

**Capacidad productiva en las Pymes del Subsector Alimentos y Bebidas ubicadas en la zona
centro occidente del Departamento de Risaralda para determinar su viabilidad
inversionista.**

Autores:

Jeimy Yurany Grajales Idárraga

Yuly Alejandra Alzate Alzate

Anllely Tatiana Orozco García

Octubre, 2016

Fundación Universitaria del Área Andina

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Financieras

Programa de Administración de Negocios Internacionales

**Capacidad productiva en las Pymes del Subsector Alimentos y Bebidas ubicadas en la zona
centro occidente del Departamento de Risaralda para determinar su viabilidad
inversionista.**

Autores:

JeimyYurany Grajales Idárraga

Yuly Alejandra AlzateAlzate

Anllely Tatiana Orozco García

Tutor:

Diana Fabiola Echeverri Aguirre

Octubre, 2016

Fundación Universitaria del Área Andina

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Financieras

Programa de Administración de Negocios Internacionales

Dedicatoria

Agradecimientos a todas las personas que hicieron parte de este proceso; a los maestros por la enseñanza, apoyo y correcciones; a los compañeros integrantes de este grupo de investigación por el compromiso en la elaboración del trabajo y a nuestros padres que siempre nos ofrecían las mejores energías como motivación para desarrollar la investigación.

Contenido

1.	Introducción.....	2
2.	Justificación.....	7
3.	Objetivos.....	9
3.1.	Objetivo general.....	9
3.2.	Objetivos específicos.....	9
4.	Marco de referencia.....	10
4.1.	Marco conceptual.....	35
4.1.1.	Caracterización.....	35
4.1.2.	Ventaja competitiva.....	35
4.1.3.	Capacidad productiva.....	36
4.1.4.	Viabilidad inversionista.....	37
4.1.5.	Subsector alimentos y bebidas (pymes).....	38
4.2.	Marco legal.....	39
5.	Diseño metodológico.....	57
6.	Población.....	58
7.	Muestra.....	58
8.	Instrumento.....	60
9.	Resultados.....	71
10.	Conclusiones.....	83
11.	Anexos 1.....	88
	Proveedores.....	88
12.	Bibliografía.....	93

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1	16
Ilustración 2	18
Ilustración 3	20
Ilustración 4	20
Ilustración 5	21

Capacidad productiva en las Pymes del Subsector Alimentos y Bebidas ubicadas en la zona centro occidente del Departamento de Risaralda para determinar su viabilidad inversionista.

1. Introducción

El sector de Alimentos y Bebidas no dependía de la demanda de los consumidores, esto debido a que las personas cultivaban y producían para sus propios hogares; esta situación evolucionó en el mundo, en gran medida por avances en ciencia y tecnología que activó la producción que llevó al aumento de la oferta de productos y por lo tanto el aumento de la demanda, es decir, el consumo ahora depende de la ley de la oferta y la demanda, fuerzas que en todos los sectores hacen que funcionen las economías, lo que ha llevado a la creciente cantidad de alimentos y bebidas disponibles. Surge además, en la tradición primitiva de los festines comunitarios, en los cuales al darse paso al comercio, los mercaderes intercambiaban ropa, herramientas, animales por alimentos preparados.

Pero, la industria de Alimentos y Bebidas presente hoy en día da inicio cuando la transformación, procesamiento y distribución de alimentos a gran escala fueron impulsados por nuevas técnicas de conservación y avances en el transporte, es decir, con el proceso de industrialización que dio paso de una economía basada en la agricultura a una basada en el desarrollo industrial que representa mayor influencia en el Producto Interno Bruto y en términos de empleo; este proceso más adelante dio paso a la interdependencia entre países; cada región tiene sus potencialidades y desventajas en características de producción, es decir, cada país posee

ventajas comparativas con respecto al sector y se especializa de acuerdo a esas ventajas. Para lo cual se da el intercambio entre fronteras para subsanar déficits de producción por no contar con características aptas para la elaboración de determinados productos.

Ese proceso de industrialización empezó con la liberación de la mano de obra del campo por las mejoras en la producción agrícola lo que generó la migración de las personas a las ciudades donde serían empleadas en procesos con un valor agregado, es decir, transformación de la materia prima. El sector Alimentos y Bebidas es una de las fuentes de producción y empleo más importantes del mundo, principalmente en los países desarrollados debido al rápido crecimiento de la industria, considerando como motor a las pequeñas y medianas empresas, debido a que superan en cantidad a las grandes empresas que representan menos del 10%, según datos de Oxfam América.

Existen una serie de presiones para el sector que tienen efecto en las actuales características de empleo y las condiciones de trabajo; presiones como: cambios en la oferta y la demanda, cambio climático, volatilidad de los precios de los alimentos y la seguridad alimentaria. Los complejos cambios en los sistemas de producción de alimentos y bebidas a escala mundial llevó a que la OIT (Organización Internacional del trabajo) buscara abordar el déficit de trabajo a través de: intervención desde la explotación agrícola hasta el consumidor, servicios de asesoría y cooperación técnica, investigación para aportar más datos y promoción de plataformas de intercambio de conocimientos.

En el mundo el desarrollo de nuevos productos está determinado por factores como el aumento de la clase media y el aumento del poder adquisitivo y otra variedad de factores relacionados con el desarrollo de la población en el aspecto socioeconómico, cultural y educativo. Además es un sector que se enfrenta a un consumidor que cada día adquiere más

conocimiento acerca de los productos que tienen a su alcance; ese conocimiento se ha ido adquiriendo a través de esfuerzos del gobierno, ONG's y otras organizaciones alarmados por altas perturbaciones en la salud y transmitido por los medios masivos de comunicación, esa situación lleva a que esta industria enfoque su atención en el proceso de elaboración y en mostrar al mundo programas de responsabilidad social y medioambiental.

Los últimos años se han caracterizado por fortalecimientos y reconocimientos de las grandes empresas en el mundo pertenecientes a este sector, es el caso de empresas como Associated British Foods (ABF), Coca-Cola, Danone, General Mills, Kellogg, Mars, Mondelez International (antes conocida como KraftFoods), Nestlé, Pepsico y Unilever, las cuales forman una industria valorada en 7 billones de dólares según el informe de Oxfam América.

En Latinoamérica para el año 2013 la cerveza creció 13% y alimentos 21% debido a estrategias que aplicaron algunas marcas teniendo en cuenta las necesidades de la clase media que se encuentra en crecimiento, según el diario “El Dinero”. Además indica “En la categoría de cerveza se encuentran cinco marcas dentro de las diez primeras posiciones como: Corona con un crecimiento del 21% a US\$8.000 millones, el Skol, la marca más valiosa de Brasil con un valor de US\$7.000 millones, lo que significa un crecimiento del 8% en comparación con 2013”.

En Colombia, la producción nacional manufacturera aunque ha mostrado durante los últimos años comportamientos inestables, el subsector de Alimentos y Bebidas ha reflejado datos alentadores, como lo evidencian datos del Departamento Nacional y Administrativo de Estadísticas DANE que indican crecimientos positivos en la primera década de este siglo, crecimiento del 9,22% (alimentos y bebidas) en 2006 y del 15,1% (alimentos) y 9,0% (lácteos) para 2012. Desde 2005 la venta ha aumentado de manera fuerte doblendo cantidades a 2014, para ese año se comercializó 5.800 millones de toneladas de alimentos y 5.600 millones de

litros de bebidas, según indica Invest in Bogotá, aumento que se relaciona con el incremento del nivel de ingreso de los colombinos.

Para 2015 el sector alimentos aumentó un 6,3% en la producción y un 5% en las ventas de acuerdo a información de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi), a diferencia de la industria en general que tuvo una caída en las ventas del 3,1%.

Según Erick Bertolotto, director de ventas para países de habla hispana de Spring Mobile Solutions, el aumento en la demanda de los productos para el hogar y mayor poder adquisitivo de los consumidores son factores que muestran mejoras para el sector. A diferencia de él, el representante de la compañía especializada en soluciones móviles empresariales dice que se debe pensar en nuevas estrategias para hacer frente a nuevos retos como: dificultades en logística, distribución de productos y aumento del costo de materias primas, además agrega que una excelente alternativa es la tecnología porque permite optimizar recursos.

Algunas de las empresas del sector que se destacan en Colombia son: Alimentos Polar Colombia S.A.S, Alpina Productos Alimenticios S.A, Aspen Colombiana S.A.S, Bimbo de Colombia S.A, Brinsa S.A – Refisal, C.I. Súper de Alimentos S.A, Central Lechera de Manizales S.A – Celema S.A, Colombiana S.A, Comestibles Aldor S.A, Comestibles Ítalo S.A, Compañía de Galletas Noel S.A.S, Productos Alimenticos Doria S.A.S, Kellogg de Colombia S.A, Ramo de Occidente Ltda, entre otras.

Con respecto a Risaralda, la producción del sector manufacturero ha sido muy importante en el crecimiento económico del departamento y se resalta que el 66% del valor agregado industrial se consolidó en el sector alimentos, bebidas, textiles y confecciones, según El Diario del Otún en su edición 30 años, en su reporte sobre la industria.

Como se mencionó antes, la ley de la oferta y la demanda está determinando el consumo y una variable influyente es el precio que actúa inversamente proporcional a estas fuerzas, es decir, si el precio aumenta la demanda disminuye y a la inversa. Por esa razón es importante resaltar las variaciones del IPC (Índice de Precios del Consumidor); en la ciudad de Pereira fue de 0,18% en Mayo de 2015 lo que refleja que el costo de vida subió menos comparado a nivel nacional; sin embargo, obtuvo una inflación mayor a la del país con 3,43% frente al 3,22% de Colombia. En el grupo de alimentos de la ciudad se percibieron alzas del 5.3%, esto es debido a la escasa oferta agropecuaria relacionada con las dificultades de los factores climáticos; es importante también tener en cuenta que para los años 2010- 2011 el IPC en la ciudad con respecto al sector de alimentos aumentó 2,3 pp, lo anterior fueron datos del diario “La Tarde”.

Con lo anteriormente conceptualizado, se pretende mostrar la situación general del sector a nivel mundial, nacional y regional, aspectos que serán profundizados en el desarrollo de la investigación y fortalecen el objetivo. El presente trabajo de investigación busca a través de la caracterización de las pymes de la zona centro occidente del departamento de Risaralda determinar su capacidad productiva y por consiguiente establecer la viabilidad de la inversión extranjera en este sector, objetivo que se pretende alcanzar acudiendo en primer lugar a la investigación secundaria que permite la obtención de datos valiosos extraídos de investigaciones previamente realizadas y finalmente determinar un instrumento de investigación trasversal que permita adquirir la información suficiente con una única visita a las empresas del sector que al final lleva a la consolidación de esa caracterización.

2. Justificación

El Sector Alimentos y Bebidas es un subsector del sector Agroindustrial, y a pesar de los índices negativos del sector industrial, este subsector no se ha visto afectado en gran proporción. Los impactos positivos se reflejan en el PIB nacional que muestra de 2011 a 2014 un crecimiento del 2,4% según el DANE, un crecimiento moderado pero que sobresale a las alteraciones y tiende a la mejora. Es un subsector que ha mostrado del total de capital de 2014 una participación del capital extranjero del 10.71%.

Teniendo en cuenta investigaciones previas como “las mi pymes del sector alimentos un sector impactante en la nueva economía mundial”, “competitividad de las pymes en Colombia”, “Situación de las pequeñas y medianas empresas de Pereira y Dosquebradas frente al tratado de libre comercio con los Estados Unidos de América” se hace adecuado conocer la capacidad productiva de las pymes del subsector Alimentos y Bebidas de la zona centro occidente del departamento de Risaralda buscando evaluar la viabilidad de inversión extranjera apuntando a un crecimiento del sector y un fortalecimiento de las organizaciones que actualmente se están viendo afectadas por competidores tanto internos como externos, los cuales hacen que la participación en el mercado de las pymes del sector de alimentos y bebidas sea mínima. Los trabajos anteriormente mencionados darán las bases necesarias para iniciar este análisis soportándolo también con diferentes fuentes que aporten a un adecuado desarrollo de la investigación.

Desde una instancia teórica y teniendo en cuenta que investigaciones anteriores analizan el impacto de las pymes, su competitividad y su situación frente al TLC y no han llegado a

determinar la capacidad productiva de las pymes del subsector Alimentos y Bebidas de la zonacentro occidente del departamento de Risaralda, la presente investigación estudia esta característica y refleja la viabilidad de la inversión extranjera; para lo cual desde una instancia metodológica la investigación utiliza instrumentos creados por los miembros con los cuales se recolecta información que permita cumplir con la caracterización de las empresas, determinar sus oportunidades de inversión extranjera y determinar su capacidad productiva para establecer la viabilidad de esa inversión. Finalmente, desde una instancia práctica, el producto de esta investigación sirve para dar a conocer a los pequeños y medianos empresarios y al gobierno departamental y nacional las condiciones en que se encuentra la capacidad productiva de estas pymes y así conocer los aspectos que se deben mejorar y los espacios a donde se deba dirigir esa la inversión y de esa manera se pueda presentar un crecimiento económico para la zona generando mayor empleo, sostenibilidad y reconocimiento de este subsector.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

- Determinar la capacidad productiva de las pymes del subsector Alimentos y Bebidas a través de la caracterización administrativa y operativa para validar las oportunidades de inversión extranjera o nacional.

3.2. Objetivos específicos

- Caracterizar las pymes del subsector Alimentos y Bebidas a través de la validación de variables establecidas en los escenarios administrativo, legal y operativo.
- Determinar las capacidades productivas de las pymes en el escenario operativo utilizando para ello instrumentos cuantitativos diseñados y validados para cada subsector analizado.
- Determinar las oportunidades de inversión extranjera o nacional a través del análisis de la capacidad operativa establecida en esta investigación.

4. Marco de referencia

Estado de arte de la Capacidad productiva en las Pymes del Subsector Alimentos y Bebidas ubicadas en la zona centro occidente del Departamento de Risaralda para determinar su viabilidad inversionista (2008- 2013).

El presente estado revisa algunas de las investigaciones realizadas, las cuales tiene estrecha relación con el tema investigativo ya que su principal enfoque es el sector de alimentos y bebidas.

En esta sección se presentan las ideas generales de cada estudio realizado, con un enfoque Internacional, Nacional y Local.

El primer texto se encuentra íntimamente ligado con su título “Estudio de tendencias y oportunidades para el sector de alimentos procesados del estado de México” lanzado en México en el año 2008, investigación realizada por Enrique Peña Nieto, Raúl Murrieta Cummings, Dr. Elías Micha, Guillermo Fernández de la Garza, como parte explorativa de las tendencias internacionales y nacionales de la industria de alimentos , analizando las capacidades empresariales y académicas que se tienen en el Estado de México y a partir de esta información, se pretende desarrollar esquemas de exploración de nichos de oportunidad, integrando el resultado de estas exploraciones en mapas de ruta que orientan sobre los eventos clave que se requieren para desarrollar la capacidad de innovación y comercialización en nichos estratégicos.

El objetivo principal del texto es desarrollar una estrategia para dar valor agregado al sector de alimentos procesados en el Estado de México, lo cual va a permitir captar oportunidades y competir en el mercado global en el mediano plazo.

Se realiza un análisis de 6 países a nivel mundial, conformado por Colombia, Chile, Canadá, Japón, India y País Vasco, los cuales son iniciativas aplicadas en el sector investigado puesto que estos son sus competidores y son países que cuentan con innovación, investigación y desarrollo.

Se realiza un panorama general de las diferentes empresas que existen en México las cuales se dedican a la fabricación y comercialización de alimentos procesados, lo que permitió identificar empresas y multinacionales importantes para dicho país presentando un procesamiento de alto valor.

De esta misma manera es importante analizar el sector Nacional donde se ubican dos investigaciones realizadas en los años 2009 y 2010. La primera investigación titula “Las mi pymes del sector alimentos, un sector impactante en la nueva economía mundial” realizada por Sebastián Reina Restrepo en la ciudad de Cali, y la segunda titula “Competitividad de las pymes en Colombia”, realizada por Montoya R y Castellanos en la ciudad de Bogotá en los años anteriormente mencionados respectivamente.

En la primera investigación se presenta el siguiente interrogante “¿Puede el sector de alimentos fortalecerse por medio de las mi pymes y desarrollarse sosteniblemente en la nueva economía mundial?”, este interrogante es el principal objetivo, donde tras realizar un análisis exhaustivo del mismo se puede llegar a concluir que en el Valle del Cauca donde fue desarrollada esta investigación la gran mayoría de las mi pymes operan ilegalmente puesto que las certificaciones alimentarias son de difícil acceso, a pesar de esta actividad informal se puede observar alto índice de legalización especialmente en las microempresas, que facilita el uso de información de las mismas y permite un mejor análisis del comportamiento de su sector.

En la segunda investigación uno de los sectores más competitivos en Colombia es el sector de ganadería y alimentos, encabezado por los sectores de las cajas de compensación y turismo. Es importante resaltar que las pymes que presentan ventas y utilidades decrecientes se encuentran en el comercio minorista de alimentos, bebidas, tabaco, entre otros con el 28%; esto es debido a que las mi pymes deben mejorar su competitividad teniendo en cuenta que hoy en día el mercado posee muchos productos sustitutos de alimentos, por esa razón es importante obtener mejoramiento de la competitividad y valor agregado a sus productos, lo que generaría mayores ingresos a los empresarios y mejor rentabilización de las compañías.

