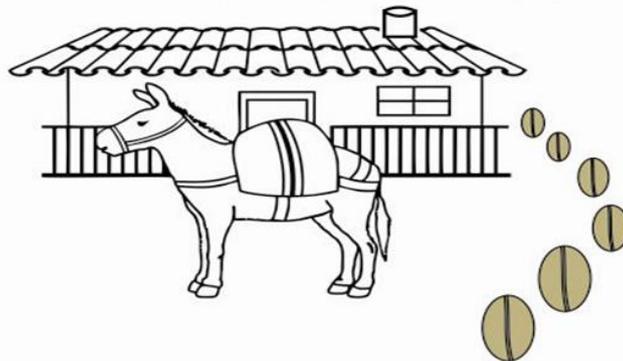


*Café
Almendra Selecta®*



EXPORTACIÓN DE CAFÉ ALMENDRA SELECTA

CAFÉ ALMEDRA SELECTA S.A.S
JUNIO 2013

**Exportación café almendra selecta
Plan de Negocios**

**Café Almendra Selecta S.A.S
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, mayo, 2013**



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento ESUMER. carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia Teléfonos 2646011 Extensión 225

Tabla de Contenido

	pág.
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO _____	1
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS _____	2
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA _____	3
3.1. Nombre de la Empresa _____	3
3.2. Descripción de la Empresa _____	3
3.3. Misión y Visión de la Empresa _____	4
3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo _____	4
3.5. Ventajas Competitivas _____	5
3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir _____	6
3.7. Relación de productos y/o servicios _____	6
3.8. Justificación del Negocio _____	7
3.9. Análisis del entorno y del sector _____	8
4. 4.ANALISIS DEL MERCADO _____	18
4.1. Objetivos de Mercado _____	18
4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios _____	19
Tipos de Café Almendra: _____	19
4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios _____	23
4.3.1 El Mercado Meta _____	23
4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor _____	24
3.9.2. Estudio del Mercado Competidor _____	34
4.6. El Mercado Distribuidor _____	36
4.6.1. Distribución _____	36
4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable) _____	37
4.7. Precios de los Productos _____	44
4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos _____	44
4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos. _____	45
4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización. _____	47
4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado _____	47
4.10. Plan de ventas _____	48
4. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN) _____	50
4.1Objetivos de producción _____	50
5.2 Descripción del proceso de producción _____	51

5.3	Capacidad de producción _____	55
5.4	Plan de Producción _____	55
5.5	Recursos materiales y humanos para la producción _____	56
5.5.1	Locaciones _____	56
5.5.2	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres. _____	57
5.5.3	Requerimientos de materiales e insumos. _____	61
5.5.4	Requerimientos de servicios _____	62
5.5.5	Requerimiento de personal _____	62
5.6	Programa de Producción _____	63
6	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS _____	64
7	ASPECTOS LEGALES _____	76
7.2.	Certificaciones y gestiones ante entidades públicas. _____	76
7.2.1.	Requerimientos En Estados Unidos _____	79
7.2.2.	Requisitos Generales De Etiquetado _____	80
5.	ASPECTOS FINANCIEROS _____	83
8.1.	Estructura Financiera del proyecto _____	83
8.1.1.	Recursos Propios _____	83
8.1.2.	Créditos y Préstamos Bancarios _____	83
8.2.	Ingresos y Egresos _____	86
8.2.1.	Ingresos _____	86
8.2.2.	Egresos _____	88
8.3.	Estados Financieros Proyectados _____	96
8.3.1.	Flujo de Caja _____	96
8.3.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados) _____	98
8.4.	Evaluación financiera del proyecto _____	100
8.4.1.	Valor Presente Neto _____	100
8.4.2.	Tasa Interna de Retorno _____	100
8.4.3.	Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda) _____	100
8.4.4.	Análisis de sensibilidad (Variación del Precio) _____	107
9.	Consideraciones Finales _____	109
	Referencias Bibliográficas _____	111
	Anexos _____	114

