sugerencia de preparación.....	69
Gráfica 19. Tipo de presentación sugerido para el producto	70

Gráfica 20. Nombre mas apropiado segun opinion del consumidor	71
Gráfico 21. Rango de precios sugerido por una libra de cafe de soya	72
Gráfica 22. Estrategia de comunicación sugerida por los clientes	73
Grafica 23. Necesidades de materia prima	99
Grafica 24. Punto de equilibrio	124

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Alternativas de distribución por canales.....	80
Figura 2. Distribucion en planta.....	92
Figura 3. Organigrama.....	109

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. ENCUESTA A LOS HOGARES MUNICIPIO DE PASTO.....	136
ANEXO B. ASPECTO ADMINISTRATIVO.....	138

RESUMEN

El presente trabajo de grado está orientado a la realización de un Plan de negocio para la producción y comercialización de café de soya en el municipio de La Unión, Nariño, iniciativa que surgió por el interés de los investigadores en fomentar el espíritu empresarial en el municipio de La Unión, su ciudad de origen y además, tener otra alternativa como trabajo productivo e independiente.

Se realizaron los estudios de mercado, técnico, administrativo, financiero y el impacto social y económico, cada uno de los cuales determinaron que el estudio en todos estos aspectos es viable y por lo tanto se tienen los fundamentos para ejecutar y poner en funcionamiento el negocio para la producción y comercialización de café de soya en el municipio de La Unión (Nariño) donde funcionará la planta y posterior comercialización en la ciudad de Pasto.

La propuesta de valor del estudio se formuló teniendo en cuenta que el consumidor que se beneficiará de esta idea son grupos de personas de estratos bajos sobre todo niños y personas adultas caracterizados por la carencia de alimentos nutritivos, fácil preparación, y precio al alcance de su presupuesto, quienes tendrán a disposición un sustituto del café tradicional 100% natural.

Las fuentes de financiación para esta idea será por una parte aporte de cada uno de los socios a través de un 50% recursos propios y el resto fuentes de financiación de regalías, fondo emprender y otras organizaciones del gobierno nacional que fomentan y subsidian este tipo de emprendimientos.

El municipio de La Unión (Nariño), se caracteriza por ser una localidad del norte del Departamento que se destaca por la producción agrícola con los cultivos de café, plátano, yuca, frutales, entre otros, en el cual ya se han iniciado programas y proyectos para el fomento del cultivo de la soya, siendo la oportunidad para buscar alternativas de agro industrialización del producto destacándose café de soya, leche de soya, sopas y otros derivados naturales que son fuente de nutrición para las familias colombianas.

Desde la perspectiva científico-técnico y de investigación y desarrollo, existe ya las posibilidades tanto en Colombia como en Ecuador del café de soya lo cual permitirá obtener valiosa información sobre los procesos, patente y licencia y poder ser desarrollada esta idea en el departamento de Nariño dirigido tanto a las familias como a organizaciones que fomentan el desarrollo de las necesidades alimentarias.

ABSTRACT

This degree work is aimed at the realization of a business plan for the production and marketing of soy coffee in the municipality of La Union, Nariño, an initiative that arose from the interest of researchers in fostering entrepreneurship in the municipality La Union, its city of origin and also have another alternative as product and independent work.

market research, technical, administrative, financial, and social and economic impact were carried out, each of which determined that the study in all these aspects is feasible and therefore have the basics to run and operate the business for coffee production and marketing of soy in the municipality of La Union (Nariño) where the plant and subsequent commercialization work in the city of Pasto.

The value proposition of the study was made considering that the consumer will benefit from this idea are groups of people from the lower strata especially children and adults characterized by lack of nutritious food, easy preparation, and price at your budget, who will have available a coffee substitute traditional 100% natural.

The funding sources for this idea be a part contribution of each of the partners through a own 50% resources and sources other financing royalties, background undertake and other organizations of the national government that promote and subsidize this type of ventures.

The municipality of La Union (Nariño), is characterized as a town in the north of the Department noted for agricultural production with crops of coffee, banana, cassava, fruit, among others, which have already started programs and projects to promote the cultivation of soybeans, with the opportunity to seek alternative product agro industrialization standing coffee soy, soy milk, soups and other natural derivatives that are a source of nutrition for Colombian families.

From the perspective scientific-technical and research and development, there is already the possibilities both in Colombia and Ecuador coffee soy which allow to obtain valuable information about the process, patent and licensed to be developed this idea in the department of Nariño aimed at both families and organizations that promote the development of food needs.

INTRODUCCION

El emprendimiento empresarial conocido como la actividad para el desarrollo de alternativas de trabajo productivo o autoempleo, es la inquietud y motivación de los investigadores para llevar a feliz término este proyecto empresarial, en el cual se realizaron diligencias investigativas relacionadas con la pequeña industria de la soya en el departamento de Nariño, en el Municipio de La Unión (Nariño) y en la ciudad de Pasto, como zonas de producción y comercialización del producto respectivamente.

La finalidad de este estudio de trabajo de grado se orienta a la elaboración de una propuesta para la producción y comercialización de un sustituto del café a base de soya y café, a través de un plan de negocio, encaminado a la satisfacción de necesidades alimenticias de segmentos poblacionales de la ciudad, que tendrán una alternativa nutricional sobre todo en estratos de bajo poder adquisitivo que se encuentran subalimentados y requieren un producto muy nutritivo y al alcance de sus recursos.

El plan de negocio inicialmente abordará la realización del estudio de mercado, que permitirá conocer la situación actual del sector agroindustrial y las empresas dedicadas a producir alimentos derivados de la soya, incluyendo la investigación del consumidor orientada a la identificación del mercado potencial y la demanda actual que justifique la producción y venta del producto. Este estudio se complementará con el estudio del mercado de insumos, la competencia y la estrategia de la mezcla de mercadeo.

Posteriormente se realizará el análisis técnico-operativo, dentro del cual se plantea las etapas del proceso productivo, las necesidades y requerimientos, la capacidad instalada, los planes de producción y ventas, el diseño de la planta y su localización.

El producto propuesto, tendrá características específicas en cuanto a presentación en libras y/o kg. empaque con su correspondiente marca, envase, etiqueta y demás características de contenido y precio, descritos en su ficha técnica. Información que el propio consumidor será quien establezca estas cualidades que se describirán en su ficha técnica.

Se definirá la estructura administrativa, tipo de empresa, los aspectos legales necesarios para su constitución, su direccionamiento estratégico y el impacto económico, social y ambiental que garantice su puesta en marcha.

Finalmente se realizarán los cálculos para el análisis financiero que permitirá decidir la factibilidad, la cual se realizará mediante la construcción de una estructura financiera teniendo como herramientas el aplicativo del fondo

emprender, y el texto de Evaluación de Proyectos de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), para el cálculo de los presupuestos, estados financieros, los cuales serán estimados mediante información actualizada que dará como resultado el presente "*Plan de negocio*" como alternativa de Trabajo de Grado para optar al título de Profesional en Comercio Internacional y Mercadeo.

1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACION

1.1 TEMA

Desarrollo de la agroindustria del café de soya como sustituto del café tradicional.

1.2 TITULO

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CAFÉ DE SOYA EN EL MUNICIPIO DE LA UNION (NARIÑO), 2016”

1.3 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

La economía nariñense se ha caracterizado por un bajo grado de competitividad que la ubica en los últimos lugares del total de departamentos, lo cual está estrechamente relacionado con los bajos niveles de inversión que agrava notablemente su crecimiento, desarrollo y por lo tanto aumento de la pobreza, que generan un impacto negativo en el ingreso y empleo.

Esta baja productividad del sector productivo nariñense en general y de la ciudad de La Unión (Nariño) en particular no ofrece espacios favorables para el mejoramiento de las condiciones de vida, el cual se empeora con el problema social del desplazamiento originado por el conflicto armado, la delincuencia e inseguridad.

Se observa con preocupación que siendo Nariño un departamento con muchas potencialidades respecto a sus recursos naturales y al desarrollo de la agroindustria como la del café, soya, quinua, y muchos otros insumos, no se aprovecha las alternativas de trabajo productivo y autoempleo a través de la explotación, transformación y comercialización de bienes dirigidos al consumo no solo local, sino también nacional e internacional.

En la ciudad de La Unión (Nariño), el desarrollo de la actividad económica está representado por el fomento y desarrollo de la actividad agrícola en forma significativa, seguido en menor proporción de la agroindustria y los servicios. En el municipio se llevan a cabo actividades de producción y transformación de la materia prima, destacándose los sectores de, marroquinería, artesanía, sector panelero, cafetero, ebanistería, entre otros. Muchas han sido exitosas a nivel local y nacional con proyectos del café en concursos del Fondo emprender, pero otras escasamente se constituyen en una alternativa de subsistencia que no generan valor agregado ni excedente de producto que se consideren competitivas con limitaciones de servir a unos mercados que están ansiosos de satisfacer sus

múltiples necesidades de las muchas alternativas de la producción primaria nariñense; por lo tanto la atención a este sector se convierte en una prioridad para lograr impulsar el desarrollo económico del municipio.

Se han realizado muchos esfuerzos como los programas de PADEMER (Programa de Desarrollo de la Microempresa Rural), con buenos logros, FONDO EMPRENDER, BANCOMEVA, y otros planes de fomento empresarial que hace falta fortalecerlos a través de la formulación de planes de negocio en diferentes sectores que no han sido explotados como en el caso de la soya como insumo para la producción de café natural, considerándose una alternativa de diferenciación del café tradicional.

La diversificación de productos es un reto para los productores y comercializadores del municipio de La Unión, los derivados del café son apreciados en el ámbito regional y nacional, por lo cual se puede aprovechar el conocimiento en el proceso de transformación de estos dos insumos y poder comercializar un producto como lo es el café de soya que se produce con el grano de esta materia prima, además del café producido en la Unión orientando su comercialización para la población potencial de la ciudad de Pasto.

Por otro lado en el municipio de La Unión (N), las empresas operan con el conocimiento empírico de sus propietarios que dada su amplia experiencia y permanencia en el sector conocen muchos aspectos en la preparación de derivados del café y la soya. Sin embargo la tecnología utilizada en esta agroindustria corresponde a maquinaria de baja tecnología con resultados de bajo nivel de producción, venta y utilidad, salvo algunas excepciones no se realiza la reinversión y reacomodamiento de sus instalaciones en una buena localización, que permita una mayor productividad.

1.3.1 Formulación del problema. ¿Qué aspectos se deben tener en cuenta para el montaje de una empresa productora y comercializadora de café de soya saborizada en el municipio de La Unión?

1.3.2 Sistematización del problema.

- ¿Cuál es el procedimiento necesario para la realización del estudio de mercado que pueda conformar una demanda que justifique la producción y comercialización del producto?
- ¿Cómo realizar la factibilidad técnica que permita definir el tamaño, la localización, el proceso productivo, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para la operación del proyecto.

- ¿Cuál será la estructura organizacional y administrativa más apropiada y los demás requisitos legales necesarios para la operación de la empresa?
- ¿Cómo estimar los ingresos y costos para establecer el monto de los recursos y las fuentes de financiación necesarios para la determinar la viabilidad del proyecto?
- ¿Cómo realizar la evaluación económica, financiera, y social que justifique la factibilidad del proyecto?

1.4 JUSTIFICACION

El departamento de Nariño, es una región que por sus favorables condiciones naturales y climáticas las cuales no se han aprovechado de la mejor manera; hacen que este tenga grandes ventajas transformadas en oportunidades de negocios para el desarrollo económico del departamento. Lastimosamente son pocas las personas que aprovechan estas oportunidades, emprendiendo y conformando su propia empresa, siendo una razón por la cual se realiza este estudio.

Por otro lado es importante tener en cuenta que el sector de la agroindustria del café necesita fortalecer su buen dinamismo que presenta mediante la diferenciación del producto y aprovechando otros insumos harineros como la soya en la elaboración de alimentos sustitutos como bebidas refrescantes, licores, dulces, variedades de café, entre otros, productos que proporcionan amplias alternativas nutricionales a los consumidores.

Igualmente, cabe mencionar que en el departamento de Nariño no son ajenos los altos índices de pobreza existentes, por lo que se concluye la necesidad de mejorar la disponibilidad de alimentos, el acceso a ellos y las condiciones de salud de las personas, de tal manera que se garantice el derecho a la alimentación a toda la población en condiciones de equidad, brindando productos con alto contenido proteico, como es el caso del café de soya 100% natural.

Teniendo en cuenta lo anterior se percibe una oportunidad para el establecimiento de un negocio mediante la producción de un sustituto utilizando el grano de soya y de café denominado *“Café de Soya” La Venta en el Municipio de La Unión* con amplias expectativas regionales, que se oriente a la generación de empleo y al desarrollo socio económico para obtener un nivel competitivo, y que aporte al bienestar de la población a través de un producto de calidad con gran contenido proteínico y económico.

Es importante anotar que desde su formación profesional los autores tienen una constante preocupación por crear empresa y han concluido que es este el momento de generar esta oportunidad; aplicando la teoría y los conceptos del comercio internacional y mercadeo, como las finanzas, economía, el emprendimiento, entre otras disciplinas, adquiridos en el transcurso de la carrera, contribuyendo a una iniciativa empresarial que de ser factible contribuirá al crecimiento y desarrollo personal y profesional.

De la misma manera se identifican y analizan condiciones generales de la localidad que pueden ser útiles para futuros estudios e investigaciones, puesto que se alcanza un mayor conocimiento del medio tanto interno como externo.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General. Formular un plan de negocio para la producción y comercialización de café de soya en el municipio de La Unión (Nar.) en el año 2016.

1.5.2 Objetivos Específicos:

- A través del estudio de mercado recolectar la información necesaria que permita definir las características del producto, consumo, demanda y oferta potencial y tomar decisiones respecto a la mezcla de mercadeo para el lanzamiento del producto.
- Desarrollar el análisis técnico a través de la identificación del tamaño, localización, y demás infraestructura física y logística para el montaje de la empresa productora de café de soya.
- Proponer la estructura organizacional y administrativa, mediante la definición del tipo de organización, y demás requisitos legales necesarios para la puesta en marcha de la empresa.
- Realizar las estimaciones de ingresos y costos proyectados como base para el estudio financiero que permita darle viabilidad al proyecto.
- Realizar la evaluación financiera, económica, social y de impacto regional y ambiental para decidir la factibilidad del proyecto.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO CONTEXTUAL

El plan de negocios de sustituto del café a partir de la soya y el café, se llevará a cabo en el departamento de Nariño, específicamente en su capital la ciudad de San Juan de Pasto donde se realizará la comercialización y en el municipio de La Unión (N), zona de producción. y transformación. Para su formulación y evaluación se tendrá en cuenta el contexto de los dos municipios que a continuación se describen.

2.1.1 Aspectos generales del municipio de La Unión (Nar.). La Unión es un municipio colombiano, ubicado en el norte del departamento de Nariño. El Municipio de La Unión se encuentra ubicado así: 1° 36' 06" de latitud Norte. En consecuencia de esto el Municipio se encuentra en la zona de latitudes bajas y tendría un clima cálido, pero gracias a la presencia de la Cordillera de Los Andes, posee una variedad de climas que van desde el frío en su parte alta, templado en su mayor parte y cálido en la zona baja.

“El cultivo del café es el renglón básico de la economía del Municipio, se cultiva en 40 veredas de las 42 que corresponden al total del Municipio (9 corregimientos); según el Comité de Cafeteros en su informe Distribución de la Caficultora en el municipio de La Unión. De las 4.438 Fincas Cafeteras, corresponden 3.607,93 hectáreas sembradas en café”¹

¹ MUNICIPIO DE LA UNIÓN. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: [https://es.wikipedia.org/wiki/LaUnión_\(Nariño\)](https://es.wikipedia.org/wiki/LaUnión_(Nariño))

Imagen 1. Municipio de La Unión (N.)



Fuente. Este estudio

Es el centro de la economía del norte del departamento de Nariño y del sur del departamento del Cauca, la producción de café. El comercio y los servicios son sus principales fuentes de economía, brindándole los bienes y servicios a un área de influencia de más de 200 mil habitantes; el comercio oscila alrededor de los 250 mil millones de pesos al año. Luego del comercio, el segundo renglón lo ocupa el cultivo del café, siendo el primer productor nacional de café de tipo especial, con 10 millones de kilos anuales es una fuente de ingresos para muchas familias de la región quienes sobreviven gracias a este cultivo siendo quienes producen semilleros son sus sembradores, cosechadores y responsables del secado para obtener café de calidad. Otros cultivos son los frutales y el plátano principalmente, tiene cerca de 200 pequeñas industrias de la confección, calzado, ebanistería y metalmecánica.²

2.1.2 Aspectos generales del municipio de Pasto. Pasto es una ciudad de Colombia, capital del departamento de Nariño. La ciudad ha sido centro administrativo cultural y religioso de la región desde la época de la colonia. Es

² Ibíd.

también conocida como «Ciudad sorpresa de Colombia»

Como capital departamental, alberga las sedes de la Gobernación de Nariño, la Asamblea Departamental, el Tribunal del Distrito Judicial, la Fiscalía General, y en general sedes de instituciones de los organismos del Estado. La cabecera municipal tiene el nombre de **San Juan de Pasto**.

La zona urbana (cabecera municipal) cuya población censada en 2005 era de 312.759 habitantes, es la segunda ciudad más grande de la Región Pacífica después de Cali.

“La población total del municipio (Urbana y rural) estimada para 2015 según datos de proyección del DANE es de 439.993 habitantes”.³ La zona urbana posee una población de 387.500 habitantes según datos de CEDENAR (2014).

Actividad económica: En el municipio el 11,1% de los establecimientos se dedica a la industria; el 56,0% a comercio; el 28,9% a servicios y el 4,1% a otra actividad.³

Imagen 2. Ciudad de San Juan de Pasto



Fuente. Este estudio

³ Ibíd.

En el área urbana las principales actividades económicas son el comercio y los servicios con algunas pequeñas industrias o microempresas, de las cuales cerca del 50% corresponden a la manufactura artesanal. Las empresas nariñenses de mayor tamaño se localizan en Pasto, y corresponden principalmente a productos alimenticios, bebidas y fabricación de muebles. Para desarrollo de la actividad comercial, principalmente con el vecino país de Ecuador, existen varios centros comerciales. La Cámara de Comercio de Pasto fue instituida en 1918 y según su anuario estadístico para el 2008 contaba con 14.066 establecimientos comerciales de los cuales el 58.5 % estaban dedicados al comercio y reparación de vehículos. En la zona rural predominan las actividades agrícolas y de ganadería. En pequeña escala hay actividad minera.

La soya o soja está iniciando con cultivos significativos en zonas frías como Túquerres, Pasto, e Ipiales, cereal que se está cultivando en menor escala, sin embargo el Sena ha desarrollado un importante impulso a este cereal como alternativa para el autoconsumo y derivado de otros alimentos como leche, arepas, en sopa, y otros derivados importantes para el consumo humano.

Factor socio-cultural: La cultura es tradición y es también renovación, en una constante coexistencia de diversas formas de relaciones entre los hombres y de estos con la naturaleza. Dentro de esta contienda histórica, Pasto ha logrado establecer una identidad, una mentalidad colectiva y un sentimiento de pertenencia que la hace cualitativamente diferente. Se trata por tanto de incursionar en la historia social y vida cotidiana, contextualizada en los procesos económicos y políticos que contribuyen a construir la identidad de Pasto.

Gastronomía. Tiene una amplia y variada gastronomía basada en sus productos básicos, entre los pasabocas y manjares encontramos: las pambazas, las allullas, empanadas de añejo, tortillas de harina o hojaldras, pastel de queso hechos en ojaldre blando dulce, las orejas de ojaldre, la berlina o donna pastusa, melcochas, bolas de maní, derivados del café y de soya entre otros.

En el sector de dulces, postres y bebidas refrescantes se destacan los preparados en leche y frutas, los quimbolitos, las almendras de leche, las colaciones de azúcar, la melcocha, los alfajores, y otros alimentos novedosos elaborados en quinua, avena y soya, y derivados del café, de alto poder nutritivo para el alimento de los consumidores.

Entorno tecnológico: La tecnología enfatiza en hacer bien las cosas ya que involucra conocimientos relacionados con el porqué hacerlas, donde, cuándo y hasta como manejar los procesos. La ciudad de Pasto tiene en cuenta los siguientes aspectos:

- “Apoyo a cadenas productivas y acuerdos sectoriales para la competitividad.
- Generación de una actitud empresarial más solidaria, emprendedora y estratégica. Fomento de las formas asociativas de producción y servicios.
- Creación de incubadora de empresas.
- Establecimiento de un parque tecnológico de Software.
- Gestión para la financiación y respaldo de créditos para proyectos productivos.
- Fortalecimiento de la capacidad de comercialización interna y externa de la región, inteligencia de mercados.
- Observatorio empresarial y del empleo.
- Inversión municipal para la generación de empleo temporal, dando prioridad a la mano de obra local en la generación de empleo”⁴

Apoyo a la consolidación de un sistema de ciencia y tecnología para potenciar las posibilidades estratégicas del desarrollo regional. Sistema experto de información de mercados.

Entorno ambiental: El diagnóstico del ambiente ecológico de la ciudad de Pasto, constituido por todos los elementos físicos y naturales que nos rodean, comprende también la forma en que estos son utilizados por la comunidad, así como las interrelaciones que se generan entre los seres vivos, entre estos y los elementos inertes. .

En este orden de ideas, la empresa productora de café de soya, tendrá mucho interés en que estos procesos no generen contaminación ni afecten al medio ambiente, ya que por tratarse de proceso natural, no generará tipo alguno de desperdicios y si los hay serán tratados de manera racional.

Pasto eco turístico, agro turístico y artesanal: Formación de talento humano, mejoramiento de servicios e infraestructura y promoción ecoturística alrededor de: Volcán Galeras, La Cocha, Río Bobo, pueblos circundantes de la capital, caminos verdes y en el área urbana circuitos patrimoniales y centros culturales y comerciales.

Entorno político: La gobernabilidad y poder de convocatoria de los dirigentes, sumado a la participación ciudadana, son partes esenciales para sacar adelante proyectos que tengan consecuencias positivas en las tomas de decisiones lo mas pertinentes para la sociedad.

⁴ PLAN DE DESARROLLO MUNICIPIO DE PASTO, 2011-2016. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: www.pasto.gov.co/.../planes-programas-y-proyectos/plan-de-desarrolloE

2.2 MARCO TEORICO

2.2.1. Antecedentes. Los trabajos previos que se ha realizado sobre el tema de esta investigación y que servirán como referencia para direccionar el estudio propuesto son los siguientes:

“Factibilidad para la creación de una empresa productora de café de soya en el municipio de Yopal (Casanare), “Cafisoy”, (2009). Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de profesional en Gestión Empresarial, presentado por: Nancy Becerra Galindo y otros. Universidad Industrial de Santander. Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia.

El estudio estuvo enfocado a determinar la factibilidad para la producción y comercialización de café de soya en el municipio de Yopal (Casanare), que contribuya a mejorar las condiciones de los productores y a la vez sirva como una alternativa novedosa en el consumo de los diferentes cafés de la región.

Conclusión: Desde el punto de vista del mercado, técnico, administrativo y financiero el estudio es viable, y se puede implementar con el fin de promover la pequeña y mediana industria, el crecimiento de la región y el fomento del empleo en el municipio de Yopal (Casanare).

2.2.2 Fundamentos teóricos. “El plan de negocio: los planes de negocio se han venido fomentando como una herramienta para la creación de nuevas empresas, tanto así que en Estados Unidos se ha proliferado la literatura acerca de esta nueva rama de la Administración. Por otro lado, un plan de negocio no sólo se desarrolla para la creación de una nueva empresa, sino que también sirve como instrumento para empresas ya existentes que tienen que enfrentar la dinámica del mercado”⁵.

Para Rodrigo Varela, en su libro “innovación empresarial” define el plan de negocios como un documento que permite evaluar una oportunidad de negocio y a la misma vez reducir riesgos para la toma de decisiones. La estructura básica del plan de negocios intenta responder cinco preguntas básicas para todo empresario. “que es y en que consiste el negocio, cuales son las causas y razones de éxito, cuales son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas, que recursos se requieren para llevar a cabo el negocio y que estrategias se van a usar para conseguirlos y por ultimo quien dirigirá el negocio”. Además Varela plantea que “la complejidad del plan de negocios es directamente proporcional a la complejidad del negocio e inversamente proporcional al

⁵ SAHLMAN, William. Bussines. En: Harvard Bussines Review. (1). 3-4.

conocimiento y experiencia que tenga el empresario sobre el negocio”.⁶

Estudio de Mercado: El estudio de mercado describe aspectos relacionados con el mercado, tales como la industria a la cual va a pertenecer el negocio, el mercado objetivo al cual se va a dirigir, y la competencia que va a tener. El objetivo del estudio de mercado es el de mostrar al lector información relevante procedente del mercado y señalar cómo se va a aprovechar dicha información, y así demostrar en gran medida la factibilidad del negocio. La parte o sección del estudio de mercado debería incluir los siguientes elementos:

El análisis de la industria describe la industria o sector en la cual se va a ubicar el negocio, incluyendo sus antecedentes y cómo ha ido evolucionado a través del tiempo.

El análisis del mercado objetivo es la parte más importante del estudio de mercado. Éste describe el mercado objetivo al cual se va a dirigir el negocio (para elegirlo podría ser necesario realizar previamente una segmentación de mercado que nos ayude con dicha tarea).

“El análisis de la competencia describe los futuros competidores del negocio, tanto directos (empresas que producen o venden productos o servicios similares al que se va a ofrecer) como indirectos (empresas que producen o venden productos o servicios sustitutos al que se va a ofrecer)”.⁷

El pronóstico de la demanda o pronóstico de ventas es una estimación de las ventas del futuro negocio para el periodo de tiempo en que está proyectado el plan de negocios.