Dentro del sector local también nos encontramos con la investigación titulada “Situación de las pequeñas y medianas empresas de Pereira y Dosquebradas frente al tratado de libre comercio con los Estados Unidos de América”, realizada en el año 2013 por Jhonier Cardona Salazar y Walter García Morales.

Con esta investigación se pretende dar a conocer la situación por la que pequeños y medianos empresarios de las ciudades anteriormente descritas pasan frente al TLC con Estados Unidos, donde se puede analizar que para el sector de alimentos el más preparado y que desea comercializar productos es el sector de del café, donde las mi pymes de la ciudad de Dosquebradas se encuentran más preparadas que las de Pereira en cuanto a toda la documentación necesaria para exportar sus productos.

Este TLC beneficia a las mi pymes de la ciudad de Dosquebradas debido a que sería de más fácil acceso con respecto a la maquinaria y equipo que requieren para dar valor agregado a los productos del sector de los alimentos.

Es así como estas investigaciones están íntimamente ligadas a nuestro tema investigativo debido a que de una u otra manera se involucra el sector de alimento y bebidas en las

investigaciones realizadas, además se pudo observar que ninguna de las investigaciones menciona la viabilidad de inversión extranjera o nacional, pero si nos lleva a otra dimensión de temas analizados y que pueden llegar a ser útiles en esta investigación.

Marco de referencia

A nivel mundial es importante conocer las empresas que denominan dicho mercado, estas empresas controlan el mercado global con la alta cantidad de consumo diario.



Como se puede observar en la imagen estas diez empresas son las que dominan el mercado con sus diferentes líneas de productos y sus diferentes marcas; además producen y distribuyen más de 2.150 productos de consumo diario alrededor del mundo, las cuales facturan más de mil

millones de dólares diarios por su labor; Coca Cola, Pepsico, Kelloggs, Nestlé, Johnson & Johnson, P&G, Mars, Kraft, Unilever y General Mills son las diez compañías que poseen buena parte del mercado de consumo masivo.

A continuación se desglosará el total de las marcas y productos que cada uno de estos gigantes vende a cientos de millones de consumidores en todo el mundo:

Unilever: más de 400 marcas.

Coca-Cola: más de 400 marcas.

Pepsico: 22 marcas (aunque distribuye productos asociándose con otras empresas).

Mars: más de 100 marcas.

Johnson & Johnson: más de 75 marcas.

Procter & Gamble: más de 300 marcas.

Kraft: más de 150 marcas.

Nestlé: 31 marcas bajo las que distribuye 146 productos.

General Mills: más de 100 marcas bajo las que se distribuyen más de 615 productos.

Kellogg's: más de 65 marcas.

Es importante tener en cuenta que en todo el mundo se beben más de 4000 tazas de Nescafé por segundo y se consume productos de Coca-Cola 1.700 millones de veces al día.

Claro está que estas empresas al ser las 10 marcas que más venden a nivel mundial también dan trabajo a millones de personas, de manera directa o indirecta, en el cultivo, procesamiento, distribución y venta de sus productos, estas empresas hacen parte de una industria valorada en 7

billones de dólares, mayor que el sector de energía y representan un diez por ciento de la economía mundial.

Ahora, se tendrá en cuenta la campaña realizada por Oxfam “Tras la Marca” la cual evalúa y compara las políticas desarrolladas por las diferentes empresas y tratan de fomentar que se compita por alcanzar el mejor desempeño social y medioambiental; esta campaña hace parte de la campaña CRECE donde el objetivo es construir un sistema alimentario mejor que alimente de una manera sostenible a una población creciente. “Tras la Marca” tiene como objetivo incrementar la transparencia y rendición de cuentas de las 10 más grandes.

Según este sistema de calificación el desempeño de Nestlé y Unilever es mejor que el de las otras empresas debido a que han hecho más labores de políticas dirigidas a abordar los riesgos sociales y medio ambientales de sus cadenas de suministro, de lado opuesto se encuentran ABF y Kellogg que apenas tiene políticas concebidas para abordar las repercusiones que sus actividades tienen sobre los productores y las comunidades.

Para Oxfam existen cuatro razones que muestran a estas empresas que deberían estar más interesadas en crear un sistema alimentario más justo y sostenible los cuales son:

- Tener responsabilidad con los derechos humanos.
- La presión social y los cambios medioambientales, están obligando a estas industrias a cambiar su manera de operar.
- Alguna de estas 10 creen que las va bien haciendo bien.
- Y por último y la más importante es que cada vez más los consumidores, los inversores y los gobiernos demandan mayor sostenibilidad y responsabilidad social.



Fuente: Oxfam

Ilustración 1

De otra parte las tres autoridades mundiales que regulan los alimentos son el Códex Alimentarius, la FDA y la EFSA, estos organismos regulan la industria de alimentos en el mundo.

Es importante tener en cuenta que en el mundo existen dos autoridades diferentes en materia de regulación de alimentos, los dos mercados más importantes Estados Unidos y la Unión Europea tienen sus respectivas autoridades que tienen como fin garantizar la seguridad de los consumidores a la hora de ingerir alimentos, ambas agencias amparadas por el Códex Alimentarius que es el eje de seguridad alimentaria a nivel mundial.

Es importante tener en cuenta los entes regulatorios del sector de Alimentos en el mundo, entre los cuales tenemos los siguientes:

- El Códex Alimentarius es una iniciativa de la Organización Mundial de la Salud, OMS, y la Food and Agriculture Organization, FAO en 1963, su sede queda ubicada en Roma en las oficinas de la FAO. Es la referencia mundial más importante para los consumidores,

los productores de alimentos, agencias de gobierno, control de los alimentos y las asociaciones profesionales internacionales.

- **FDALa** Administración de Comida y Drogas de los Estados Unidos o Food and DrugAdministration, fue fundada en 1906, al ser la autoridad más antigua en materia de regulación la hace un referente a nivel mundial.

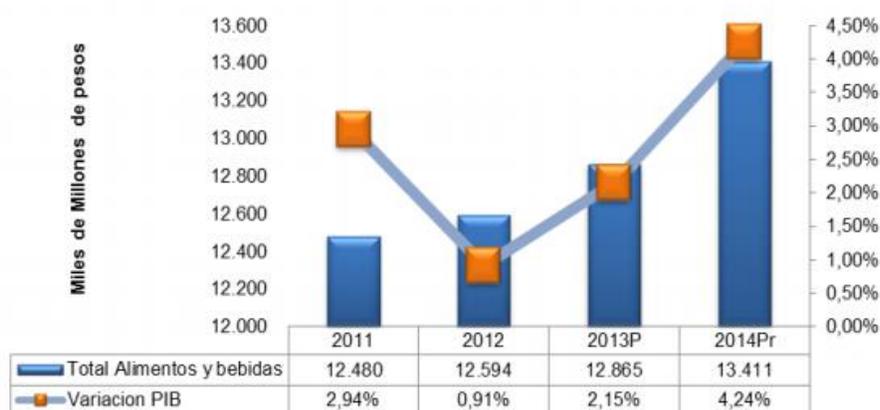
La FDA es el organismo de los Estados Unidos que vigila y regula los alimentos, los suplementos alimenticios y los productos biológicos con el fin de garantizar la seguridad y calidad de los productos que se consumen dentro del país.

- **EFSALa** Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria o EuropeanFood Safety Authority, fue creada en el año 2002, es portavoz de alrededor 1.200 expertos científicos y de las 27 agencias nacionales de salud alimentaria. Su sede se encuentra en la ciudad de Parma.

La EFSA es la autoridad del bloque europeo que dictamina, presta apoyo científico y técnico sobre la seguridad de los alimentos. Es la responsable de mantener informado al público en general sobre los riesgos que se puedan presentar en el mercado de los alimentos. La EFSA tiene su plan estratégico 2009-2013 que contempla las áreas en las cuales se puede ver afectada la seguridad alimentaria en los próximos años por cuestiones como el medio ambiente o el manejo de las materias primas de origen animal.

En Colombia el sector de alimentos y bebidas en los últimos cuatro años presentó un crecimiento del Producto Interno Bruto promedio del 2,4% pasando de 12,5 billones de pesos en el año 2011 a 13,4 billones de pesos en al año 2014, así como se muestra en la siguiente gráfica.

Gráfica 1. Variación porcentual anual del PIB



Fuente: DANE. El PIB de alimentos y bebidas está reportado en precios constantes y serie desestacionalizada. Pr: Cifras preliminares; P: Cifras provisionales

Ilustración 2

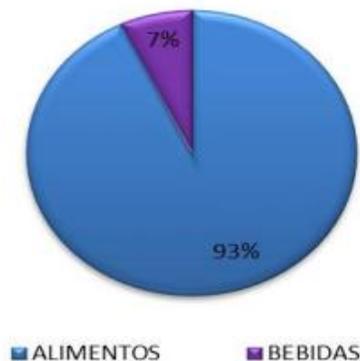
En el año 2014, el mayor crecimiento del sector se presentó para el año 2013 en el grupo de ingenios, refinarias de azúcar, y trapiches con una variación del 29,13% frente al año anterior como se evidencia en el análisis realizado por el DANE reflejado en la siguiente tabla:

PIB de grupos del sector alimentos y bebidas (miles de millones de pesos)

GRUPO	2011	2012	2013P	2014Pr
Producción, transformación y conservación de carne y pescado.	\$1.279	\$1.331	\$1.321	\$1.351
Elaboración de aceites, grasas animales y vegetales, cacao, chocolate.	\$2.449	\$2.471	\$2.553	\$2.634
Elaboración de productos lácteos	\$984	\$996	\$1.029	\$1.070
Elaboración de productos de molinería, alimentos preparados para animales.	\$2.235	\$3.183	\$3.111	\$3.237
Elaboración de productos de café.	\$387	\$357	\$461	\$520
Ingenios, refinerías de azúcar y trapiches	\$735	\$725	\$760	\$804
Bebidas	\$3.411	\$3.531	\$3.630	\$3.795

FUENTE: DANE El PIB de alimentos y bebidas esta reportado en precios constantes y serie desestacionalizada. (Cuadro 1).

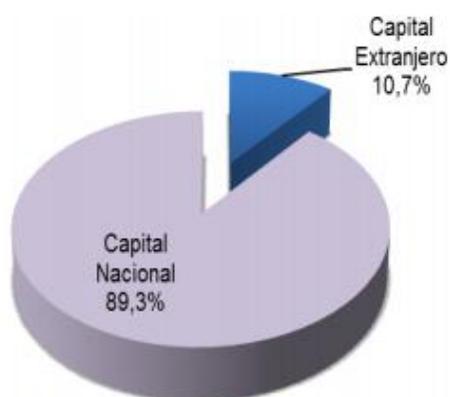
En esta sección se realiza el análisis macroeconómico de 568 empresas del sector que presentaron estados financieros con corte 2014, de las cuales 528 desarrollan actividades en alimentos y 40 en bebidas.

Gráfica 2. Participación Alimentos vs Bebidas

Fuente: Supersociedades - Cálculos Grupo de Estudios Económicos y Financieros.

Ilustración 3

Ahora se analizará la participación del capital extranjero, donde el sector de alimentos y bebidas cuenta con una participación del 10,71% del total de capital para el año 2014.

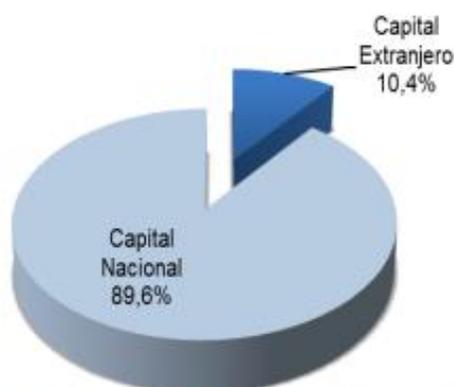
Gráfica 5. Porcentaje de participación en el capital

Fuente: Superintendencia de Sociedades - Cálculos Grupo Estudios Económicos y Financiero.

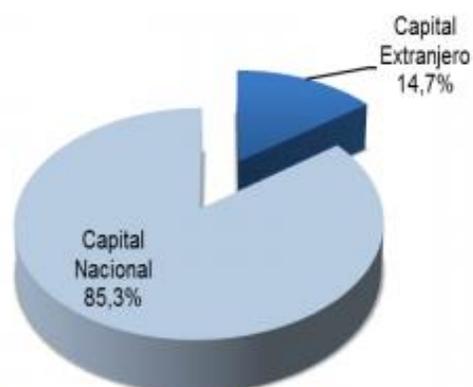
Ilustración 4

Para el subsector de alimentos el promedio del capital extranjero fue del 10,4% y para el subsector de bebidas fue del 14,72%, acorde por el total del sector.

Gráfica 6. Porcentaje de participación en el capital Subsector Alimentos



Gráfica 7. Porcentaje de participación en el capital Subsector Bebidas



Fuente: Superintendencia de Sociedades - Cálculos Grupo Estudios Económicos y Financieros

Ilustración 5

El sector de alimentos y bebidas impulsa el crecimiento de la industria del 4 al 6%, esto debido a la mayor producción agropecuaria del país, un mejor clima, menos problemas de orden público, las inversiones de los empresarios y un consumo de los hogares que crece a tasas del 5%, el crecimiento se ha dado principalmente en sectores como el azúcar, lácteos, bebidas y otros productos alimenticios que representan casi el 60% del total de este sector.

En Colombia existen cerca de 30 empresas agroindustriales estas son:

- Agrícola Continental C.I S.A.S
- Agrícola Himalaya S,A
- Bananitas S.A.S
- Biostevia
- Bocatello

- C.I Agrofrut S.A
- C.I Listo y Fresco LTDA
- C.I Proba
- C.I Tecnacol S.A
- C.I Tropikit
- C.I Uniban S.A
- Comestibles Angelita LTDA
- Comestibles Ricos LTDA
- Congruppo S.A
- Continental Foods S.A.S
- Dulces Paraguaitas
- Dulces y maní ricos
- Harinera del Valle
- Harinera de Occidente
- K-Listo S.A.S
- Manitoba LTDA
- Pampa
- Pastelería Lucerna S.A
- Precocidos del Oriente
- Premezclas – Producomex
- Prode S.A.S Deliricura
- Productos Alimenticios Konfyt S.A
- Productos Base Cook S.A

- Pronal S.A- Pasabocas la Niña
- Signa Grain S.A

En el listado anterior se puede evidenciar que existe una organización risaraldense dentro de las veinticinco empresas agroindustriales, lo que aumenta el interés por investigar la relevancia que puede tener el departamento en este sector.

Teniendo en cuenta el informe de coyuntura económica regional realizado en el año 2011, en el Departamento de Risaralda, se encuentra un aumento de la inflación con un aumento anual de 0,9 pp con variaciones positivas en los sectores de diversión y alimentos.

En el año 2011 el Índice de Precios al Consumidor (IPC) en el grupo de alimentos se percibieron alzas del 5.3%, esto es debido a la escasa oferta agropecuaria, por factores climáticos, es importante también tener en cuenta que para los años 2010- 2011 los IPC en la ciudad de Pereira se vio principalmente afectada por el sector de diversión con un aumento de 3,0 pp, seguida del sector de alimentos con 2,3 pp, lo cual afecta a los consumidores ya que por esta alza los precios de los alimentos se vieron muy afectados.

En el departamento de Risaralda en la ciudad de Pereira y Dosquebradas existen cerca de 16 empresas dedicadas a la elaboración de alimentos compuestos principalmente de frutas, legumbres y hortalizas de Risaralda, las cuales se relacionan a continuación:

Empresa	Localidad	Departamento
Afro Frutas Del Pacifico E U	Pereira	Risaralda
GiralfrutLtda	Dosquebradas	Risaralda
Alimentos Andinos De Colombia S A S	Dosquebradas	Risaralda
Mingo S Comidas Listas S A S	Dosquebradas	Risaralda
SanteExotiqueLtda	Pereira	Risaralda
Nutrisalud Risaralda Ltda	Pereira	Risaralda
InpraLtda	Pereira	Risaralda
Prodecol S A S	Pereira	Risaralda
Espresso Perfecto S A S	Pereira	Risaralda
OrganilifeLtda	Pereira	Risaralda
Industria De Alimentos Sima Ltda	Pereira	Risaralda
C I Castano Y Hoyos S A S	Pereira	Risaralda
Procal Vegetales Del Risaralda S A S	Dosquebradas	Risaralda
Soluciones Integrales Gourmet Ltda	Pereira	Risaralda
FalumaLtda	Pereira	Risaralda
Cocoloba S A	Pereira	Risaralda

(Cuadro 2)

También es importante tener en cuenta que existen 69 pymes en la ciudad de Pereira y Dosquebradas dedicadas a la elaboración de productos alimenticios y bebidas registradas ante la Cámara de Comercio, donde en Pereira hay 54 y en Dosquebradas 15.