Lista de Tablas

	pág.
Tabla .1. Volumen de las exportaciones colombianas de café – mensual _____	10
Tabla .2. Volumen de las exportaciones colombianas de café según tipo - anual _____	11
Tabla .3. Información del País Destino _____	12
Tabla .4. Demanda Del Producto. _____	31
Tabla .5. Competidores- Mercado Competidor _____	32
Tabla .6. Variables estudiadas del Mercado Competidor _____	34
Tabla .7. Medios- Estrategias _____	35
Tabla .8. Morton Williams Supermarket Locations _____	37
Tabla .9. Medios- Estrategias- Mercado Distribuidor _____	41
Tabla .10. Manejo de Inventarios _____	42
Tabla .11. Estrategias de promoción _____	44
Tabla .12. Factores que influyen _____	44
Tabla .13. Precios de comercialización Iconterm _____	45
Tabla .14. Los Precios de los Productos propuestos DDP _____	45
Tabla .15. Costos asociados a las Actividades de Comercialización. _____	47
Tabla .16. Plan de Ventas _____	48
Tabla .17. Descripción del proceso _____	54
Tabla .18. Capacidad de Producción _____	55
Tabla .19. Requerimientos de Maquinaria, equipos, muebles y enseres. _____	57
Tabla .20. Requerimientos de Materiales e Insumos _____	61
Tabla .21. Requerimiento de servicios _____	62
Tabla .22. Requerimiento de personal _____	62
Tabla .23. Diagrama de Gantt _____	63
Tabla .24. Procesos Administrativos Externalizados _____	66
Tabla .25. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres. _____	70
Tabla .26. Requerimiento de materiales de oficina _____	71
Tabla .27. Requerimientos de Servicios _____	72
Tabla .28. Requerimientos de Personal _____	72
Tabla .29. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas _____	76
Tabla .30. Ingresos Propios del Negocio _____	86
Tabla .31. Ventas Totales por Producto _____	87
Tabla .32. Inversiones _____	88
Tabla .33. Gastos Pre Operativos _____	88
Tabla .34. Capital de Trabajo _____	89
Tabla .35. Costos variables _____	90
Tabla .36. Costos fijos _____	90
Tabla .37. Gastos Administrativos y legales _____	91
Tabla .38. Gastos Distribución Y Ventas _____	92
Tabla .39. Gastos Amortización de diferidos _____	93
Tabla .40. Gastos Financieros _____	93
Tabla .41. Flujo de Caja Mensual _____	96

Tabla .42.	Flujo de Caja Anual	97
Tabla .43.	Estado de Resultados	99
Tabla .44.	Flujo de Caja (Variado el Precio)	101
Tabla .45.	Flujo de ariacion Costos Variables	103
Tabla .46.	Flujo de Caja Variado Costos Fijos	104

Lista de Tablas

	pág.
Figura .1. Porcentaje de participación de consumo de café _____	13
Figura .2. Balanza Comercial Colombia- Estados Unidos 2006-2011 _____	16
Figura .3. Entorno del Producto _____	21
Figura .4. Mercado Distribuidor _____	36
Figura .5. Logo de Empresa _____	43
Figura .6. Organigrama _____	66

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Juliana Zapata Uribe					
Identificación:	1037571820	Teléfono:	2272811	Celular:	3105995710
Dirección:	Cr 25 # 39 11			Barrio:	Cataluña
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Juliuribe2@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios		
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX				

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Café Almendra Selecta S.A.S es una empresa nueva y gracias a su producto Café Almendra Selecta Gourmet ha logrado comenzar su introducción en el mercado nacional. Uno de los principales objetivos es su expansión en producción y distribución para el próximo año, para lograr esto la visión de conquistar el mercado internacional es de suma importancia y se debe enfocar a posicionar el producto en países donde la demanda es alta y los márgenes de rendimientos logren brindarle estabilidad económica y financiera a la misma.