El pronóstico de la demanda se obtiene a través del análisis de la industria, el análisis del mercado objetivo, y el análisis de la competencia.

“El plan de marketing o plan de comercialización señala las principales estrategias de marketing o estrategias comerciales que se utilizarán para atender el mercado objetivo. Las estrategias de marketing suelen dividirse en estrategias para los cuatro elementos que conforman la mezcla marketing; producto, precio, plaza y promoción”.⁸

⁶ VARELA, Rodrigo. Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Prentice Hall, 2001. p. 30.

⁷ ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: <http://www.crecenegocios.com/como-elaborar-un-plan-de-negocios-paso-a-paso/>

⁸ Ibíd.

Estudio Técnico: El estudio técnico no es otra cosa más que la declaración que como emprendedor se debe hacer, de los aspectos a tener en cuenta para la elaboración del producto o la prestación del servicio, así como también los procesos implicados. Debe entenderse que si se ha elegido una idea como la presente en esta investigación es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto o se puede prestar un servicio. Básicamente en el estudio técnico se define aspectos como: ¿Dónde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto? ¿Dónde obtener los materiales o materia prima? ¿Qué máquinas y procesos usar? ¿Cuál es el estado del arte de las tecnologías existentes? ¿Qué personal es necesario para llevar a cabo este proyecto?

Dar respuesta a estos interrogantes es fundamental, ya que estos serán insumos para el estudio organizacional y financiero, al establecer los presupuestos de inversión y de gastos

El estudio técnico del plan de negocios permite la instalación adecuada de las unidades productivas. Para realizar el estudio técnico se debe tener en cuenta lo siguiente: El tamaño, la localización, las características físicas y químicas del producto, el programa de producción, los requerimientos de insumos y mano de obra, el cronograma de actividades, la descripción del proceso productivo, la distribución de la planta, las necesidades y requerimientos de maquinaria y equipo.⁹

Estudio Administrativo u Organizacional: En lo concerniente a la organización se deben tener en cuenta dos clases: organización jurídica y estructural. La organización jurídica tiene que ver con la conformación de la empresa como tal. Para esto se debe tener en cuenta el tipo de ente comercial que se quiere conformar, si el propietario es una persona, si es una sociedad, cuántos socios la conforman, si tiene ánimo de lucro, si no tiene ánimo de lucro, así como las ventajas y desventajas de cada tipo de empresa establecida en el país, seleccionando aquella que se ajuste más al giro principal del negocio y a quienes la vayan a representar y manejar.

Organizar es determinar lo que debe hacerse, dividiendo las actividades necesarias para que una persona pueda desempeñarlas, para que no se desperdicien esfuerzos y los miembros de la organización no interfieran unos con otro. “Además definir los propósitos de visión y misión con su respectiva estrategia y políticas normativas y de acuerdo a esto se define el organigramas y sus funciones”.¹⁰

⁹ ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS. [en línea] [citado 2013-10-10] Disponible en internet: <http://datateca.unad.edu.co/contenido>.

¹⁰ *Ibíd.*

Estudio financiero: La evaluación financiera permite seleccionar las mejores alternativas de recursos de que dispone un inversionista para llevar a cabo un proyecto o plan de negocios. La importancia de los proyectos de inversión empresarial es tal, que el éxito de las operaciones se apoya principalmente en las utilidades que genere cada proyecto. La evaluación de un proyecto permite visualizar lo que ocurrirá financieramente en el futuro una vez hecha la inversión

Para realizar la evaluación financiera se requiere conocer lo siguiente: a. Inversión inicial requerida: esta información es proporcionada por el presupuesto de inversión que se realice. b. Vida útil estimada del proyecto: la establecen el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio ambiental. c. Los flujos de fondos estimados por cada periodo: estos flujos se elaboran, a partir de los presupuestos de ingresos, costos y gastos realizados en el estudio técnico y organizacional. d. El costo del capital: se refiere al rendimiento mínimo que desea el inversionista.¹¹

Además de recopilar la información anterior, la evaluación financiera permite realizar un análisis sobre las posibles fuentes de financiación interna (por aportes de capital de los inversionistas) o de financiación externa (endeudamiento), y, presentar la alternativa más conveniente para el plan de negocios.

Métodos de evaluación Existen diferentes métodos de evaluación financiera; los más comunes son: Valor actual neto (VAN): llamado también valor presente neto (VPN). Consiste en restar al valor actual neto (VAN) la inversión inicial, de forma que si esta diferencia es cero o mayor de cero, el proyecto se considera viable y se acepta, caso contrario se rechaza.

Tasa interna de retorno (TIR): este método consiste en igualar la inversión inicial con la suma de los flujos actualizados a una tasa de descuento (I) supuesta. Si la TIR es mayor o igual al interés pagado por el sistema financiero, el proyecto se acepta; si la TIR es menor que dicho interés, el proyecto se rechaza.

Relación beneficio costo y periodo de recuperación de la inversión, que son indicadores que permiten evaluar el proyecto en términos de beneficios e inversión.

Para realizar la evaluación financiera se requiere conocer lo siguiente: a. Inversión inicial requerida: esta información es proporcionada por el presupuesto de inversión que se realice. b. Vida útil estimada del proyecto: la establecen el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio ambiental. c. Los flujos de fondos estimados por cada periodo: estos flujos se elaboran, a partir de los presupuestos de ingresos, costos y gastos realizados en el estudio técnico y organizacional. El

¹¹ ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS, Op. Cit.

costo del capital: se refiere al rendimiento mínimo que desea el inversionista.

Además de recopilar la información anterior, la evaluación financiera permite realizar un análisis sobre las posibles fuentes de financiación interna (por aportes de capital de los inversionistas) o de financiación externa (endeudamiento), y, presentar la alternativa más conveniente para el plan de negocios.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Activos: Representan los bienes y derechos de la empresa. Dentro del concepto de bienes están el efectivo, los inventarios, los activos fijos y diferidos. Dentro del concepto de derechos se pueden clasificar las cuentas por cobrar, las inversiones, las valorizaciones, etc. Puede ser tangible como vehículos o edificios, o intangibles como las marcas, las patentes o el goodwill.

Análisis de sensibilidad: Es la metodología que permite examinar el comportamiento o resultado del proyecto, teniendo en cuenta las variaciones de una o varias variables, como los precios, los costos, la capacidad instalada, entre otras.

Café de soya: A diferencia del café tradicional al que se consume frecuentemente, el café de soja está elaborado con frijol de soya. Después de tostar las semillas de soja, se muelen como el café regular y se añade canela, nuez moscada y otras especias para que sea mejor digerido y tenga mejor sabor. Se caracteriza porque no posee cafeína, 100% natural.

Costo de oportunidad: En la evaluación de los proyectos es importante tener en cuenta el costo del dinero y su costo de oportunidad, es decir la máxima rentabilidad o tasa de interés que puede ser obtenida por los inversionistas dentro del mercado donde opera, como en el sector de harinas y sus derivados donde se ubica el presente proyecto.

Costo promedio ponderado del capital: Wacc: Representa la oportunidad de definir la tasa a la que serán descontados los flujos de efectivo futuros para traerlos a valor presente, para poderlos comparar con el monto de la inversión. Ese resultado se considera como la Tasa de Interés de Oportunidad.

Deflactor: En el estudio de un proyecto es importante definir el método a utilizar para su evaluación así el deflactor es el índice que se utiliza para convertir un valor o precio corriente (nominal) o uno constante respecto a un precio de referencia utilizando como deflactor el índice de precios al consumidor y convertir los valores corrientes en constantes.

DTF: Depósitos a término fijo. En Colombia es un indicador que recoge el promedio semanal de la tasa de captación de los certificados de depósito a término fijo (CDTS) A 90 días de los bancos, corporaciones financieras, de ahorro y vivienda y compañías de financiamiento comercial y es calculado por el Banco de la República. Hay para 180 y 360 días también.

Flujo de caja del accionista: Todos los ingresos y egresos que asumen los accionistas de un proyecto se estima el valor de una empresa.

Incertidumbre: Este término es la situación de desconocimiento de los hechos futuros. Los gestores del proyecto no conocen lo que puede ocurrir en el futuro sobre todo conocer las variables macroeconómicas que pueden cambiar sin conocer su magnitud, por lo tanto se requiere estar precavido ante eventos futuros, para minimizar el riesgo.

Periodo de repago: Tiempo necesario para que el inversionista recupere la cantidad invertida. El cálculo de este índice se hace encontrando el número de periodos que se necesitan para hacer que el VPN de la inversión iguale a cero, a una tasa de interés dada.

SOJA: La soja o soya (Glycinemax) es una especie de la familia de las leguminosas cultivada por sus semillas de medio contenido en aceite y alto de proteína. El grano de soya y sus subproductos (aceite y harina de soya, principalmente) se utilizan en la alimentación humana y del ganado. Se comercializa en todo el mundo, debido a sus múltiples usos. Cereal que será utilizado en este estudio como materia prima para la producción de café de soya, un sustituto del café tradicional.

2.4 MARCO LEGAL

La reglamentación necesaria que tiene que ver con el proyecto se tiene en cuenta varias normas, así:

La ley 1014 del 26 de enero del 2006, busca fomentar LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO, promoviendo el espíritu emprendedor entre los estudiantes, egresados y público en general y hacer de estas personas capacitadas para innovar, desarrollar bienes tangibles o intangibles a través de la consolidación de empresas.

Disposiciones legales en relación a la constitución de una empresa plasmada en el Código Sustantivo del Trabajo y la nueva reforma laboral (Ley 780 de 2002), por medio de la cual se dictan normas para apoyar el empleo y la protección social.

Plan de Ordenamiento Territorial del municipio de Pasto para el año 2011 en el que se tiene en cuenta la ubicación de la zona industrial del municipio, según su

Plan de Desarrollo.

Requisitos de constitución de las organizaciones micro empresariales según normatividad de la Cámara de Comercio de Pasto.

Las normas ISO (Sistema Internacional de Normalización) y NTC (Norma Técnica de Calidad) colombianas respecto a la calidad en los productos alimenticios.

Normas ISO 14.000, relacionadas con el impacto ambiental, norma importante en la preservación del medio ambiente.

En Colombia, las buenas prácticas de manufactura (BPM) para alimentos están reguladas por el Decreto 3075 de 1997 y vigiladas por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima).

El Decreto 2437/83, del Ministerio de Salud, regula la producción, procesamiento, transporte y comercialización alimentos procesados.

2.5 DELIMITACION

2.5.1 Espacial. Este estudio se realizará en la ciudad de La Unión como zona de producción y en la ciudad de San Juan de Pasto donde se realizará el trabajo de campo.

2.5.2. Temporal. El tiempo previsto para la realización del estudio es entre el mes de Julio a Diciembre de 2015.

3. ASPECTOS METODOLOGICOS

3.1 LINEA DE INVESTIGACION

Desarrollo económico, regional y local.

3.2 SUBLINEA

Apoyo para la creación de empresas para la comercialización de bienes y servicios.

3.3 TIPO DE ESTUDIO

En este proyecto se utilizará el tipo de investigación concluyente enfocado a la investigación descriptiva, ya que se aplicarán encuestas a la muestra de posibles clientes que se seleccionará, y esto a su vez con un diseño de sección transversal*, ya que se hará en un periodo de tiempo determinado sin repetirse. Además se utilizará una investigación exploratoria.

3.4 METODO

El procedimiento a formular para llegar a un conocimiento es el inductivo-deductivo, que se inicia con la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a premisas y conclusiones generales y de manera contraria de lo particular a lo general del plan de negocio propuesto. De esta manera el método es la utilización del instrumento de encuesta de manera particular o individual a los posibles consumidores de café de soya en la zona de consumo la ciudad de San Juan de Pasto.

3.5 PARADIGMA DE INVESTIGACION

3.5.1 Investigación cuantitativa. El Método cuantitativo de investigación para este estudio se dirige a la comunicación directa con los sujetos estudiados, es decir el número de personas que tendrán acceso al producto que para este plan es el café de soya, que servirá de base para conocer la cantidad de demanda y de oferta del producto. El contacto se realizará mediante la aplicación del instrumento encuesta a los estratos bajos de la ciudad de Pasto.

3.5.2 Investigación cualitativa. El objetivo de la investigación cualitativa es explorar información que permita identificar las motivaciones, actitudes, gustos, preferencias y comportamiento del consumidor respecto a la percepción del café de soya identificando variables como forma, tamaño, sabor, marca, publicidad, precio, sistema de distribución, etc., que permitan identificar atributos del producto propuesto. Su comportamiento hace relación al qué, cómo, cuándo, por qué, y dónde compra el consumidor dicho producto.

3.6 ENFOQUE DE INVESTIGACION

El enfoque de esta investigación es socio-crítico, en el cual se tiene en cuenta el análisis y reflexión sobre circunstancias y comportamientos en primer lugar a un individuo consumidor a quien se le ofrece un producto alimenticio con la finalidad de consumirlo para satisfacer sus necesidades alimenticias y en segundo lugar el impacto social, económico y ambiental, que genere esta propuesta en el entorno social y regional.

3.7 FUENTES DE INFORMACION

3.7.1 Fuentes primarias. Se consideran de gran ayuda para lograr los objetivos propuestos en este plan de negocio de los derivados de la soya, la aplicación de encuestas a los consumidores y distribuidores de café de soya, de la ciudad de Pasto.

3.7.2 Fuentes secundarias. Se tendrá en cuenta la búsqueda de todo tipo de información que sobre el tema se encuentre en bibliotecas, instituciones bancarias, Cámara de Comercio, como textos, informes, tesis de grado, enciclopedias, diccionarios, páginas electrónicas, y en otras instituciones del gobierno y la empresa privada.

3.8 INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION

El instrumento que se utilizará para el desarrollo de la investigación es el cuestionario encuesta que será aplicado a los posibles consumidores del producto. Se tendrán en cuenta otros instrumentos como el formulario encuesta y la observación directa.

3.9 POBLACION Y MUESTRA

3.9.1 Población. La población o universo poblacional se define como el número de hogares de la ciudad de Pasto, quienes serán los consumidores potenciales del producto de Sojafè (café de soya y café), de acuerdo al número de estratos distribuidos en el area urbana de la ciudad, según información de CEDENAR.

Tabla 1. Pasto: Número de hogares por estratos. Pasto, 2015

ESTRATO SOCIOECONOMICO	NUMERO DE HOGARES
1. Bajo bajo	17.452
2. Bajo	38.317
3. Medio bajo	22.555
4. Medio	6.160
5. Medio alto	1.962
6. Alto	14
TOTAL	86.460

Fuente: Cedenar, 2014

3.9.2. Mercado meta. Por tratarse de un producto natural y altamente nutritivo se considera que los estratos a donde se dirigirá el producto son los medios y bajos, debido a que el producto requiere ser consumido por grupos de personas de ingresos medios y bajos. Se tiene en cuenta que en Pasto el numero de personas por hogar es de 3,9, por lo tanto el mercado meta se estima así:

Tabla 2. Pasto: Población potencial por hogares, 2014

Estrato Socioeconómico	No de Hogares	Personas por hogar	Población
1. Bajo bajo	17.452	3,9	68.063
2. Bajo	38.317	3,9	149.436
3. Medio bajo	22.555	3,9	87.965
4. Medio	6.160	3,9	24.024
TOTAL	84.484	3,9	329.488

Fuente: Este estudio

3.9.3 Selección de la muestra. Se consideró importante conocer la percepción del consumidor sobre la propuesta del café de soya con sabores, y del total de la población se tomo una muestra de hogares (Estratos 1 al 4), teniendo en cuenta que el producto se dirigirá a un mercado meta de estratos bajos y medios, que permitirá determinar los gustos y preferencias del producto propuesto.

3.9.3.1 Tamaño de la muestra. Para definir la muestra se aplicó la siguiente formula estadística para población finita ya que se conoce el número de elementos de la población:

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

Dónde:

N = Tamaño de la población (329.488 grupos familiares estratos, 1,2,3,4

Z = 1,96 para el 95% de confianza, según área bajo la curva de la distribución normal.

e = Error de estimación, toma valores entre el 2% hasta el 10%. Para este caso se toma el 5% (0,05)

p = 0,5 (50%) probabilidad de éxito.

q = 0,5 (50%) probabilidad de fracaso.

Entonces:

$$n = \frac{329.488 (1,96)^2 \times (0,5) (0,5)}{(329488-1) \times (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5) (0,5)} = 384 \text{ encuestas}$$

3.9.4 Procedimiento de muestreo. El método de muestreo a utilizar es el Muestreo Aleatoria Simple Estratificado, probabilístico en los que cada elemento del universo tiene la misma probabilidad de ser elegido al azar, seleccionando cualquier elemento poblacional que corresponda a determinado estrato o nivel socio económico (ver tabla 3).

Tabla 3. Pasto: Número de encuestas por estrato, 2015

Estrato Socioeconómico	Población	Porcentaje	No encuestas
1. Bajo bajo	68.063	21	81
2. Bajo	149.436	45	173
3. Medio bajo	87.965	27	104
4. Medio	24.024	7	26
TOTAL	329.488	100	384

Fuente: Este estudio

3.10 TECNICAS DE ANALISIS

La totalidad de formularios serán sometidos al proceso de recolección, tabulación y análisis, integrando las variables más representativas y que junto con la información secundaria, se redactará el informe definitivo del plan de negocio, que servirá como trabajo de grado en Comercio Internacional y Mercadeo, esperando que sirva como material de consulta para los interesados en el sector de la agroindustria sub sector soya y café.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 MERCADO

4.1.1 Objetivo General

- Determinar el número de libras de café de soya, que la comunidad de la ciudad de Pasto, estaría dispuesta a adquirir, con el fin de satisfacer sus necesidades.
- Objetivos específicos
- Describir las características del sector mediante el análisis de la producción de decafé de soya, sus competidores, exportaciones, importaciones, consumidores e intermediarios en el proceso de la comercialización.
- Estimar el comportamiento futuro de la demanda y oferta de café de soya en un horizonte de cinco años, para efectos de la evaluación del plan de negocio.
- Definir las características generales del producto a producir.
- Identificar el perfil del consumidor decafé de soya en polvo.
- Definir las estrategias del producto, precio, sistemas de distribución, mezcla promocional, comunicación y servicio del producto.
- Analizar el mercado de proveedores de insumos y materias primas para la producción del café de soya en el municipio de Pasto.

4.2 INVESTIGACION DE MERCADOS

La agroindustria colombiana se ha convertido en uno de los sectores más promisorios para la competitividad del país en los mercados globales, debido a la diversidad regional y la riqueza de los productos colombianos ante el mundo. Colombia cuenta con un amplio portafolio de empresas dedicadas a la producción, transformación de productos agrícolas como el café, lácteos, dulces, frutales y otros que están iniciando su producción como la quinua, el brócoli y la soya entre otros, cuyos productores se encuentran ubicados en diferentes zonas del país, los cuales tienen oportunidad para ofrecer estas materias primas para la pequeña y mediana agroindustria a través del impulso del sector mediante la formulación de planes de negocio en el país.

4.3 ANALISIS DEL SECTOR

Es innegable que las proteínas son elementos fundamentales para la salud. Lo que usualmente se usa para obtenerlas, son el huevo, la leche, la carne, el frijol, yuca, café y otros. Sin embargo un producto que tiene muchas proteínas, y otras propiedades muy valiosas es la **soja o soya**. De hecho en Oriente reemplaza a la carne en uso cotidiano. El nombre técnico es Glycinemax. Su origen se remonta a China, donde hasta hoy sigue siendo el principal consumidor mundial aunque gran parte no solo se aplica a los humanos, sino a la alimentación de cerdos y pollos. El nombre, sin embargo, viene del nombre que se le da en Japón (soy).

“La soja se constituye, al igual que el maíz amarillo, en materia prima fundamental para la producción de harinas y aceite para consumo humano, sin embargo, en Colombia, el principal mercado al que se destina la producción de este cultivo es la elaboración de alimentos balanceados para animales, razón por la cual el subproducto más valorado es la torta de soja”.¹²

Cada vez, con los descubrimientos que tiene esta leguminosa, se van abriendo los campos de uso, como el café de soja, siendo una gran variante alimenticia para tener en cuenta y que a nivel mundial, va creciendo cada día más.

4.3.1 Características Botánicas. La Soya (Glycine Max) es una leguminosa con un excelente valor nutritivo. Procesada con el grano entero, contiene cantidades considerables de fibra, pequeñas porciones de grasa saturada, y por su origen vegetal no contiene colesterol. Contiene $\pm 40\%$ de proteína y provee la mayoría de los aminoácidos indispensables para el organismo. Además contiene hierro, calcio y varias vitaminas. Los fitoquímicos son considerados “no nutritivos”; sin embargo, su consumo es importante para la prevención de las enfermedades, tales como el cáncer y las del corazón, que en conjunto, representan el 70% de las causas de muerte de la población. Por ejemplo, las isoflavonas que contiene la soja, actúan como estrógenos, hormonas que nuestro cuerpo produce y requiere para un crecimiento y desarrollo normal, y para mantener un buen estado de salud tanto en el hombre como en la mujer. “Al contener diferentes sustancias que benefician la salud, la proteína de soja debe ser incluida en su dieta, y en caso de ya estarla consumiendo, se debe incrementar la cantidad. La recomendación general es consumir alrededor de 20 a 25 gramos de proteína de soja al día”.¹³

¹² DANE. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). Cuenta Satélite Piloto de la Agroindustria de Maíz, Sorgo y Soya. Bogotá: Colombia, 2005-2009. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: www.dane.gov.co

¹³ AMADO ESCOBAR, David Fernando. Estudio de factibilidad para el montaje de la cadena productiva agroindustrial de productos ancestrales, como parte del programa de productividad regional del departamento del Cauca. Bogotá: Escuela de Administración de Negocios, EAN, 2012. p. 20.

Actualmente, los productos alimenticios derivados de la soya son muy aceptados por movimientos vegetarianos y naturistas tradicionales. De esta forma, la soya, la “planta maravilla de la naturaleza”, se ha convertido en la leguminosa más importante del mundo.

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

Ha tenido un crecimiento de más del 57% en la producción y 70.5% en área destinada. Aunque a nivel mundial la soya está considerada el cultivo más indicado para hacer, Colombia tiene mucho más para crecer en este aspecto.

Además se debe luchar para no caer, en la soya transgénica, con la que ya algunos están experimentando, porque aunque son más rendidores tiene genes más resistentes a los herbicidas, y pueden trasladar, porque tiene ese potencial, de transferirlo a otras especies.

Cuando uno ve todo lo que se logra usar de la soya, queda maravillado, y entiende porque es tan popular en Oriente. Uno de ellos es el tofu hecho con cuajada de soya exprimida. No tiene colesterol y además es bajo en contenido de grasas saturadas. Contiene más calcio que la leche, más lecitina que los huevos y más proteína que la carne. Además de ser rica en ácidos, minerales y vitaminas. De la pulpa sobrante se puede usar para sustituir a la carne picada en croquetas, tortas, panes. Y el suero que sobra se usa como un eficaz jabón, o como alimento para las plantas. Y no solo eso, se pueden hacer harinas de café libre de cafeína y más con esta planta maravillosa. Así que Colombia nos sigue abriendo posibilidades a nuestra alimentación.¹⁴

¹⁴ CULTIVO DE SOYA. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: <http://www.colombiaguías.com/agricultura-soya.html>

Imagen 3. Maíz amarillo



Fuente. Este estudio

4.3.2 Producción en Colombia. La soya se constituye, al igual que el maíz amarillo en materia prima fundamental para la producción de harinas y aceite para consumo humano, sin embargo en Colombia, el principal mercado al que se destina la producción de este cultivo es la elaboración de Alimentos Balanceados para Animales razón por la cual el subproducto más valorado es la torta. Las importaciones durante el 2009 fueron de 315.186 toneladas de soya y 803.065 de torta de soya. De acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural el área sembrada en Colombia de soya fue de 27.480 hectáreas. La producción fue de 53.100 toneladas con un rendimiento de 1,9 ton/ha.

Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, los departamentos que se destacan por su dedicación al cultivo de la soya son Meta y Valle del Cauca, en los cuales se concentra un poco más del 90% del área sembrada de la producción nacional.

La soya en Colombia es un cultivo obligado de rotación dentro de los diversos sistemas regionales de producción: maíz/soya (Valle del Cauca), arroz/soya (Llanos Orientales) o sorgo/soya (Tolima y Valle del Cauca), y por sus aportes a la sostenibilidad de los mismos debe analizarse dentro de un balance anual del ciclo productivo (cultivo principal + cultivo alternante = ciclo productivo del agrosistema). Las ventajas de alternar semestralmente con soya tienen que ver con el manejo integrado de malezas, al permitir la rotación de herbicidas en la alternativa de control químico.

Así mismo, la fijación biológica de nitrógeno le aporta al cultivo siguiente un desarrollo inicial, sin que se requieran aplicaciones tempranas de urea (en condiciones del Valle del Cauca, donde se tiene una buena cepa nativa de *Rhizobium*, se ha estimado que la economía en nitrógeno asimilable es del orden de 70-92 kilogramos por hectárea, a través de ensayos en los que se han requerido hasta 200 kilogramos de urea para inhibir su nodulación).

Además, alternar gramíneas con soya contribuye a romper ciclos de plagas y enfermedades, propiciando un mayor equilibrio biológico en la zona y disminuyendo el riesgo de epidemias en los cultivos. Por su ciclo vegetativo corto (110 días de siembra a cosecha), es una alternativa tecnológica de producción que encaja en la climosecuencia tropical regional, para aprovechar los dos semestres agrícolas, sin desplazar o alterar la oportunidad de siembra del cultivo principal.