Las empresas de la ciudad de Pereira son:

NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD ECONÓMICA
AFRO FRUTAS DEL PACIFICO E.U.	Procesamiento y comercialización nacional e internacional de pulpas de frutas, almacenamiento y transporte de frutas y pulpas, compra y venta de frutas almacenamiento y transporte de frutas y pulpas, compra y venta de frutas, venta de subproductos pulverizados resultantes de la actividad principal.
ALVAREZ AGUDELO OSCAR DE JESUS	Fabricación de arepas y procesamiento de pulpa de frutas
DUQUE LOPEZ MARIA GLADYS	Procesamiento de leche en queso crema, quesillo y otros derivados.
ESCOBAR LUNA GUILLERMO DE JESUS	Compra, venta, procesamiento, empaque, importación y exportación de toda clase de productos alimenticios.
FRUVAL LIMITADA	Procesamiento y comercialización de frutas
OROZCO GUTIERREZ RUTH	Procesamiento de tostones de plátano y helados.
ORREGO AYALA DALADIER	Procesamiento de frutas para pulpa.
ROBLEDO JARAMILLO ANDREA CONSTANZA	Procesamiento de pulpa de frutas.
VALLE TROPICAL LTDA.	Confeción de fibras naturales, comercialización de productos agrícolas y otros, transformación y procesamiento de alimentos.
ARIAS ZAPATA ADYELA	Fabricación y venta de arepas.
BAENA CLAVIJO FABIO ANTONIO	Fabricación y comercialización de arepas de maíz.
BERNAL MEJIA JOSE HELI	Fabricación producción de panadería, venta de bebidas lácteos
C.I. CASTAÑO Y HOYOS LTDA.	Compra, venta, fabricación, comercialización y procesamiento de productos alimenticios, compra, venta y administración de bienes inmuebles rurales o urbanos.
CALLE PULGARIN GLORIA MAILEN	Fabricación y venta de tortas, postres, decoración de tortas.

CASALLAS BARBOSA JAVIER	Fabricación y comercialización de productos de panadería integral. Comercialización de productos naturales.
CASTAÑO GUARIN MARIA EUGENIA	Fabricación y venta de alimentos de panadería.
CASTAÑO SALAZAR ALEIDA	Elaboración y distribución de alimentos de panadería
DONUCAFE S.A.S	Fabricación, distribución, representación, importación, exportación y venta de comestibles y afines y demás productos alimenticios.
EMPANADAS SUBMARINO SAS	Fabricación y comercialización de empanadas.
GALVIS BERNAL JUAN JOSE	Fabricación y venta productos de panadería.
GARTNER VALENCIA DIEGO GERMAN	Fabricación de alimentos, comercio al detal
GIRALDO PELAEZ ANA ISABEL	Fabricación y comercialización de productos alimenticios.
GOMEZ ARIAS MARIA DOLORES	Fabricación de parva, compra y venta de gaseosa.
GONZALEZ GARCIA ALBERTO	Fabricación de comestibles, venta de parva, tinto y gaseosa.
HERNANDEZ MORALES ESTELA	Fabricación y comercialización de productos lácteos.
IDARRAGA VALENCIA CESAR AUGUSTO	Fabricación de arepas
INDUCOLOMBIA S.A.S	Fabricación de productos alimenticios, comercialización de productos alimenticios.
INDUSTRIAS DON PAN S.A.S	La fabricación y comercialización de productos de panadería y pastelería.
JARAMILLO FLOREZ ALVARO	elaboración y venta de masa para arepas
MAXIDELICIAS E.U.	Fabricación y comercialización de alimentos.
MEJIA ANGEL & CIA. S. EN C.	Fabricación y comercialización de productos de pan.
MEJIA LONDOÑO SANTIAGO	Elaboración de refrigerios, almuerzos y pasabolas para eventos.
MONSALVE RAMIREZ JAVIER DE JESUS	Elaboración de pan y pastelería.
MORALES ARIAS MARIA NELCY	Elaboración de alimentos para consumo dentro del establecimiento.
MORALES DE BEDOYA DORA	Fabricación y venta de helados y batidos de fruta.
OCAMPO GARCIA ALEXANDRA	Fabricación de chorizo y morcilla, venta de comidas rápidas.

OSORIO LOAIZA MARIA CONSUELO	Fabricación de postres y crema para fresas.
OSPINA GALLEGO FABIO HUMBERTO	Fabricación y venta de alimentos y bebidas.
QUEBRADA QUEBRADA LUZ AMPARO	Fabricación y venta de refrescos.
RAVE RESTREPO FERNANDO	Fabricación y venta de pan.
RAVE RESTREPO JAVIER	Fabricación y venta de pan.
ROBLEDO VILLEGAS JORGE EDUARDO	Fabricación y venta de productos alimenticios.
RODRIGUEZ MORALES NEYSA	Elaboración de productos de panadería, almojábana.
S.O.S GOURMET SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	a. La transformación de las materias necesarias para la producción, procesamiento, empaque, comercialización y distribución de comestibles para el consumo humano. b. la venta de café, té, lácteos, bebidas y helados. c. la venta de productos de panadería y repostería. d. la comercialización de productos de charcutería como lo son conservas, quesos, embutidos y vinos. e. la participación directa o como asociado en la fabricación, producción, distribución, comercialización de productos.
SALAZAR CABRERA JUAN PABLO	Elaboración y venta de ensalada de frutas, salpicón, jugos naturales, sándwiches, chafe, helados, entre otros, distribución de productos congelados.
SANCHEZ NOREÑA NANCY NORFARY	Fabricación y venta de chorizos.
SERNA CATAÑO LINA MERCEDES	Fabricación y comercialización de productos de panadería integral, comercialización de productos naturales.
SERNA PALLEJA MARIA ANTONIA	Venta y fabricación de helados.
SUAZA MEJIA ANGELA MARIA	Fabricación y comercialización de productos de repostería y panadería.
VASQUEZ ECHEVERRY SIMON ANDRES	Fabricación y venta de ponqués, piñatas al por menor
YARCE GARCIA LILIANA	Venta y fabricación tángalo y de frito.
AGUA AURA DE VIDA-SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA-SAS	Captación, depuración, distribución y comercialización de agua. Fabricación y comercialización de hielo.
HIELO ICE COOLD S.A.S	Fabricación y distribución de hielo, producir y comercializar productos para procesar agua para el consumo humano e industrial.
CARDENAS GOMEZ JOSE SERGIO	Compra, fabricación y venta de hielo al menor y por mayor.

(Cuadro3)

Las empresas de la ciudad de Dosquebradas son:

RAZON SOCIAL	ACTIVIDAD ECONOMICA
CARDONA GARCIA JUAN PABLO	Fabricación de derivados lácteos
CEBALLOS OCAMPO LUZ ITALIA	Fabricación y distribución de tortas
COMESTIBLES INTEGRALES S.A.	Fabricación y comercialización de productos alimenticios
CORONEL BADILLO ERIKA LILIANA	Fabricación y distribución de arepas
GIL TEJADA DIANA MARIA	Fabricación de arepas
GLADYS YOLANDA PAEZ	Fabricación y venta de quesos
INDUSTRIAS TOMY S.A	Fabricación y comercialización de galletas
LOPEZ CUERVO BLANCA ESNEDA	Fabricación y distribución de comestibles, dulcería
LUCELY MORENO HINCAPIE	Fabricación y distribución de arepas
LUZ MARINA RUEDA ORTIZ	Fabricación de cocadas de leche
MARIA CIELO CARDONA QUINTERO	Fabricación de arepas
NIETO PATIÑO NELSON	Fabricación y comercialización de empanadas y pasteles chilenos
PELAEZ RAMIREZ JESUS MARIA	Fabricación de masa a base de maíz
PRODUCTORA NACIONAL DE ALIMENTOS PRONAL S.A. EN REESTRUCTURACION	Fabricación y comercialización de pasabolas
TABORDA VASQUEZ AURORA CLEMENCIA	Fabricación y venta de tortas

(Cuadro 4)

Las empresas anteriormente mencionadas serán la fuente para la aplicación del instrumento de investigación.

A continuación la aplicación de las cinco fuerzas de Porter en el sector:

a. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Cuando el sector es atractivo por condiciones que muestran ganancias y beneficios, nuevas empresas buscarán ingresar, lo que lleva al aumento de la competencia y por consiguiente la

disminución de rentabilidad, debido a que ese ingreso refleja capacidad adicional, la reducción de precios y rentabilidad es directamente proporcional. El nivel de la amenaza de ingreso depende del nivel de las barreras de entrada a las cuales se suma la reacción de los competidores ya activos, barreras como: las economías de escala, diferenciación del producto, requisitos de capital, costes, acceso a la tecnología, acceso a canales de distribución, políticas gubernamentales, entre otros.

El tercer sector de la economía (Servicios) representa en el PIB de la ciudad de Pereira el 68,1%, siendo el BPO uno de los sectores más representativos; pero la perspectiva del Gobierno Departamental ha ido cambiando y ahora quieren direccionar sus esfuerzos al sector secundario que representa el 26,2%, considerando que el sector BPO no está saturado, pero ya está completo, según Mauricio Vega Lemus presidente ejecutivo de la Cámara de comercio de Pereira. Sigifredo Salazar Gobernador del Departamento de Risaralda, resalta que se va apostar en todo el departamento por la agricultura con un valor agregado, es decir, su transformación, a lo cual se recalca que el sector Alimentos y Bebidas se basan principalmente en la transformación de materia prima de la agricultura.

El sector es atractivo para el ingreso de nuevas empresas no solo locales y nacionales sino también Internacionales, afirmación que se apoya con la publicación de Financial Times uno de los más importantes periódicos del mundo, el cual situó a Pereira entre las 10 primeras ciudades de América Latina atractiva para las inversiones. Aprovechando esa posición el gobierno departamental dirige sus esfuerzos para que nuevas empresas ingresen a ubicarse en el sector industrial.

El municipio de Dosquebradas ha visto una nueva dinámica donde emergen el sector comercio y servicios, pero la administración municipal está protegiendo el sector industrial el cual sigue predominando.

Debido a que no se están presentando barreras y por el contrario existe el apoyo y esfuerzos del gobierno, la consolidación del sector industrial en general de los dos municipios y al atractivo frente a la inversión no solo por beneficios administrativos, ubicación estratégica que conecta con todo el país, sino también por ser municipios rurales que proporcionarían riquezas en materia prima para la transformación en alimentos y bebidas, lleva a que hayan grandes posibilidades de amenazas de nuevos entrantes porque es un mercado que se hace atractivo. Además, las pymes son empresas que no tienen la capacidad para producir a gran escala y cuentan con tecnología base, lo cual no les permite generar grandes barreras que dificulten la entrada de nuevos competidores.

b. El poder de negociación de los proveedores

Cuando los proveedores están muy organizados, son pocos, tienen buenos recursos, poseen nivel de calidad y servicio y pueden establecer las condiciones de negociación con respecto a precios y tamaños de pedido, el sector es menos atractivo, más aún cuando los insumos requeridos son primordiales para las operaciones. Es decir, el poder de los proveedores depende de las condiciones del mercado, de la cantidad de proveedores, de insumos sustitutos y la importancia de producto que ofrecen.

En la ciudad de Pereira y Dosquebradas los proveedores para el sector Alimentos y Bebidas son pocos que proveen de productos como: ingredientes, envolturas, materia prima e insumos agrícolas, los cuales totalizan 14 y son:

- La Manuela (Ingredientes)
- Bebida energética Roxx
- Avícola Risaralda
- Chocoservicios (Envolturas)
- Empaques Plásticos SAS
- Agropecuaria Santa Lucia Ángel Planta El Paraíso
- ServiguadañasLtda,(insumos agrícolas)
- Tienda Agrícola
- Casa Cafetera
- Green Protección de Cultivos Ltda
- Inforagro
- AgropacíficoLtda
- Deltavalle
- Ferreagro El Cafetal

A pesar de ser pocos no pueden establecer condiciones de negociación debido a que no logran cubrir la demanda de todas las materias primas que requiere el sector y los productos que ofrecen no constituyen los más esenciales para los procesos; la ubicación estratégica de las ciudades permite que las empresas puedan comprar sus insumos a otras ciudades cercanas como Cali, Manizales, Yumbo, La Unión Valle y también a aquellas más lejanas (Anexo1). Es decir, los proveedores de la zona centro occidente del departamento no están en la disposición de exigir

precios, tiempos ni cantidades puesto que existen las posibilidades de proveedores de otras ciudades.

c. El poder de negociación de los clientes

Cuando en el mercado hay sobreoferta de productos y hay variedad en sustitutos, el comprador adquiere el poder de exigir precios, puesto que tiene varias opciones en el mercado para elegir y no sería un problema para este si dejara a un vendedor porque tendría más a quienes acudir. En general las características que le otorgan poder a los clientes son la sensibilidad al precio y el poder de negociación, siendo los siguientes los principales factores: bajo número de clientes, alto volumen de compra del cliente y diferenciación de los productos y sustitutos que le permiten tener argumentos para negociar.

A parte de las 69 empresas pymes del sector existentes en la zona, arrojadas por la base de datos de 2014 de Cámara de Comercio de Pereira y Dosquebradas, están presentes otras de diferentes orígenes y no solo pymes sino también aquellas grandes como Comestibles La Rosa SA en Dosquebradas. Además muchos de los productos de alimentos y bebidas no son producidos por empresas allí establecidas, son producidos en otros lugares del país o fuera de él que llegan hasta allí a través de una distribución. Aunque las pymes de este sector de la zona centro occidente del país son pocas existen un gran número de empresas lo que refleja gran cantidad de productos y variedad de ellos al alcance de los clientes; sin embargo, los clientes no tienen el poder de exigir precios porque así como son muchas las empresas también son muchos los clientes, esto debido a que los productos de este sector son de consumo masivo y hacen parte esencial para la vida diaria de las personas. Otra característica que no les otorga más poder es el hecho de que los productos son similares en sus funcionalidades, por lo cual no tienen

diferenciación significativa para su compra y es precisamente a esa diferenciación a la que se debe apostar.

d. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Cuando existe la amenaza de ingreso al mercado de productos diferentes pero que satisfacen la misma necesidad. Esa situación es mucho más compleja cuando los sustitutos poseen mayor avance tecnológico y tienen la capacidad de ingresar con niveles de precios más bajos. Eso lleva a que se vea como una alternativa para el cliente principalmente por el precio. En este caso puede existir el apoyo y esfuerzo conjunto de la industria en el mejoramiento de la calidad, comercialización, cantidad de productos, publicidad, entre otros lo cual ayuda a mejorar la posición del sector en su conjunto.

Los productos que manejan las pymes en el sector de Alimentos y Bebidas de Pereira y Dosquebradas incluyen: productos de panadería, helados, batidos de frutas, pulpa de fruta, postres, carnes, bebidas en general, arepas de maíz, lácteos, dulcería, entre otros. Dentro de los cuales resaltan por cantidad las arepas de maíz, pan y repostería y lácteos. Estos productos se enfrentan a otros con iguales características de empresas mejor constituidas y reconocidas a nivel nacional y mundial que tienen desarrollado un proceso fuerte de marketing mix que han logrado posicionarlos. Por esa razón los productos de las pymes de este sector deben enfrentarse a productos con gran trayectoria y reconocidos, mientras los suyos apenas han iniciado un proceso y no son conocidos por el mercado.

e. Rivalidad entre los competidores existentes

Cuando en un mercado existe constante competencia de precios, campañas publicitarias, promociones y entrada de nuevos productos se debe a que hay muchos competidores y están muy

bien posicionados y debido a esa situación, para una empresa será mucho más difícil entrar a competir; en el caso anterior la rivalidad será mucho más fuerte, pero cuando la industria tiene un líder destacado la rivalidad es menor. En esencia, esta fuerza es el resultado de las cuatro fuerzas anteriores y de las más importantes porque indica a la empresa la necesidad de tomar decisiones que le permitan determinar su posición en medio de los rivales.

Para las pymes es muy difícil su espacio en el sector debido a la cantidad de competidores que además tiene experiencia en el mercado, reconocimiento y variedad en portafolio. Cada una de las pymes trabajadas en esta investigación tiene un único producto para ofrecer o número pequeño limitado de ellos para ofrecer opciones al mercado, es decir que, su permanencia en el mercado está mucho más limitada si los clientes no se conforman con lo que ofrecen. Además están en un mercado con mucha rivalidad en el que se encuentra muchas marcas posicionadas que hacen que las pymes del sector se encuentren en una posición de inequidad, casos como Comestibles La Rosa S.A con Industrias TomyLtda, Bimbo de Colombia S.A con Mi Ponqué, Cremhelado con Helados Iglú, C.I Agrofrut S.A con Productores de Alimentos Johe y Alpina Productos Alimenticios S.A con LactyfrutColombia. Algunas de las grandes empresas aunque no producen en esta zona tienen sistemas de distribución que permiten que sus productos lleguen al lugar y no solo el sistema de distribución sino también los fuertes trabajos en campañas publicitarias.

Para resumir, estas cinco fuerzas permiten generar estrategias a partir del estudio de la industria reflejado en el hecho de que la competencia no son solo los competidores sino también los clientes, los proveedores y los sustitutos, cada uno con un nivel de importancia de acuerdo a cada caso en particular.

4.1. Marco conceptual

A partir de lo anteriormente planteado, se hace necesario definir los conceptos sobre los temas que estructuran el desarrollo de la presente investigación, de la misma manera servirán como soporte para interpretar los resultados que sea obtenidos con el presente trabajo.

4.1.1. Caracterización

La presente variable permitirá realizar la descripción del comportamiento de las PYMES del sector alimentos y bebidas e identificar las empresas que forman parte del sector.