Estados Unidos es uno de los más grandes consumidores de café y la ciudad de New York muestra índices que permiten iniciar la búsqueda de clientes potenciales para lograr esta expansión. Nuestro propósito es lograr establecer relaciones comerciales con clientes potenciales que demanden alrededor del 80% de la capacidad de producción con que cuenta actualmente la empresa y aumentar la producción y distribución en más de un 100% en los próximos años.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1. Nombre de la Empresa

Café Almendra Selecta S.A.S

3.2. Descripción de la Empresa

El Café Almendra Selecta S.A.S, está especializado en el estudio de la cadena cafetera y le brinda a los más apasionados la posibilidad de llevar a casa bolsas de cafés especiales recién tostados

La empresa nació con el compromiso de brindar las mejores tazas de café en Antioquia. Esta idea fue presentada al plan fondo emprender (programa del SENA) el cual fue ganador por medio de identificar que era necesario un proceso más analítico, consecuente, innovador y más meticuloso entorno al café.

El proceso de Café Almendra Selecta comienza por garantizar la recolección y selección detallada de los mejores granos en las fincas antioqueñas incluyendo la granja principal ubicada en Amaga, Antioquia donde nació esta idea empresarial, se trabaja con caficultores escogidos que, además de un buen café, poseen unas buenas prácticas de manejo y están comprometidos con la investigación, los detalles, el estudio, las tendencias y las mejores preparaciones

3.3. Misión y Visión de la Empresa

Misión: Ser una empresa que transforma, comercializa y exporta café de la más alta calidad, protegiendo el medio ambiente y maximizar la rentabilidad para el beneficio de sus socios y empleados

Visión: Lograr posicionar la marca Café Almendra Selecta como una de las mejores. Así como lograr una gran penetración del mercado Este de los EE.UU para el 2016.

3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivo corto plazo

- Crear una empresa para la transformación y comercialización de café arábigo (suave) en el municipio de Caldas de Antioquia, innovando por medio de curvas de tostión las cuales permiten realzar las diferentes notas sensoriales del café, que contribuyen a la generación de valor del producto final, además se generará empleo el cual conlleva al mejoramiento de la calidad de vida.
- Constituir legalmente a Café Almendra Selecta SAS., como una Empresa productiva, auto sostenible, amigable con el ambiente e innovadora.

Objetivo mediano plazo

- Para el 2014 alcanzar un nivel cercano a \$202.000.000 millones de pesos, Generar 7 empleos directos, en los diferentes procesos de producción y comercialización, con los que se contribuya al fortalecimiento del tejido social y empresarial del municipio de Caldas.
- Evitar el impacto ambiental negativo a través de la transformación de los residuos sólidos

equivalentes al 20 % de la producción, en material orgánico (abono) que serán utilizados en la finca de café de propiedad del emprendedor

Objetivo a largo plazo

- Para el 2020 Contar con presencia de marca en 3 diferentes mercados internacionales.

3.5. Ventajas Competitivas

¹El café colombiano frente a otros cafés es uno de los mas suaves y de mejor sabor dado que las condiciones de clima, la topografía de la tierra, la tradición, los diferentes programas de garantías frente a la calidad, lo han posicionado de tal manera, adicional a esto el café de Colombiano es 100% de especie arábica que es una especie de café suave.

Adicional a lo anterior Café Almendra Selecta S.A.S ofrece excelente presentación del producto

- Confiabilidad ante el cliente por estandarización del producto
- Satisfacción en cuanto a la calidad de producto
- Atención inmediata a las necesidades del cliente frente al producto
- Excelente materia prima
- Manejo de todo el proceso productivo desde la finca productora hasta la tostion y el empaquetado del producto final que se le entrega al consumidor

¹ Café de Colombia. Referente Mundial.

3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir

En Colombia, un 90% de consumidores están relegados a tomar un café de segunda categoría que no cumple con las especificaciones especiales de aroma y sabor, la implementación de este proyecto, pretende ofrecer al consumidor local un café excelso, con características similares a los productos ofrecidos por el país en mercados internacionales, cumpliendo con el estándar mínimo de calidad, de igual manera queremos ofrecerle al mercado estadounidense, inicialmente a los neoyorkinos, las mismas alternativas de un café de calidad 100% colombiano, las preferencias de consumo de los consumidores en Estados Unidos se inclinan al café suave razón por la cual el café colombiano es uno de los más apetecidos, y la ya que la mayoría de los cafés ofrecidos en EEUU son mezclas de todos los cafés incluyendo los Colombianos como es el caso de starbuck que ofrece mezcla de varios cafés del mundo.