El de la soya es considerado hoy por hoy el cultivo más indicado para la rotación requerida en sistemas de labranza de conservación o plantío directo. El rendimiento del cultivo en Colombia, con soyas de 110 días adaptadas a condiciones tropicales, oscila entre 2.5 y 3 toneladas por hectárea, ligeramente superior al promedio de Brasil. Pero el potencial de productividad se puede incrementar con soyas de mayor periodo vegetativo (140 días) en función del rendimiento en grano o mejorando los materiales por nivel de proteína o por contenido de aceite, para mercados especializados.

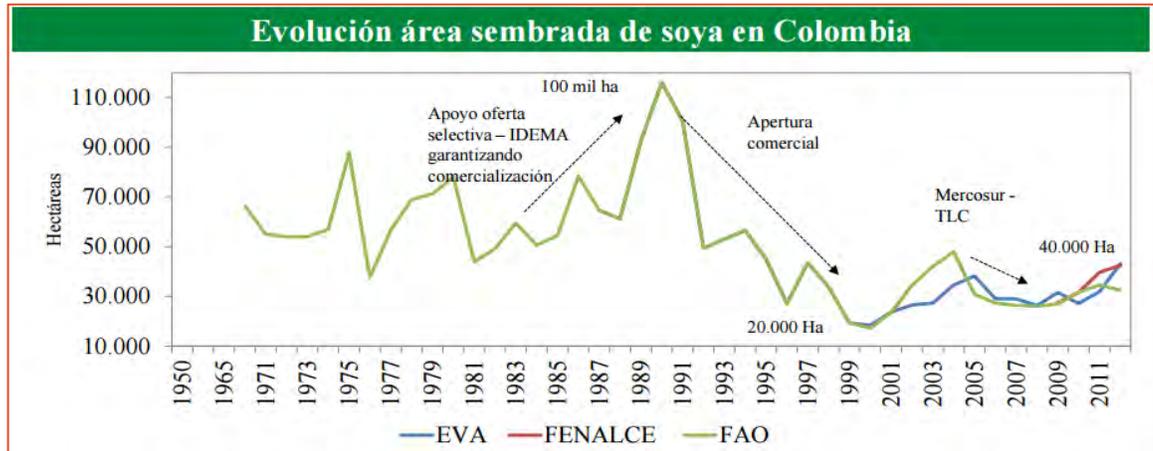
La investigación de soya en Colombia estuvo a cargo del ICA y posteriormente de CORPOICA. También la industria privada ha participado en el mejoramiento del cultivo de la soya, como en el caso de las empresas Semivalle, Semillas André, Semillas Tropical y Procampo. Las variedades obtenidas por el ICA fueron: Davis, Júpiter, Pelican SM-ICA, ICA Tunia, Soyica P31, P32, P33, P34. Otras variedades son André-23, SV89, Suprema. Las variedades producidas por CORPOICA son Superior-6 y Super-soya. En la actualidad se están realizando pruebas de evaluación de soyas transgénicas.¹⁵

Según el Censo Nacional Agropecuario (2009), en Colombia la producción de soya ocupa 28.668 hectáreas, con 672 unidades productivas, capacidad poco representativa respecto al total de unidades productivas respecto a cultivos transitorios como el maíz, cebada, papa, sorgo y otros. Por departamentos el meta ocupa el primer lugar en cultivo de soya con 4.997 áreas sembradas, y 516 unidades productivas, seguido del Valle del Cauca con 2.033 áreas y 41 unidades productivas. Según este estudio Nariño, no tiene representación, solo se incluye en otros, observándose que hace falta el fomento de la soya como alternativa de alimentos para la población y como materia prima en la agroindustria harinera y sus derivados.

¹⁵ EL CULTIVO DE LA SOYA. HISTORIA E IMPORTANCIA. [en línea] [citado 2013-11-24] Disponible en internet: www.finagro.gov.co y www.fenalce.gov.co

En el siguiente cuadro se aprecia el área sembrada de soya en Colombia:

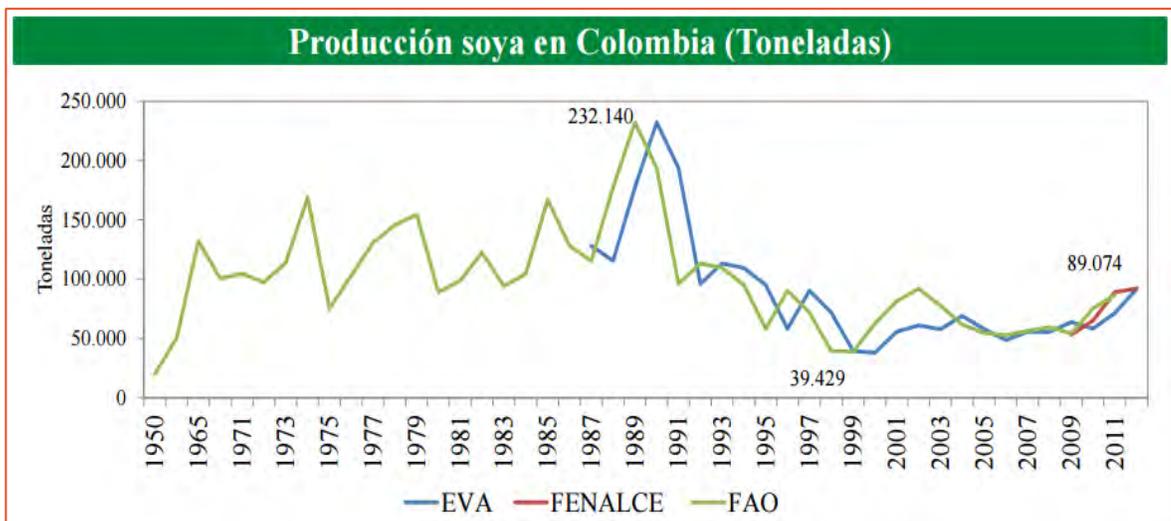
Grafico 1. Evolución área sembrada de Soya en Colombia



Fuente. Este estudio

En cuanto a la producción de soya se observa su disminución a partir de 1991, con un significativo incremento hasta el año 2012 con 89.074 toneladas, siendo las áreas de mayor producción los departamentos de Valle, Meta y Tolima, según datos de EVA, FENALCE Y FAO, esperando el mejoramiento del sector para los próximos años lo cual permite ser un producto promisorio para los derivados, como café, leche harina y otros.

Grafico 2. Producción de Soya en Colombia



Fuente. Este estudio

4.3.3 Agroindustria de la soya y sus derivados. A nivel mundial, en el mercado de la soya se ofrecen una gran variedad de productos, tanto destinados al consumo humano como empleados en el enriquecimiento de los piensos compuestos de uso animal. Se destacan algunos de ellos:

Aceite: Se obtiene del prensado de las semillas. Es una excelente fuente de lecitina, conteniendo además una mezcla de glicéridos de ácidos poliinsaturados: linoleico, oleico y linolénico (86%) y saturados: palmítico y esteárico (14%) y no tiene colesterol.

Harina: Polvo fino que se obtiene tras el tostado y molido de las semillas. Casi no contiene almidón, por lo que se usa para la fabricación de productos dietéticos. Contiene un 50% de proteínas, por lo que esta riqueza protéica la hace idónea en las dietas destinadas al consumo humano, siendo la principal fuente de proteínas en los países con un déficit de las mismas. Además, se emplea para enriquecer el contenido protéico de cualquier receta.

Leche de soya: Es un líquido de consistencia cremosa y sabor parecido al de las nueces. Se obtiene de las semillas de soya empapadas en agua, cocidas y, posteriormente molidas y coladas. El líquido resultante es la leche y la parte sólida que queda tras el proceso de colado es la okara. Se comercializa en estado líquido y como leche en polvo.

Okara: Es un subproducto de la fibra resultante de la pulpa de la leche de soja, por lo que resulta una buena fuente de fibra dietética, que puede emplearse en la industria de la panificación. Sin embargo su riqueza en proteínas es mucho menor que la de la leche de soya.

Lecitina: La lecitina es un producto extraído del aceite de soya, que se suele comercializar en forma de granulado. Se encuentra también en los cereales integrales, en el aceite de oliva obtenido por presión en frío, en las vísceras, en los huevos y en todas las células de nuestro organismo. Se usa como emulsionante en productos de panadería y bollería, que llevan grasas y aceites.

También resulta muy útil para la conformación de las membranas celulares, en especial en el cerebro, corazón, riñones, médula ósea e hígado. Además aporta vitamina E que es un potente antioxidante, por lo que se protege contra el envejecimiento celular.

Miso: Pasta de soya salada, arroz, cebada y sal, que ha sido fermentada en presencia de una bacteria (el koji), encerrada en tinajas de roble durante unos tres años. Se usa como condimento característico de una variedad de alimentos propios de la cocina japonesa: sopas, salsas, adobos y patés. Es una excelente fuente de proteínas: A, B, D.

Salsa de soya: La salsa de soya original. Llamada shoyu, se procesa a partir de la fermentación de granos de soja con trigo tostado partido, agua y sal. El tamarí es similar pero tiene un sabor ligeramente más fuerte y está hecho sin trigo. La fermentación del shoyu y el tamarín lleva más o menos un año. La mayoría de la salda de soya que se encuentran en los supermercados tradicionales, no es salsa de soya real sino que se ha elaborado mediante hidrólisis química a partir de la harina de soya desgrasada, colorante de caramelo y sirope de maíz sin ningún proceso de fermentación.

Tempeh. Es una especie de torta salada y esponjosa de textura parecida a la de las setas. Producto indonesio obtenido por la fermentación, durante un día, de las semillas de soja mezcladas con arroz o mijo. Esta transformación es debida a la acción de un hongo (rhizopusoligoporus).

Soya texturizada: “Se obtiene de la harina de soya deshidratada. Antes de usarla hay que dejar que se hingue en agua. Es muy rica en proteínas (70%) y fibra dietética. A la vez es pobre en grasas por lo que se lo emplea como sustituto de la carne picada.”¹⁶

Café de soya: “El café de soya está elaborado del frijol de soya. Después de asar y tostar las semillas de la soya, se muelen como el café regular y se le añade canela, nuez moscada y otras especies para que sea mejor digerida y tenga mejor sabor. Gracias a que la soya es libre de cafeína, el café de soya es una excelente alternativa como sustituto del café regular dirigido a personas que buscan reducir su consumo de cafeína y tener una vida sana y saludable”.¹⁷

Es relevante mencionar el derivado del café de soya que se trata de un sustituto del café tradicional aunque puede ser algo increíble ya que el café es el café muy conocido en nuestro país siendo uno de los productos de gran demanda en otros países, sin embargo se ha experimentado ya la producción de café de soya “en Colombia la empresa **Nutrisoya**, es el principal proveedor ya que produce y comercializa a mercados nacionales e internacionales este producto.”¹⁸

“En el municipio de Floridablanca, Santander, la Embajada de Japón en Colombia, el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y la Presidencia de la República, respalda un proyecto para la producción de café descafeinado producido a base de soya. Los estudios dicen que este producto es nutritivo y tiene un sabor

¹⁶ ACUÑA, F. Proyecto para la creación de una procesadora de leche en polvo. Guayaquil, Ecuador: Escuela Superior Politécnica el Litoral. Proyecto de grado, 2006.

¹⁷ CAFÉ DE SOYA. [en línea] [citado 2016-02-22] Disponible en internet: [www. Café de soya.com](http://www.Cafédesoya.com).

¹⁸ QUIMINET-NUTRIOSLA. [en línea] [citado 2016-02-28] Disponible en internet: [www.quiminet. Nutriosla](http://www.quiminet.Nutriosla)

agradable”¹⁹

Imagen 4. Café de soya



Fuente. Este estudio

4.4 ANALISIS DEL MERCADO

4.4.1 Análisis de resultados información encuesta. Según el estudio de las encuestas aplicadas a la población objetivo, el estrato bajo-bajo corresponde a un 36%, el bajo un 37% el medio bajo 16% y el medio con el 11%, por lo tanto el café de soya se orientará a estos estratos teniendo en cuenta que son de bajos ingresos, los cuales tendrán la oportunidad de adquirir un producto nutritivo para la solución de sus necesidades alimenticias. Sin embargo es posible que otros estratos puedan adquirir el café de soya como sustituto del café tradicional (ver tabla y gráfica)

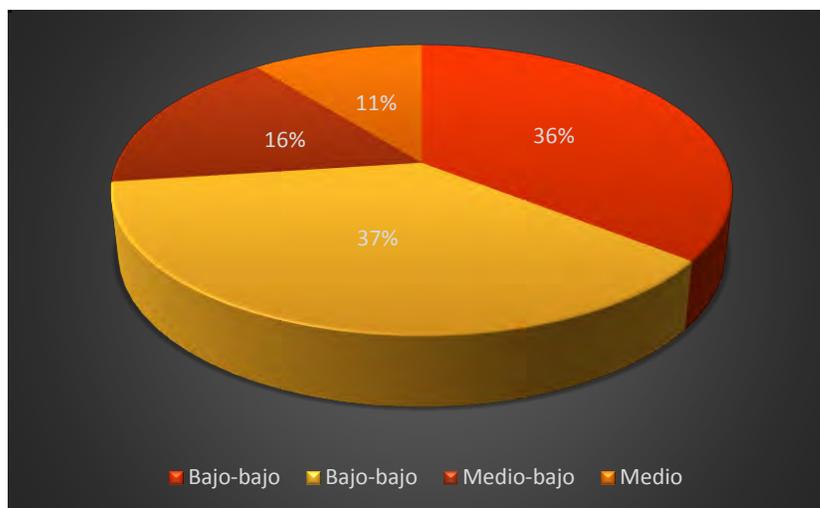
¹⁹ EL TIEMPO. Periódico, Archivo 4 de junio de 2001. [en línea] [citado 2016-02-22] Disponible en internet: www.eltiempo.com.co

Tabla 4. Estrato socioeconómico.

Estrato	No	%
Bajo-bajo	137	36
Bajo-	143	37
Medio-bajo	63	16
Medio	41	11
TOTAL	384,0	100

Fuente: Este estudio.

Gráfica 3. Estrato socioeconómico



Fuente. Este estudio

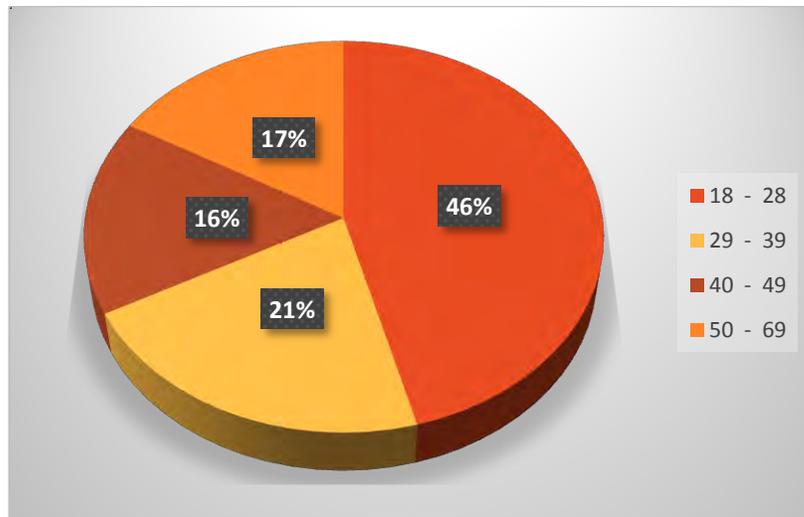
En relación a la edad un 46% está entre 18 y 28 años, un 21% entre 29 y 39 años, el 16% 40 y 49 años y el 17% entre 50 y 69 años, observándose con mayor tendencia a consumir el producto la población joven que quiere experimentar la novedad del café elaborado con grano de soya, esperando se adapte a esta nueva costumbre en forma progresiva y aumente poco a poco el consumo (Ver tabla y gráfica).

Tabla 5. Edad

Edad	No	%
18 - 28	176	46
29 - 39	82	21
40 - 49	62	16
50 - 69	64	17
Total	384	100

Fuente: Este estudio

Grafica 4. Edad



Fuente. Este estudio

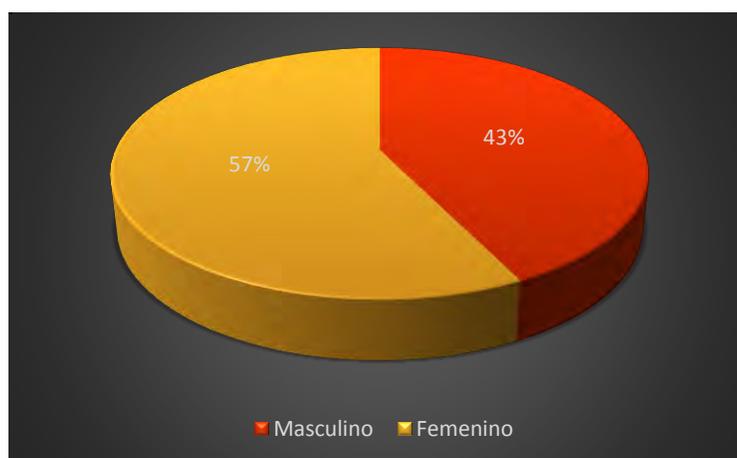
Respecto al género las mujeres tienen un mayor porcentaje de consumo con el 57% y un 43% los hombres, es decir que la relación es casi equilibrada y tanto hombres como mujeres se pueden considerar un mercado atractivo para el producto (ver cuadro y gráfica).

Tabla 6. Género población encuestada

Género	No	%
Masculino	164	43
Femenino	220	57
Total	384	100

Fuente: Este estudio

Grafica 5. Género población encuestada



Fuente. Este estudio

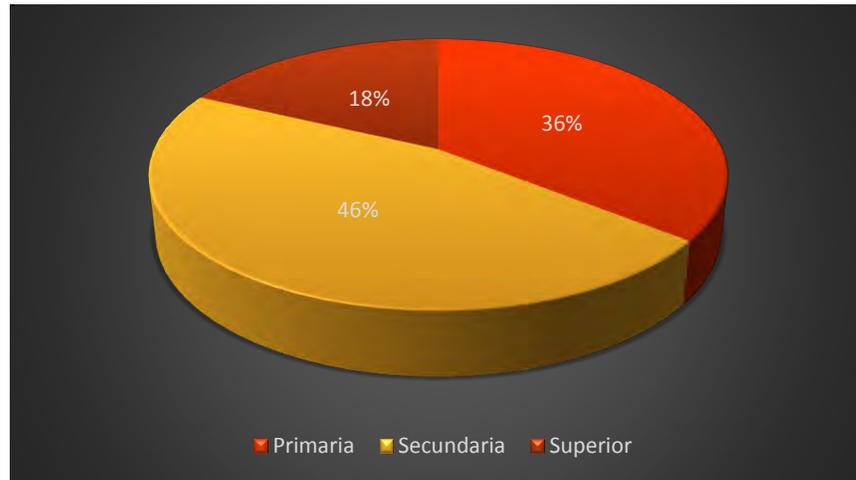
La población encuestada de estratos bajos el 46% es de secundaria, el 36% nivel primaria y un 18% de educación superior. La relación entre educación y consumo es de suma importancia por cuanto el mercado debe conocer las alternativas de nuevos productos en la dieta alimenticia (ver tabla y gráfica).

Tabla 7. Nivel educativo

Nivel	No	%
Primaria	137	36
Secundaria	178	46
Superior	69	18
Total	384	100

Fuente: Este estudio.

Gráfica 6. Nivel educativo



Fuente. Este estudio

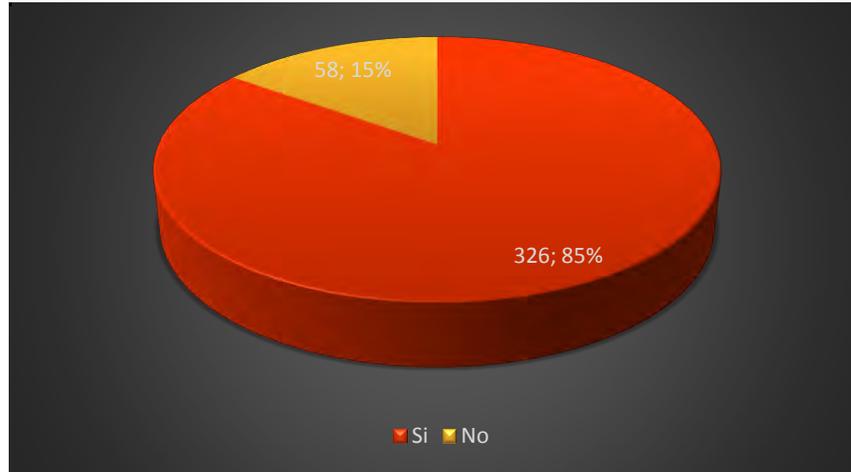
La población de la ciudad de Pasto tiene un significativo consumo de café tradicional con el 85% respecto a un 15% que no consume quienes posiblemente optan por otras bebidas como chocolate o agua de panela que es una costumbre de la región. De los que toman café se pueden considerar como demanda potencial para ofrecerles una nueva alternativa del café de soya (ver tabla y gráfica).

Tabla 8. Consume con regularidad café?

Consumo	No	%
Si consume	326	85
No consume	58	15
Total	384	100

Fuente: Este estudio

Gráfica 7. Consume con regularidad café?



Fuente. Este estudio

Es propio de los estratos bajos consumir café tostado y molido, representando un 83%, un 14% toma café instantáneo y un 4% descafeinado. Se puede aseverar que esta mayoría de consumidores del café tostado y molido no dudarán en responder afirmativamente al ofrecerles el café de soya con el fin de que opten por otra alternativa del café tostado y molido como lo es este nuevo producto de mejor alternativa nutricional (ver tabla y gráfica):

Tabla 9. Qué tipo de café consume usted?

Tipo de café	No	%
Tostado y molido	317	83
Instantáneo	52	14
Descafeinado	15	4
Total	384	100

Fuente: Este estudio

Gráfico 8. Qué tipo de café consume usted?



Fuente. Este estudio

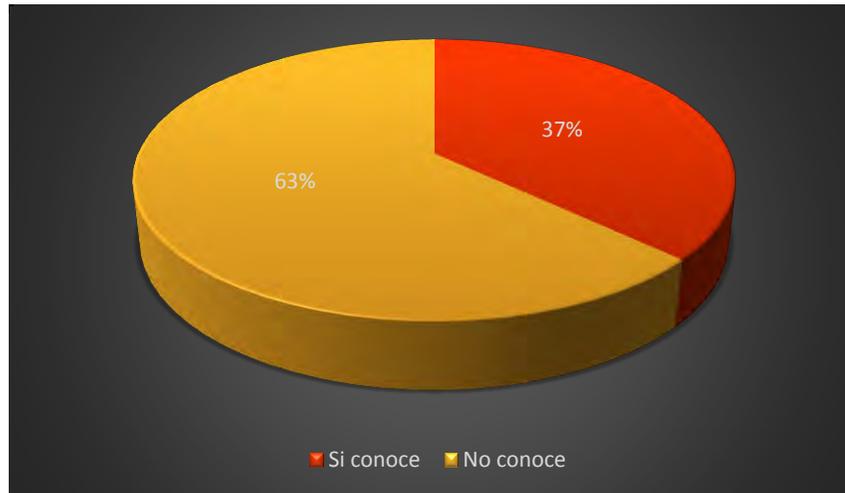
Respecto al conocimiento de los beneficios de la soya en un 63% no conocen y un 37% si conocen las bondades de este producto. Se sabe que con soya se elaboran una variedad de alimentos entre estos la más común es la leche que ha sido utilizada en los hogares de bienestar familiar para alimento de los niños de escasos recursos, existen otros productos como arepas, sopas, galletas y en este caso el café del grano. El no conocimiento se debe a la poca difusión hecha a este producto de origen Peruano y Boliviano que poco a poco se esta generalizando su cultivo en Colombia (Ver tabla y gráfica).

Tabla 10. Conoce los beneficios de la soya?

Conocimiento	No	%
Si conoce	142	37
No conoce	242	63
Total	384	100

Fuente: Este estudio

Gráfica 9. Conoce los beneficios de la soya?



Fuente. Este estudio

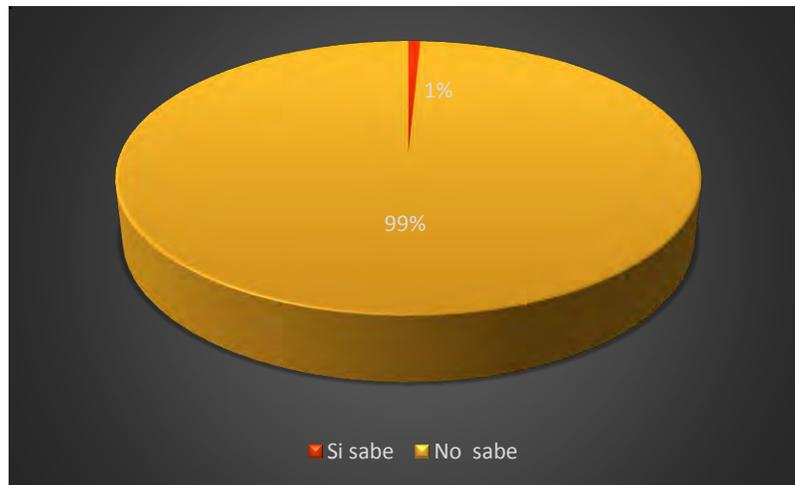
El 99% no sabe que se elabora café de soya y un 1% si sabe. Los resultados de este interrogante son obvios por cuanto no se conoce ni se ha elaborado café de soya en Nariño, solo existe un proyecto desarrollado en el Casanare en donde se realizó un estudio de factibilidad. Por este motivo el proyecto propuesto en este plan de negocio se espera sea percibido satisfactoriamente e iniciar con esta idea novedosa en la pequeña industria de la soya, como sustituto del café tradicional. (Ver tabla y gráfica).