La caracterización es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos cuantitativos con el fin de profundizar el conocimiento sobre algún tema. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente, establecer su significado (sistematizar de forma crítica) (Bonilla, Hurtado & Jaramillo, 2009).

De acuerdo a lo anterior cabe resaltar que la caracterización de la presente investigación tiene como fin la descripción y organización conceptual de las PYMES ubicadas dentro del sector de alimentos y bebidas.

4.1.2. Ventaja competitiva

La ventaja competitiva es definida como la ventaja que posee una empresa frente a otras del mismo sector o mercado; también se refiere a un mejor desempeño en comparación con otros en este caso las ventajas que pueda tener el Subsector de alimentos y bebidas frente a otros subsectores en aspectos tales como calidad del producto, marca, proceso productivo, tecnología, infraestructura, ubicación, distribución, entre otros.

Se hace necesario nombrar algunas personas influyentes en el tema de ventaja competitiva como lo son Porter, Krugman y Benjamín quienes dicen que la competitividad de una nación también debe radicar en los factores que la causa, asimismo se debe visualizar la competitividad desde el ámbito nacional, regional, del sector y de la empresa. (Castellanos, Fonseca, Fúquene, Quintero, & Ramírez, 2013)

Según (Michael Porter) “La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior, se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. En lugar de los costos se debería utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva”

Dicho lo anterior se asume que la presente variable es la capacidad que tengan las PYMES del subsector nombrado anteriormente para producir y ofrecer productos con una diferenciación importante para sobresalir ante los productos similares ofrecidos por los competidores.

4.1.3. Capacidad productiva

La capacidad productiva aplicada en la presente investigación hace referencia al nivel máximo de producción que pueden soportar las PYMES del sector de alimentos y bebidas en circunstancias normales durante un periodo de tiempo determinado, esta se expresa en unidades

relacionadas con periodos de tiempo como las horas, maquinas diarias, horas de trabajo por mano de obra, horas de trabajo por semana, volumen productos alcanzados entre otros; dicho lo anterior se puede definir además como la actividad que permita alcanzar una estructura productiva que sea capaz de satisfacer la demanda, donde se realicen los procesos de una manera adecuada con el fin de lograr la optimización de todos los recursos que son empleados durante el proceso productivo, viéndose como la posibilidad que tienen las PYMES para producir sus bienes generando una utilidad.

A través de los razonamientos presentados se puede concluir que la capacidad productiva dentro de la presente investigación se refiere a la posibilidad que tienen las PYMES del sector nombrado para producir bienes que satisfagan las necesidades de las personas, teniendo una estructura adecuada que consiste en los recursos que no son incorporados a los productos obtenidos si no que hacen parte de todo el proceso de transformación.

4.1.4. Viabilidad inversionista

El concepto de la presente variable hace referencia a un análisis donde se evalúan las empresas o sectores que puedan ser viables a la posibilidad de tener éxito económicamente, que conlleve a la ampliación o expansión de una empresa o sector, identificando las posibilidades que puedan ser de alto riesgo antes de invertir una cantidad de dinero significativa; uno de los propósitos principales del estudio de viabilidad consiste en poder demostrar la viabilidad del negocio o del sector y tener un estimado del posible rendimiento o ganancia económica que se espera obtener.

Según (José I. Vega, 2009) es necesario seguir un enfoque para determinar la viabilidad de una iniciativa empresarial siguiendo unas etapas que permitan dar una planificación y ejecución

a la investigación, cabe resaltar que en la práctica del proceso de identificación de viabilidad no es necesario evaluar en detalle cada uno de los siguientes aspectos para llegar a una conclusión. Los aspectos nombrados por el autor para hacer una viabilidad inversionista son; **viabilidad conceptual**, esta se hace necesaria para identificar las fortalezas y debilidades de la idea inversionista; **viabilidad operacional**, identifica los recursos humanos, la infraestructura disponible, la capacidad tecnológica, los requisitos legales que impone el gobierno sobre el sector entre otras; **viabilidad de mercado** uno de los componentes más importantes en el proceso de determinación de la viabilidad de negocio dentro del presente está incluido un estimado del mercado potencial que se refiere a la cantidad total del producto que pueda ser vendido dentro del área, también identifica la participación proyectada en el mercado y las proyecciones de ventas para soportar la base del análisis financiero; **viabilidad económica**, es el análisis financiero que determina la viabilidad económica donde están incluidas las proyecciones de ingresos y gastos, análisis de las fuentes y usos de los fondos o inversión inicial requerida, estimación del rendimiento de la inversión en otros.

De acuerdo a lo anterior se puede concluir que la viabilidad inversionista debe ser un estudio preparado que pueda identificar si las PYMES del sector alimentos y bebidas puede aportar ventajas competitivas a la región, de la misma manera identificar si se pueden generar utilidades interesantes que logre convencer a la realización inversiones aportando al crecimiento del sector.

4.1.5. Subsector alimentos y bebidas (pymes)

El Subsector Alimentos y Bebidas es altamente demandado genera día a día exigencias para ser un sector aún más competitivo, a partir de maquinarias, herramientas u otros medios; el subsector de alimentos comprende las empresas que se dedican a la producción, transformación,

conservación y comercialización de carne y pescado, elaboración de productos de molinería, de almidones, productos de panadería, elaboración de productos de café, refinerías de azúcar y trapiches, derivados lácteos, entre otros en el caso de subsector de bebidas reúne los productores embotelladores y comercializadores de bebidas, es necesario argumentar que son todos los productos que sean provenientes de la agricultura, ganadería, pesca, riqueza forestal; que son transformados para el consumo de las personas y de otras empresas llamadas de servicios, hoteles, balnearios, restaurantes, supermercados entre otros.

De acuerdo con la Ley 590 del 10 de julio del 2000, las PYMES se clasifican así:

- Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Mediana Empresa: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

De acuerdo a lo anterior es necesario resaltar que los principales sectores que se encuentran dentro de las PYMES, se basan en el aprovechamiento de los recursos naturales, de origen agropecuario, donde se incluye el Subsector de Alimentos y Bebidas.

4.2. Marco legal

Con el objetivo de poder garantizar la viabilidad normativa para la realización del proyecto planteado en la presente investigación, a continuación se desarrollará los requisitos y normas vigentes establecidas para el Sector Alimentos y Bebidas.

➤ **INVIMA**

Es el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, que se encarga de la ejecución de la vigilancia sanitaria y control de calidad de los alimentos y medicamentos principalmente para proteger y promover la salud de la población mediante la gestión del riesgo asociada al consumo de alimentos, medicamentos y otros productos objeto de vigilancia sanitaria.

En el sector de Alimentos y Bebidas los productos objeto de la vigilancia a la producción y procesamiento de alimentos y materias primas para la producción de los mismos en beneficio de las personas son:

- Carne y derivados
- Leche y derivados
- Panela
- Frutas y otros vegetales
- Alimentos procesados
- Aguas y refrescos
- Insumos y materias primas

El Invima además se encarga de promover el desarrollo científico de los productos alimenticios entre ellos: Medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos, dispositivos y elementos médico-quirúrgicos u odontológicos, productos naturales, homeopáticos y los generados por biotecnología, productos de aseo higiene y limpieza y los plaguicidas de uso doméstico entre otros.

- **Decreto 3075 de 1997 Regula proceso dentro de la cadena**

Condiciona las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional, debido a que la salud es un bien de interés público se regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran:

a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.

b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.

d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

- **Decreto 539 de 2014 Requisitos Sanitarios importadores y exportadores**

Reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los importadores y exportadores de alimentos para el consumo humano, materias primas e insumos para alimentos destinados al consumo humano y se establece el procedimiento para habilitar fábricas de alimentos ubicadas en el exterior.

- **Decreto 1362 - Junio 25/2012 Comisión del Beneficio de animales para el consumo humano**

Creación de la Comisión Nacional intersectorial para la Coordinación y Orientación Superior del Beneficio de Animales Destinados para el Consumo Humano, donde se verifican las prácticas que son realizadas como sacrificio de los animales destinados para consumo humano y se sanciona las empresas o personas que incumplen con las condiciones higiénicas sanitarias establecidas dentro de la norma, también se generan sanciones si no se cumplen las exigencias en salud pública, que puede exponer a la población en general, ante un riesgo para la salud humana, también se promueve un espacio institucional orientado a atacar la problemática de sacrificio ilegal de los animales y conductas que estén asociadas.

- **Decreto 2270 - Noviembre 2/2012 vigilancia y control de productos cárnicos**

Reglamento técnico a través del cual se crea el Sistema Oficial de Inspección, Vigilancia y Control de la Carne, Productos Cárnicos Comestibles y Derivados Cárnicos, destinados para el Consumo Humano y se fijaron los requisitos sanitarios y de inocuidad que se deben cumplir en su producción primaria, beneficio, desposte, desprese, procesamiento, almacenamiento, transporte, comercialización, expendio, importación o exportación; siendo un sistema oficial de inspección, vigilancia y control de la Carne, productos cárnicos comestibles y derivados cárnicos destinados para el consumo humano.

- **Decreto Numero 2131 DE 1997 Cárnicos Información**

Se dictan disposiciones sobre productos cárnicos procesados, el decreto hace referencia a la fecha límite de utilización, fecha de vencimiento o fecha límite de consumo recomendado para

los productos cárnicos procesados será fijada por el fabricante, con base en la Norma Técnica Colombiana, NTC 512-1 (cuarta actualización) “Industrias Alimentarias, Rotulado Parte 1: Norma general oficializada por el Consejo Nacional de Normas y Calidades, la vigilancia y el control corresponde al Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, y a las Direcciones Territoriales de Salud ejercer las actividades de vigilancia y control, la aplicación de las respectivas medidas preventivas o de seguridad e imponer las sanciones que se deriven del incumplimiento de este decreto. Para estos efectos, los productores e importadores mantendrán a disposición de las autoridades sanitarias el sustento técnico correspondiente.

- **Decreto 2106 - Julio 26/1983 Uso de aditivos para alimentos.**

Se reglamenta la identidad, clasificación, uso, procesamiento, importación, transporte y comercialización de aditivos para alimentos; el presente decreto aplica a los aditivos para los alimentos que se produzcan, importen, procesen, envasen, transporten comercialicen o se consuman en el territorio nacional.

- **Decreto 2229 - Abril 14/1994 Requisitos bebidas energéticas.**

Se dictan normas referentes a la composición, requisitos y comercialización de las Bebidas que son destinadas “proporcionar nutrientes por esfuerzos físicos extraordinarios” o condiciones especiales del medioambiente es decir Hidratantes Energéticos para deportistas.

- **Decreto 561 - Marzo 8/1984 Reglamento expendio de productos de la pesca.**

Se reglamenta el procesamiento, transporte y expendio de los productos de la pesca, donde deberá someterse la reglamentación contenida en el presente decreto y a las disposiciones complementarias para el desarrollo de la comercialización y consumo humano.

- **Decreto 547 - marzo 19/1996 Reglamentación expendio de la sal para consumo humano**

Consiste en la reglamentación en cuanto a la expedición del registro Sanitario y a las condiciones sanitarias de producción, empaque y comercialización, al control de la sal para consumo humano y se dictan otras disposiciones sobre la materia; considerando su vigilancia en cuanto la calidad y el adecuado uso de la sal para consumo humano, estableciendo una reglamentación de obligatorio cumplimiento y observancia en cuanto a las condiciones sanitarias y de calidad en los procesos de producción, empaque y comercialización de dicho producto.

- **Decreto 1944 de 1996 (octubre 28) Fortificación de la harina de trigo.**

Reglamentación de la fortificación de la harina de trigo y se establecimiento de las condiciones de comercialización, rotulado, vigilancia y control, el Ministerio de Salud debe formular las políticas y normas sobre el control de los factores de riesgo del consumo para su aplicación por el instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos, Invima, y las entidades territoriales.

- **Decreto 1601 - Junio 27/1984 Sanidad Portuaria.**

Reglamentación en cuanto a Sanidad Portuaria y Vigilancia Epidemiológica en naves y vehículos terrestres, donde consiste en el control y vigilancia sanitaria de los terminales portuarios que deberá efectuarse con el objeto de evitar la entrada, salida y propagación de enfermedades que afecten a la población humana, a los animales o vegetales y sus productos, o deterioren el ambiente. La organización y funcionamiento de la sanidad portuaria, vigilancia epidemiológica nacional e internacional, y el saneamiento de áreas portuarias, zonas francas, naves y otros vehículos estarán sujetos condiciones y demás, donde los Ministerios de Salud y de

Agricultura dicten o señalen acciones de coordinación con organismos involucrados en Programas integrados de Sanidad Portuaria o con responsabilidades en el manejo o funcionamiento portuario.

- **Decreto número 476 de 1998 Condiciones de lácteos**

Reglamentación y condiciones de la leche que se produzca, se envase se comercialice o consuma en el territorio nacional deberá someterse a las reglamentaciones del presente decreto y a las disposiciones complementarias que en desarrollo del mismo o con fundamento en la Ley dicte el Ministerio de Salud para su comercialización y consuma en el territorio nacional.

Los Derivados Lácteos que sean producidos, transportados, procesados, envasados, comercializados con el fin de que se consuman en el territorio nacional, deberán cumplir con las reglamentaciones de la presente resolución y las disposiciones complementarias.

- **Decreto 1324 DE 1998 Fortificación del azúcar**

Se reglamenta la fortificación del azúcar con vitamina A y se establecen las condiciones de comercialización, rotulado, vigilancia y control; donde se formulan políticas sobre el control de los factores de riesgo del consumo para su aplicación por parte del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima; y las entidades territoriales, donde empresas que se encarguen de procesamiento de este producto se comprometan en la erradicación de las deficiencias de micronutrientes en Colombia.

- **RESOLUCIÓN 10593 DE 1985 Lista de colorantes permitidos en la Industria alimentaria.**

De acuerdo al Decreto 2106 del 26 de julio de 1983 se elabora la lista de aditivos en los alimentos para consumo humano que puedan utilizarse en el territorio nacional.

➤ **RESOLUCION NUMERO 14712 DE 1984 Reglamenta Frutas Vegetales.**

Reglamenta lo relacionado con producción, procesamiento, transporte, almacenamiento y comercialización de vegetales como frutas y hortalizas elaboradas, donde se reglamentan las condiciones sobre el control sanitario de los vegetales, frutas y hortalizas elaboradas y destinadas para el consumo humano, todo esto deberá ser efectuado por el Ministerio de Salud y los servicios seccionales de salud con el fin de evitar enfermedades vehiculizadas por estas.

➤ **RESOLUCIÓN 15790 DE 1984 Reglamentación sobre los derivados del Tomate**

Condiciones sobre las características organolépticas físico-químicas y microbiológicas de los derivados del tomate

La salsa de tomate deberá presentar las siguientes características organolépticas.

ASPECTO: Masa blanda de consistencia uniforme.

COLOR: Rojo característico

OLOR: Propio y libre de olores extraños.

SABOR: Propio y libre de sabores extraños. El producto deberá poseer sabor y olor distintivos debido a su preparación con ingredientes de buena calidad, además de estar libre de sabor o sobre cocido.

➤ **RESOLUCIÓN 17882 DE 1985 Regula los alimentos la mayonesa.**

Normas para la aplicación sobre alimentos en lo relacionado con Mayonesa, su elaboración, conservación y comercialización siendo la Mayonesa un producto emulsionado de consistencia cremosa o semisólida, preparado con aceite vegetal comestible refinado, huevos o yemas de huevos, vinagre, sal, condimentos o especias y aditivos permitidos; deberá presentar las siguientes características organolépticas

ASPECTO: Masa homogénea sin separación de fases

COLOR: Blanco al amarillo pálido

OLOR: Característico y libre de rancidez

SABOR: Característico y libre de rancidez

➤ **RESOLUCIÓN 4124 DE 1991 Antioxidantes que se pueden utilizar en alimentos.**

Normas sobre aditivos, en especial sobre Antioxidantes, que son las sustancias o mezclas de sustancias que retardan o impiden la aparición de alteraciones por oxidación de los alimentos.

➤ **RESOLUCIÓN 4125 DE 1991 Conservantes que se pueden utilizar en alimentos**

Normas sobre conservantes o aditivos que son sustancias o mezclas de sustancias que impiden o retardan el proceso Biológico de alteración, producido en los alimentos por los microorganismos o las enzimas.

➤ **RESOLUCIÓN 4126 DE 1991 Acidulantes, Alcalinizantes, reguladores de PH de la acidez**

Regula lo relacionado a los acidulantes, alcalinizantes, reguladores de pH de la acidez utilizados en los alimentos se establecen normas sobre Aditivos Alimentarios a fin de evitar efectos nocivos para la salud, siendo los Acidulantes las sustancias o las mezclas de sustancias capaces de comunicar un pH ácido o intensificar el sabor ácido o disminuir el pH alcalino de los alimentos.

➤ **RESOLUCIÓN 126 DE 1964 Normas elaboración y control de grasas y aceites comestibles.**

Normas sobre la elaboración y control de Grasas y Aceites Comestibles para consumo humano; que son denominadas como una serie de compuestos de origen vegetal o animal que son químicamente triglicéridos.

➤ **RESOLUCIÓN 4393 DE 1991 pastas alimenticias.**

Regula la fabricación, empaque y comercialización de pastas alimenticias que son un producto preparado mediante el secado apropiado de las figuras formadas con una masa sin fermentar, preparada con agua y los derivados del trigo para el consumo humano o mediante la combinación adecuada de los mismos.