3.7. Relación de productos y/o servicios

La tendencia de consumo de café en el mundo viene creciendo a pasos agigantados y cada vez el consumidor le da más importancia a las virtudes del café en como son el sabor, el aroma, la suavidad y la calidad por lo cual Café Almendra Selecta quiere ofrecer al mercado de los EEUU la posibilidad de tener una experiencia de consumo diferenciadora con sus 4 tipos de café: Café tostion alta molienda, Café tostion media molienda, café tostion alta almendra y Café Tostion Media almendra, todos de especie arábica (una de las más suaves), sin mezclas y que corresponde a las preferencias de los estadounidenses.

3.8. Justificación del Negocio

²Como se mencionó anteriormente en el Plan Estratégicos Subregionales: Prospectiva Territorial a Escala Intermedia en el Departamento de Antioquia. (Colombia). Caso Suroeste Antioqueño. Suroeste. Colombia, un 90% de consumidores tomar un café de segunda categoría, por lo cual con el proyecto, pretendemos ofrecer al consumidor local y extranjero un café excelso, cumpliendo con el estándar mínimo de calidad UGQ 12-60 según la SCAA (asociación de cafés especiales)

Café Almendra Selecta S.A.S busca aumentar y consolidar el tejido empresarial, a través del emprendimiento y el fortalecimiento de los encadenamientos productivos, incluyendo el municipio de Caldas ubicado a 30 minutos de la puerta del suroeste Antioqueño de donde la empresa se proveerá del café; tal subregión se ha destacado tradicionalmente como productor cafetero, a partir de la combinación de diversos factores climáticos y de suelos, acompañado del desarrollo de buenas prácticas culturales en la producción y beneficio del café cereza, que establece un escenario de condiciones óptimas para la producción del grano de café; esta subregión se ha posicionado como una de las mayores productora departamental , encontrándose dentro de los municipios más productores Andes, Ciudad Bolívar, Concordia, Salgar y Betulia. Esto se suma a la prioridad que tiene la gobernación de Antioquia de fortalecer la cadena productiva del café de alta calidad con el propósito de posicionarla en el ámbito local e internacional, esto contenido en el marco del plan estratégico subregional suroeste.

² Gobernación de Antioquia y Fundación Grupo HTM. (2011). Plan Estratégicos Subregionales: Prospectiva Territorial a Escala Intermedia en el Departamento de Antioquia. (Colombia). Caso Suroeste Antioqueño. Suroeste.

3.9. Análisis del entorno y del sector

Para el mercado nacional ³

El café en Colombia tiene una penetración del 89% en hogares y el 70% de los colombianos toman café 21 días del mes. Sin embargo el consumo de café en Colombia se ha mantenido entre 1,2 y 1,3 millones de sacos de 60Kg en los últimos años, en ese mercado el café tostado participa con cerca del 80% mientras el café soluble alcanza un poco más de 20%. Con este nivel de demanda, los colombianos alcanzamos un consumo per cápita de 1,87 kilogramos de café verde equivalente. Aunque este nivel es inferior al consumo anual en países importadores de café (que van desde 2 kg y puede alcanzar más de 10 kg por persona en los países del norte de Europa) y de algunos países productores como Brasil (casi 6kg) y Costa Rica (cerca de 4kg), presenta un panorama muy alentador para el sector por la posibilidad de crecimiento en un país donde el café es insignia y orgullo.

Las principales regiones que consumen café en Colombia son Bogotá, la Costa Atlántica, los Santanderes, Huila, Tolima y la región central cafetera (Antioquia, Caldas, Quindío y Risaralda) y el promedio de tazas consumidas por una persona en un día en Colombia es entre 2,5 y 3.

Se puede hablar de que la industria torrefactora a nivel nacional la constituyen alrededor de 129 empresas, 12 de las cuales prácticamente conforman "la gran industria" y manejan casi el 85% de la producción destinada al consumo interno. El café colombiano también es transformado y utilizado por las industrias de confites, gaseosas, medicamentos y cosméticos, entre otros. En cuanto a las exportaciones de Colombia, el 95% del café se exporta sin transformar a diferentes partes del mundo. Hoy en día los tipos de cafés

³ Federación Nacional de Cafeteros. Quienes somos. Estadísticas Históricas

elaborados en el país son: café tostado y molido, soluble, liofilizado y extracto de café.