Tabla 11. Sabía usted que con la soya se puede elaborar café 100% natural que reemplaza al tradicional?

Conocimiento	No	%
Si sabe	3	1
No sabe	381	99
Total	384	100

Fuente: Este estudio

Gráfica 10. Sabía usted que con la soya se puede elaborar café 100% natural que reemplaza al tradicional?



Fuente. Este estudio

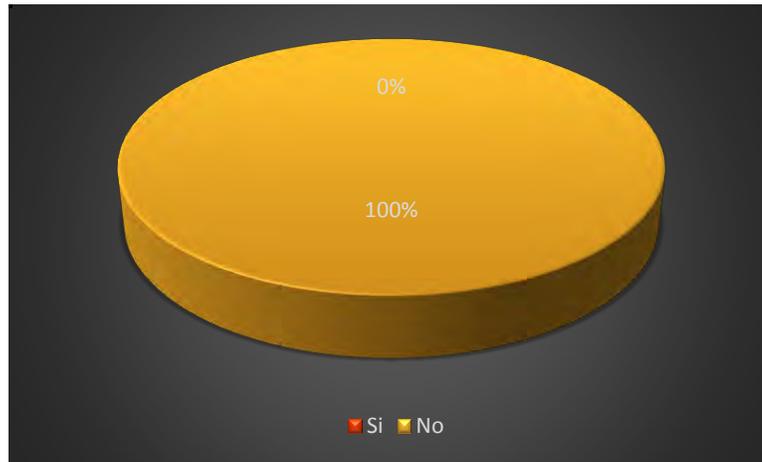
Igualmente el 100% no lo ha consumido, siendo esta la oportunidad para realizar el lanzamiento de este producto, para lo cual se requieren estrategias de mercadeo que puedan convencer a los consumidores y tengan en su lista de productos el café de soya 100% natural para su dieta alimenticia sobre todo en los estratos de bajos ingresos (Ver tabla y gráfica).

Tabla 12. Ha consumido café de soya?

Consumo café de soya	No	%
Si	0	0
No	384	100
Total	384	100

Fuente: Este estudio.

Gráfica 11. Ha consumido cafe de soya?



Fuente. Este estudio

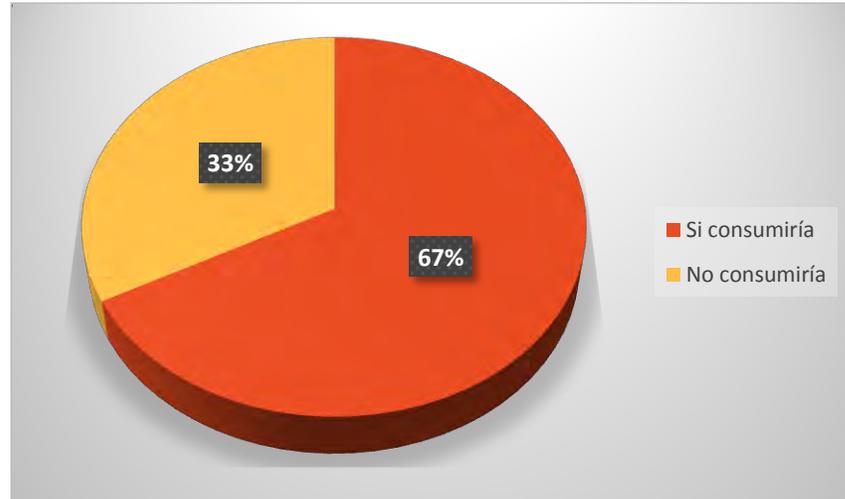
Los encuestados respondieron en el interrogante de si consumirían café natural elaborado en soya el 67% manifestaron que si y el 33% no consumirían. Este porcentaje de aceptación permite garantizar que el café de soya si es una alternativa de consumo para la población de Pasto (Ver tabla y gráfica).

Tabla 13. Si se sabe que se consumiría café natural con soya usted consumiría?

Consumo	No	%
Si consumiría	258	67
No consumiría	126	33
Total	384	100

Fuente. Este estudio

Gráfica 12. Si se sabe que se elabora cafe natural con soya ud consumiría?



Fuente. Este estudio

Tabla 14. A qué cree que se debe el poco consumo de este producto?

Razón de no consumo	No	%
Hábito de consumir el tradicional	32	8
No hay información del de soya	338	88
No se ha experimentado	14	4
Total	384	100

Fuente: Este estudio

Con respecto a la opinión del consumidor del poco consumo un 88% manifiestan que no hay información de este alimento, el 8% por el consumo del café tradicional y el 4% no se ha experimentado el consumo. Para este estudio es un gran reto sustituir el hábito del café tradicional por el de soya para lo cual se requiere una gran difusión a través de pruebas de mercado para convencer al posible comprador. (Tabla y gráfica).

Gráfica 13. A qué cree que se debe el poco consumo de este producto?



Fuente. Este estudio

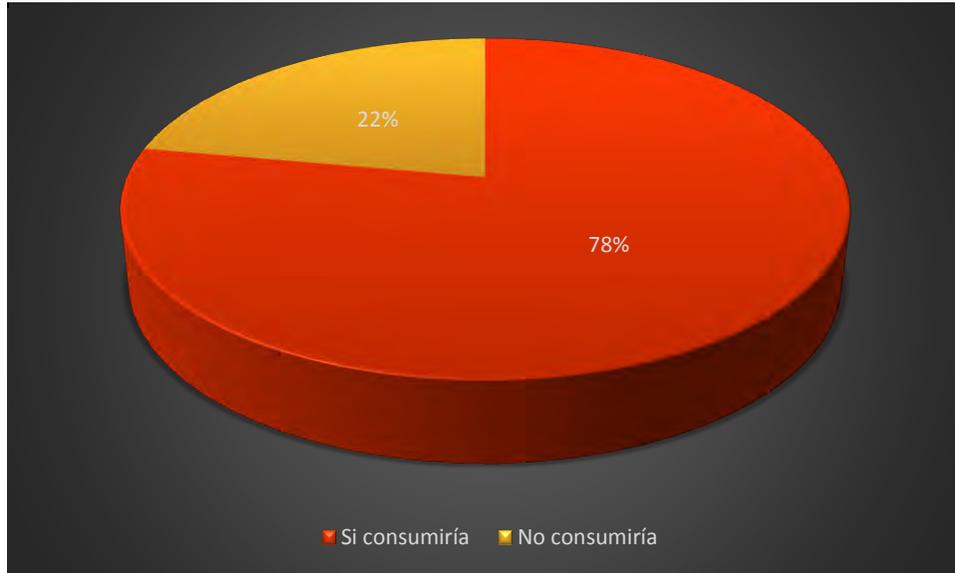
Tabla 15. Estaría dispuesto a consumir café de soya tostado y molido que se propone en este estudio?

Disposicion al consumo	No	%
Si consumiría	299	78
No consumiría	85	22
Total	384	100

Fuente: Este estudio

La disposición a consumir café de soya tostado y molido en el 77,8% si lo consumiría, argumentando de manera informal que lo harían dependiendo del sabor y calidad, un 22% no consumiría el producto. Este resultado garantizaría la comercialización del café de soya tostado y molido para la población en estudio (ver tabla y gráfica)

Gráfica 14. Estaría dispuesto a consumir café de soya tostado y molido?



Fuente. Este estudio

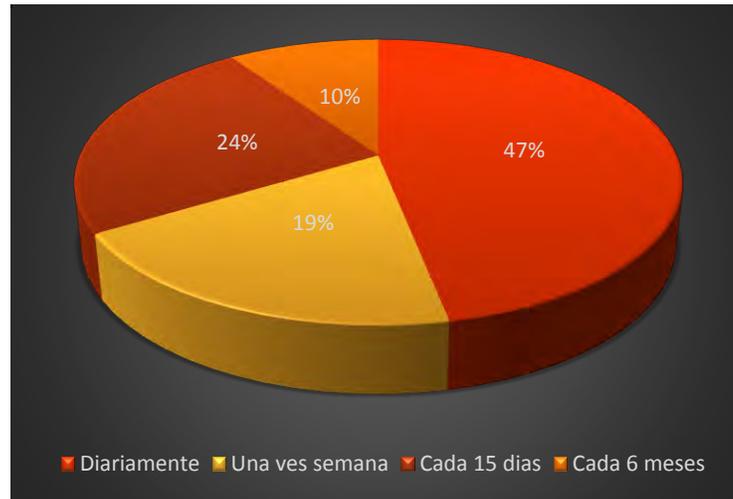
Tabla 16. Con qué frecuencia consumiría café de soya tostado y molido?

Frecuencia de consumo	No	%
Diariamente	180	47
Una vez semana	75	20
Cada 15 días	92	24
Cada 6 meses	37	10
Total	384	100

Fuente: Este estudio

El café de soya según la población encuestada sería consumir diariamente con el 47%, el 24% cada quince días, el 20% una vez a la semana y el 10% cada seis meses. Estas variaciones se deben a que como se trata de un producto nuevo las diferencias se deben a ensayos en los hábitos de consumo y que posiblemente todos lo hagan diariamente. (ver tabla y gráfica).

Gráfica 15. Con qué frecuencia consumiría café de soya tostado y molido?



Fuente. Este estudio

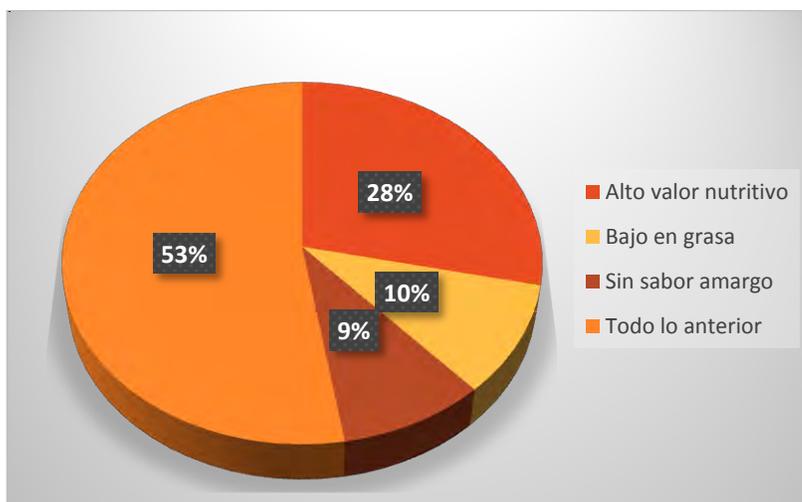
Los encuestados manifiestan varios atributos que debe tener el café de soya el 53% están de acuerdo que se requiere alto valor nutritivo, bajo en grasa, y sin sabor amargo, el 28% solo el valor nutritivo, el 10% bajo en grasa, y el 9% sin sabor amargo que caracteriza al café de soya. (Ver tabla y gráfica).

Tabla 17. Qué atributo considera usted debe tener el café de soya tostado y molido?

Atributo	No	%
Alto valor nutritivo	109	28
Bajo en grasa	38	10
Sin sabor amargo	35	9
Todo lo anterior	202	53
Total	384	100

Fuente: Este estudio.

Gráfica 16. Qué atributo considera usted debe tener el café de soya tostado y molido?



Fuente. Este estudio

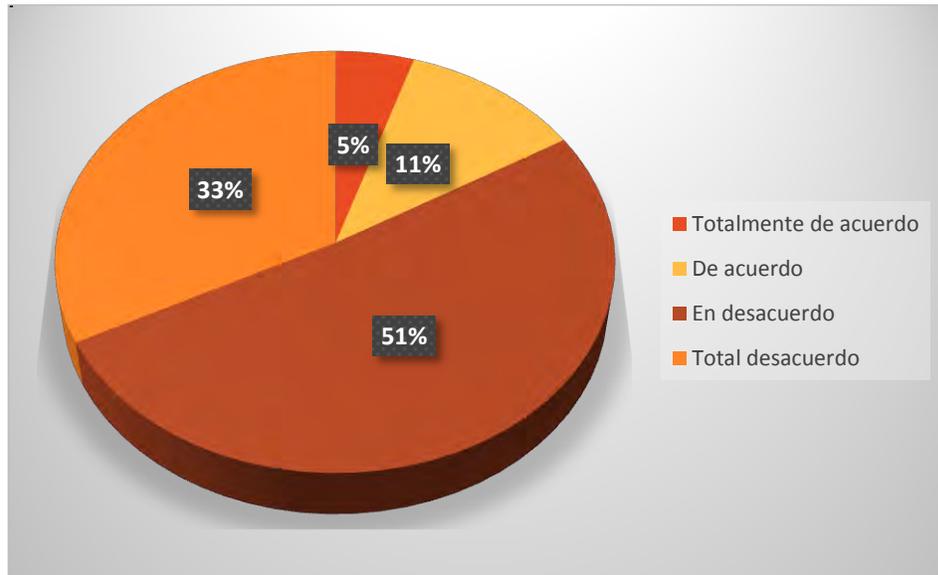
Tabla 18. Dada la importancia nutritiva del café de soya estaría dispuesto a pagar un precio más alto?

Pagar un precio alto	No	%
Totalmente de acuerdo	19	5
De acuerdo	44	11
En desacuerdo	196	51
Total desacuerdo	125	33
Total	384	100

Fuente: Este estudio.

En relación a la estrategia de precios los encuestados manifiestan que pagarían precio alto el 5% totalmente de acuerdo y de acuerdo el 11%, considerando un producto de buena calidad y nutritivo. El 51% en desacuerdo y el 33% total desacuerdo de pagar un precio alto. Considerando que se trata de estratos de bajo nivel socioeconómico se tratará de satisfacer esta alternativa mediante el manejo de costos de producción mas bajos para así mismo tener precios bajos en el kilogramo o paquete de 500 gramos. (Ver tabla y gráfica).

Gráfica 17. Disposición a pagar un precio alto por libra de cafe de soya?



Fuente: Este estudio.

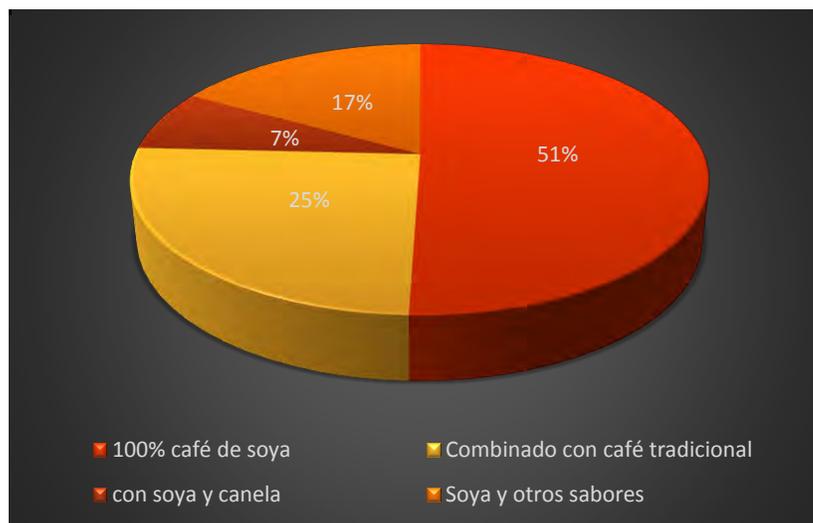
Tabla 19. Cómo desearía que sea la preparación del café de soya?

Sugerencia	No	%
100% café de soya	194	51
Combinado con café tradicional	97	25
con soya y canela	28	7
Soya y otros sabores	65	17
Total	384	100

Fuente: Este estudio.

Respecto al interrogante de la preparación se sugiere en un 51% café de soya 100% natural, el 25% dicen que combinado con café tradicional, el 17% soya y otros sabores, y el 7% con canela. Es conocido que el café tradicional industrial es combinado algunas veces con haba tostada y molida para aumentar su volumen, para el caso del café de soya será natural con soya en el 100% (Ver tabla y gráfica).

Gráfica 18. Sugerencia de preparación



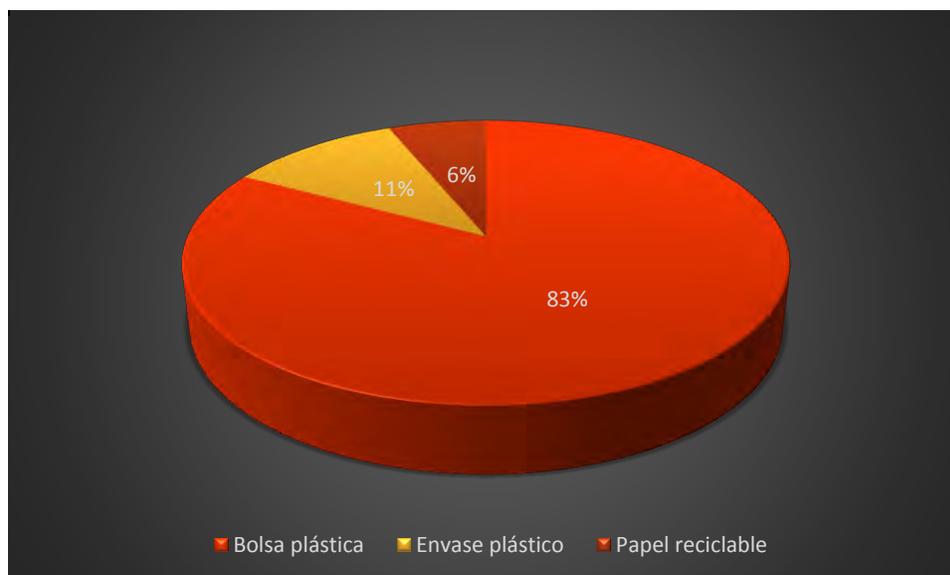
Fuente: Este estudio.

Tabla 20. Qué tipo de presentación desearía usted que tenga el café de soja?

Presentación	No	%
Bolsa plástica	318	83
envase plástico	42	11
Papel reciclable	24	6
Total	384	100

Fuente: Este estudio.

Gráfica 19. Tipo de presentación sugerido para el producto



Fuente: Este estudio.

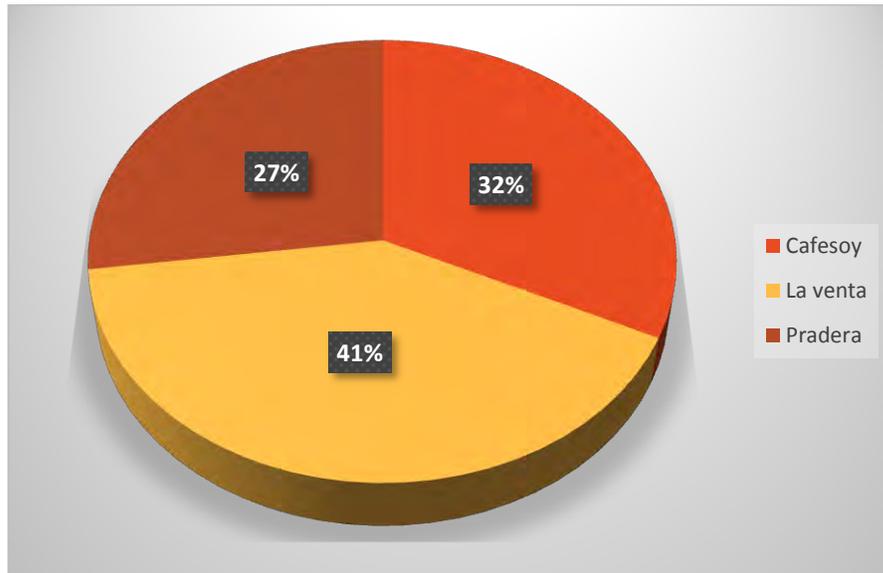
Respecto al empaque los encuestados manifiestan en un 83% en bolsa plástica, el 11% envase plástico y el 6% papel reciclable. La alternativa para este estudio es la bolsa en plástico la cual será gravada con la marca y logotipo correspondiente (Ver taba y gráfica).

Tabla 21. Cuál nombre cree usted que sea el más apropiado para el proyecto de café de soya?

Nombre	No	%
Cafesoy	123	32
La venta	157	41
Pradera	104	27
Total	384	100

Fuente: Este estudio

Gráfica 20. Nombre mas apropiado segun opinion del consumidor



Fuente: Este estudio.

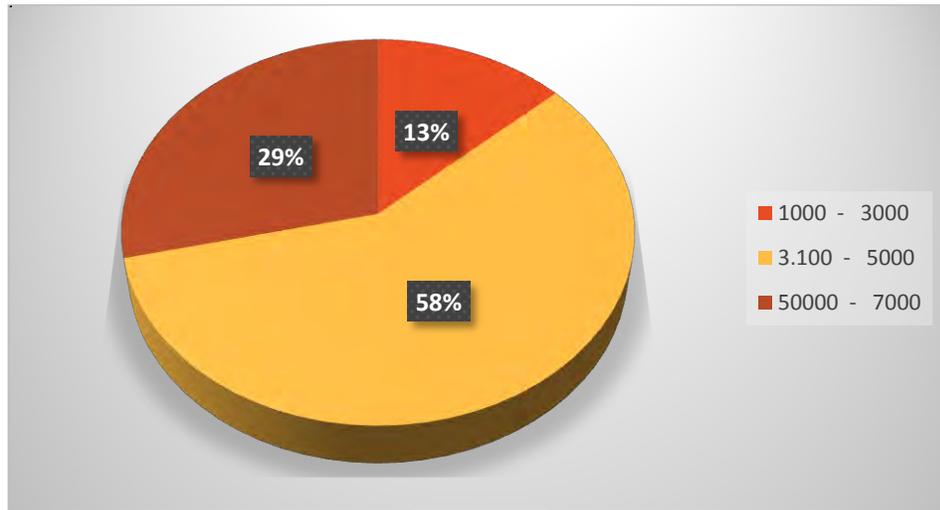
Los consumidores opinan que el nombre más apropiado sería “La venta” con el 41%, seguido de “cafesoy” con el 32% y “Café pradera”, el 27%. Según esta información se optará por tener en cuenta las dos alternativas mayores es decir que el nombre sea “Cafesoy la Venta”, haciendo alusión al municipio de La Unión que en sus inicios se llamaba “La Venta” (tabla y gráfica).

Tabla 22. Cuánto estaría dispuesto a pagar por 1 libra de café de soya?

Precio sugerido	No	%
1000 - 3000	51	13
3.100 - 5000	223	58
50000 - 7000	110	29
Total	384	100

Fuente: Este estudio

Gráfico 21. Rango de precios sugerido por una libra de cafe de soya



Fuente: Este estudio.

En relación a los precios sugeridos por el consumidor contestaron así: el 58% entre \$3.100 y \$5.000 por libra, el 29% entre \$5.000 y \$7.000 y el 13% entre \$1000 y \$3.000 la libra de café de soya (ver tabla y gráfica).

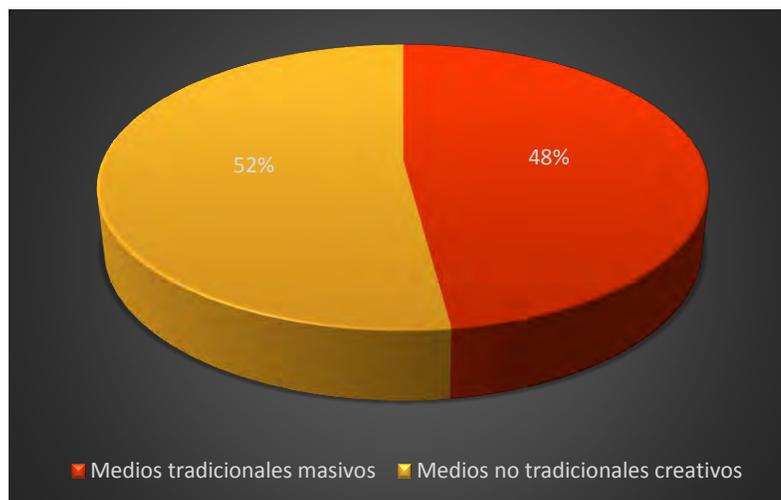
Tabla 23. Como le gustaría que fuera la estrategia de comunicación?

Estrategia de comunicación	No	%
Medios tradicionales masivos	184	48
Medios no tradicionales creativos	200	52
Total	384	100

Fuente: Este estudio

A la pregunta de cómo le gustaría que fuera la estrategia de comunicación, manifestaron en el 52% mediante medios masivos creativos, y el 48% medios tradicionales masivos. La pequeña empresa utilizará por lo tanto medios creativo no tradicionales basados en propaganda, tarjetas de presentación, afiches y pequeña difusión radial en los medios locales. (Ver tabla y gráfica):

Gráfica 22. Estrategia de comunicación sugerida por los clientes



Fuente: Este estudio.

4.4.2 Potencial del mercado. Teniendo en cuenta que el café de soya en polvo es un producto alimenticio que la puede consumir todas las personas desde los niños, jóvenes, adultos y mayores, de los estratos bajos y medios que se consideran de bajo nivel nutricional, que caracterizan sobre todo los estratos más bajos de la población de San Juan de Pasto. Se estima que el número de personas por hogar según datos del Dane en Pasto es 3,9, por lo tanto el potencial del mercado se describe en la siguiente tabla:

Tabla 24. Pasto: Mercado potencial de café de soya según estratos (2016)

Estrato Socioeconómico	Población
1. Bajo bajo	68.063
2. Bajo	149.436
3. Medio bajo	87.965
4. Medio	24.024
TOTAL	329.488

Fuente: Este estudio y datos de CEDENAR, 2014.

4.4.3 Demanda histórica. El objetivo de la Demanda Histórica es conocer el comportamiento del consumo en el tiempo pasado, es decir, la Demanda de café de soya que hubo en años anteriores. Este análisis solo se efectúa para productos

que existen en el Mercado.