➤ **RESOLUCIÓN 1287 DE 1976 Normas sobre grasas y aceites comestibles de origen animal**

Reglamento sobre las grasas, aceites comestibles constituidos por glicéridos de ácidos grasos de origen animal, vegetal o marino, como productos lácteos además sustancias alimenticias diferentes de las constituyentes de la leche. Las sustancias agregadas, en ningún caso podrán reemplazar un componente cualquiera de la leche, excepto cuando el producto sea destinado para fines de alimentación específica.

El producto terminado deberá ser acondicionado en atmósfera de gas Inerte, en envases herméticamente cerrados de tal manera que queden al abrigo de la humedad, aire, luz, o cualquier otra causa de descomposición.

➤ **RESOLUCIÓN 11488 DE 1984 Norma alimentos infantiles, alimentos y bebidas de uso dietético.**

Reglamento referente a procesamiento, composición, requisitos y comercialización de los alimentos infantiles, de bebidas enriquecidas y alimentos bebida de uso dietético. De conformidad con la con el Decreto 2333 de 1982 el Ministerio de Salud debe reglamentar las técnicas y control sobre los aditivos permitidos para alimentos infantiles, alimentos y bebidas enriquecidas, alimentos y bebidas de uso dietético.

➤ **RESOLUCIÓN 7992 DE 1991 Regula jugos, concentrados, pulpas de frutas**

Por la cual se reglamenta parcialmente los Jugos, Concentrados, Néctares, Pulpas, pulpas azucaradas y refrescos de frutas que se produzcan, importen, exporten, transporten, envasen y comercialicen en el territorio nacional deberán cumplir con las reglamentaciones de la presente resolución y las disposiciones complementarias.

➤ **RESOLUCIÓN 12186 DE 1991 Agua Potable consumo humano**

Se fijan las condiciones para los procesos de obtención, envasado y comercialización de agua potable tratada, con destino al consumo humano; debido a que es un alimento de alto riesgo epidemiológico, y es necesario establecer las condiciones sanitarias para la obtención y Comercialización de agua potable tratada con destino al consumo humano, como medida de protección de la salud.

➤ **RESOLUCIÓN 15789 DE 1984 Reglamentación sobre mermeladas y jaleas de frutas.**

Normas sobre las características organolépticas físico-químicas y microbiológicas de las mermeladas y jaleas de frutas, deberán cumplirse las disposiciones generales contenidas en la Resolución, las mermeladas deberán presentar las siguientes características organolépticas:

COLOR: Uniforme, característico de la fruta procesada, sin que puedan presentar color extraño por elaboración defectuosa.

OLOR: Propio de la fruta procesada y libre de olores extraños

SABOR: Distintivo y característico de la fruta procesada, dulce y libre de sabores extraños

TEXTURA: Producto de buena consistencia, significando con ello un producto pastoso, firme, pero no duro.

ASPECTO: Bueno, significando con ello un producto libre de materias extrañas, aceptando la presencia de burbujas de aire en cantidad tal que no afecte la calidad normal del producto. Los componentes deben estar uniformemente distribuidos.

➤ **RESOLUCIÓN 2284 DE 1995 Elaboración y comercialización de panela**

Establece las medidas sanitarias sobre producción, elaboración y comercialización de la panela; los trapiches paneleros no son en sentido estricto fábricas de alimentos sino establecimientos dedicados a una actividad artesanal que no requieren licencia sanitaria de funcionamiento, sino que deben someterse a un régimen especial para efectos de su inscripción y control sanitario, en los términos previstos.

➤ **RESOLUCIÓN 402 DE 2002 Comercialización del aves y derivados**

Se establecen los requisitos para la comercialización de las aves beneficiadas enteras, despresadas y/o deshuesadas que se someten a la técnica de marinado, debido a que se clasifica la carne, los productos cárnicos y sus preparados como alimentos de mayor riesgo en salud pública.

➤ **RESOLUCIÓN 17855 DE 1984 Recomendaciones diarias de consumo de calorías y nutrientes.**

Se establece la recomendación del instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y de las "Recommended Dietary Allowances" (RDA) de la Academia Nacional de Ciencias de los Estados Unidos diaria de consumo de calorías y nutrientes.

➤ **DECRETO 60 de 2002 Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico - H.A.C.C.P en las fábricas de alimentos**

Se promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico - H.A.C.C.P en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación (Sistema de Aseguramiento de la Calidad Sanitaria o inocuidad) se realiza mediante el análisis de peligros y control de puntos críticos o de otro sistema que garantice resultados similares, el cual deberá ser sustentado y estar disponible para su consulta por la autoridad sanitaria competente.

El Sistema H.A.C.C.P es utilizado y reconocido actualmente en el ámbito internacional para asegurar la inocuidad de los alimentos y que la Comisión Conjunta FAO/OMS del Codex Alimentarios, propuso a los países miembros la adopción del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico H.A.C.C.P, como estrategia de aseguramiento de la inocuidad de alimentos debido a que Colombia como país miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC) debe cumplir con las medidas sanitarias que rigen esta organización, razón por la cual

debe revisar y ajustar la legislación sanitaria de conformidad con la demanda del mercado internacional.

➤ **RESOLUCION NUMERO 2387 DE 1999 Norma técnica sobre las industrias alimentarias**

Norma Técnica Colombiana sobre las industrias alimentarias oficializada por el consejo nacional de normas y calidades, sobre Etiquetado y Rotulado de Productos Alimenticios, con el fin de oficializarla para los productos clasificados como alimentos, de acuerdo con las normas sanitarias vigentes; la norma es vigilada y controlada por el Invima y a las Direcciones Territoriales de Salud, la para garantizar la aplicación de las respectivas medidas preventivas o de seguridad e imponer las sanciones que se deriven del incumplimiento de este decreto.

➤ **RESOLUCION NUMERO 2649 DE 1998 Régimen Sanitario**

Se establece el Régimen Sanitario para la utilización de incentivos en contacto con alimentos, consistente en la inclusión de objetos extraños en contacto con el alimento.

Colombia como país miembro de la Organización Mundial del Comercio, OMC, debe acoger las medidas sanitarias que rigen esta organización y por tanto cumplir con los compromisos adquiridos, entre otros el de eliminar obstáculos técnicos al comercio; razón por la cual se hace necesario reglamentar y actualizar el Régimen Sanitario, de acuerdo con los avances tecnológicos de la industria alimentaria y el desarrollo e innovación de productos alimenticios a nivel mundial.

➤ **Icontec Revisión norma técnica NTC 512-2 Sobre rotulado nutricional**

Las Normas técnicas colombianas, que son emitidas por el Icontec, regulan diferentes industrias en beneficio del consumidor y son de voluntario cumplimiento sobre las industrias alimentarias, consiste en el rotulado nutricional de alimentos envasados, que rige a todos los alimentos la presente norma, está basada principalmente en el Codex Alimentarium y en la norma de rotulado de la FDA, se dan parámetros a la industria para hacer declaraciones nutricionales y de salud de sus productos.

➤ **RESOLUCION NUMERO 2652 DE 2004 Requisitos de Rotulado o Etiquetado**

Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. Comunidad Andina señala las directrices para la elaboración, adopción y aplicación de Reglamentos Técnicos en los Países Miembros de la Comunidad Andina y a nivel comunitario, estableciendo que los Reglamentos Técnicos que se elaboren, adopten y apliquen deberán establecer en relación con los requisitos de envase, empaque y rotulado o etiquetado, las especificaciones técnicas necesarias de los envases o empaques adecuados al producto para su uso y empleo, así como la información que debe contener del producto, incluyendo su contenido o medida.

➤ **DECRETO NUMERO 1270 DE 2002 Marca Fabrica, Registro Sanitario**

Se reglamenta y condiciona la obligación de cumplir el decreto conforme a los alimentos y bebidas que se expendan bajo marca de fábrica y con nombres determinados, requerirán de registro sanitario de acuerdo con la reglamentación expedida por el Ministerio de Salud, el cual

indica que los alimentos de origen vegetal se deben amparar bajo un mismo registro sanitario, debido a que representan menor riesgo para la salud pública.

➤ **DECRETO NUMERO 977 DE 1998 Codex Alimentarius**

Creación del comité nacional del Códex Alimentarius y se fijan sus funciones, fijar las normas y reglamentos sobre calidad de los productos con miras a defender el interés de los consumidores y de los productores de las materias primas.

➤ **ACUERDO DE 2003 Acciones conjuntas para controlar la fabricación ilegal de la panela.**

Existe una producción importante de panela adulterada que está causando graves perjuicios tanto a los productores de caña como de panela y azúcar, originando a su vez empobrecimiento, desempleo, engaño a los consumidores y fomento al robo de caña, mieles y azúcar. Para lograr mayor efectividad en la erradicación de esas prácticas ilegales, se acordó aunar esfuerzos y realizar conjuntamente las acciones pertinentes, donde se reforzaría los controles sobre el ingreso ilegal de azúcar por las fronteras terrestres.

➤ **LEY 9ª de 1991 Nuevo régimen cambiario, Inversión extranjera**

En el marco normativo de la ley 9ª de 1991, mediante la que se adoptó un nuevo régimen cambiario y de inversión extranjera, se estipularon tres principios fundamentales: el de igualdad, al estipular un tratamiento igual tanto para el inversor nacional como el extranjero; el de universalidad, al permitirse la entrada de flujos externos a cualquier actividad económica; y el de automaticidad, al suprimirse los criterios de aprobación por parte del Estado con excepción de algunas actividades, donde se prohíbe la inversión extranjera en el sector de la defensa nacional y en la disposición de basuras tóxicas, peligrosas o radiactivas no producidas en Colombia; en

sectores relacionados con servicios públicos se requiere autorización previa; y en sectores tales como telecomunicaciones y transporte aéreo y marítimo existe restricción en la participación accionaria.. La única condición de cumplimiento institucional consiste en la obligación de los inversionistas extranjeros de registrar la inversión en el Banco de la República con el fin de garantizar sus derechos cambiarios. Así mismo, se flexibilizaron las disposiciones legales del derecho cambiario mediante la supresión de los tope máximos a la repatriación de utilidades, los reembolsos de capital y los pagos por contratos de transferencia de tecnología, con la garantía adicional de mantener esta decisión a pesar de posibles modificaciones legales posteriores.

Este marco se complementó con medidas tendientes a promocionar a Colombia como un país atractivo a la inversión extranjera. Se varió el régimen especial de inversiones de entidades nacionales en el exterior en el caso del sector financiero y de seguros, permitiéndose a las instituciones financieras colombianas, vigiladas por la Superintendencia Bancaria, la realización de inversiones en entidades financieras y de seguros del exterior.

➤ **LEY 590 DE 2000, Promueve el desarrollo de pequeñas y medianas empresas.**

La presente ley tiene como objetivo promover el desarrollo de micro, pequeñas y mediana empresas considerando sus capacidades de generar empleo para el país, el desarrollo regional y la integración entre sectores económicos. Promover mercados altamente competitivos mediante incentivos de capitalización de las micro, pequeñas y grandes empresas.

Dicho lo anterior cabe resaltar esta ley, debido a que en el presente proyecto investigativo se trabajará con las Pymes de Pereira y Dosquebradas del sector alimentos y bebidas, las cuales deberán estar regidas a dicha normatividad para alcanzar un desarrollo favorable que genere

competitividad frente a otros mercados apoyadas por entidades estatales importantes para el desarrollo y sostenimiento de estas pequeñas empresas como lo es el Consejo Superior de Microempresas conformado por: el Ministro de Desarrollo Económico, Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Ministro de Trabajo y Seguridad Social, Ministro de Medio Ambiente, entre otras entidades relevantes, las cuales brindan apoyos a las Pymes para su formación, desarrollo y crecimiento.

5. Diseño metodológico

El alcance de la investigación es de tipo exploratorio y descriptiva. Exploratorio debido a que se examina un tema poco estudiado, no existen más investigaciones enfocadas en el mismo tema y por lo tanto no se ha llegado a ninguna conclusión, además la investigación determina conceptos y entrega una base para futuros estudios. La investigación descriptiva tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables. El procedimiento consiste en medir en un grupo de personas u objetos una o generalmente más variables y proporcionar su descripción. Son, por lo tanto, estudios puramente descriptivos que cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas. Por lo cual, la investigación que aquí se está desarrollando hace parte de ese tipo de investigación, porque los investigadores basados en la categoría Capacidad productiva” buscan describir la incidencia de esta es la viabilidad de las inversiones extranjeras.

Con respecto a su diseño, dentro de la clasificación de la investigación cuantitativa se ubica en la investigación no experimental, se entiende la investigación no experimental como aquella que se realiza sin manipular las variables, observa fenómenos en su contexto natural, para después analizarlos, es decir se observan situaciones existentes las cuales no son provocadas intencionalmente por el investigador; donde las variables independientes han ocurrido y no pueden ser manipuladas. Con lo anteriormente conceptualizado se puede deducir que la investigación es de tipo no experimental debido a que se analiza la capacidad productiva, es decir, la capacidad de producción que poseen las empresas, la cual es una variable ya existente que los investigadores no pueden modificar y que influye en la viabilidad para las inversiones.

Y finalmente dentro de las no experimentales se ubica en el tipo Transversal porque con solo una visita de campo se logra adquirir la información para cumplir con los objetivos.

6. Población

Para determinar la población se utilizó la base de datos de la Cámara de Comercio de Pereira y Dosquebradas del año 2014, dentro de la cual aparece el registro de las empresas existentes de todos los sectores en general, con 495 empresas de Pereira y 398 de Dosquebradas. Teniendo en cuenta que la investigación se basa en el Sector Alimentos y Bebidas se filtró el registro para obtener solo las empresas pertenecientes a este subsector, las cuales totalizan 69 (Ver cuadro 3 y 4).

7. Muestra

Se seleccionaron tres micro sectores teniendo en cuenta aquellos que reportaran en la base de datos mayor cantidad de empresas, estos sectores son: arepas de maíz, lácteos y pulpa de fruta. Entre los tres micro sectores las empresas suman 28 que corresponden a la muestra de la presente investigación, la cual no es estadística puesto que se aplicará el instrumento al total de empresas pertenecientes a los micro sectores seleccionados.

Las empresas son:

Dosquebradas	CORONEL BADILLO ERIKA LILIANA
	LUCELY MORENO HINCAPIE
	GLADYS YOLANDA PAEZ
	MARIA CIELO CARDONA QUINTERO
	PELAEZ RAMIREZ JESUS MARIA
	CARDONA GARCIA JUAN PABLO
	GIL TEJADA DIANA MARIA
Pereira	ROBLEDO JARAMILLO ANDREA CONSTANZA
	ARIAS ZAPATA ADYELA
	PARRA VILLA JUAN CARLOS
	JARAMILLO FLOREZ ALVARO
	COMAREPA
	ZAPATA MOSQUERA JAIME ANTONIO
	AFRO FRUTAS DEL PACIFICO E.U.
	BATERO LONDOÑO DAVID ALONSO
	IDARRAGA VALENCIA CESAR AUGUSTO
	QUEBRADA QUEBRADA LUZ AMPARO
	QUICENO CALDERON LUZ AYDA
	AGROPECUARIA AMALTEA E.U.
	OCAMPO HENAO LUIS ANTONIO
	PALLEJA BAHOS JORDI
	LOPEZ SOSA HERMAN ALEJANDRO
	DUQUE LOPEZ MARIA GLADIS
	CARDONA MOLINA MARCO TULIO
	VALENCIA BENJUMEA JORGE ARMANDO
	ESCOBAR MARULANDA GLORIA ELENA
	HERNANDEZ MORALES ESTELA
ORREGO AYALA DALADIER	

(Cuadro 5)

8. Instrumento

El instrumento de investigación corresponde a un censo dividido en seis secciones que totalizan 65 preguntas que después de ser analizadas permiten dar respuesta a los objetivos planteados sobre caracterización, capacidad productiva y viabilidad de inversión extranjera. A continuación se puede observar el diseño del censo:

CENSO

Objetivo general

Determinar la capacidad productiva de las pymes de los micro sectores pulpa de fruta, lácteos y arepas de maíz del subsector Alimentos y Bebidas de la zona centro occidente del departamento de Risaralda a través de la caracterización administrativa y operativa para validar las oportunidades de inversión extranjera o nacional.

CUESTIONARIO A CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDAS

A. Información general de la empresa

1. Nombre de la empresa o de la Unidad Productiva: _____
(Si es una unidad productiva pase a la pregunta 2, si no entonces pase a la pregunta 3)
2. ¿Cuál es su actividad?: _____
3. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?: años _____
4. Tipo de sociedad

SA	_____
SAS	_____
LTDA	_____
ONG	_____
Otros	_____ ¿Cuál? _____
5. Número de empleados:

Permanentes _____	Temporales _____
Mujeres _____	Hombres _____
6. Grupos especiales vinculados con la producción:

Núcleo familiar	_____
Mujeres Cabeza de familia	_____
Jóvenes rurales	_____
Desplazados	_____
Grupos indígenas	_____
Comunidad afro	_____
Ninguno de los anteriores	_____
Condición especial	_____ ¿Cuál?: _____
Otro:	_____ ¿Cuál?: _____
7. Su actividad específica en la cadena corresponde a:

Fabricante	_____
Distribuidor	_____

Exportador _____
 Importador _____
 Comercializador _____
 Instalador _____

8. ¿A quién vende su producción?:

Fabricantes _____
 Distribuidor _____
 Exportador _____
 Industriales _____
 Particulares _____
 Comercializadores _____
 Otros _____ ¿Cuál? _____

B. Infraestructura y funcionamiento de la empresa.

1. ¿Con qué equipos cuenta para realizar su actividad?