En cuanto al comercio de café tostado entre los años 2010 y 2011 sólo se exportaron desde origen 222,500 sacos en forma tostada en comparación con 6.9 millones de sacos EGV de soluble y 85.4 millones de sacos de café verde .En total el café tostado representó únicamente 0.24% de todas las exportaciones de café, sin embargo las estadísticas publicadas sobre este comercio son notoriamente inexactas en relación a las cifras de importación reportadas por los países productores ya que éstas exceden las cifras de exportaciones efectuadas desde esos orígenes. Aun así y tal vez sorprendente, es que Colombia fue el mayor exportador de café tostado en los años 2009 y 2010 predominando sobre Brasil que se mantuvo en primera plana por muchos años, aunque han habido ocasiones en el pasado cuando esta predominancia se dio por otros países como la República Dominicana. En los años 2009-2010-2011-2012 el consumo de café viene ganando un 2% de nuevos consumidores lo cual se pretende mejorar en los próximos años.

Lo anterior en cuanto al 2010 y 2011, para el 2012 tenemos las siguientes cifras de exportación⁴:

- a) La producción cafetera de Enero de 2013 alcanzo 877.000 sacos de 60 kilos, un 64 % más de lo que registra en Enero de 2012.
- b) Las exportaciones fueron de 725.000 sacos, un 34 % más frente a las ventas externas realizadas en igual mes de 2012.

⁴ Café Colombiano, información sobre el café de Colombia. (2013. Febrero 06). Archivo de la Categoría Actualidad: Tres medidas del gobierno, un salvavidas para los cafeteros del país.

Tabla .1. Volumen de las exportaciones colombianas de café – mensual

MES	Total Exportaciones
nov-10	827
dic-10	1.105
ene-11	848
feb-11	651
mar-11	924
abr-11	580
may-11	593
jun-11	576
jul-11	474
ago-11	384
sep-11	471
oct-11	603
nov-11	774
dic-11	857
ene-12	542
feb-12	560
mar-12	604
abr-12	494
may-12	590
jun-12	613
jul-12	552
ago-12	583
sep-12	527
oct-12	582
nov-12	736
dic-12	787
ene-13	743
feb-13	719

Fuente: Federación Nacional de Cafeteros. Quienes somos. Estadísticas Históricas

Vemos una notable mejora en el último trimestre, pero un descenso en diciembre del 9% con respecto al mismo periodo del 2011 y de un 28% con respecto al 2010.

Tabla .2. Volumen de las exportaciones colombianas de café según tipo - anual

Miles de sacos de 60 Kg de café verde equivalente

	Verde	Verde descafeinado	Tostado en grano	Tostado y molido	Extracto y soluble	Total
2000	8.568	6	1	4	628	9.206
2001	9.271	71	1	5	627	9.974
2002	9.522	137	0	5	610	10.274
2003	9.589	96	2	10	593	10.289
2004	9.476	124	3	13	646	10.263
	10.11					
2005	1	117	2	15	627	10.871
	10.26					
2006	9	37	4	12	623	10.945
	10.66					
2007	5	37	3	13	583	11.301
	10.27					
2008	7	77	17	18	696	11.086
2009	7.144	114	38	13	584	7.894
2010	7.134	28	43	15	603	7.822
2011	7.108	14	55	14	543	7.734
2012	6.535	22	53	31	528	7.169

Fuente: Fuente: Federación Nacional de Cafeteros. Quienes somos. Estadísticas Históricas. Café de Colombia. Referente Mundial.