Si no hay Información Histórica, entonces, considerar para el análisis la Demanda actual utilizando para ello el método del consumo aparente. Los datos Históricos obtenidos se trasladan al cuadro No 1, donde la Demanda (variable dependiente) se halla en función del tiempo (variable independiente), el empleo del tiempo como variable independiente solo tiene fines ilustrativos. No se debe olvidar que la Demanda también esta influenciada por otros factores, como el ingreso del Consumidor, el tamaño de la Población Consumidora, el precio de los bienes sustitutos, etc. Entonces, es importante poder identificar con precisión la variable dependiente e independiente para conocer el probable comportamiento futuro de la Demanda.

4.5 ESTIMACION DE LA DEMANDA POTENCIAL Y REAL.

4.5.1 Demanda potencial. La demanda potencial es la máxima demanda posible que se podría dar para el producto propuesto en el mercado de la ciudad de Pasto. Al encontrar la demanda potencial para el producto de café de soya, permite pronosticar cuál será la demanda real para el negocio propuesto en este estudio. Para este fin existen varios procedimientos o formulas de aplicación. Seleccionamos el método del consumo per cápita de la siguiente manera.

$$DP = N \times Cpc$$

DP = Demanda potencial

N = Población potencial según estratos seleccionados

Cpc = Estimación del consumo per cápita.

Según la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (2014), el consumo per cápita para Colombia es de 1,87 kg/año, el cual se toma como base para el café de soya.

Por lo tanto la demanda potencial es de:

$$DP = 329488 \times 1,87 \text{ kgs/año} = 616.142 \text{ kilogramos de café de soya.}$$

Demanda Real: Para estimar la demanda real se parte de los datos históricos existentes en la población distribuida por estratos a los cuales se les va a vender o comercializar el producto. Esta demanda real se convierte en el mercado meta más específico por estratos socioeconómicos según la información de CEDENAR, 2014 multiplicado por el consumo per cápita, luego por el porcentaje de consumo según el estudio de las encuestas y finalmente por el porcentaje de cobertura o participación en el mercado, así:

DREAL = DP X índice de consumo

DREAL = Demanda real actual

Índice de consumo = Información de las preferencias de consumo del producto.

Tabla 25. Pasto (N): Consumiría usted café de soya – Índice de consumo 2016

RAZON	No	Porcentaje
Si consumiría	299	77,8
No consumiría	85	22,2
TOTAL	384	100

Fuente: Este estudio

DREAL = 616.142 kgX 0,778 = 479.358 kgs de café equivalentes a café de soya Año 2016

4.5.2 Demanda futura de café de soya. “La estimación de la demanda futura se tiene en cuenta la tasa de crecimiento de la población de la ciudad de Pasto, tasa de crecimiento de la demanda. Según información del DANE (2015) la tasa de crecimiento poblacional para Pasto es de 1,37% anual, el cual ha ido disminuyendo en estos últimos años, debido a la tasa de natalidad decreciente y las migraciones”.²⁰

Tabla 26. Demanda futura kg de café de soya

AÑOS	Demanda
2016	479.538,00
2017	486.107,67
2018	492.767,35
2019	499.518,26
2020	506.361,66
2021	513.298,81

Fuente: Este estudio

4.5.3 Estimación de la oferta actual de soya. La oferta es la cantidad de bienes o servicios que están a disposición del consumidor. Para el caso de la café de

²⁰ ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DE PASTO. Plan territorial de salud. 2012-2015. [en línea] [citado 2016-02-22] Disponible en internet: www.alcaldiadepasto.gov.co

soya se tiene en cuenta las ventas de café molido para el departamento de Nariño para el año 1992, por cuanto no existe oferta de café de soya ya que es un producto nuevo. El café molido para Nariño es equivalente a 59.038 kgs,²¹ que proyectado al año de 2016, a una tasa de crecimiento poblacional del 1,37%, para el año 2015 se venderán en Nariño 66.525 kgs de café molido, como sustituto del café de soya por cuanto no existen datos del producto en estudio.

4.5.4 Oferta proyectada:

Tabla 27. Nariño: Oferta futura kg de café

AÑOS	Oferta
2016	66.525,00
2017	67.436,39
2018	68.360,27
2019	69.296,81
2020	70.246,17

Fuente: Este estudio.

4.5.5 Relación oferta demanda de café:

Tabla 28. Pasto: Relación demanda oferta Kgs de café

Años	Demanda futura	Oferta futura	Demanda insatisfecha
2016	479.538,00	66.525,00	413.013,00
2017	486.107,67	67.436,39	418.671,28
2018	492.767,35	68.360,27	424.407,07
2019	499.518,26	69.296,81	430.221,45
2020	506.361,66	70.246,17	436.115,49

Fuente: Este estudio

²¹ FEDERACAFE. Estudio sobre el consumo de café en Colombia. Centro Nacional de Consultoría. 1993. [en línea] [citado 2016-02-22] Disponible en internet: www.federacafe.gov.co

La relación oferta demanda demostró la existencia de demanda insatisfecha de café de soya en el municipio de Pasto, demostrando que el proyecto es viable desde el punto de vista del mercado, existiendo un numero de consumidores que desean el producto a los cuales se deben dirigir los esfuerzos de venta y comercialización.

4.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO

4.6.1 Concepto del producto. *Cafesoy La Venta*, es un café de soya, elaborado con grano de soya, tostado y molido, es un producto natural con alto valor nutritivo y bajo nivel de grasa, elaborado con las mejores técnicas de procesamiento, orientado a un mercado objetivo conformado por niños, jóvenes y adultos de la ciudad de San Juan de Pasto, el cual se ofrece en presentación de 500 y 1000 gr. La presentación es un envase que será fabricado en plástico de polietileno, que conservará la frescura original, listo para ser servido en diferentes sabores para el gusto y paladar del consumidor.

Imagen 5. Producto



Nombre comercial:

Cafesoy La Venta CAFÉ DE SOYA La venta
El más delicioso café de soya para toda la familia

Imagen 6. Estrategia de distribución



Fuente: Este estudio.

4.6.2 Estrategias de distribución. Para ingresar al mercado *CafesoyLa Venta*

CAFÉ DE SOYA, realizará vistas de promoción a sus clientes objetivo: distribuidores, restaurantes, e instituciones, con tres meses de anticipación antes del lanzamiento del producto, presentando a sus clientes prospectos una propuesta comercial y una muestra de su producto dando a conocer las características de innovación y diferenciación e informando que , *el producto* pronto llegará a través de agentes comerciales a ofrecer su excelente producto alimenticio para toda la familia colombiana.

Alternativas de comercialización: La alternativa de comercialización será manejada mediante contratos directos con los intermediarios a través de la inclusión en el registro de proveedores en los almacenes de cadena como Éxito, Metro, Alkosto, y ocupar un espacio en las estanterías de los locales y poder exhibir el producto al cliente final que visita estos minoristas.

Por otro lado se realizará un contacto de oferta con las tiendas y graneros minoristas de la ciudad de Pasto como Tigre de la Rebaja, Tienda Bucanero, Tienda Buendía, entre otros.

Distribución física nacional: La distribución física nacional constituirá para **Cafesoy**, un trabajo logístico eficiente en el punto de fábrica mediante la adecuación de espacios y bodegas surtidas de la mercancía, listas para ser despachadas a los mercados de las principales ciudades del país donde haga presencia el producto.

El surtido adecuado de las mercancías estará en el tiempo, espacio y lugar preciso, disponible en el momento necesario para aprovechar las oportunidades de realizar las transacciones comerciales esperando los beneficios rentables. Para el flujo de mercancías se tendrá en cuenta el movimiento de materias primas a través del contacto oportuno con los proveedores productores de soya y demás insumos que se encuentran localizados en la ciudad de La Unión, Nariño donde se encuentra la fábrica, para procesar el **café de soya** en polvo y finalmente el desplazamiento por vía terrestre hacia el lugar de distribución y consumo en la ciudad de Pasto.

Estrategia de ventas: La tarea de la administración del negocio en proyecto será la organización de una fuerza de ventas que estará a cargo de un ejecutivo de ventas emprendedor quien se encargará de la selección, entrenamiento y supervisión de su equipo comercial y finalmente evaluar su desempeño, a quienes se asignará su correspondiente remuneración. La tarea se complementará con las actividades de estimación de pronósticos, preparación de presupuestos y definición de territorios y cuotas a cada vendedor, lo cual se hará de manera progresiva a medida que las ventas del **café de soya molido**, aumenten y se vaya ampliando la fábrica.

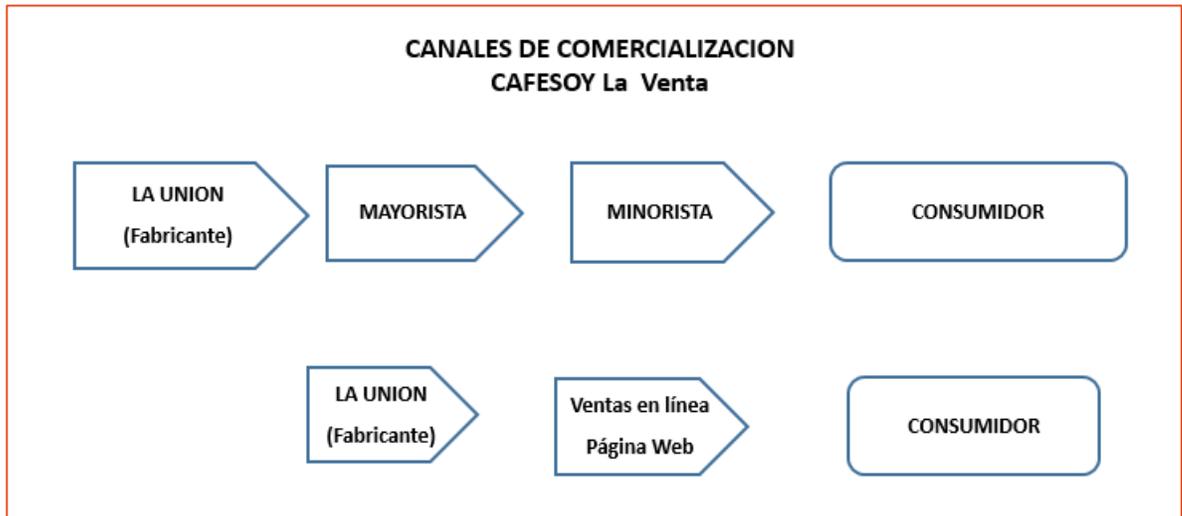
Tácticas de distribución: La táctica de distribución se desarrolla mediante un plan proactivo y creativo a corto plazo en relación al ciclo de vida del producto con el propósito de realizar innovaciones permanentes cada año para evitar la saturación del mercado y realizando modificaciones permanentes al producto en diseño, presentación, teniendo en cuenta además territorios cortos y zonas rurales donde la competencia deja muchos vacíos y exista demanda insatisfecha.

Canal de distribución a utilizar: Se utilizarán varios canales de distribución de la siguiente manera:

Productor - Consumidor: Es el más corto y más sencillo en el cual se ofrecerá el producto en las zonas cercanas ofreciendo el producto directamente a los consumidores en el punto de venta establecido por la empresa en la ciudad de La Unión (Nariño).

Productor - Detallista - Consumidor: En este canal los detallistas intermediarios realizarán los pedidos directamente a la fábrica y ellos distribuyen a los clientes finales, como es el caso de los almacenes de cadena ubicados en la ciudad de San Juan de Pasto.

Figura 1. Alternativas de distribución por canales



Fuente: Este estudio.

4.6.3. Estrategias de precios. Teniendo en cuenta que el precio es el valor expresado en pesos, la estrategia de fijación del precio para la empresa debe estar acorde con los objetivos que se persiguen: obtener una rentabilidad sobre las ventas o sobre la inversión, busca la maximización de utilidades y además los precios hacen aumentar la participación en el mercado.

Fijación del precio:

Cafesoy CAFE DE SOYA **fijará el precio por unidad de acuerdo a los siguientes criterios:**

- Precios basados en el costo total más una utilidad esperada y para esto se determinará el análisis del punto de equilibrio.
- El segundo criterio que se tendrá en cuenta se basa en el análisis marginal, es decir los precios del mercado, mediante el estudio de la oferta y la demanda, precios que se fijan de acuerdo a las fuerzas del mercado (oferta y demanda).
- Se tendrá en cuenta además las condiciones competitivas del mercado, la competencia en la actualidad (2013), vende a unos precios de producto sustitutos, que oscilan entre \$7.000 y \$8.500, el paquete de 500 gramos de café molido.

Precio de lanzamiento:

El método a utilizar para el lanzamiento del producto se basa en los costos de producción cuyos rubros son los fijos y los variables unitarios a los cuales se

aumenta un margen de utilidad que para el caso del café de soya será de un 30% sobre el costo unitario.

4.6.4. Estrategias de comunicación. Para dar a conocer el producto a los mercados y sepan de la existencia del producto y sus líneas de productos se utilizará una estrategia de comunicación mediante una campaña publicitaria y promocional la cual debe hacerse con el enfoque a bajos costos, por medio de la utilización de volantes, tarjetas de presentación, el perifoneo y la estrategia de voz a voz, por parte de los mismos clientes.

Para posicionar y generar recordación e identificación de la empresa y sus productos, se obsequiará un catálogo a los distribuidores y consumidores en el que se dará a conocer las características, usos, condiciones de compra y garantía del producto.

A mediano plazo se realizará la creación de una página web para brindar información clara y detallada del proceso de producción, aspectos institucionales de la empresa y productos ofrecidos, mediante la siguiente dirección electrónica:

Cafesoylaventa16@gmail.com

Es de vital importancia para el estudio utilizar la estrategia creativa de comunicación, es decir que la más efectiva hoy en día es el voz a voz, ya que gracias a las nuevas consolidaciones de las nuevas tecnologías, la influencia y alcance de las conversaciones diarias se ha incrementado a niveles impensables. No solo la estrategia de comunicación será los medios digitales a través de las redes sociales sino también los medios sociales, más creativos, más económicos y más efectivos.

Imagen 7. Comunicación voz a voz



Fuente: Este estudio.

4.6.5 Estrategias de promoción. El principal objetivo de la promoción de ventas es lograr que los clientes potenciales degusten y prueben la preparación del café de soya, actividad que se realizara el día de la inauguración o lanzamiento, mediante una degustación gratuita del producto a todos los invitados y ocasionalmente después que se inicien las ventas a los clientes en los supermercados de cadena.

Se realizarán reducciones temporales periódicas en los precios a través de ofertas, y descuentos en temporadas especiales como día de la madre, del niño, semana santa y navidad.

Durante la fase de introducción en el mercado, se utilizarán cupones de descuento que reducirán el precio de nuestros productos que aparecerán en la prensa diario del sur, así pensamos conseguir la atención de los consumidores potenciales para que prueben el producto.

4.6.6 Estrategias de servicios. La empresa implementará una filosofía de servicio asegurándose de que todo salga bien para el cliente, mediante un contacto directo y haciendo todo lo posible para satisfacer su necesidad y brindando una buena atención. El éxito consistirá en consentir al cliente en todos los detalles en las actividades de preventa – venta y postventa. El proceso del servicio será coordinado con todos los integrantes: clientes internos, proveedores, distribuidores y finalmente con el cliente final ya que el servicio es “dentro y fuera de la empresa” y cuyo lema es “el cliente es lo primero”.

4.6.7 Relaciones públicas. Como objetivo de relaciones públicas se intentará que el mensaje de calidad, innovación, rapidez y precios, se mantenga y tener una imagen pública positiva. Se intenta que las relaciones con los clientes potenciales, competidores, y proveedores sea excelente. En el lanzamiento del nuevo establecimiento se realizará un evento de apertura al cual invitaremos a los ya mencionados con el fin de obtener una buena imagen pública. Además se utilizará una valla publicitaria cuando se programen espectáculos públicos, como en los partidos de fútbol y carnavales de Pasto.

4.6.8. Presupuesto de la mezcla de mercadeo:

Tabla 29. Café de soya Presupuesto de la mezcla de mercadeo

DETALLE	Cantidad	Vr/Unitario	Costo total
Papelería	8	7000	56000
Dotaciones	5	10000	50000
Transporte	20	5000	100000
Muestras	300	6000	1800000
Afiches	3000	400	1200000
Catálogos/volantes	2000	400	800000
Capacitaciones	2		1.500.000
Promociones/publicidad	12	30000	360000
Lanzamiento			1.500.000
TOTAL			7366000

Fuente: Este estudio.

4.7 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO

La disponibilidad de la materia prima e insumo tiene en cuenta diversos aspectos como los siguientes:

- Seleccionar a los mejores tanto productores de la planta de soya como proveedores de los demás aditivos para la harina de café de soya.
- Encontrar las mejores condiciones de pago.
- Exigir la materia prima e insumos de la mejor calidad.
- Garantía del suministro y cumplimiento.

Los proveedores de la zona tienen un poder de negociación y realizan las ventas de contado. Sin embargo cuando se trata de ventas al por mayor dan un crédito máximo a 30 días posterior a la entrega del producto y en caso de pago anticipado realizan un descuento del 2% sobre el total de la venta.

4.8 PROYECCION DE VENTAS

Las ventas tendrán un comportamiento cíclico mensual, teniendo en cuenta la temporada de ventas y las proyecciones para cada año se incrementan así: 60% año 1, 70% año 2, 80% año 3, 90% año 4 y el 100% año 5, teniendo en cuenta la participación y el crecimiento de las ventas.

5. ANALISIS TECNICO

5.1 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

Definición del producto.

CAFESOFY La venta un café molido de soya líquida con alto valor nutritivo, 100% natural, la cual estará en presentación de 500 gramos y mil gramos.

Debido a la naturaleza del producto se diseña un empaque que mantiene la frescura natural; que será elaborado en polietileno y con válvula desgasificadora que no permitirán el deterioro, se pueda exhibir hasta llegar al paladar del consumidor.

CARACTERISTICAS GENERALES

Descripción	cafe de soya.
Almacenamiento	En su envase original cerrado, mantener entre 0 – 5 °C frío.
Vida útil	90 días a partir de la fecha de elaboración y bajo condiciones específicas de almacenamiento.
Ingredientes	Soya, saborizantes, endulzantes.
Presentación	Bolsa de 500 y 1.000 gramos.
Envase	Bolsa de polietileno.

CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS

Apariencia	Café de soya en polvo
Color	oscuro
Olor	Agradable.
Sabor	natural.

COMPOSICION NUTRIICIONAL

Energía (Kcal)	186,0
Proteínas (g)	12
Grasa total (g)	9
Grasa saturada (g)	6,15
Grasa monoinsaturada	1,96
Grasa poliinsaturada	4,75
Acidos grasos trans.	0,10
Colesterol	35,0
Hidratos de carbono disponibles (g)	17,0
Sodio (mg)	5,40

5.2 ESTADO DE DESARROLLO

La idea de este estudio se encuentra en la etapa de prototipo, es decir una aproximación a un producto de café de soya en el cual ya se realizaron pruebas de producción y de mercado. La propuesta por lo tanto será sometida a etapas de verificación ante las entidades que avalan la idea en los aspectos técnicos y de registro sanitario.

5.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

5.3.1. Determinación del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de café de soya tostado y molido durante los cinco años de estudio. Este se define como la cantidad de libras a producir de café de soya limitado por el tiempo y las capacidades de recursos de la empresa.

5.3.2 Capacidad instalada. El proyecto tiene una capacidad para procesar 200 kilogramos/día de grano de soya o materia prima, con un rendimiento del 80% de café de soya listo para ser empacado.

Se calcula la capacidad instalada para 2 turnos de 8 horas/día, multiplicado por la capacidad de procesamiento de materia prima de 200 kgs/hora, por 7 días laborables a la semana y por las 52 semanas comerciales del año, obteniendo un resultado de 145.600 kgs/año de grano de soya para luego obtener un rendimiento del 80% en café de soya, obteniendo un total de 116.480 kilogramos en café de soya el cual se utilizará en 2 presentaciones 50% en kilogramos y el resto en libras de café que es lo que el cliente desea.

La máquina produce 1 kgs de producto en 144 segundos, es decir que en una hora produce 25 kilogramos y en las 8 horas 200 kilogramos.

Tabla 30. CAPACIDAD INSTALADA DE CAFÉ DE SOYA

Producción en grano de soya	25 kgs/hora
Numero de días laborables en Colombia	7 días
Jornada laboral diaria	8 horas
Turnos de trabajo	2
Total de semanas año	52
145.600	Lbras de materia prima en grano
116.480	Libras de café de soya con un rendimiento del 80% de materia prima

Fuente: Información secundaria y cálculos de este estudio.

5.3.3 Capacidad utilizada. La empresa productora y comercializadora de café de soya iniciará con una utilización de la capacidad al 60%, 70%, 80%, 90% y 100% en el último año de su capacidad por cuanto las ventas se iniciarán con una parte del total hasta llegar de manera progresiva al 100% de su capacidad para evitar riesgos y almacenamiento de productos, y en segundo lugar para que año a año se vayan aumentando las ventas teniendo en cuenta los nuevos consumidores por cada año.

Tabla 31. Capacidad utilizada y proyectada

Detalle	2016	2017	2018	2019	2010	total
% capacidad utilizada	60	70	80	90	100	
Presentación						
Bosa de 500 gramos	48921,6	57075,2	65228,8	73382,4	81536	81536
Bosa de 1000 gramos	10483,2	24460,8	27955,2	314496	34944	34944
PROYECCION DE VENTAS	59404,8	81536	93184	104832	116480	116480

Fuente: Cálculos de este estudio.

5.4 DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO

La elaboración del café de soya consta de una secuencia de varios procesos que se describen a continuación en orden de ejecución:

Recepción de materia prima: Se recibe en bodega la soya en bultos de 50 kgs, ya seleccionada y de buena calidad, se verifica el estado y se almacena en bodega cerca al área de producción. Tiempo 30 minutos.

Imagen 8. Recepción de materia prima



Fuente: Este estudio.

Hidratación y limpieza de la soya. La preparación se inicia con el descargue de los bultos de soya madura y depositada en las canecas de depósito. Posteriormente se continúa con la limpieza y selección de los granos de soya adecuados para la elaboración del café. Esto consiste en la extracción de granos dañados, material extraño, terrones y piedras. Tiempo 25 minutos.

Imagen 9. Hidratación y limpieza de la soya



Fuente: Este estudio.

Secado y tostado. Se llevan los granos de soya al horno tostador durante 30 minutos, hasta que de un color café oscuro a un calor moderado.

Imagen 10. Secado y tostado



Fuente: Este estudio.

Molido. Se trasladan a la máquina moledora los granos enfriados para realizar el molido, quedando en forma harinosa, que es el café de soya, durante 60 minutos.

Imagen 11. Molido



Fuente: Este estudio.

Mezclado: Se mezcla la semilla de soya ya tostada en la maquina mezcladora con aditivos de sabores para mantener el aroma.

Imagen 12. Mezclado



Fuente: Este estudio.

Cernido: En el cernido se utilizan dos cedazos o coladores, uno mediano y uno fino de 0,5 mm. hasta lograr la consistencia deseada libre de impurezas y grumos.

Pesado y envasado. Se procede a envasar en bolsas de polietileno de 500 gr.

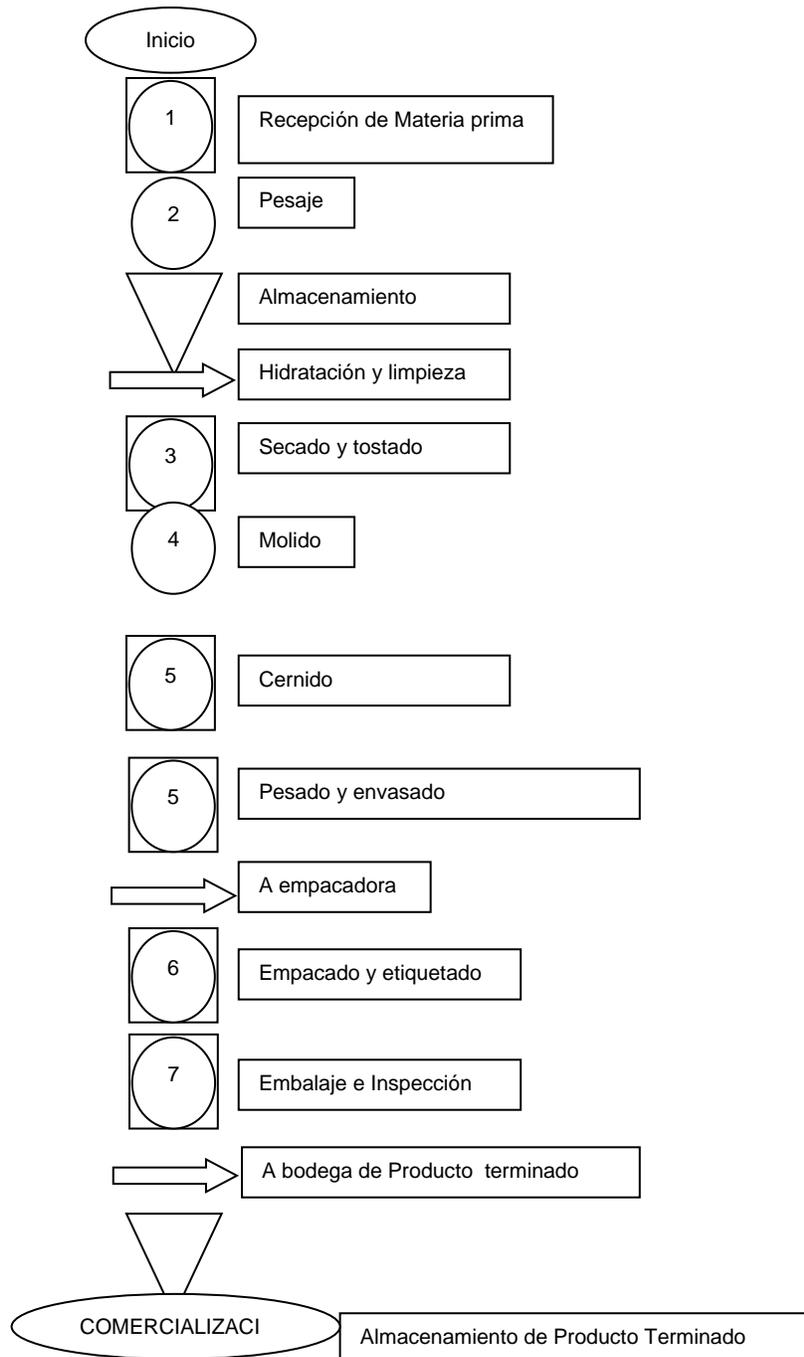
Imagen 13. Pesado y envasado



Fuente: Este estudio.