Equipo	Descripción	Usos	Cantidad

3. ¿Qué área posee para el procesamiento de los productos?: _____ m²

4. Indicadores financieros

4.1 Total ventas promedio anual Volumen _____ \$ _____

4.2 Total ventas en los últimos 5 años Volumen _____ \$ _____

4.3 ¿En cuánto estima usted los costos de producción anualmente? _____

5. Estrategia orientada a la innovación

5.1 ¿Usted realiza actividades de investigación y desarrollo? Si__ No__

Si su respuesta es no, pase a la pregunta 6

5.2 ¿Cuánto de su ganancia, destina usted para actividades de investigación y desarrollo?

<1% _____

1-3% _____

3-6% _____

6-9% _____

>9% _____

6. Marketing (mercadeo)

6.1 ¿Usted realiza actividades de marketing? Si__ No__

Si su respuesta es no, pase a la pregunta 7

6.2 ¿Cuántos son sus gastos en actividades de marketing (% del total de costos)?

<1% _____

1-3% _____

3-6% _____

6-9% _____

>9% _____

7. Desarrollo del talento humano

- 7.1 La mayoría de los trabajadores tienen:
- Sin educación _____
- Incompleta educación primaria _____
- Completa educación primaria _____
- Incompleta educación secundaria _____
- Completa educación secundaria _____
- Educación tecnológica _____
- Educación incompleta universitaria _____
- Educación completa universitaria _____

7.2 Cuántos son sus gastos en entrenamiento de personal (% del total de costos)?

- <1% _____
- 1-5% _____
- 6-10% _____
- >10% _____

C. Relaciones de confianza en la cadena de valor, en términos de las relaciones de transacción con los principales compradores y proveedores.

1. Relación con los compradores

- 1.1 ¿Aproximadamente cuántos compradores tiene? _____

Respecto a los 3 principales compradores:

Pregunta	Parámetro	Comprador 1	Comprador 2	Comprador 3
% de la producción que adquieren	< 50%			
	50 – 80%			
	> 80%			
¿Donde están ubicados?	Región			
	Colombia			
	América Central			
	América del Sur			
	Estados Unidos			
	Europa			
	Asia			
	Otro. Cuál?			
¿Quién determina los precios?	La empresa			
	El mercado			
	Los compradores			
	Otros. Quien?			
Frecuencia con la cual se relaciona con los principales compradores	Constantemente			
	Esporádicamente			
	Varias veces en el año			
Tiempo durante el cual se ha relacionado	No. de años			

Forma de relación con los compradores	Pedidos permanentes			
	Pedidos esporádicos			
	Contratos			
	Acuerdos tácitos			
	Otra. Cuál?			
Referente a sus compradores Usted tiene:	Alta Confianza			
	Moderada confianza			
	Baja Confianza			
	No hay confianza			
¿Por qué?				
¿Qué tipo de información recibe de los compradores?	Especificaciones de productos			
	Estándares y conformidades			
	Información del mercado			
	Información de precios actuales del mercado			
	Ninguna de las anteriores			
	Otra. ¿Cuál?			

2. Relación con los proveedores

2.1 ¿Aproximadamente cuántos proveedores tiene? _____

Respecto a sus proveedores:

Pregunta	Parámetro	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
¿Con qué criterio selecciona usted sus proveedores?	Calidad			
	Tiempo de entrega			
	Valor agregado			
	Tecnología utilizada			
	Servicio postventa			
	Garantía			
	Otro. ¿Cuál?			
¿Dónde están ubicados?	Región			
	Colombia			

	América Central			
	América del Sur			
	Estados Unidos			
	Europa			
	Asia			
	Otro. Cuál?			
¿Con qué frecuencia se relaciona con los principales proveedores?	Constantemente			
	Esporádicamente			
	Varias veces en el año			
Tiempo durante el cual se ha relacionado con sus proveedores	No. de años			
Forma de relación con sus proveedores	Pedidos permanentes			
	Pedidos esporádicos			
	Contratos			
	Acuerdos tácitos			
	Otra. Cuál?			
Si usted proporciona asistencia técnica a sus proveedores, como lo hace?	Asesoría técnica			
	Recursos financieros			
	Supervisión			
	Otra. ¿Cuál?			
Si usted implementa estándares de calidad	Usted compra a sus proveedores bajo estándares de calidad			
	Usted desarrolla estándares de calidad			
Referente a sus proveedores, Usted tiene:	Alta Confianza			
	Moderada confianza			
	Baja Confianza			
	No hay confianza			
¿Por qué?				

¿Qué tipo de información recibe de los proveedores?	Especificaciones de productos			
	Estándares y conformidades			
	Información del mercado			
	Información de precios actuales del mercado			
	Ninguna de las anteriores			
	Otra. ¿Cuál?			

D. Innovación y mejoramiento

1 ¿Usted ha realizado mejoramiento de los productos?

Si__ No__ (Si su respuesta es no, pase a la pregunta 2)

1.1 ¿Cuántos y cuáles productos fueron mejorados? _____

1.2 ¿Qué cambios ha estado realizando a su producto?

En los insumos Si__ No__

En el diseño Si__ No__

En el empaque Si__ No__

Otros ____ ¿Cuáles? _____

1.3 En los últimos 5 años, ¿cuántas veces ha implementado cambios en los productos? _____

1.4 ¿Ha mejorado la productividad? Si__ No__

1.5 ¿Ha obtenido usted mejoras en los márgenes de utilidad, por causa de los cambios realizados?
Si__ No__

1.6 Razones por la cuales ha mejorado:

Demanda _____

Competitividad _____

Nuevos mercados _____

Otros: ¿cuáles? _____

1.7 ¿Cuánto fue invertido en mejoramiento e innovación de producto (% del total de los costos)?

<1% _____

1-3% _____

3-6% _____

>6% _____

Otros: _____

2 ¿Usted ha realizado mejoramiento en los procesos? Si__ No__

(Si su respuesta es no, pase a la pregunta 3)

2.1 Mejoramiento en el campo administrativo Si__ No__

Mejoramiento de las técnicas de instalación Si__ No__

Mejoramiento en prácticas post venta (mtto) Si__ No__

Implementación de estándares de calidad Si__ No__

Cambios en la logística Si__ No__

Nuevos equipos o maquinaria Si__ No__

Cambios en prácticas de marketing Si__ No__

Nuevos diseños Si__ No__

Otros _____

- 2.2 En los últimos 5 años, ¿cuántas veces ha implementado cambios en procesos? _____
- 2.3 A partir de los cambios anteriores, ¿ha percibido usted un aumento en la productividad?
Si ___ No ___
- 2.4 ¿Ha obtenido usted incrementos en los márgenes de utilidad, relacionados con los cambios realizados en los procesos? Si ___ No ___
- 2.5. Razones por la cuales ha mejorado:
Reducción de costos ___
Demanda ___
Competitividad ___
Nuevos mercados ___
Otros: _____
- 2.6 Si lo cambios fueron requeridos por los clientes, la empresa ofreció:
Asesoría técnica ___
Recursos financieros ___
Supervisión ___
Otros: Cuáles? _____
- 2.7. ¿Cuánto fue invertido en mejoramiento de procesos (% del total de los costos)?
<1% ___
1-3% ___
3-6% ___
>6% ___

3 Usted ha realizado mejoramiento en las áreas operativas o funcionales Si___ No___

(Si su respuesta es no, pase a la pregunta 4)

- | | | |
|--|-------|-------|
| Nuevas actividades desarrolladas | Si___ | No___ |
| Estrategias de mercados | Si___ | No___ |
| Actividades logísticas | Si___ | No___ |
| Procesos gerenciales | Si___ | No___ |
| Outsourcing | Si___ | No___ |
| Cambio de posición en la cadena de valor | Si___ | No___ |
| Otras | | |

- 3.2 Razones por las que ha mejorado:
Competitividad ___
Nuevos mercados ___
Ingresos ___
Utilidad ___
Otras ___ Cuáles? _____
- 3.3 Los cambios fueron requeridos por los clientes: si___ no___
Si lo cambios fueron requeridos por los clientes, su empresa recibió:
Asesoría técnica ___
Recursos financieros ___
Supervisión ___
Otros: _____
- 3.4 ¿Cuánto fue invertido en mejoramiento de áreas operativas y funcionales (% del total de los costos)?
<1% ___
1-3% ___
3-6% ___
>6% ___

E. Trabajo en redes, conocimiento y habilidades

1. Asociaciones

1.2. ¿A cuántas asociaciones o instituciones ha pertenecido de manera permanente en los últimos 5 años?

Local: _____ Nacional _____ Extranjera: _____ Total: _____

1.3. ¿A cuáles asociaciones ha pertenecido?

2. Redes de conocimiento

2.1 ¿En cuántas actividades del sector ha participado, en los últimos 3 años? (misiones, congresos, conferencias, etc)

Local: _____ Nacional _____ Extranjera: _____ Total _____

2.2 ¿En cuántos programas de desarrollo (en la forma de investigación o entrenamiento) con universidades, institutos de investigación ha participado en los últimos tres años? (puede escoger varias)

Investigación ____ Proyectos piloto ____ Práctica ____ ninguno

2.3 ¿En cuáles temas?

2.4 ¿Usted contacta a universidades, institutos de investigación o entidades expertas para la solución de problemas? Si ____ No ____

Problemas rutinarios _____

Solamente en casos críticos _____

En raras ocasiones _____

Nunca _____

2.5 ¿Qué tipo de problemas consulta con mayor frecuencia:

_____, _____, _____,

2.6 ¿En cuántos programas de entrenamiento de desarrollo de habilidades han participado usted y sus empleados en los últimos 5 años?

Internos _____ Externos _____ Total _____

2.7 ¿En qué áreas?

_____, _____, _____.

2.8 ¿Con cuáles instituciones?

2.9 ¿Cuáles considera usted que son las tres principales necesidades de capacitación para su empresa?

F. Enfoque asociativo

1. ¿Cómo califica la dinámica de la cadena en los últimos 5 años y su proyección de crecimiento?

Muy dinámica con perspectiva creciente _____
 Muy dinámica con perspectiva decreciente _____
 Se ha mantenido estable con perspectiva a mejorar _____
 Estable con perspectiva a desmejorar _____
 Poca dinámica con perspectiva a mejorar _____
 Poca dinámica con perspectiva a desmejorar _____

2. Ha identificado los factores clave de éxito del negocio?

(Califique el grado de relevancia 1: muy baja, 2: baja, 3: media, 4: alta, 5: muy alta)

Plataforma ambiental _____
 Política _____
 Normatividad _____
 Talento Humano Regional _____
 Investigación y Desarrollo _____
 Tecnología e innovación de producto _____
 Tecnología e innovación de procesos agropecuarios _____
 Tecnología e innovación de procesos agroindustriales _____
 Tecnologías e innovaciones administrativas y funcionales _____
 Financiación de inversiones _____
 Costos de producción _____
 Mercadeo y comercialización _____
 Infraestructura de soporte _____
 Sistemas de gestión _____
 Otros: _____ ¿Cuáles? _____

3. ¿Cuáles son las principales barreras u obstáculos para el negocio?

(Califique el grado de relevancia 1: muy baja, 2: baja, 3: media, 4: alta, 5: muy alta)

Plataforma ambiental _____
 Política _____
 Normativa _____
 Talento Humano Regional _____
 Mercado desleal _____
 Investigación y Desarrollo _____
 Tecnología e innovación de producto _____
 Tecnología e innovación de procesos agrícolas _____
 Tecnología e innovación de procesos agroindustriales _____
 Tecnologías e innovaciones administrativas y funcionales _____
 Financiación de inversiones _____
 Costos de producción _____
 Mercadeo y comercialización _____
 Infraestructura de soporte _____

Otros: _____ ¿Cuáles? _____

4. Ha identificado proyectos de valor agregado a la actividad que está desarrollando?
 Si _____ No _____
 En qué áreas? _____
5. ¿Cómo califica el grado de relacionamiento y compenetración entre los actores de los distintos eslabones de la cadena (productor – transformador – distribuidor – Comercializador - Exportador)
 Muy Bajo _____ Bajo _____ Medio _____ Medio Alto _____ Alto _____
6. Le interesa gestionar alianzas estratégicas para mejorar la competitividad de la cadena? Si _____ No _____
 ¿Por qué? _____
 ¿Con quién? _____
7. ¿En qué proyectos de carácter asociativo estaría dispuesto a participar?
 Prospectiva
 I+D
 Innovación
 Emprendimiento
 Estudios de mercado
 Comercialización
 Financiación
 Otro? ¿Cuál: _____
8. ¿El GoodWill (buen nombre) de la empresa, se encuentra como activo intangible en sus informes financieros? SI __ NO __
 En caso afirmativo es?
 Formado ()
 Adquirido ()
9. ¿Cómo califica la dinámica de las inversiones recientes en el sector?
 Muy dinámica con perspectiva creciente _____
 Muy dinámica con perspectiva decreciente _____
 Estable con perspectiva a mejorar _____
 Estable con perspectiva a desmejorar _____
 Poca dinámica con perspectiva a mejorar _____
 Poca dinámica con perspectiva a desmejorar _____
10. Estaría dispuesto a permitir la inversión extranjera para fomentar, fortalecer, internacionalizar etc... su negocio?
 SI ()
 NO ()

Según su respuesta, explique los argumentos de la misma _____

CLÁUSULA DE CONFIDENCIALIDAD

El presente censo es aplicado con fines académicos y la información recolectada no se distribuirá de forma indiscriminada, será observada por la Fundación Universitaria del Área Andina, la Cámara de Comercio de Pereira e Investing Pereira con fines concluyentes buscando determinar la capacidad productiva de las pymes de esta zona y así validar la viabilidad de la inversión extranjera y nacional.

NOMBRE DEL ENCUESTADO: _____

CARGO: _____

ENCUESTADOR: _____

FECHA DE REALIZACIÓN: _____

9. Resultados

De las 28 empresas seleccionadas, 8 según registro de la Cámara de Comercio de Pereira y Dosquebradas se encuentran inactivas, por lo tanto no son aptas para la investigación; 8 no podían atender las visitas por motivos diferentes: empresa cerrada por periodo indefinido, modificación de la planta, fallecimiento del dueño, problemas internos que mostraban posible cierre y algunas que respondieron sin explicación que definitivamente no podían recibir la visita.

A continuación se presentan los resultados de acuerdo a las sesiones de la encuesta:

A. Información general de la empresa

Todas las empresas relacionan en su nombre el producto que venden, con excepción de una en la cual su nombre no da a conocer a qué se dedica la empresa (San Alejo Pava).

El promedio de años en el negocio es de 17. El menor tiempo es de 2 años con la empresa “Kelly Lácteos” y el mayor es de 46 con la empresa “Comarepa”.

Tipos de sociedad:

-SAS: 2

-SA: 1

-Persona natural: 2

-Régimen común: 3

-Régimen simplificado: 3

-Empresa familiar: 1

La mayoría de las empresas tiene vinculados en su producción al núcleo familiar (6 empresas) y mujeres cabeza de familia (8 empresas), con un promedio de 4.4 empleados cada una.

Todas son fabricantes, pero 4 empresas coinciden también como distribuidores y 9 como comercializadores en la actividad específica de la cadena.

Venden a particulares y comercializadores en su mayoría.

B. Infraestructura y Funcionamiento

Arepas de Maíz

Empresas de arepas de maíz encuestadas:

- Arepas las Acacias
- Comarepa
- Arepasisas del Eje
- San Alejo Pava
- Cubarepa
- Arepitas del Campo Jireh
- Arepas Dagusto

Las 7 empresas poseen equipos para la cocción, pero solo 3 cuentan con equipo industrial especial correspondiente a tanques de cocción y marmitas, las demás lo realizan con el proceso tradicional de cocción en ollas.

Poseen para el asado el típico asador o plancha, solo 3 de ellas poseen equipo industrial (horno y túnel de asado).

Con respecto al proceso de molienda, todas utilizan molino industrial, solo 1 de ellas no lo utiliza.

Solo 2 empresas manejan laminadora.

2 empresas utilizan proceso de enfriamiento, solo una de ellas lo realiza a través de una banda de enfriamiento (maquinaria industrial).

Solo 1 de ellas posee además carro de lavado y escurridor.

1 de ellas utiliza cilindro industrial.

Con respecto a los indicadores financieros tiene en promedio:

- Área en m²: 88
- Volumen ventas anual: 1.870.800
- Venta anual en pesos: \$166.225.829
- Volumen ventas últimos 5 años: 9.354.000
- Ventas últimos 5 años en pesos: \$907.129.143
- Costos anuales: \$91.736.000

Utilidad promedio anual:

Promedio venta anual en pesos – Promedio costos anuales = Utilidad promedio anual

$$\$166.225.829 - \$91.736.000 = \mathbf{\$74.489.829}$$

Este sector no presenta pérdidas financieras.

Lácteos

Empresas de lácteos encuestadas:

- Kelly's Lácteos
- Lácteos El Progreso
- Quesera San Marcos
- Quesos y Kumis

Todas poseen equipo industrial para la pasteurización y la coagulación de la leche.