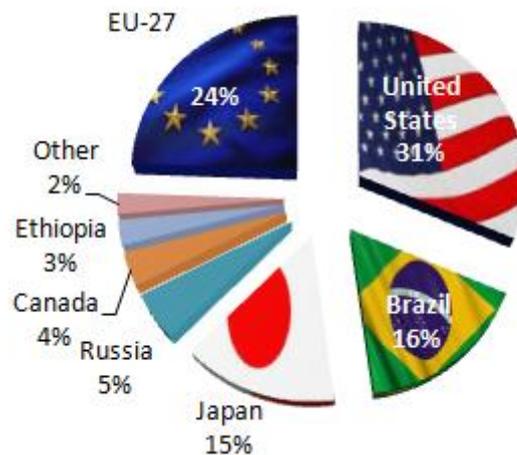
Para el mercado internacional

Tabla .3. Información del País Destino

Datos de Estados Unidos
<p>Capital Washington D.C</p> <p>Idioma Inglés (oficial) 82,1%, Español 10,7%, otros 7,2%</p> <p>Población 313.847.465 habitantes</p> <p>Superficie 9.826.675 km²</p> <p>Sistema político República Federal Constitucional y Presidencialista</p> <p>Religión Católica y protestante</p> <p>Principales ciudades Los Ángeles, Chicago, Nueva York, Houston, Filadelfia, Dallas, Miami, Washington, Atlanta y Detroit.</p> <p>Moneda Dólar estadounidense (US\$)</p> <p>Principales puertos y terminales Los Angeles (CA), Long Beach(CA), New York (NY), Houston(TX),Seattle(WA), Charleston(SC), Puerto Oakland (CA), Baltimore(MD), Tacoma (WA), Norfolk (VA)</p> <p>Código telefónico +1</p>
<p>Principales sectores productivos</p> <p>Agricultura Soya, maíz, trigo, fibras de algodón, carne de pollo, carne de cerdo, carne de vacuno, almendras y hojas de Tabaco.</p> <p>Industria Lídere en el mundo de alta tecnología innovadora, maquinaria eléctrica y electrónica, productos químicos, maquinaria industrial, alimentos, bebidas, automóviles, petróleo, madera y minería.</p> <p>Servicios Banca, seguros, enseñanza, investigación. Transporte, comercio y turismo.</p>
<p>Principales productos de importación Vehículos y sus partes, productos agrícolas, suministros industriales, bienes de capital (ordenadores, equipos de telecomunicaciones, maquinaria eléctrica), bienes de consumo como ropa, medicinas, muebles y juguetes.</p>
<p>Principales socios comerciales México, Canadá, Japón, Unión Europea y China</p>

Fuente: Proexport Colombia. TLC, Tratado de Libre Comercio Colombia-EEUU. Datos de Estados Unidos. Conozca Estados Unidos. The World FactBook, Trade Map

Figura .1. Porcentaje de participación de consumo de café



Fuente: CABI con cifras del United States Department of Agriculture.

Las variables que se tuvieron en cuenta para realizar el estudio del mercado meta fueron las siguientes:

- Determinar las futuras necesidades del mercado para tener una diversificación de nuestro portafolio de bienes y servicios para satisfacer la demanda futura.
- Capacidad de compra.
- Nivel de cobertura.
- Capacidad de endeudamiento.
- Cumplimiento en el pago de obligaciones.

Estados Unidos está Compuesto por cincuenta estados y un Distrito Federal , Estados Unidos es el cuarto país más grande del mundo en cuanto a superficie, después de Rusia, Canadá y China, y el tercero en población

Estados Unidos se caracteriza por tener altos índices de migración, por lo que es considerado el país con mayor diversidad cultural y étnica del mundo. El principal grupo étnico es el hispano, que ocupa alrededor del 15,1% del total de la población.

La economía de Estados Unidos es considerada la mayor del mundo y una de las más poderosas tecnológicamente hablando. Este país es el importador más grande del planeta y el tercero que más exporta.

En 2011⁵, la economía mostró un crecimiento de 1,7%. El consumo creció 2%, pero lo que más impulsó el crecimiento fue el proceso de reabastecimiento de inventarios por parte de los mayoristas y detallistas. Esto refleja que las compañías estadounidenses se sintieron más confiadas con el comportamiento del consumidor y tomaron nuevos riesgos en cuanto a sus compras.