Empacado y etiquetado. El café de soya es empacado en canasillas a temperatura ambiente, y almacenado en bodega listas para ser comercializadas.

Figura 1. Diagrama de flujo empresa productora y comercializadora de café de soya



5.5 DESCRIPCION DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Maquina tostadora: Marca “Vulcano”, maquina diseñada para el tostado de cereales, habas, quinua, soya, trigo, cebada, frijoles, entre otros, a gas, capacidad 50 kg/hora, con turbina de extracción de humo, controles electrónicos de temperatura, enfriamiento-encendido, en acero inoxidable Precio \$8.100.000.

Maquina moledora: Molino de granos Marca Kitchenaid. La función principal del molino para moler la soya tostada es la de transformar el grano de café de soya en polvo. Para que este proceso sea efectivo, el molino debe dispensar la cantidad justa para una tasa de café de soya suave al paladar, gran aroma y acidez media, muy similar al café tradicional. valor \$487.900.

Maquina mezcladora: Mezcladora de alta velocidad serie GHL, de tipo horizontal, emplea una cuchilla de agitación que facilita la mezcla completa de materiales en polvo y la solución adherente al interior del contenedor cilíndrico. Valor \$1.500.000

Balanza de mesa: Esta balanza de mesa es económica, cuenta con multitud de funciones y puede ser verificada. La verificación de esta balanza se llevara a cabo según la norma comercial de verificación M III en las oficinas de verificación. La estructura de la balanza es de acero lacado y su plataforma de pesaje es del mismo material pero ademasesta cubierta con un plástico, por lo que la balanza es muy resistente. Valor \$ 1.000.000.

Mesón. Marca: Superior. Fabricado en acero inoxidable. Dimensiones: 100x 60 cm. Precio: \$190.000.

5.6 DISTRIBUCION EN PLANTA

Las instalaciones donde funcionará la empresa constan de un área de 100 m² en el municipio de La Unión (N), con una adecuada distribución donde se ubicarán las áreas de recepción de materia prima, almacenes de recepción y producto terminado, además del área de producción, administración y ventas.

La técnica de distribución es por procesos utilizando pequeños lotes, poco estandarizados, utilizando maquinaria genérica poco especializada, agrupando las personas y las maquinas según la función que realizan como recepción del grano de soya, tostado, molido, empacado y distribución.

Figura 2. Distribución en planta

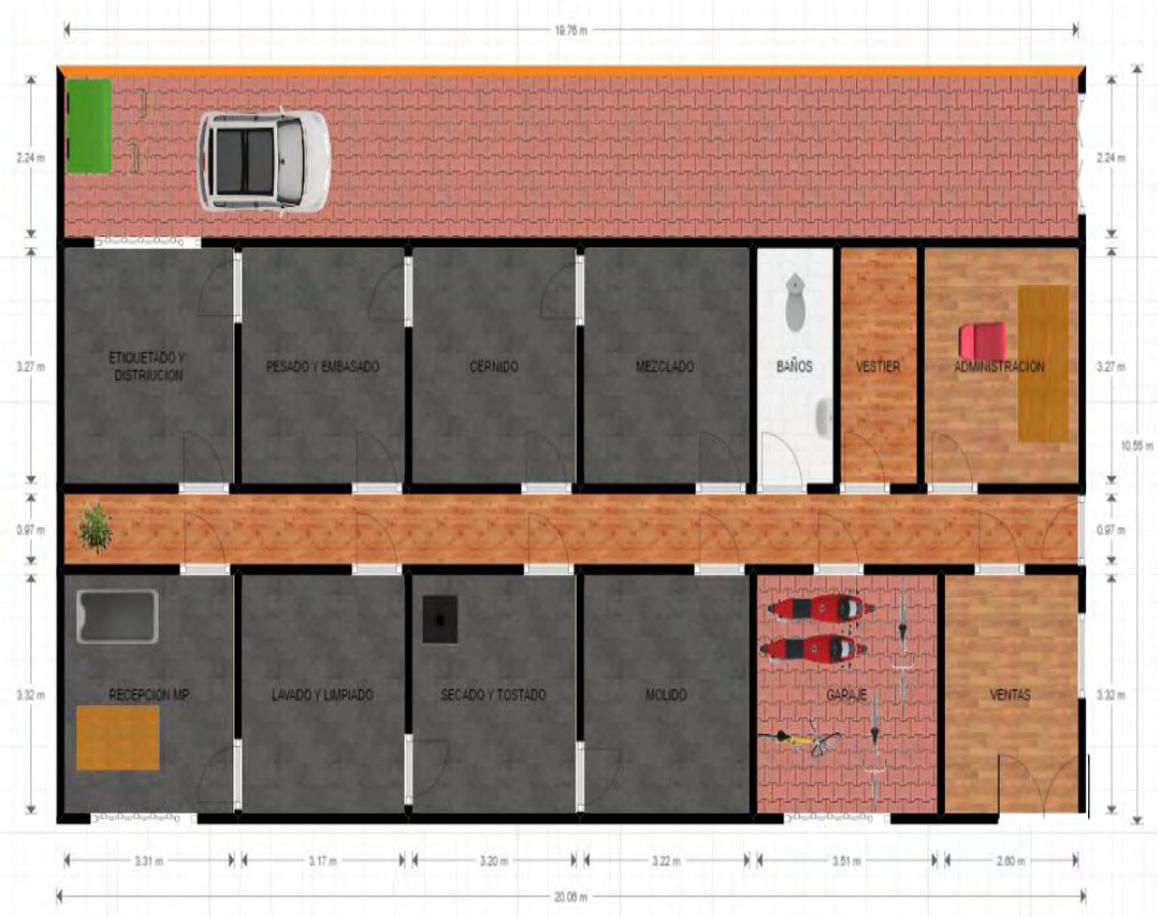


Figura 2. (Continuación).



Fuente: Este estudio.

5.6.1 Localización:

Microlocalización: Para la localización local de la empresa se realizó un análisis mediante el método de localización por puntos, teniendo en cuenta factores relevantes a los cuales se les asignó un valor de 1 a 100 dependiendo de la importancia relativa de cada uno de ellos, de igual forma se asigna una escala de 1 a 10 para calificar cada sitio, en este caso se califica cada sitio potencial de acuerdo a la escala designada y se multiplica la calificación por el peso, finalmente se suma la puntuación de cada sitio y se elige la máxima puntuación.

Se seleccionaron dos sitios estratégicos:

- Sector comercial del municipio de La Unión, por ser de mayor afluencia de público.
- Sector rural.

Tabla 32. Micro localización

Sector	Zona comercial		Zona rural		
	Peso asignado	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
Factores relevantes					
Agua potable	0,12	8	0,96	8	0,96
Cobertura eléctrica	0,12	8	0,96	8	0,96
Alcantarillado	0,05	6	0,3	6	0,3
Telecomunicaciones	0,04	5	0,2	5	0,2
Transporte	0,12	5	0,6	8	0,96
Cercanía a materias primas	0,09	7	0,63	7	0,63
Entorno empresarial	0,03	5	0,15	7	0,21
Posibilidad de ampliación	0,06	4	0,24	8	0,48
Seguridad industrial	0,04	2	0,08	2	0,08
Impacto ambiental	0,04	5	0,2	5	0,2
Oferta laboral	0,19	7	1,33	9	1,71
Fácil contacto con clientes	0,1	7	0,7	7	0,7
Total	1		6,35		7,39

Fuente: Este estudio.

De acuerdo a los puntajes asignados se ha determinado la localización en el sector rural del municipio de La Unión en la Vereda La Pradera, con un resultado ponderado de 7,39, ya que cumple con las condiciones adecuadas para localizarse en un sitio estratégico que le permitirá cumplir con las políticas de desarrollo territorial.

5.7 NECESIDADES Y COSTOS OPERATIVOS

5.7.1 Adecuaciones. Se realiza para este estudio inversión en adecuaciones de la planta física que será adquirida en arrendamiento en un corto plazo. Posteriormente se adquirirá un terreno para construir la propia planta administrativa y de producción en el municipio de La Unión.

Tabla 33. Adecuaciones

Rubro	Inversion	Total
ADECUACIONES		
Instalaciones administrativas	2.000.000	10.000.000
Instalaciones en área de producción	3.000.000	10.000.000
Total		\$20.000.000

Fuente: Este estudio.

5.7.2 Maquinaria y equipo:

Tabla 34. Maquinaria y equipo

Activo	Unidad	Cantidad	Costo/unit.	Total
Maquina tostadora	UND	1	8.100.000	8.100.000
Maquina moledora	UND	1	3.000.000	3.000.000
Maquina mezcladora	UND	1	2.000.000	2.000.000
Balanza	UND	1	1.000.000	1.000.000
Mesón	UND	1	500.000	500.000
TOTAL				14.600.000

Fuente: Este estudio

5.7.3 Inversión en Herramientas:

Tabla 35. Inversión en herramientas y utensilios

Activo	UND	Cantidad	Costo unit	Costo total
Platón Jumbo	UND	5	14.000	70000
Escurreidor	UND	4	9.800	39200
Balde	UND	10	7.000	70000
Tarros	UND	10	14.000	140000
Canastilla	UND	20	13.000	260000
Caneca	UND	10	29.000	290000
Colador	UND	10	2.900	29000
Cucharón	UND	5	5.760	28800
TOTAL				927.000,00

Fuente: Este estudio

5.7.4 Inversión en Muebles y enseres:

Tabla 36. Inversión en muebles y enseres

Activo	UND	Cantidad	Costo unit	Costo total
Escritorio	UND	2	400.000	800000
Archivadores	UND	4	135.000	540000
Sillas	UND	10	92.000	920000
Mesa reunión	UND	1	300.000	300000
Papeleras	UND	3	50.000	150000
Estante	UND	1	100.000	100000
TOTAL				2.810.000,00

Fuente: Este estudio

5.7.5 Inversión en equipo de oficina:

Tabla 37. Inversión en equipo de oficina

Activo	UND	Cantidad	Costo unit	Costo total
Computador Portatil	UND	1	2.500.000	2500000
Impresora	UND	1	350.000	350000
Estabilizador	UND	1	90.000	90000
Telefono celular	UND	1	500.000	500000
Total				3.440.000,00

Fuente: Este estudio

5.7.6 Provisiones en diferidos:

Tabla 38. Provisiones en diferidos

Descripción	GASTOS
Estudios del proyecto	500000
Capacitacion empleados	650000
Gastos notariales	100000
Permisos y licencias	120000
Registro mercantil	80000
Gastos de lanzamiento	250000
Gastos de organización	100000
Pruebas de puesta en marcha	150000
TOTAL	1950000

Fuente: Este estudio

5.7.7 Capital de trabajo. El capital de trabajo es el conjunto de recursos con los cuales la empresa desarrolla normalmente sus actividades sin necesidad de estar acudiendo a fondos extraordinarios.

Está constituido por los activos corrientes que son necesarios para atender la operación normal del proyecto, es decir los gastos necesarios para la producción de café de soya y la comercialización durante un ciclo operativo, además las provisiones necesarias para pagar servicios, mano de obra y otros gastos por parte de la empresa.

El método a utilizar para estimar el capital de trabajo es el método del ciclo productivo. La inversión inicial en capital de trabajo se calcula mediante la siguiente expresión:

$$I.C.T. = CO (COPP)$$

Donde:

I.C.T. = Inversión en capital de trabajo.

C.O. = Ciclo operativo en días (30, 45 días).

COPD = Costo de operación promedio diario (Costo anual/360 días)

Esta estimación se realiza en el estudio financiero en el cuadro de inversiones en capital de trabajo.

5.7.8 Mano de obra:

Sueldos para directivos: Todo el personal con salario mínimo y a medida que crezca la empresa y la producción se incrementará de manera progresiva.

Tabla 39. Sueldos directivos

Cargo	Salario mensual	Salario anual	Prestaciones	Total
Administrador	689.454	8.273.448	4.467.662	12.741.110
Supervisor de producción	689.454	8.273.448	4.467.662	12.741.110
Vendedor	689.454	8.273.448	4.467.662	12.741.110
Total	2.068.362	24.820.344	13.402.986	38.223.330

Fuente: Este estudio.

Mano de obra directa:

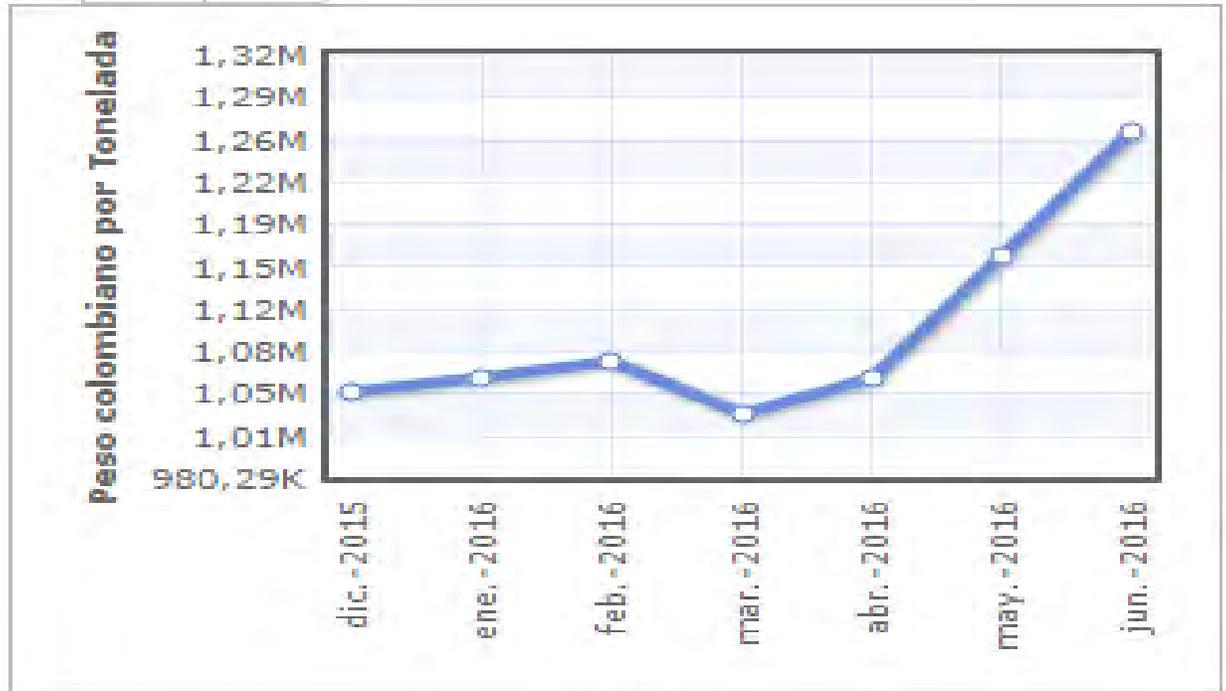
Tabla 40. Mano de obra directa

Cargo	Salario mensual	Salario anual	Prestaciones	Total
Operario 1	689.454	8.273.448	4.467.662	12.741.110
Operario 2	689.454	8.273.448	4.467.662	12.741.110
Total	1.378.908	16.546.896	8.935.324	25.482.220

Fuente: Este estudio.

5.7.9. Necesidades de materia prima:

Grafica 23. Necesidades de materia prima



Fuente: Este estudio.

Tabla 41. Costo y cantidad de materia prima e insumos

Materia prima	Cantidad para una unidad	
	kgs	Costo unitario
Soya	1	\$ 1.089
Bicarbonato	0,2 gr	\$ 0,52
Acido benzoico	0,25 gr	\$ 1,65
Acidosorbico	0,25 gr	\$ 4,13
Estabilizante	1,0 gr	\$ 21,16
Saborizante	0,5 cm ³	\$ 12,29
Endulzante	4,0 gr	\$ 8,44
TOTAL		\$ 1.137,19

Fuente: Este estudio.

Tabla 42. Costo materia prima Insumos y materiales Kgs

Detalle	Costo unitario
Materia prima	\$ 1.089,00
Insumos adicionales	\$ 48,19
Materiales	\$ 450
Coto total	\$ 1.587,19

Fuente: Este estudio

5.7.10 Materiales indirectos:

Tabla 43. Materiales indirectos Empaque

Material	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Envase	1	400	400
Etiqueta adhesivo	1	50	50
Total		450	450

Fuente: Este estudio

5.7.11 Costo anual materia prima primer año con el 60% de capacidad:

Tabla 44. Costo total materia prima Primer año

Detalle	Cant.	Costo Unit	Costo total
Bolsa de 500 grs	48921	545	26.661.945
Bolsa de 1000 grs	10483	1089,93	11.425.736
TOTAL			38.087.681

Fuente: Este estudio

5.7.12 Costo anual materiales primer año con el 60% de capacidad

Tabla 45. Costo total materiales Primer año

Detalle	Cant.	Costo Unit	Costo total
Bolsa de 500 grs	48921	499	24.411.579
Bolsa de 1000 grs	10483	499	5.231.017
TOTAL			29.642.596

Fuente: Este estudio

5.7.13. Dotaciones:

Tabla 46. Dotaciones

Detalle	cantidad	Costo unit	Costo total
Botas	4	20.000	80000
Uniforme trabajo	4	30.000	120000
Tapabocas	caja 100	10.000	10000
Guantes látex	caja 100	14.000	140000
Delantal	2	10.000	20000
Total		140.000	370000

Fuente: Este estudio

5.8 OTROS COSTOS OPERACIONALES

5.8.1 Arrendamientos

Tabla 47. Arrendamientos local planta

Detalle	costo mes	costo anual
Arrendamiento	1000000	12000000
Total		12000000

Fuente: Este estudio

Tabla 48. Arrendamientos local planta

Detalle	costo mes	costo anual
Arrendamiento	1000000	12000000
Total		12000000

Fuente: Este estudio

5.8.2. Mantenimiento:

Tabla 49. Mantenimiento

Detalle	costo mes	costo anual
Maquinaria	50000	600000
Total		600000

Fuente: Este estudio

5.8.3 Servicios públicos:

Tabla 50. Servicios públicos

Detalle	costo mes	costo anual
Energía	60000	720.000
Agua	35000	420.000
Teléfono	72000	864.000
TOTAL		2.004.000

Fuente: Este estudio

5.8.4 Útiles de aseo y cafetería

Tabla 51. Útiles de aseo y cafetería

Detalle	costo mes	costo anual
Cafetería	60000	720.000
Escobas, traperos	20000	240.000
Detergentes	20000	240.000
TOTAL		1.200.000

Fuente: Este estudio

5.8.5 Gastos de ventas:

Tabla 52. Presupuesto de gastos de ventas

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	200.000	2400000
Transporte	500.000	6000000
Comisiones	200.000	2400000
Presupuesto de la mezcla de mercadeo	613.833,00	8.566.000
Total	903.833	19.366.000

Fuente: Este estudio

Tabla 53. Presupuesto de gastos de ventas

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	200.000	2400000
Transporte	500.000	6000000
Comisiones	200.000	2400000
Presupuesto de la mezcla de mercadeo	613.833,00	8.566.000
Total	903.833	19.366.000

Fuente: Este estudio

5.8.6 Depreciación activos fijos total:

Tabla 54. Depreciación total

Detalle	Vr. Activo	vida util	Depreciación
Adecuaciones	20000000	15	1.333.333
Maquinaria y equipo	14600000	10	1.460.000
Herramientas	927777	10	92.778
Muebles y enseres	2810000	10	281.000
Equipo de oficina	3440000	5	688.000
Vehículos	20000000	10	2.000.000
TOTAL DEPRECIACION			5.855.111

Fuente: Este estudio

Tabla 55. Depreciación total

Detalle	Vr. Activo	vida util	Depreciación
Adecuaciones	20000000	15	1.333.333
Maquinaria y equipo	14600000	10	1.460.000
Herramientas	927777	10	92.778
Muebles y enseres	2810000	10	281.000
Equipo de oficina	3440000	5	688.000
Vehículos	20000000	10	2.000.000
TOTAL DEPRECIACION			5.855.111

Fuente: Este estudio.

Tabla 56. Depreciación total

Detalle	Vr. Activo	vida util	Depreciación
Adecuaciones	20000000	15	1.333.333
Maquinaria y equipo	14600000	10	1.460.000
Herramientas	927777	10	92.778
Muebles y enseres	2810000	10	281.000
Equipo de oficina	3440000	5	688.000
Vehículos	20000000	10	2.000.000
TOTAL DEPRECIACION			5.855.111

Fuente: Este estudio.

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

6.1.1 Misión. Cafesoy “La venta”, café de soya, asume con responsabilidad social, el procesamiento y comercialización de café de soya, de alta calidad, brindando una nueva forma de alimentación para el consumidor, enfocándose a brindar un excelente servicio, teniendo en cuenta el deleite y gusto del consumidor final, brindando un producto agradable y de buen sabor para todos los hogares colombianos.

6.1.2 Visión. “Ser reconocidos como una organización líder en el largo plazo en la fabricación y comercialización del café derivado de la soya de alta calidad, con expansión en el departamento de Nariño y a nivel nacional con una bebida alimenticia para la población consumidora”

6.1.3. Cultura organizacional. La organización es poseedora de una cultura propia que la caracteriza y que permite marcar diferencias en los mercados. La cultura organizacional está compuesta por principios, que al conjugarse crean esa esencia que se vive y se respira en la empresa. En “Cafesoy La venta” se han definido las siguientes variables como las principales a tener en cuenta para la generación de la cultura:

Tabla 57. Cultura organizacional

Valores	Los valores definidos para la empresa son: 1. Respeto 2. Honestidad 3. Compromiso 4. Tolerancia 5. Responsabilidad social 6. Servicio al cliente
Estilo de dirección	El estilo de dirección estará basado en el respeto y la participación; será una dirección con estilo democrático, participativo e integrador.
Comunicación	Desde el inicio de las operaciones de la empresa se establecerán mecanismos de comunicación

Tabla 57. (Continuación).

	garantizando que esta fluya de manera ágil y directa tanto interna como externa hacia el cliente.
Participación activa de los colaboradores	Mediante la valoración de las ideas, aportes y motivación hacia la iniciativa para un trabajo comprometido y un mejoramiento continuo. “Cada día ser mejor”.
Sentido de pertenencia	Identificación individual con la empresa, con vocación empresarial, cariño, amor y desarrollo personal.
Tipo de remuneración	Implementación de un tipo de remuneración variable y justo, que motive el trabajo y el desarrollo de los integrantes.

Fuente: Este estudio.

6.1.4 Análisis DOFA:

Fortalezas

- El alto nivel nutritivo del producto, hace que se tenga un producto sustituto del café tradicional, una alternativa para el consumidor.
- El producto contará con una adecuada mezcla de mercadeo, de tal forma que se haga conocer, aumentando su participación en el mercado.
- El departamento de Nariño ha iniciado con alternativas de sembríos de soya permitiendo obtener una suficiente materia prima para la elaboración del café de soya.
- Los costos del grano de soya son relativamente bajos, permitiendo ofrecer al mercado un producto a precios al alcance de los consumidores.
- La suficiente mano de obra calificada y conocedora de los procesos de producción, permitirá la aplicación de la creatividad e innovación del producto.

Oportunidades

- En la región existe un gran número de personas interesadas en mejorar sus hábitos alimenticios, garantizando un mercado objetivo atractivo para el café de soya.
- En el corto plazo existe la posibilidad de aumentar las ventas debido a los gustos y preferencias de los consumidores que fácilmente se adaptarán al nuevo producto.
- Por tratarse de un producto diferenciado a base de una materia prima como lo es la soya tendrá la seguridad de ser aceptado por los consumidores.
- No existe competencia del café de soya, únicamente los productores y

procesadores de los derivados del café tradicional.

Debilidades:

- Por su carácter de innovación existe el riesgo de no ser aceptado en el mercado continuando con la tradición del café común producido en Colombia.
- La falta de posicionamiento de marca que si la tiene la competencia de productos derivados del café tradicional puede afectar la participación en el mercado.
- La baja inversión en tecnología, que por su alto costo solo puede competir mediante procesos tecnológicos medianos.

Amenazas:

- El riesgo de ingreso en una industria que posee grandes competidores nacionales e internacionales en el sector cafetero.
- El conflicto social originado por inconformidades de la población ante las políticas restrictivas del gobierno que dan origen a las huelgas, perjudicando el flujo normal de distribución de productos y de materias primas.
- La variación del precio de la materia prima ocasionara un incremento en los precios finales.

6.1.5. Organismos de apoyo. Los organismos de apoyo que intervienen en la propuesta de este plan de negocio son:

- Universidad de Nariño-FACEA. Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo.
- Sena-Fondo emprender.
- Cámara de Comercio.
- DANE
- AGPS: Asociación del grupo profesional del Sauce.
- Fundación Social.