Una de ellas posee motobomba para transportar su propia leche, máquina hiladora para el queso doble crema que produce y descremadora.

Una de las 4 empresas posee además una caldera.

En general las empresas de los tres micro sectores utilizan mesas en acero inoxidable y las específicas de lácteos poseen canecas para la recepción y almacenamiento de queso y el cuarto frío o refrigerador para enfriar.

En resumen, cada una de las empresas de estos micro sectores poseen en promedio 5 equipos.

Con respecto a los indicadores financieros tiene en promedio:

- Área en m²: 77
- Volumen ventas anual: 66.925
- Venta anual en pesos: \$ 122.100.000
- Volumen ventas últimos 5 años: 334.625
- Ventas últimos 5 años en pesos: \$610.500.000
- Costos anuales: \$82.200.000

Utilidad promedio anual:

Promedio venta anual en pesos – Promedio costos anuales = Utilidad promedio anual

$$\$122.100.000 - \$82.200.000 = \mathbf{\$39.900.000}$$

Este sector no presenta pérdidas financieras, pero obtienen bajas ganancias.

Pulpa de fruta

Empresa de Pulpa de Fruta encuestada:

- Belfrut

Solo una empresa de pulpa de fruta fue encuesta. Esta maneja 11 equipos diferentes, todos industriales.

Con respecto a sus indicadores financieros:

- Área en m²: 130
- Volumen venta anual: 20 toneladas
- Venta anual en pesos: \$ 82.800.000
- Volumen ventas últimos 5 años: 100 toneladas
- Ventas últimos 5 años en pesos: \$258.300.000
- Costos anuales: \$50.000.000

Utilidad promedio anual:

Promedio venta anual en pesos – Promedio costos anuales = Utilidad promedio anual

$$\$82.800.000 - \$50.000.000 = \mathbf{\$39.900.000}$$

Este sector no presenta pérdidas financieras, pero obtienen bajas ganancias.

El sector que más ganancias evidencia en promedio anual es el micro sector de arepas de maíz.

A continuación los resultados serán presentados teniendo en cuenta las 12 empresas encuestadas en totalidad.

De las 28 empresas, 6 realizan actividades de investigación y desarrollo y teniendo en cuenta el porcentaje de costos que invierten en esta actividad atienden a la siguiente ponderación: 3 en <1%, 2 de 1-3% y 1 >9%.

4 realizan actividades de Marketing, los porcentajes de costos dirigidos a esta actividad son 2 en <1% y 2 de 1-3%.

2 no dirigen ningún porcentaje de los costos a entrenamiento del personal, 6 en <1% y 4 de 1-5%.

Con respecto al Talento Humano:

- 5 tienen personal con incompleta educación primaria
- 2 con completa educación primaria
- 6 con incompleta educación secundaria

- 6 con completa educación secundaria
- 1 con educación tecnológica
- 1 con educación completa universitaria

C. Relaciones de confianza en la cadena de valor, en términos de las relaciones de transacción con los principales compradores y proveedores.

1. Relación con los compradores

Se encontró que las Pymes pertenecientes a los micro sectores seleccionados para estudio tienen en promedio 57 compradores, siendo 3 la menor cantidad de compradores con la empresa “Arepaisas del Eje” y 300 la mayor cantidad para el micro sector pulpa de frutas con la empresa “Belfrut” y 3 de las empresas no tienen definido la cantidad de compradores.

Cada empresa encuestada pensando en sus tres principales compradores y respondiendo a la pregunta del porcentaje que representan de sus ventas, coinciden en que representan entre el 50% y 80% de sus ventas, siendo principalmente distribuidores que se encuentran ubicados en Risaralda.

Con respecto a los actores que determinan el precio de venta, 6 pymes dicen que es la propia empresa la que determina esta variable y las otras 6 dicen que es el mercado quien tiene mayor influencia. Se puede evidenciar que las Pymes tienen a sus clientes fidelizados debido a que la relación es constante realizando pedidos permanentes y generando una alta confianza de las pymes hacia sus compradores.

El tipo de información que más han recibido de sus compradores ha sido acerca de: especificaciones de productos, estándares y conformidades, información del mercado, información de precios actuales del mercado, y 5 de las empresas no han recibido ningún tipo de información de sus compradores.

2. Relación con los proveedores

De acuerdo al cálculo realizado se estimó que las pymes tienen en promedio 4 proveedores, 4 de ellas poseen la menor cantidad con 2 proveedores correspondiente a “Comarepa”, “Arepaisas

del Eje”, “Cubarepa” y “Arepas Dagusto” y 2 de ellas poseen la cantidad más relevante de proveedores con 20 “Quesos y Kumis”, y con 22 “Belfrut”.

El criterio de las Pymes para la selección de sus proveedores se basa principalmente en la calidad de la materia prima y el tiempo de entrega de la misma, los cuales se encuentran ubicados principalmente en Colombia y Risaralda, teniendo una relación constante realizando pedidos de forma permanente.

7 empresas no han proporcionan asistencia técnica a sus proveedores, lo que indica que las pymes están conformes y satisfechas con la calidad de la materia prima lo que genera confiabilidad hacia los proveedores, mientras que 5 de ellas si han ofrecido asistencia técnica, supervisión o recursos financieros.

6 de las empresas compran a sus proveedores bajo estándares de calidad y 4 de ellas se encargan de implantar y desarrollar sus propios estándares.

Referente a los proveedores 9 de las empresas en estudio tienen alta confianza, y 3 moderada confianza.

8 empresas han recibido la siguiente información de sus proveedores: especificaciones de productos, información del mercado, información de precios actuales del mercado, información de calidad e higiene. Mientras que las demás no han recibido ningún tipo de información ofrecida por sus proveedores.

D. Innovación y Mejoramiento

1. Mejoramientos en los productos.

Micro sector arepas de maíz: 5 empresas han realizado mejoramientos en sus productos donde los cambios son para dar valor agregado teniendo en cuenta la demanda y las exigencias del mercado donde se han realizado cambios como: arepas pequeñas y económicas, textura más suave del producto, esencias para dar sabor al producto, producto de mejor calidad por mejoramiento en la manipulación.

Los cambios de insumos y diseño fueron aplicados por estas empresas y solo una empresa aplicó cambios en el empaque.

El promedio de los cambios realizados por las pymes durante los últimos 5 años corresponde a 3, de los cuales se han beneficiado ya que todas las pymes han obtenido mejoras en la productividad y en los márgenes de utilidad, las razones más relevantes para tomar estas decisiones de cambio han sido por la influencia de la demanda y la competitividad.

Micro sector de Lácteos: Solo una Pyme implemento cambio en sus productos, el cual correspondió al cambio de las formulas en la fabricación de productos como el queso y kumis, implementando cambios en los insumos, en los últimos 5 años fueron implementados 2 cambios los cuales generaron mejoras en la productividad pero no se reflejaron mejoras en los márgenes de utilidad, la razón de mejoramiento fue por la demanda.

Micro sector Pulpa de Frutas: Se realizaron 3 cambios en productos pulpa de fruta de mora, guanábana y uva, en los últimos 5 años fueron implementados 2 cambios los cuales han generado mejoras en la productividad y mejoras en los márgenes de la utilidad de la empresa.

2 de las empresas invirtieron en mejoramiento e innovación menos del 1%, la inversión de 1% a 3% fue implementado por 2 micro sectores, solo una empresa invirtió del 3 % a 6% del total de sus costos, más del 6%de inversión fue implementada por 2 dos micro sectores.

2. Mejoramiento en los procesos.

Los mejoramientos en los procesos implementados está representado por el 83.3 % de las empresas pertenecientes a los micro sectores, el promedio de los cambios realizados durante los últimos cinco años es de 3.

Las mejoras realizadas en los procesos fueron principalmente en la implementación de estándares de calidad, en el mejoramiento de las técnicas de instalación, mejoramiento en las prácticas post venta, cambios en la logística y nuevos equipos y maquinaria.

De las empresas que implementaron mejoramiento en los procesos 3 no obtuvieron mejoras en la productividad, mientras que 7 empresas pertenecientes a los micro sectores si mejoraron su productividad; el aumento en los márgenes de utilidad debido al cambio en los procesos beneficio a 8 empresas, mientras que en 2 estos cambios no aumentaron sus utilidades.

Las razones para realizar mejoramientos en los procesos fueron la demanda, competitividad, obtener reducción de costos e ingresar a nuevos mercados.

Solo le fueron solicitados realizar los cambios por clientes a 5 empresas, donde las empresas ofrecieron recursos financieros y asesoría técnica.

Con respecto a la inversión en mejoramiento de procesos, 1 empresa del micro sector arepas de maíz invirtió menos del 1%, la inversión de 1% a 3% fue implementado por 4 empresas pertenecientes a los tres micro sectores, solo una empresa invirtió del 3 % a 6% del total de sus costos, más del 6% de inversión está representada por 4 empresas.

3. Mejoramientos en las áreas operativas o funcionales.

Los mejoramientos en las áreas operativas o funcionales lo implementaron el 50 % de las empresas encuestadas, los cuales realizaron nuevas actividades, actividades logísticas, y procesos gerenciales.

De las 6 empresas que realizaron estas mejoras solo a 2 empresas pertenecientes a los micro sectores de lácteos y pulpa de frutas, los cuales recibieron asesoría técnica, supervisión y recursos financieros.

2 empresas del micro sector arepas de maíz invirtieron entre el 1% y el 3%, solo una empresa perteneciente al micro sector pulpa de fruta invirtió del 3 % a 6% del total de sus costos, más del 6% de inversión está representada por 3 empresas de los micro sectores de lácteos y arepas de maíz.

E. Asociaciones

Al analizar la pregunta que hace referencia a cuántas asociaciones ha pertenecido en los últimos años, se puede identificar que de los tres micro sectores de las empresas de alimentos y bebidas en Risaralda, relacionados con arepas de maíz, lácteos y pulpa de frutas, ninguna de estas ha pertenecido a asociaciones.

Con respecto a la participación en conferencias y congresos, una empresa por micro sector ha participado; “Comarepa” la empresa de arepas de maíz ha participado a nivel local una vez, “Belfrut” la empresa de pulpa de fruta ha sido también nivel local pero en 4 ocasiones y “Queos y Kumis” la empresa de lácteos a nivel nacional a participado 2 veces; es decir, en total solo tres

empresas afirman haber hecho parte de estas actividades lo que equivale al 25% del total de 12 empresas. Ninguna participación en este tipo de actividades ha sido en el extranjero.

El número de participaciones en programas de desarrollo con universidades-instituto de investigación (últimos 3 años) se evidencia de la siguiente manera: 3 empresas de arepas de maíz han participado con enfoque de investigación en temas específicos como innovación y comercialización en una sola ocasión, solo 1 empresa de lácteos en el área práctica específicamente en mejoramiento de fórmulas y la empresa de pulpa de fruta ha participado en 3 ocasiones enfocada a la investigación de mercados. En total 41.66% han participado en programas de desarrollo con universidades o institutos de investigación

El 33% de las empresas del sector contactan a otras entidades para la solución de problemas. De ellas, el 50% lo hacen para solucionar problemas rutinarios como lo son control de calidad o procesos de laboratorio. El 25% de las empresas que contactan a otras entidades para la solución de problemas, lo hacen solo en casos críticos y el otro 25% lo hace en raras ocasiones.

El 33% de las empresas encuestadas no han tenido participación en entrenamiento de desarrollo de habilidades en los últimos 5 años. En las empresas de arepa de maíz, el 57% han tenido 3 o más entrenamientos en desarrollo de habilidades El 50% del sector lácteos tienen constantes entrenamientos en desarrollo. El 33% de los encuestados consideran que requieren mayor capacitación en manipulación de alimentos.

F. Enfoque asociativo

El 50% de las empresas califican la dinámica de la cadena en los último 5 años como muy dinámica con perspectiva creciente, 33.33% la califican como estable con perspectiva a mejorar una empresa que representa el 8.33% del total la califica como muy dinámica con perspectiva decreciente. Y el otro 8.33% como poco dinámica con perspectiva a mejorar.

Al realizar el análisis de los factores claves de éxito del negocio, se tiene que el 43% de las empresas del micro sector arepas de maíz consideran que la plataforma ambiental tiene una muy

baja relevancia como factor clave de éxito. El 57% consideran que la política tiene una alta relevancia. El 50% también consideran que la normatividad tiene una muy alta relevancia

Al preguntar sobre el talento humano regional como factor clave de éxito se encuentra que el 57% de las empresas del micro sector arepas de maíz lo consideran con una relevancia media o menor.

El 58% consideran que la investigación y desarrollo tiene una importancia media o menor como factor clave de éxito.

El 42% de las empresas encuestadas ven al mercadeo y la comercialización como una alta barrera para el negocio.

Al analizar la normatividad como un obstáculo se evidencia que el 66% de las empresas encuestadas la califican como una muy baja barrera para el negocio.

Al evaluar la Tecnología e innovación de procesos agropecuarios como barrera para el negocio se evidencia que un 58% de las empresas la califican como media-alta.

El 58% indican que los costos de producción tienen una relevancia media-alta como factor clave de éxito.

El 50% de las empresas de lácteos consideran que la financiación de inversiones tiene una relevancia muy alta como factor clave de éxito.

El 33.33% de las empresas han identificado proyectos de valor agregado enfocados en su actividad, relacionados con la producción, mercadeo y consumidor. Ninguna de las empresas de lácteos identificó proyectos de este tipo.

Al realizar el análisis de proyectos de carácter asociativo se encuentra que el 66% de las empresas productoras de arepas de maíz participarían en lo que se refiere a innovación y emprendimiento.

El 63% de las empresas de alimentos censadas participarían en proyectos de innovación.

Tan solo el 9% desarrollarían proyectos prospectivos.

El 25% de las empresas de lácteos desarrollarían proyectos relacionados con la comercialización.

Con respecto a proyectos de emprendimiento el 50% de las empresas de lácteos se interesan por este factor.

Al analizar las respuestas de la empresa de pulpa de frutas se evidencia que es la única que participaría en todos los proyectos de carácter asociativo como lo son: I+D, innovación, emprendimiento, estudios de mercado, comercialización, financiación y prospectiva.

Al analizar la calificación de la relación entre los actores de la cadena podemos evidenciar que para el subsector de pulpa de fruta indica que tiene muy poca relevancia.

El 50% de los censados del subsector arepas de maíz dan una calificación de medio alto o alto a la calificación de relación entre los actores de la cadena.

Tan solo el 25% de las empresas de lácteos dan una calificación muy alta a la relación con la cadena productiva.

El 55% de las empresas les interesa las alianzas para mejorar sus procesos, productos y servicios.

El 58.33% no tienen en sus activos intangibles de los informes financieros el GoodWill. De las empresas que poseen este elemento el 60% es formado.

El 36% sienten la dinámica de la inversión extranjera estable con perspectivas a mejorar.

El 81% dispuesto a permitir la inversión extranjera.

10. Conclusiones

Las empresas tiene la facilidad de dar a conocer a las personas cuál es el producto que ofrecen, es decir, las empresas tienen la fortaleza de atraer clientes con el nombre que poseen.

Son empresas que no son nuevas en el mercado y tiene la experiencia del trabajo de años que les ha permitido adquirir conocimiento que han ido aplicando a sus productos y procesos.

En su mayoría brindan la oportunidad de trabajo a las mujeres cabeza de familia, situación que evidencia la inclusión de personas en posición desfavorable ante el mercado en general.

Aunque se enfocan principalmente en la fabricación algunas realizan los demás procedimientos de la cadena como la distribución y comercialización, lo que les permite tener control del producto en todas las etapas de la cadena, pero son empresas que les falta formación y no están en todas las capacidades de atender de la mejor manera todas las instancias de la cadena.

Los equipos que utilizan no permiten la optimización de recursos y tampoco aumentar la productividad, debido a que en su mayoría poseen pocos equipos y utilizan procesos y equipos industriales tradicionales, pero se debe tener en cuenta que son empresas que no tienen los recursos para adquirir nueva maquinaria, porque adquirir nuevos equipos requiere de capital y de recurso humano con el conocimiento para manejarlos o la capacitación para enseñar el manejo a los colaboradores que ya hacen parte de la empresa. Además no requieren solo actualizar los equipos que ya poseen sino aumentarlos para adquirir la capacidad de producir más cantidades y de esa manera ampliar los clientes, y por consiguiente se requiere del espacio suficiente para ubicarlos y es donde se presenta otra dificultad debido a que el tamaño en metros cuadrados de las empresas censadas es muy limitado.

El recurso humano existente en estas empresas posee un nivel bajo de formación, formación que no supera una educación básica secundaria y en la que solo la empresa “Arepaisas del Eje” posee dos empleados con educación tecnológica y universitaria; esta situación refleja vacíos de conocimientos que no permiten que las empresas crezcan, menos en el actual mundo globalizado donde no solo existe competencia local y nacional sino también competencia extranjera,

enfrentándose a empresas con personal profesional. Un alto nivel de formación del personal en una empresa es muy importante porque permite mayores aportes y avances hacia el mejoramiento. Las empresas encuestadas además de poseer personal de bajo nivel académico, invierten poco en la capacitación o entrenamiento de ellos, lo que lleva a un estancamiento.