6.2 ORGANIGRAMA Y FUNCIONES

La función organizacional posee un significado para los individuos encargados de la administración, por lo tanto el enfoque que se le da a la empresa en proyecto debe tener en cuenta:

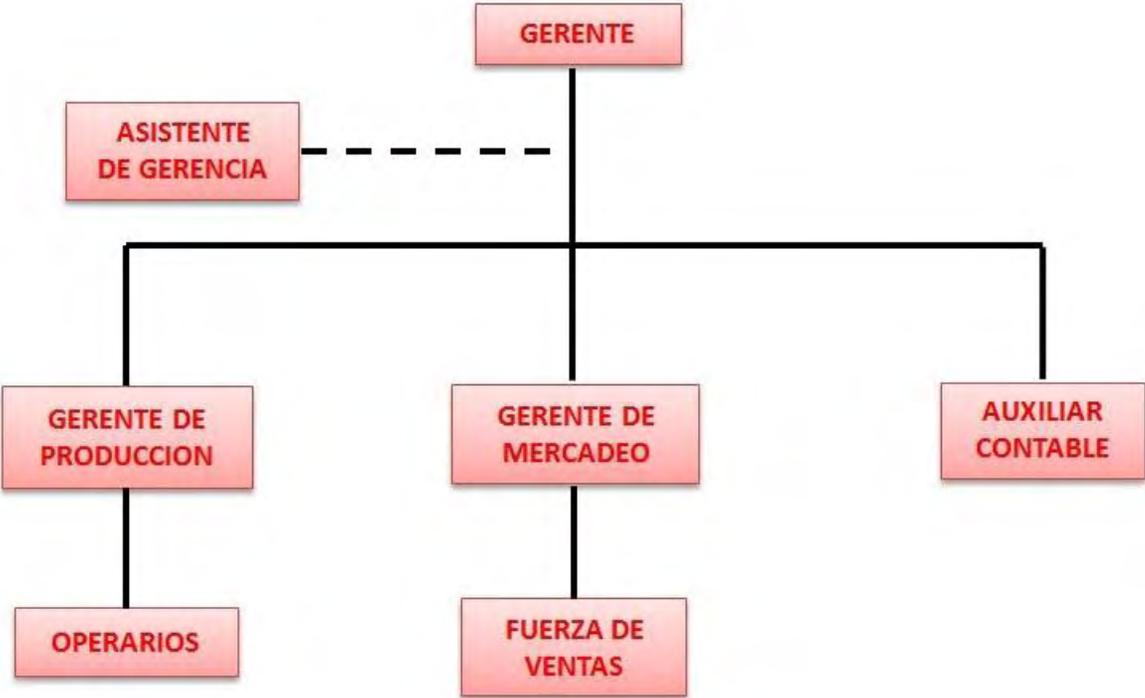
- Cumplir con los objetivos propuestos planteados en el plan de negocio.
- Una idea clara de los principales deberes o actividades que debe desarrollar cada funcionario.
- Un nivel de autoridad para que las personas que ejerzan una función determinada sepa qué puede hacer para cumplir las metas.

En este sentido los emprendedores están conscientes del compromiso adquirido dentro de la estructura organizacional la cual se diseña para determinar quien realizará cuáles tareas y quien será responsable de qué resultados, evitando obstáculos al desempeño mediante una adecuada comunicación que responda y sirva de apoyo a los objetivos de la organización.

La estructura se acopla a un modelo de empresa pequeña mediante una estructura plana con pocos niveles jerárquicos, con la concepción *del empowerment*, lo cual significa que los empleados, administradores y demás integrantes de la organización tengan el poder para tomar decisiones optando por un liderazgo democrático y participativo.

La estructura contará con un primer nivel administrativo conformado por un Gerente, quien es la cabeza de la organización y representante legal, por lo cual todas las funciones administrativas, financieras, de recursos humanos y de mercadeo corporativos recaerán sobre él. El segundo nivel será el operativo conformado por el gerente de producción y jefe de mercadeo. Se contará con la asesoría de un Auxiliar Contable. Finalmente los operarios y fuerza de ventas.

Figura 3. Organigrama



Fuente: Este estudio.

Tabla 58. Funciones

Cargo	Funciones	Tareas	Perfil
Gerente	Planeación, dirección, coordinación, control y supervisión de la empresa mediante la aplicación de herramientas administrativas y comerciales,	* Dirigir, controlar, y supervisar el funcionamiento general de la empresa- * Establecer relaciones comerciales con los proveedores y con los distribuidores del producto.	Estudios universitarios de pregrado en Administración de Empresas, economía o comercio internacional y mercadeo con estudios como técnico de alimentos. Capacidad de negociación.
Asistente de gerencia	Apoyar al gerente en la gestión administrativa	* Atención y servicio al cliente y gestión de contacto con los proveedores y clientes. * Realizar el contacto con nuevos clientes y cerrar ventas. * Realizar la gestión para el pago de proveedores de materia prima y realizar contratos con clientes distribuidores.	Mujer con estudios universitarios en Comercio Internacional y Mercadeo.
Contador	Administrar, dirigir y controlar todo lo relacionado con el personal de nómina, realizar	* Mantener al día la contabilidad de la empresa. * Presentar los informes contables requeridos.	Administrador financiero o contador con experiencia de 2 años, sentido de responsabilidad y

Tabla 58 (Continuación).

	la facturación y diligenciar las cuentas por cobrar y pagar.	* Elaborar los estados financieros.	honestidad.
Jefe de producción	Planificar, coordinar, controlar, supervisar las actividades en la producción de café de soya.	Realizar el plan de producción diario. * Coordinar el personal operativo. * Liderar procesos de innovación en planta para el diseño de nuevos productos.	Ingeniero de alimentos o tecnólogo con 2 años de experiencia. * Capacidad de trabajo y don de gentes para dirigir al personal operativo.
Operarios.	Realizar las operaciones necesarias en el proceso de producción de café de soya.	* Operar la maquinaria y equipo asignada a su responsabilidad. * Realizar los procesos de recibo de soya e insumos para la producción. * Realizar los procesos de control de calidad, empaque y almacenamiento.	Experiencia en el cargo. No se requiere estudios formales. Técnico en procesamiento de alimentos procesados.

Fuente: Este estudio.

6.3 ASPECTOS LEGALES

CAFESOY, LA VENTA, será constituida como una sociedad simplificada por acciones (S.A.S.), por ser este tipo de sociedad la que se adapta mejor a la naturaleza del producto, número de asociados, condiciones y objetivos del plan de negocio. Las S.A.S. se encuentran estipuladas y reglamentadas por medio de la Ley 1258 de 2005. Las características de este tipo de sociedad son las siguientes

* Puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta por el monto de sus respectivos aportes.

* Las S.A.S. pueden constituirse con cualquier monto de capital social y con cualquier cantidad de empleados.

* Se puede constituir con un documento privado en lugar de hacerse con escritura pública.

* No se le exige tener todos los órganos de administración que si se les exige a las sociedades anónimas clásicas reguladas en el Código de Comercio, las asambleas de acciones y junta directiva, pues es suficiente con que tengan solamente un representante legal, que para este caso estará a cargo del gerente.

6.3.1 Acta de constitución:

DOCUMENTO DE CONSTITUCION

En la ciudad de Pasto, departamento de Nariño , República de Colombia, el día 8 del mes de Febrero de 2016, los suscritos **CHAYAN ORLANDO BARRIOS BURBANO** identificado con cédula de ciudadanía 1.089.481.379 de La Unión (Nar) , domiciliado en el municipio de La Unión.

Y **CESAR GAVIRIA ORTIZ** identificado con cédula de ciudadanía 1.089.481.890 de La Unión (Nar), domiciliada en el Municipio de La Unión (Nar) y residenciado en Carrera 5 No 15 A 18 Barrio América, quienes para todos los efectos se denominarán **CONSTITUYENTES O EMPRESARIOS**. Mediante el presente escrito manifestamos nuestra voluntad de constituir una sociedad por acciones simplificadas (**S.A.S**), regulada por la ley 1258 de 2008 y en especial por los siguientes artículos.

PRIMERO: Razón Social. La empresa girará bajo la razón social **cafesoy La Venta S.A.S.**

SEGUNDO: Domicilio de la empresa será la Ciudad de La Unión (Nar), Colombia..

TERCERO: La empresa tendrá como objeto principal las siguientes actividades: Producción, empaque y comercialización de Café de soya el cual será comercializado en la ciudad de San Juan de Pasto.

CUARTO: Duración. La sociedad tendrá un término de duración indefinido.

QUINTO: Capital Autorizado, Suscrito y Pagado. La empresa tendrá un capital autorizado de **NOVENTA Y UN MILLONES DE PESOS (\$ 91.000.000)** divididos en 2 acciones nominativas ordinarias con un valor nominal de 45.500.000 (**\$45.500.000**). í:

SEXTO: Representación legal. La totalidad de las funciones de representación legal de la sociedad y de administración de la misma estará a cargo del **GERENTE. CESAR GAVIRIA ORTIZ**

SEPTIMO: Facultades del Gerente. El gerente es el representante legal de la empresa, con facultades por lo tanto para ejecutar todos los actos y contratos acorde con la naturaleza de su cargo y que se relacione directamente con el giro ordinario de los negocios de la empresa y en especial el gerente tendrá las siguientes funciones:

- Constituir para todos los propósitos concretos los apoderados especiales que considere necesarios para representación judicial o extrajudicialmente a la sociedad.
- Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales.
- Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilidad, pagos y demás operaciones de la sociedad.
- Velar por el cumplimiento oportuno de las obligaciones de la sociedad en materia impositiva.
- Certificar conjuntamente con el contador de la empresa los estados financieros, en caso de ser exigido por las normas legales.
- Designar a las personas que van a prestar sus servicios a la sociedad y para celebrar los contratos que sean convenientes, además fijar las remuneraciones que les correspondan, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos.
- Celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la empresa y necesarios para que estas desarrolle plenamente los fines para los cuales ha sido constituida.
- Cumplir con las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales, en los estatutos y las que sean compatibles con el cargo.

OCTAVO: Designación. Se nombra como gerente a **CESAR GAVIRIA ORTIZ** identificado con cédula de ciudadanía 1.089.481.890 de La Unión (Nar) , domiciliado en el municipio de La Unión (Nar) y residenciado en La carrera 5ª No 15 A 18 Barrio América, quien ejercerá sus funciones y ostentará el cargo hasta cuando se designe y efectúe el registro correspondiente a cualquier nuevo nombramiento.

NOVENO: Causales de disolución. La sociedad se disolverá:

- Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su inspiración.
- Por la imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social
- Por la iniciación del trámite de liquidación judicial, previsto actualmente en la

ley 1116 de 2006.

- Por las causales que se expresen en estos estatutos.
- Por voluntad de sus propietarios
- Por orden de la autoridad competente.
- Por pérdidas que traduzcan al patrimonio neto de la sociedad por debajo del 50% del capital suscrito.
- Por las demás causales establecidas en las leyes que sean compatibles con las sociedades por acciones simplificadas.

DECIMO: LIQUIDACION. Disuelta la sociedad se procederá de inmediato a su liquidación, en consecuencia conservará su capacidad jurídica únicamente para los actos tendientes o que faciliten la liquidación de la sociedad. Al nombre de la sociedad disuelta deberá adicionársele siempre la expresión “en liquidación”. Todo el proceso se hará conforme a las normas contables, acogiéndose a todos los requisitos de carácter tributario.

Actuará como liquidador el representante legal o la persona designada por la asamblea de accionistas. El liquidador o liquidadores tendrán las facultades señaladas en los artículos 230 y demás disposiciones del capítulo X título I del libro segundo del código del comercio. Pero la asamblea de accionistas podrá ampliarlas o restringirlas de lo que sea legal o cuando considere lo conveniente o necesario para los intereses de la compañía disuelta.

NOMBRE Y NUMERO DE CEDULA DEL CONSTITUYENTES O DE LOS CONSTITUYENTES

NOMBRE	CEDULA DE CIUDADANIA
CHAYAN ORLANDO BARRIOS BURBANO.	C.C. 1.089.481.379
CESAR GAVIRIA ORTIZ	C.C. 1.89.481.890

Formato: Documento de Constitución S.A.S.

San Juan de Pasto, 8 de Agosto de 2016.

Señores

CAMARA DE COMERCIO DE QUIBDO
Ciudad

Cordial Saludo:

Yo **CESAR GAVIRIA ORTIZ**, identificado como aparece al pie de mi firma, manifiesto que acepto el cargo de gerente de la Empresa **Productora y**

comercializadora de café de soya Cafésoy La Venta S.A.S.

Atentamente,

**CESAR GAVIRIA ORTIZ
C.C 1.089.481.890**

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1 INVERSIONES

Las inversiones para el plan de negocio propuesto en este estudio, están constituidas por el conjunto de erogaciones o de aportes que se tendrán que hacer para adquirir los bienes y servicios necesarios para la implementación de la pequeña empresa productora de café de Soya.

Comprende los activos fijos, los gastos diferidos y el capital de trabajo, ya estimados en el estudio técnico.

Tabla 59. Inversiones

INVERSION	CUENTA	SUB CUENTA	TOTAL
INVERSION FIJA			\$ 61.777.777
* Adecuaciones	20.000.000		
* Maquinaria y equipo	14.600.000		
* Herramientas y UT.	927.777		
* Muebles y enseres	2.810.000		
* Equipo de oficina	3.440.000		
* Vehículos	20.000.000		
GASTOS DIFERIDOS			8.046.667
* Estudio del proyecto	1.000.000		
* Capacitación empleados	1.500.000		
* Gastos notariales	350.000		
* Permisos y licencias	150.000		
* Registro mercantil	140.000		
* Gastos de lanzamiento	500.000		
* Gastos de organización	250.000		
* Pruebas definitivas	450.000		
* Imprevistos (6% AF)	\$ 3.706.667		
INVERSION FIJA TOTAL			\$ 69.824.444
CAPITAL DE TRABAJO			21.800.728
* Sueldos directivos	38.223.330	4.777.916	
* Mano de obra directa	25.482.220	3.185.278	
* Materia prima	38.087.681	4.760.960	

Tabla 59. (Continuación).

* Materiales	29.642.596	3.705.325	
* Dotaciones	7.800.000	975.000	
* Arrendamientos	12.000.000	1.500.000	
* Mantenimiento	600.000	75.000	
* Servicios públicos	2.004.000	250.500	
* Utiles, aseo y cafetería	1.200.000	150.000	
* Gastos de ventas	19.366.000	2.420.750	
INVERSION TOTAL			\$ 91.625.172

Fuente: Este estudio.

7.2 PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION

Tabla 60. Presupuesto de costos de producción

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION		
PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO		
DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Sueldos directivos	38.223.330	
Dotaciones	370.000	
Arrendamientos	12.000.000	
Mantenimiento	600.000	
Depreciación total	5.855.111	
Mano de obra directa		25.482.220
Materia prima		38.087.681
Materiales		29.642.596
Servicios públicos		2.004.000
Utiles de aseo y cafetería		1.200.000
Gastos de ventas		19.366.000
COSTOS TOTALES	57.048.441	115.782.497

Fuente: Este estudio.

7.3 ESTIMACION DEL PRECIO DE VENTA

Mediante el análisis de costos de producción, se estima el precio de venta de la libra de café de soya utilizando un margen de ganancia con el objeto de estimar los ingresos totales:

Tabla 61. Precio de venta de libra de café de soya

Costo fijo unitario	960,33
Costo variable unitario	1.949
Costo total unitario	2909,37
Precio de venta	3637
Margen de ganancia 40%	

Fuente: Este estudio

7.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS ESTIMADO

Tabla 62. Presupuesto de ingresos estimado

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
Términos constantes	2016	2017	2018	2019	2020
CONCEPTO					
Precio estimado	3600	3600	3600	3600	3600
Cantidades estimadas	59405	81536	93184	104832	116480
Ingresos	213.858.000	293.529.600	335.462.400	377.395.200	419.328.000

Fuente: Cálculos de esta investigación.

7.5 PRESUPUESTO DE COSTOS OPERACIONALES PROYECTADOS

Tabla 63. Presupuesto de costos operacionales proyectados

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES					
CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
I. COSTO DE PRODUCCION					
1. COSTO PRIMO					
* Mano de obra directa	25.482.220	25.482.220	25.482.220	25.482.220	25.482.220
* Materia prima	38.087.681	38.087.681	38.087.681	38.087.681	38.087.681
* Depreciación maquinaria	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000
* Depreciación adecuación	1.333.333	1.333.333	1.333.333	1.333.333	1.333.333

Tabla 63. (Continuación).

SUB TOTAL	66.363.234	66.363.234	66.363.234	66.363.234	66.363.234
2. GASTOS GRALES DE FABR					
* Materiales indirectos	29.642.596	29.642.596	29.642.596	29.642.596	29.642.596
* Dotaciones	370.000	370.000	370.000	370.000	370.000
* Mantenimiento	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
* Servicios públicos	2.004.000	2.004.000	2.004.000	2.004.000	2.004.000
* Depreciación herramientas	92.778	92.778	92.778	92.778	92.778
SUB TOTAL	32.709.374	32.709.374	32.709.374	32.709.374	32.709.374
TOTAL COSTO DE PRODUCC.	99.072.608	99.072.608	99.072.608	99.072.608	99.072.608
II. GASTOS DE OPERACIÓN					
1. GASTOS DE ADMINISTR.					
* Sueldos directivos	38.223.330	38.223.330	38.223.330	38.223.330	38.223.330
* Arrendamientos	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
* Útiles de aseo y cafetería	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
* Depreciación de muebles	281.000	281.000	281.000	281.000	281.000
* Depr de equipo oficina	688.000	688.000	688.000	688.000	688.000
SUB TOTAL	52.392.330	52.392.330	52.392.330	52.392.330	52.392.330
2. GASTOS DE VENTAS					
* Publicidad	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
* Transporte	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
* Comisiones	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
* Depreciación vehículo	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
* Mezcla de mercadeo	8.566.000	8.566.000	8.566.000	8.566.000	8.566.000
SUB TOTAL	21.366.000	21.366.000	21.366.000	21.366.000	21.366.000
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	73.758.330	73.758.330	73.758.330	73.758.330	73.758.330
TOTAL OPERACIONALES	172.830.938	172.830.938	172.830.938	172.830.938	172.830.938

Fuente: Este estudio.

7.6 FLUJO NETO DE OPERACION

Tabla 64. Flujo neto de operación

FLUJO NETO DE OPERACIÓN					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
TOTAL INGRESOS	213858000	293529600	335462400	377395200	419328000
COSTOS OPERACIONALES	172830938	172830938	172830938	172830938	172830938
UTILIDAD OPERACIONAL	41027062	120698662	162631462	204564262	246497062
IMPUESTOS	17231366,04	50693438,04	68305214,04	85916990,04	103528766
UTILIDAD NETA	23795695,96	70005223,96	94326247,96	118647272	142968296
DEPRECIACION	5855111	5855111	5855111	5855111	5855111
FLUJO NETO OPERACIONAL	29.650.806,96	75.860.334,96	100.181.358,96	124.502.382,96	148.823.406,96

Fuente: Este estudio

7.7 FLUJO NETO DE INVERSIONES

Tabla 65. Flujo neto de inversiones

FLUJO NETO DE INVERSIONES					
CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
INVERSION FIJA TOTAL	-69824444				
CAPITAL DE TRABAJO	-21800728	-4142138,32	-4142138,32	-4142138,32	-4142138,32
FLUJO NETO DE INVERSIONES	(91.625.172)	(4.142.138)	(4.142.138)	(4.142.138)	(4.142.138)

Fuente: Este estudio

7.8 FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO

Tabla 66. Flujo financiero neto del proyecto

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO						
CONCEPTO	2015	2016	2017	2018	2019	2010
FLUJO NETO DE INVERSIONES	-91625172	-4142138,32	-4142138,32	-4142138,32	-4142138,32	-4142138,32
FLUJO NETO DE OPERACIÓN		29650806,96	75860334,96	100181359	124502383	148823407
FFNETO DEL PROYECTO	(91.625.172)	25.508.669	71.718.197	96.039.221	120.360.245	144.681.269

Fuente: Este estudio.

7.9 TASA INTERNA DE RETORNO Y VALOR PRESENTE NETO

El cálculo de la Tasa Interna de Retorno de manera sistemática en el programa Excel, dio como resultado el 65%, con un valor presente neto positivo de \$731.955,18 y negativo de -226.892,56, que al comparar estos indicadores, con la Tasa de Interés de Oportunidad del 18%, el plan de negocio es factible, por cuanto la tir es mayor a la Tio. De igual manera el Valor Presente Neto mayor que 0, indica que el proyecto es financieramente atractivo y se debe aceptar.

Al realizar el ajuste de la tir por medio del método de interpolación, se tiene que la Tasa Interna de Retorno es 64,76%%. (Ver tabla)

Tabla 67. Ajuste de la tir por medio del método de interpolación

TASA INTERNA DE RETORNO POR INTERPOLACION				
TASAS	VAN	Porcentaje	tanto por uno	TIR
65%	(\$ 226.892,56)	23,66	-0,2366	64,76
64%	\$ 731.955,18	76,34	0,7634	64,76
Total	958.847,74	100	1	

Fuente: Este estudio.

7.10 RELACION COSTO BENEFICIO

La relación beneficio costo compara en forma directa los beneficios y los costos del proyecto. Para calcular la relación beneficio costo primero se halla la sumatoria de los beneficios descontados traídos al presente (VAN) y se divide sobre la sumatoria de los costos también descontados a una tasa de descuento.

Para una decisión acerca de la viabilidad del proyecto de café de soya se debe tener en cuenta la comparación con la unidad.

Si el beneficio costo es mayor que uno indican que los beneficios superan a los costos por consiguiente el proyecto debe aceptarse. El calculo en el programa de Excel resulta de la siguiente manera:

Tabla 68. Relación Beneficio Costo

PERIODOS	INVERSION	INGRESOS	COSTOS
1	91.625.172	213.858.000	172.830.938
2		293.529.600	172.830.938
3		335.462.400	172.830.938
4		377.395.200	172.830.938
5		419.328.000	172.830.938

Fuente: Este estudio

Tabla 69. Calculo relación beneficio costo

Valor Presente Ingresos	\$974.165.134,00
Valor Presente Egresos	\$540.471.900,84
Valor presente Egresos + I	\$632.097.072,84
B/C	1,541163811

Fuente: Este estudio

Los resultados del análisis de beneficio costo para este estudio determinaron que los beneficios son mayores a los costos ya que 1,54 es mayor a 1, cuya interpretación indica que por cada unidad monetaria se tendrá un retorno y una ganancia de 0,54 y por lo tanto el proyecto es atractivo y se puede implementar.

7.11. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

Tabla 70. Periodo de recuperación de la inversión

Periodo	Flujo Neto	Flujo Acumulado	INVERSION	\$91.625.172
1	25508669	25508669	ULTIMO FLUJO	\$25.508.669
2	71718197	97226866	POR RECUPERAR	\$66.116.503
3	96039221			0,38581395
4	120360245		PERIODO DE RECUPERACION	1,38581395
5	144681269			

Fuente: Este estudio

Según los cálculos realizados la inversión se recupera en un año y 3 meses. El flujo acumulado en el segundo año supera la inversión, por lo tanto la fracción que falta se estima proporcionalmente en el año siguiente es decir todo el primer año y 3 meses del siguiente año. Este indicador demuestra que la inversión se recuperará en poco tiempo teniendo en cuenta que las condiciones económicas y la demanda responda favorablemente a través de las ventas del café de soya.

7.12 EVALUACION DEL PROYECTO

7.12.1. Análisis del punto de equilibrio. El análisis del punto de equilibrio para la empresa Cafesoy-La venta, indica el nivel de producción en el cual los ingresos obtenidos son iguales a los costos. La deducción del punto de equilibrio es útil para analizar las relaciones entre los costos fijos, variables y los beneficios. En la práctica se utiliza ante todo para calcular el volumen mínimo de producción que puede operarse sin ocasionar pérdidas. Para el presente proyecto el punto de equilibrio en cantidades e ingresos, la cual tiene que producir 33.796 libras de café de soya que le generarán un ingreso en ese punto de \$122.917.760,6 (Ver cálculos y estimación):

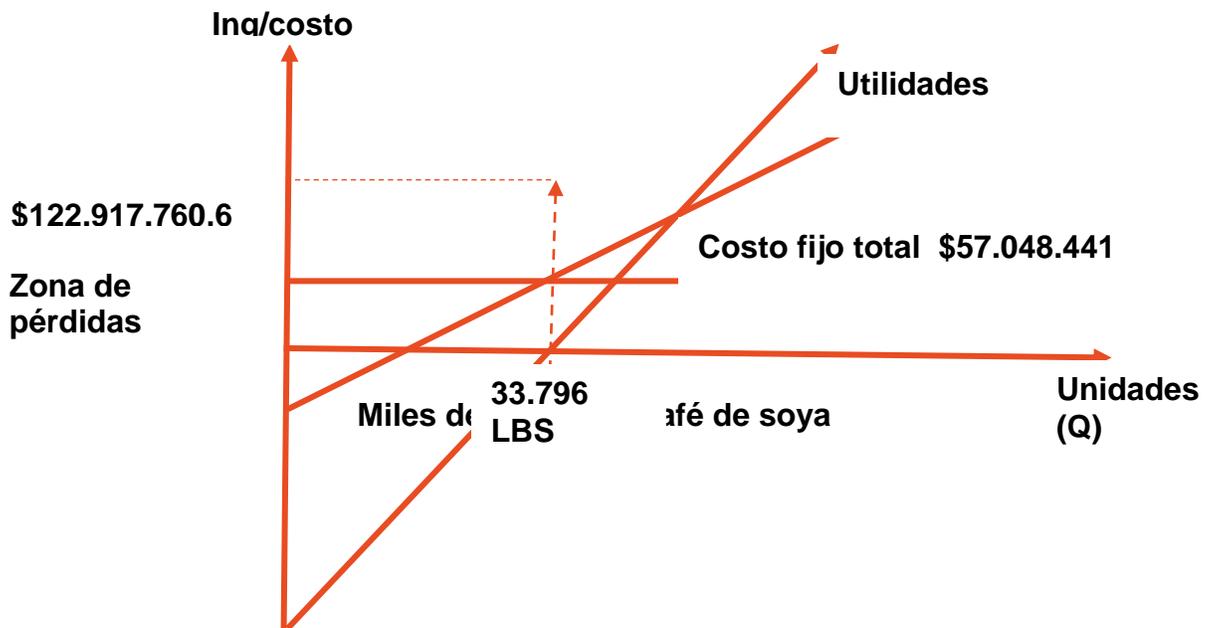
Punto de equilibrio en cantidades:

$$PEQ = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{PUV} - \text{CVU}} = \frac{57.048.441}{3.637 - 1949} = 33.796 \text{ libras}$$

$$\text{PUV} - \text{CVU} = 3.637 - 1949$$

$$PE\$ = PEQ \times \text{PUV} = 33.796 \times 3.637 = \$122.917.760,6$$

Grafica 24. Punto de equilibrio



Fuente: Este estudio.

7.12.2. Análisis de sensibilidad. El análisis de sensibilidad consiste en establecer los efectos producidos en el Valor Presente Neto y en la Tasa Interna de Rendimiento, al introducir modificaciones en las variables que tienen mayor influencia en el proyecto como son aumento o disminución en los costos, aumentos o disminuciones en la capacidad instalada, o también en los precios.

Se evalúa el proyecto con un aumento en el precio en el 10% teniendo en cuenta que aumentan las materias primas en ese incremento.

Tabla 71. Ingresos con aumento en el 10% en los precios.

PRESUPUESTO DE INGRESOS CON AUMENTO EN 10% EN EL PRECIO					
Términos constantes	2016	2017	2018	2019	2020
CONCEPTO					
Precio estimado	4000,1	4000,1	4000,1	4000,1	4000,1
Cantidades estimadas	59405	81536	93184	104832	116480
Ingresos	237.625.941	326.152.154	372.745.318	419.338.483	465.931.648

Fuente: Este estudio.

Tabla 72. Flujo neto de operación con aumento den ingresos

FLUJO NETO DE OPERACIÓN CON AUMENTO EN EL 10% EN EL PRECIO					
CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
TOTAL INGRESOS	237625940,5	326152153,6	372745318,4	419338483,2	465931648
COSTOS OPERACIONALES	172830938	172830938	172830938	172830938	172830938
UTILIDAD OPERACIONAL	64795002,5	153321215,6	199914380,4	246507545,2	293100710
IMPUESTOS	27213901,05	64394910,55	83964039,77	103533169	123102298,2
UTILIDAD NETA	37581101,45	88926305,05	115950340,6	142974376,2	169998411,8
DEPRECIACION	5855111	5855111	5855111	5855111	5855111
FLUJO OPERACIONAL NETO	43.436.212,45	94.781.416,05	121.805.451,63	148.829.487,22	175.853.522,80

Fuente: Este estudio.

Tabla 73. Flujo Financiero neto del proyecto con aumento en los ingresos.

FLUJO FINANCIERO NETO DEL PROYECTO CON AUMENTO EN LOS INGRESOS						
CONCEPTO	2015	2016	2017	2018	2019	2020
FLUJO NETO DE INVERSIONES	-91625172	-4142138,32	-4142138,32	-4142138,32	-4142138,32	-
FLUJO NETO DE OPERACIÓN		43436212,45	94781416,05	121805451,6	148829487,2	175853522,8
FFNETO DEL PROYECTO	(91.625.172)	39.294.074	90.639.278	117.663.313	144.687.349	171.711.384

Fuente: Este estudio.

Tabla 74. Tasa Interna de Retorno y Valor Presente Neto con aumento en ingresos

TASA INTERNA DE RETORNO POR INTERPOLACION AUMENTO EN INGRESOS				
TASAS	VAN	Porcentaje	tanto por uno	TIR
81%	\$ 47.583,19	6,53	-0,0653	80,93
80%	\$ 680.918,66	93,47	0,9347	80,93
total	728.501,85	100	1	

Fuente: Este estudio.

Como resultado de este análisis de sensibilidad al aumentar el precio de la libra de café de soya, en el 10% el negocio es más atractivo, generando un mayor índice de rentabilidad por cuanto la Tasa Interna de Retorno aumenta en el 80.93%.

7.13 BALANCE GENERAL SIN FINANCIACION

Tabla 75. Balance general proyectado 31/12/2015-2020

ACTIVOS	2016	2017	2018	2019	2020
Activos Corrientes					
* Caja	6.540.218,40	6867229,32	7210590,786	7571120,325	7949676,342
* Materia prima	15.260.509,60	16023535,08	16824711,83	17665947,43	18549244,8
TOTAL ACTIVOS CTES	\$21.800.728	\$22.890.764	\$24.035.303	\$25.237.068	\$26.498.921
ACTIVOS FIJOS					
* Adecuaciones	20.000.000	21000000	22050000	23152500	24310125
* Maquinaria y equipo	14.600.000	15330000	16096500	16901325	17746391,25
* Útiles y herramientas	927.777	974165,85	1022874,143	1074017,85	1127718,742
* Muebles y enseres	2.810.000	2950500	3098025	3252926,25	3415572,563

Tabla 75. (Continuación).

* Equipo de oficina	3.440.000	3612000	3792600	3982230	4181341,5
* Vehículos	20.000.000	21000000	22050000	23152500	24310125
TOTAL ACTIVOS FIJOS	61.777.777	64866665,85	68109999,14	71515499,1	75091274,05
ACTIVOS DIFERIDOS					
* Estudios	1.000.000	1050000	1102500	1157625	1215506,25
* Capacitación	1.500.000	1575000	1653750	1736437,5	1823259,375
* Gastos notariales	350.000	367500	385875	405168,75	425427,1875
* Permisos y licencias	150.000	157500	165375	173643,75	182325,9375
* Registro mercantil	140.000	147000	154350	162067,5	170170,875
* Gastos de lanzamiento	500.000	525000	551250	578812,5	607753,125
* Gastos de organización	250.000	262500	275625	289406,25	303876,5625
* Pruebas definitivas	450.000	472500	496125	520931,25	546977,8125
* Imprevistos	3.706.667	3892000,35	4086600,368	4290930,386	4505476,905
TOTAL DIFERIDOS	8.046.667	8449000,35	8871450,368	9315022,886	9780774,03
TOTAL DE ACTIVOS	91.625.172	96206430,6	101016752,1	106067589,7	111370969,2
PASIVOS					
A LARGO PLAZO					
* Préstamos	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO A L.P.	0	0	0	0	0
PATRIMONIO					
* Capital	91.625.172	96206430,6	101016752,1	106067589,7	111370969,2
* Total patrimonio	91.625.172	96206430,6	101016752,1	106067589,7	111370969,2
PASIVO MAS PATRIMONIO	91.625.172	96206430,6	101016752,1	106067589,7	111370969,2

Fuente: Este estudio

7.14 RECURSOS DE FINANCIACION DE LA IDEA

La financiación del proyecto de café de soya es un aspecto que se debe considerar en todo proyecto empresarial, por lo tanto en este punto se realiza la evaluación teniendo en cuenta los recursos tanto externos como los que provienen de los aportes de los socios. Del total de la inversión equivalente a \$91. 625.172 los emprendedores solicitarán un crédito a las entidades financieras locales por un total de \$46.000.000 y el resto aportes personales de cada uno.

Los cálculos resultan que el proyecto es más atractivo aún por cuanto se aumentan los indicadores de Tasa Interna de Retorno y Valor Presente Neto de manera significativa.

El monto solicitado es de \$46.000.000 a una tasa del 12.5% y un periodo de cinco años, según tabla de amortización siguiente:

Tabla 76. De amortización crédito

Monto \$ 46.000.000,00
Interés 12.5% 0,125
periodo 5

PERIODO	Cuota periodica	Interes	Capital	Saldo
0				\$ 46.000.000,00
1	\$12.919.285,80	\$ 5.750.000,00	\$7.169.285,80	\$38.830.714,20
2	\$12.919.285,80	\$4.853.839,28	\$8.065.446,52	\$30.765.267,68
3	\$12.919.285,80	\$3.845.658,46	\$9.073.627,34	\$21.691.640,35
4	\$12.919.285,80	\$2.711.455,04	\$10.207.830,75	\$11.483.809,60
5	\$12.919.285,80	\$1.435.476,20	\$11.483.809,60	\$0,00

Fuente: Este estudio.

7.14.1 Evaluación del proyecto con el 50% de financiación:

Tabla 77. Flujo neto de operación con financiación

FLUJO NETO DE OPERACIÓN					
CONCEPTO	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL INGRESOS	213858000	293529600	335462400	377395200	419328000
COSTOS OPERACIONALES	172830938	172830938	172830938	172830938	172830938
UTILIDAD OPERACIONAL	41027062	120698662	162631462	204564262	246497062
Menos GASTOS FINANCIEROS	5750000	4853839	3845658	2711455	1435476
Utilidad Gravable	35277062	115844823	158785804	201852807	245061586
IMPUESTOS	17231366	50693438	68305214	85916990	103528766
UTILIDAD NETA	23795696	70005224	94326248	118647272	142968296
DEPRECIACION	5855111	5855111	5855111	5855111	5855111
Mas Amortización	7169286	8065447	9073627	10207831	11483810
FLUJO NETO OPERACIONAL	36820093	83925781	109254986	134710214	160307217

Fuente: Este estudio

Tabla 78. Flujo neto de inversiones con financiación

FLUJO NETO DE INVERSIONES CON FINANCIACION					
CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
INVERSION FIJA TOTAL	-69824444				
CAPITAL DE TRABAJO	-21800728	4142138	4142138	4142138	-4142138,3
Credito solicitado	46000000				
FLUJO NETO DE INVERSIONES	-45625172	4142138	4142138	4142138	-4142138,3

Fuente: Este estudio

Tabla 79. Flujo financiero neto del proyecto con financiación.

FLUJO NETO DE INVERSIONES CON FINANCIACION					
CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
INVERSION FIJA TOTAL	-69824444				
CAPITAL DE TRABAJO	-21800728	4142138	4142138	4142138	-4142138,3
Credito solicitado	46000000				
FLUJO NETO DE INVERSIONES	-45625172	4142138	4142138	4142138	-4142138,3

Fuente: Este estudio

Tabla 80. Tasa interna de retorno y Valor Actual Neto

TASA INTERNA DE RETORNO POR INTERPOLACION CON FINANCIACION				
TASAS	VAN	Porcentaje	tanto por uno	TIR
129%	\$ 1.153.128,58	90%	-0,9	128,1
128%	\$ 127.101,99	10%	0,1	128,1
total	1.280.230,57	100%	1	

Fuente: Este estudio.

El resultado determinó que el proyecto es más atractivo con financiación aumentándose la Tasa de Interés de Oportunidad del 65% a 128%, indicando que el proyecto con financiación ofrece un rendimiento muy superior al 18% y además genera una riqueza adicional de \$127.101,99.

8. IMPACTO DEL PROYECTO

El impacto del proyecto en su entorno es positivo, por la generación de empleo directo e indirecto en la región para la población tanto urbana como rural, proyecto pertinente puesto que incluye en su estructura grupos poblacionales al pequeño productor minifundista de soya en granos como proveedores de materia prima apoyando a la pequeña industria de derivados de la soya en la ciudad de Pasto, La Unión, y el departamento de Nariño.

Impacto económico: La puesta en marcha del proyecto colaborara en gran medida al desarrollo económico regional en el cual se piensa desenvolver la empresa, por cuanto por una parte se generaran empleos capaces de inyectar capitales como remuneración a diferentes personas tanto para productores como para la pequeña industria de transformación. De igual manera el proyecto al dinamizar los niveles agropecuarios de Nariño mediante conceptos de productos justos (o sea el pago justo por la materia prima) genera también desarrollo social campesino y dinamiza los aspectos de oferta y demanda, garantizando la demanda de la producción de café de soya como un sustituto el café tradicional para las familias de bajo poder adquisitivo.

Regional: El aprovechamiento de La soya se puede convertir en un producto autóctono de nuestras tierras, generando un impacto regional bastante importante que impulse socialmente el departamento de manera productiva, así como también por el hecho de crear empresa para la región, impulsando diferente niveles productivos, sociales, económicos que se traduce en bienestar y desarrollo. Una región que genere valor agregado se puede proyectar hacia el futuro y estar a la par de todos los cambios que se vivencian en el mercado nacional e internacional.

Social: El proyecto socialmente vela por brindar oportunidad de empleo a personas jóvenes en edades productivas. De manera que estas personas aprovechen sus capacidades para incorporarse de manera importante dentro de los procesos competitivos sostenibles y sustentables de crear empresa a través de la producción, transformación y comercialización de la soya. Por ultimo, la empresa busca socialmenteofrecer productos nutricionales que complementen y fortalezcan de manera importante las dietas de las familias nariñenses, como un sustituto de del café tradicional, de manera que se generen procesos de mejor alimentación, en pro de una sociedad mucho mas saludable.

9. CONCLUSIONES

Realizado el análisis del estudio de mercado del café de soya en la ciudad de Pasto como mercado objetivo, se encontró que se presenta demanda insatisfecha, lo que hace pensar que existe un déficit en la oferta del producto en estudio, a nivel de producción local, por lo tanto existe la posibilidad de un mercado real para la comercialización del producto en la ciudad de Pasto.

Teniendo en cuenta la proyección futura durante un periodo de evaluación de cinco años (2016-2020) y analizando el flujo neto de fondos, se obtuvo como resultado valores que permitieron calcular un Valor Actual Neto mayor que cero, equivalente a \$731.955,18 y una Tasa Interna de Rentabilidad, mayor que la Tasa de Interés de Oportunidad (18%), del 65% confirmando que el proyecto es factible y rentable para los emprendedores inversionistas beneficiándose además los consumidores al adquirir un producto que satisface sus necesidades alimenticias.

Se concluye que el proyecto es viable comercial, técnico-operativo, organizacional, financiero y de medio ambiente, constituyéndose en una alternativa de producción sostenible para los emprendedores gestores de esta propuesta y para la comunidad del municipio de Pasto como centro de comercialización y de producción en el municipio de La Unión (N).

La puesta en marcha del proyecto es conveniente ya que se va a localizar en una zona estratégica del municipio de La Unión por los bajos costos, facilitando la comercialización a través de la realización de los mejores convenios con los proveedores de materia prima disponibles en la zona y el acercamiento al consumidor mediante contratos de compra con las tiendas minoristas, distribuidores, supermercados y grandes detallistas de la ciudad de Pasto.

El cálculo del punto de equilibrio para el café de soya de 500 grs determinó que la empresa producirá mínimo de 33.796 libras con un ingreso en este punto de \$122.917.760. Estos puntos serán una referencia que permitirán cubrir los costos de producción y de allí en adelante generarán la mayor cantidad de ingresos que se reflejan en el flujo neto del proyecto de manera rentable para la empresa.

El mercado objetivo para **Cafesoy La Venta**, serán las familias de estratos 1,2,3 de la ciudad de Pasto, quienes encontrarán el producto en los principales supermercados de la ciudad y en los almacenes de cadena como Éxito, Metro, Alkosto, Abraham Delgado, y otros ubicados en la ciudad de Pasto.

10. RECOMENDACIONES

Desde la perspectiva del mercado y realizado el análisis respectivo, indica que ante una demanda insatisfecha es conveniente ingresar a la industria de derivados del café de soya, con el fin de ofrecer un producto de buena calidad que podrá ser ofrecido a precios óptimos a un mercado que está en crecimiento, con la seguridad de que proporcionará satisfacción al consumidor y rentabilidad para la empresa.

Realizada la evaluación financiera del plan de empresa, el cual determinó un rendimiento financiero a través del período de evaluación, por lo tanto el proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero, de esta manera los emprendedores creadores de esta idea deben realizar los trámites necesarios para su financiación y operación definitiva.

Al identificar el mercado potencial atractivo, definido el tamaño del proyecto, descrito el proceso de producción e identificado los insumos necesarios y sus costos; analizado y determinado el lugar donde se va a localizar la planta productora de café de soya en la Unión Nariño y su comercialización en San Juan de Pasto; de igual manera estimados los recursos de inversión y financiación, se recomienda la puesta en marcha del plan de negocio.

Realizado el análisis de la Tasa Interna de Rentabilidad equivalente al 65%, y un Valor Actual Neto de \$731.955,18 sin financiación, se recomienda invertir en este proyecto el equivalente a \$91.625.172 como recursos de inversión.

Es pertinente iniciar el proceso de distribución del producto a partir del año 2017, mediante el diseño de un plan de acción anual que incluya las estrategias, tácticas, y tareas orientadas a satisfacer la demanda de los segmentos de mercado identificados como los estratos 3,4 y 5 a través de la oferta del producto a los intermediarios del municipio de Pasto.

De la misma manera el plan debe contener objetivos y actividades orientadas a difundir la estrategia de comunicación mediante la información a través de volantes, vallas, el voy a voz, pasacalles tanto en el punto de fábrica como en los almacenes distribuidores, que permita impactar en la mente del consumidor sobre la existencia de un alimento altamente nutritivo para los hogares de las familias de la Ciudad de Pasto, mediante la adición en el menú diario del café de soya.

BIBLIOGRAFIA

ACUÑA, F. Proyecto para la creación de una procesadora de leche en polvo. Guayaquil, Ecuador: Escuela Superior Politécnica el Litoral. Proyecto de grado, 2006.

AMADO ESCOBAR, David Fernando. Estudio de factibilidad para el montaje de la cadena productiva agroindustrial de productos ancestrales, como parte del programa de productividad regional del departamento del Cauca. Bogotá: Escuela de Administración de Negocios, EAN, 2012.

BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. México: Mc Graw Hill, 2001.

BEDOYA BARCO, Fernando. Fundamentos básicos para la formulación y evaluación de proyectos. Pasto: Universidad de Nariño, 1997.

BIERMANN, Enrique. Metodología de la Investigación y del Trabajo Científico, Santafé de Bogotá, D.C.: Editorial UNISUR, 1992.

CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías. Formulación y evaluación de proyectos. Santafé de Bogotá: UNAD. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Facultad de Ciencias administrativas, 1998.

DAVID, Fred. Conceptos de Administración Estratégica. México: Pearson Prentice Hall, 2003.

FISHER DE LA VEGA, Laura y NAVARRO VEGA, Alma Emma. Introducción a la investigación de mercados. Editorial McGraw Hill. Bogotá, 2001.

GARCIA CASTAÑO, Roberto. Metodología de la investigación. San Juan de Pasto: Universidad Mariana, 1996.

STANTON, William y otros. Fundamentos de Marketing. 9ª edición. Santafé de Bogotá: McGraw Hill, 2000.

VARELA, Rodrigo. Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Prentice Hall, 2001.

ZARAMA, Stella. y REVELO, Wilson. Metodología de investigación. Pasto: Universidad Jorge Tadeo Lozano-Universidad de Nariño, 2012.

NETGRAFIA

ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DE PASTO. Plan territorial de salud. 2012-2015. [en línea] [citado 2016-02-22] Disponible en internet: www.alcaldiadepasto.gov.co

CAFÉ DE SOYA. [en línea] [citado 2016-02-22] Disponible en internet: [www. Café de soya.com](http://www.Cafédesoya.com).

CULTIVO DE SOYA. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: <http://www.colombiaguias.com/agricultura-soya.html>

DANE. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). Cuenta Satélite Piloto de la Agroindustria de Maíz, Sorgo y Soya. Bogotá: Colombia, 2005-2009. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: www.dane.gov.co

EL CULTIVO DE LA SOYA. HISTORIA E IMPORTANCIA. [en línea] [citado 2013-11-24] Disponible en internet: www.finagro.gov.co. y www.fenalce.gov.co

EL TIEMPO. Periódico, Archivo 4 de junio de 2001. [en línea] [citado 2016-02-22] Disponible en internet: www.eltiempo.com.co

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: <http://www.crecenegocios.com/como-elaborar-un-plan-de-negocios-paso-a-paso/>

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS. [en línea] [citado 2013-10-10] Disponible en internet: <http://datateca.unad.edu.co/contenido>.

FEDERACAFE. Estudio sobre el consumo de café en Colombia. Centro Nacional de Consultoría. 1993. [en línea] [citado 2016-02-22] Disponible en internet: www.federacafe.gov.co

MUNICIPIO DE LA UNIÓN. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: [https://es.wikipedia.org/wiki/LaUnión \(Nariño\)](https://es.wikipedia.org/wiki/LaUnión_(Nariño))

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPIO DE PASTO, 2011-2016. [en línea] [citado 2015-04-22] Disponible en internet: www.pasto.gov.co/.../planes-programas-y-proyectos/plan-de-desarrolloE

QUIMINET-NUTRIOSLA. [en línea] [citado 2016-02-28] Disponible en internet: [www.quiminet. Nutríosla](http://www.quiminet.Nutríosla)

ANEXOS

**ANEXO A. ENCUESTA A LOS HOGARES MUNICIPIO DE PASTO
UNIVERSIDAD DE NARIÑO**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
CAFÉ DE SOYA SABORIZADO EN EL MUNICIPIO DE LA UNION (NARIÑO)
“CAFESoy”**

Objetivo: Determinar los gustos y preferencias del café de soya, con el fin de determinar la factibilidad para instalar un plan de negocio del producto en la ciudad de Pasto.

INFORMACION GENERAL

1. Estrato: 1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____
2. Edad: 18 a 28 _____ 29 a 39 _____ 40 a 49 _____ 50 a 69 _____
3. Género. M _____ F _____
4. Nivel educativo: Primaria _____ Secundaria _____ Superior _____
5. Consume usted con regularidad café?
a. Si _____ b. No _____
6. Qué tipo de café consume usted?
a. Café tostado y molido _____ b. Café instantáneo _____ c. Descafeinado _____
7. Conoce los beneficios de la soya?
a. Si _____ b. No. _____ Cuáles? _____
8. Sabía usted que con soya se puede elaborar café 100% natural que reemplaza al tradicional?
a. Si _____ b. No _____
9. Ha consumido café de soya?
a. Si _____ b. No. _____
7. Si se sabe que se elabora con soya café natural usted consumiría?
a. Si _____ b. No. _____
8. A que se debe el poco consumo de este producto?
a. Hábito de consumir el café tradicional ()
b. No hay información de la soya ()
c. No se ha hecho la experimentación ()
9. Estaría dispuesto a consumir café de soya tostado y molido que se propone en este estudio?
a. Si _____ b. No _____
10. Con qué frecuencia consumiría café de soya tostado y molido?
a. Diariamente () b. Una vez a la semana ()
c. Cada quince días () d. Cada seis meses ()
11. Qué atributo considera usted debe tener el café de soya tostado y molido?
a. Alto valor nutritivo ()
b. Bajo en grasa ()
c. Sin sabor amargo ()
d. Todas las anteriores ()

12. Dada la importancia nutritiva del café de soya estaría dispuesto a pagar un precio más alto?
- a. Totalmente de acuerdo ()
 - b. De acuerdo ()
 - c. En desacuerdo ()
 - d. Totalmente en desacuerdo ()
13. Cómo desearía que sea la preparación del café de soya?
- a. 100% café de soya ()
 - b. Combinado con café tradicional ()
 - c. Con soya y sabor a canela ()
 - d. Con soya y café con sabores ()
14. Qué tipo de presentación desearía usted que tenga el café de soya?
- a. Bolsa plástica ()
 - b. Envase plástico ()
 - c. Papel reciclable ()
- 15.Cuál nombre cree usted que sea el más apropiado para el proyecto de café de soya?
- a. Cafesoy ()
 - b. Café de soya "La Venta" ()
 - c. Café de Soya "Pradera" ()
15. Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por una libra de café de soya?
- a. \$1000 a \$3,000 Bb. \$3.100 A \$5.000 c, \$5.100 a \$7.000
16. Como le gustaría que fuera la estrategia de comunicación?
- a. Medios tradicionales masivos ()
 - b. Medios no tradicionales creativos ()

OBSERVACIONES _____

ANEXO B. ASPECTO ADMINISTRATIVO

RECURSOS

Humanos.

Investigadores:

Chayan Orlando Barrios Burbano.

Cesar Gaviria Ortiz.

Asesor: Esp. Héctor Rubén Muñoz Martínez

Materiales.

Recursos tangibles para el desarrollo del estudio como computador, video beam, papelería, otros.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIIVIDADES		2016																			
		Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
No	ACTIVIDAD/SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Formulación idea y presentación proyecto.	■	■	■	■	■	■														
2	Estudio de mercado							■	■	■	■										
3	Estudio técnico/Administrativo.									■	■	■	■								
4	Estudio financiero.											■	■	■	■						
5	Evaluación económica													■	■	■	■				
8	Correcciones																	■	■	■	■
9	Sustentación																				■

Fuente: Esta investigación. Año 2015.

PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Ingresos

Aportes: Chayan Orlando Barrios.

\$1.200.000

Aportes: Cesar Gaviria

\$1.200.000

TOTAL INGRESOS

\$2.400.000

Gastos.	
Papelería	\$150.000
Fotocopias	\$150.000
Encuestas y procesamiento de la información	\$600.000
Impresión, encuadernación y otros	\$300.000
Transporte y desplazamientos Pasto.	\$800.000
Uso de diferentes fuentes de investigación	\$200.000
Imprevistos 10%	\$200.000
TOTAL GASTOS	\$2.400.000