Se evidencia que los principales compradores para la mayoría de los micro sectores son distribuidores que se encuentran ubicados en Risaralda y son de gran importancia para estas pymes debido a que adquieren un porcentaje significativo de los productos fabricados donde el precio de venta generalmente es determinado por la empresa o se negocia dependiendo de la situación actual del mercado; solo una mínima parte de las empresas entrevistadas realizan las dos actividades de fabricación y distribución de sus productos aunque entre sus compradores también estén incluidos distribuidores, lo que nos indica que las Pymes pertenecientes a estos micro sectores no están en la capacidad de realizar por si mismos la cadena para llegar al cliente final.

Se encontró que las Pymes tienen a sus clientes fidelizados ya que la relación con los principales compradores se realiza constantemente haciendo pedidos permanentes, lo que genera una alta confianza hacia sus compradores debido al tiempo de relación, pagos de compradores a tiempo y honestidad; se evidencia que existe buena relación debido a que los compradores se preocupan por brindar información acerca de exigencias de la demanda, estándares de calidad que deben ser aplicados a sus productos, informan sobre el mercado y el comportamiento de la competencia en cuanto a precios, lo que hace que exista una fuerte confianza entre compradores y los presentes micro sectores.

Relación con los Proveedores:

Los principales proveedores se encuentran ubicados en Risaralda donde el criterio principal para ser seleccionados se basa en la calidad y tiempo de entrega de la materia prima, donde se evidencia una relación constante entre proveedores y las Pymes de los micro sectores debido al tiempo de relación y realización de pedidos permanentes; la mayor parte de las Pymes no proporcionan asistencia técnica a sus proveedores lo que indica que las Pymes están conformes y satisfechas con la calidad de la materia prima; asimismo los proveedores han ofrecido información sobre especificaciones de los productos, informan sobre precios en el mercado

actual, información de calidad e higiene, esta situación genera confiabilidad y satisfacción con sus proveedores actuales.

Las empresas han realizado mayor inversión en cambios de implementación de estándares de calidad, en el mejoramiento de las técnicas de instalación, mejoramiento en las prácticas post venta, cambios en la logística y nuevos equipos y maquinaria, los cambios fueron realizados para obtener reducción costos de mano de obra, ingresar a nuevos mercados, y lograr ser competitivos; sin embargo en el caso de adquisición de nuevos equipos y maquinaria cabe resaltar que los equipos adquiridos no han permitido obtener mejoras importantes en la optimización de recursos y tampoco aumentar la productividad de una manera significativa, debido a que han sido adquiridos equipos tradicionales no industriales, ocasionado por la limitación de capital, recurso humano y de capacitación para implementar nuevos equipos.

Los mejoramientos en las áreas operativas o funcionales lo implementaron el 50 % de las empresas encuestadas, donde se realizaron nuevas actividades, actividades logísticas, y nuevos procesos gerenciales con el fin de obtener mayores ingresos, aumentar los márgenes de utilidad y sobre todo obtener la capacidad para competir el mercado. Cabe resaltar que gran parte de las pymes que pertenecen a los micro sectores no tienen definido de forma estructurada las áreas funcionales de la empresa aunque están realizando inversión para mejorar, por lo tanto no se ha logrado un buen funcionamiento debido a que no existe correcta coordinación.

Los cambios que se han realizado han sido pocos para las exigencias del mercado que existen en la actualidad; aunque no se han obtenido mejoras relevantes en la productividad y en los márgenes de utilidad con los cambios que se han hecho, debido a que no cuentan con la capacidad financiera para soportar los altos costes que conllevan realizar cambios importantes de mejoras en los productos, influenciado además por el bajo nivel de formación y conocimiento del mercado que poseen estas empresas lo que retrasa el crecimiento de la misma. Se percibe que para las Pymes existe preocupación por mejorar la calidad y ofrecer un valor agregado para diferenciarse de la competencia, pero como ya se mencionó no cuentan con los recursos suficientes para subsanar esa preocupación.

No han pertenecido a ningún tipo de asociación ya sea local, nacional o extranjera, debido a esto la oportunidad de expansión no es amplia, debido a que las asociaciones permitirían mayor expansión en el mercado.

La no participación en congresos o seminarios en el exterior hacen que se limiten las posibilidades de exportación y de apertura a nuevos mercados económicos.

Se evidencia que no se apoyan en departamentos de investigación, lo que produciría un gran aporte en sus procesos, mejoramiento de los productos, por lo tanto se encuentran inertes a las nuevas tendencias y a las necesidades de sus usuarios.

No crean fidelidad de marca a través de mercados competitivos, por tanto no diversifican su portafolio.

No aprovechan la oportunidad de contactar a otras entidades para la solución de problemas, lo que demuestra que el sector está cerrado ante la posibilidad de recibir diferentes aportes de otras empresas o entidades. Esto mismo se puede evidenciar cuando la mayoría de las empresas no se capacita o no participa en programas de desarrollo con instituciones educativas que ayuden al fortalecimiento y sostenimiento empresarial.

En su gran mayoría consideran que es importante poseer mayor capacitación en cuanto a manipulación de alimentos ya que esto ayudaría a mantener sus estándares de calidad y salubridad de acuerdo a los estándares de calidad exigidos, lo que conlleva a brindar seguridad para los clientes y evitar sanciones.

Las empresas encuestadas ven al mercadeo y la comercialización como una alta barrera para el negocio lo que es una limitante importante debido a que debería ser más una oportunidad de crecimiento y generación de un mayor número de ventas y la posibilidad de dar a conocer los productos ofertados.

Las empresas del micro sector arepas de maíz, lácteo y pulpa de fruta, se encuentran dispuestos a la inversión extranjera puesto que sería una gran oportunidad comercial y aportaría a su crecimiento organizacional.

Los inversionistas que piensan en invertir deben tener en cuenta que son empresas pequeñas que a pesar de estar en el mercado por varios años no poseen la suficiente infraestructura

(espacio), los equipos y cantidad de ellos para satisfacer la creciente demanda y poseen talento humano que requiere de formación y además no tienen la capacidad en capital para asalar a más cantidad de ellos requeridos para aumentar la producción. Es claro que las empresas presentan debilidades pero son una oportunidad que hace viable la inversión extranjera puesto que son empresas que ya tienen una base de clientes, que ya han nacido y están en proceso de crecimiento, es decir, no deben empezar de cero, lo que deben hacer es comenzar a fortalecer aspectos para mantener a los clientes que ya se tienen y buscar aumentarlos. Otra de las ventajas es que cada una de las empresas ya tiene definido quienes son sus proveedores, han mantenido una relación por muchos años y se evidencia que han satisfecho las necesidades de materia prima y conocen las condiciones requeridas. Muy importante de resaltar, que son empresas que no presentan pérdidas en términos financieros aunque se debe pensar en buscar el aumento de estas ganancias que se lograría con la inversión que se aplique.

11. Anexos 1

Proveedores

- De ingredientes

CALI

1. Riopaila Castilla SA
2. Tianjin FullsailTechnologyCorp
3. TermoaromasLtda
4. Polytac SA
5. Lesaffre Colombia Ltda
6. Ingenio Carmelita SA
7. Ingenio La Cabaña
8. Riviere Villamizar y Cia S en C- Ingredientes Alimenticios INALI
9. HI – Life Laboratorios Ltda
10. Incauca SA
11. Inda CiaLtda
12. Induemsa
13. Frutiginebra
14. Oriental – TermoaromasLtda
15. Cognis de Colomba SA
16. CI de Azúcares y Mieleles SA – CIAMSA

17. Proteína Tecturizada Soya
18. Corn group – Grupo del Maiz SAS
19. Deshidratados
20. Granos y Proteínas
21. Harinera del Valle SA
22. Proenximas Ltda
23. Ingenio Mayaguez SA
24. Ingenio San Carlos
25. Riviere Villamizar CIA
26. Ingredi – Ingredientes Alimenticios
27. Fleishman Colombia SA IA
28. Industrias del Maiz SA
29. Lloreda Grasas Línea Institucional

PALMIRA

1. Manuelita SA

YUMBO

2. Producomex
3. Aromáticos de Occidente SAS Distribuidor Firmenich Yumbo Valle
4. Mercantil Continental
5. B. Altman y Compañía SAS
6. BioStevia SAS
7. Leche de Soya

8. GH Frangancias y Saborizantes

CALDAS

1. Normandy (MANIZALES)
2. Progel, texturizantes (MANIZALES)
3. Carnes de La Dorada
4. Buen Café Liofilizado de Colombia CHINCHINÁ

- **De aromas y sabores**

1. Descafeinadora Colombiana S.A.S (MANIZALES)
2. La Tour, fabricante de saborizantes (CALI)
3. GH Fragancias y Saborizantes (YUMBO)
4. Ingredia – Ingredientes Alimenticios, importador de MP para el sector (CALI)

- **De colorantes**

1. FrutaromaLtda, saborizantes y colorantes (CALI)
2. B. Altman y Compañía S.A.S YUMBO (CALI)

- **De empaques y envases**

CALI

1. Hightec Plásticos
 2. Carvajal Empaques S.A
 3. Productos Maxilimpio
 4. EquignRecnología Alimentaria y Ganadera
 5. INCOPCK S.A (ELECSTER)
 6. Tate – Lyle
 7. Degraplast – Pásticos degradables
 8. Bioempques
 9. B C Pack Ltda
 10. Plasticel
 11. Suprapal
 12. Mendoza y Quiros
 13. AMC – Agroindustrial Management and Consulting SA
 14. Intergrafic de Occidente SA
 15. Tecnoplast Tecnología Creativa
 16. Alumina
 17. Cajascol – Cajas Colombianas Ltda
 18. Carpak
- **Otros**

CALI

1. Empaques del Pacífico SAS
2. Quaker

3. RawChemical
4. Granja Santa Anita
5. Gastronorm SA
6. Francisco Tafur
7. DelyFood/Practipack
8. ColquimicalLtda
9. Cavasa SA
10. CI M-N Confitería SA
11. Alimentos integrales Viva Mejor
12. Ingredia – Ingredientes Alimenticios

CALDAS

1. Porcicola La Pradera
2. Alto Pasti SA
3. Arroceras La Esmeralda SA
4. Armetales SA
5. Organicultivos y Setas SA
6. Industrias de Alimentos Granisol y Cia en CA

12. Bibliografía

- <http://www.monografias.com/trabajos63/origen-servicio-alimentos-bebidas/origen-servicio-alimentos-bebidas.shtml>
- http://www.ecured.cu/Industria_Alimentaria
- <http://es.pasa.planetasaber.com/theworld/gats/article/default.asp?pk=841&art=59>
- http://www.ccoa.org.co/contenidos/actualidad/alimentos_y_bebidas_aportan_indices_positivos_a_la_industria_colombiana.php
- <http://es.investinbogota.org/invierta-en-bogota/en-que-invertir-en-bogota/industriales-en-bogota/alimentos-y-bebidas-en-bogota>
- https://issuu.com/otundiario/docs/3._industria
- <http://www.sc.ehu.es/oewhesai/Porter-en%20indarren%20kapitulua.pdf>
- [http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/\[PD\]%20Documentos%20-%205%20fuerzas%20de%20porter.pdf](http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Emprendedores/[PD]%20Documentos%20-%205%20fuerzas%20de%20porter.pdf)
- <http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>
- <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- http://www.12manage.com/methods_porter_five_forces_es.html
- <http://www.investinpereira.org/es/inoticias/ver/500/la-inversion-sera-en-los-municipios/>
- <http://www.eldiario.com.co/seccion/ECON%3%93MICA/dosquebradas-polo-industrial-de-risaralda1511.html>
- http://www.rutasdelpaisajeculturalcafeero.com/publicaciones/cultura_tradiciones_y_economia_de_pereira_pub
- http://www.rutasdelpaisajeculturalcafeero.com/publicaciones/municipios_risaralda_pub

- <https://distrends.com/10-empresas-controlan-la-comida-del-mundo/>
- <http://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/food-drink-tobacco/lang--es/index.htm>
- <http://es.investinbogota.org/invierta-en-bogota/en-que-invertir-en-bogota/industriales-en-bogota/alimentos-y-bebidas-en-bogota>
- <http://www.elespectador.com/noticias/economia/bebidas-y-alimentos-impulsan-el-crecimiento-de-industria-articulo-509278>
- <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/cifras-de-crecimiento-de-industria-nacional-en-colombia/16484850>
- <http://blog.fiab.es/index.php/fiab-impulsa-la-idi-en-la-industria-de-alimentacion-y-bebidas-con-aliber-2016/>
- <http://www.investinpereira.org/es/inoticias/ver/500/la-inversion-sera-en-los-municipios/>
- <http://tecnas.com.co/10-tendencias-globales-de-la-industria-de-alimentos>
- https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp166-behind-the-brands-260213-es_2.pdf
- <http://www.unitedexplanations.org/2013/05/20/las-10-empresas-que-controlan-casi-todo-lo-que-consumes-diariamente/#>
- <http://www.behindthebrands.org/>
- https://www.oxfam.org/sites/www.oxfam.org/files/file_attachments/bp166-behind-the-brands-260213-es_2.pdf
- <http://revistaialimentos.com/ediciones/ediciones-2011/edicion-22/inocuidad-y-regulacion-10/las-tres-autoridades-mundiales-que-regulan-los-alimentos.htm>
- <http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents/2015/Septiembre/EE-%20Estudio%20alimentos%20y%20bebidas-%202015%20IX%207.pdf>

- <http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Paginas/2015/Sector-de-alimentos-y-bebidas-increment%C3%B3-sus-ingresos-operacionales-en-10-durante-2014.aspx>
- <http://www.elespectador.com/noticias/economia/bebidas-y-alimentos-impulsan-el-crecimiento-de-industria-articulo-509278>
- http://www.procolombia.co/sites/default/files/Directorio_agroindustrial.pdf
- <http://www.colombiamania.com/industria/alimenticia.htm>
- <http://www.andi.com.co/cinal/Paginas/Afiliados.aspx>
- http://www.dane.gov.co/files/icer/2011/risaralda_icer__11.pdf
- http://www.informacion-empresas.co/1521_ELABORACION-ALIMENTOS-COMPUESTOS-PRINCIPALMENTE-FRUTAS-LEGUMBRES-HORTALIZAS/Departamento_RISARALDA.html
- <http://www.quiminet.com/articulos/normas-para-productos-alimenticios-invima-colombia-5335.htm>
- <https://rosdary.wordpress.com/normatividad-sanitaria-alimentos-colombiana/>
- <https://www.invima.gov.co/images/pdf/normatividad/alimentos/decretos/DECRETO%20539%20%20DE%202014.pd>
- https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion_2229_1994.pdf
- https://www.invima.gov.co/images/stories/aliementos/decreto_002106_1983.pdf
- https://www.invima.gov.co/images/decreto_22702012.pdf
- <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/Biblioteca/memorias/memorias-registro-nacional-INVIMA.pdf>
- https://www.invima.gov.co/images/stories/aliementos/decreto_561_1984.pdf
- https://www.invima.gov.co/images/stories/aliementos/decreto_547_1996.pdf

- https://www.invima.gov.co/images/stories/aliementos/decreto_1944_1996.pdf
- https://www.invima.gov.co/images/stories/aliementos/decreto_1601_1984.pdf
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-2387-de-1999.pdf>
- https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=category&id=96&layout=blog&Itemid=2139
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-10593-de-1985.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-14712-de-1984.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-4124-de-1991.pdf>
- https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion_4126_1991.pdf
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-4393-de-1991.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-1287-de-1976.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-11488-de-1984.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-7992-de-1991.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-12186-de-1991.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-15789-de-1984.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-17855-de-1985.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-402-de-2002.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-2284-de-1995.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-2387-de-1999.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-2652-de-2004.pdf>
- <https://rosdary.files.wordpress.com/2008/03/resolucion-2649-de-1998.pdf>
- <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/LEY09DE1991CONHIPERVINCULOS-1.pdf>

- <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/Biblioteca/memorias/memorias-registro-nacional-INVIMA.pdf>
- <http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents/2015/Septiembre/EE-%20Estudio%20alimentos%20y%20bebidas-%202015%20IX%207.pdf>
- <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>
- http://www.uprm.edu/cde/public_main/Informes_Articulos/articulos/ArticuloViabilidad.pdf
- Administración de la producción y de las operaciones para una ventaja competitiva. Eduardo Jorge Arnoletto. McGraw Hill:
biblioteca.uccvirtual.edu.ni/index.php?option=com_docman&task=doc...1
- <http://www.gestiopolis.com/distribucion-de-las-instalaciones-y-capacidad-productiva-en-la-empresa/>
- <http://www4.ujaen.es/~cruiz/tema5.pdf>
- <http://www.ucn.edu.co/sistema-investigacion/Documents/lineamientos%20-investigacion-2012.pdf>
- <http://www.ucn.edu.co/sistema-investigacion/Documents/instrumento%20para%20caracterizar%20experiencias.pdf>
- http://www.yumbo.gov.co/osmyumbo/wp-content/uploads/2010/12/boletin_caracterizacion_empresas.pdf
- <http://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>
- <http://www.bdigital.unal.edu.co/9092/1/COMPETITIVIDAD.pdf>
- <http://www.dinero.com/empresas/articulo/marcas-mas-valiosas-colombia-2014/201333>

- <http://acis.org.co/portal/content/industria-de-alimentos-en-colombia-impulsa-su-crecimiento-con-aplicativos-m%C3%B3viles>