Bloques económicos:

- NAFTA: Acuerdo de libre comercio entre los Estados Unidos, Canadá y México.
- Sistema generalizado de preferencia SGP.
- Ley de asociación comercial de Estados Unidos. Cuenca del Caribe CBTPA.
- Acuerdo de libre comercio entre los Estados Unidos e Israel.
- Ley de oportunidades y crecimiento africano AGOA.
- Acuerdo de Estados Unidos MERCOSUR.
- Tratado de libre comercio con Jordania.
- Tratado de libre comercio con Republica Dominicana, Centro América y los Estados Unidos CAFTA RD.
- Tratado de libre comercio Estados Unidos, Colombia y Perú.

⁵ Proexport Colombia. TLC, Tratado de Libre Comercio Colombia-EEUU. Datos de Estados Unidos. Conozca Estados Unidos. The World FactBook, Trade Map

Balanza comercial de Colombia y Estados Unidos: En Periódico Portafolio⁶, de circulación nacional, se pudo consultar artículo sobre las Importaciones de Colombia impusieron record en el 2012. Balanza Comercial de Colombia, donde dice que las compras del país en exterior, durante todo el 2012, alcanzaron los 58.632,4 millones de dólares CIF.

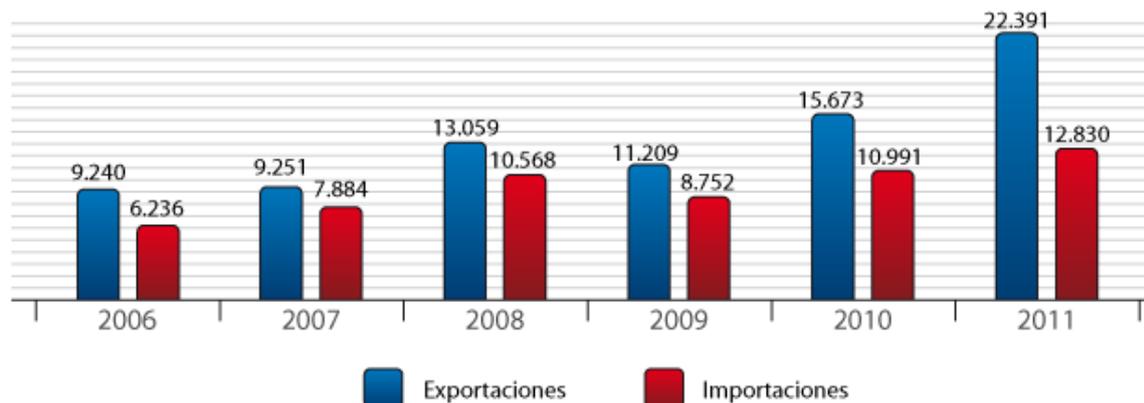
El año pasado, las importaciones colombianas -al igual que las exportaciones- marcaron un récord, al llegar a 58.632,4 millones de dólares CIF, para un crecimiento anual de 7,2 por ciento; el mayor dinamismo de las compras externas frente al registrado por las ventas al exterior se reflejó automáticamente en la balanza comercial, que disminuyó 9,3 por ciento respecto del 2011, al totalizar 4.916 millones de dólares.

En diciembre pasado, el desempeño importador fue diferente: tuvo una contracción de 0,5 por ciento en dólares CIF, hasta 4.480 millones de dólares.

Según la entidad, el incremento del renglón agropecuario, alimentos y bebidas sumó 555 millones de dólares, atribuido principalmente a las importaciones de cereales y sus preparados (123,2 por ciento) y de pienso (forraje) para animales (92,6 por ciento). Las compras externas de café, té, cacao, especias y sus preparados disminuyeron 38,3 por ciento.

El Dane señaló que en todo el 2012 las compras efectuadas a Estados Unidos aumentaron 3,5 por ciento, hasta 13.481 millones de dólares; como en el mismo periodo, las exportaciones a ese mercado, el principal socio comercial de Colombia, mantuvieron el mismo nivel del 2011 (21.980 millones); la balanza comercial con ese país tuvo una reducción de 447 millones, hasta llegar a 8.499 millones, que de todas maneras es el más alto superávit bilateral registrado el año pasado.

⁶ Periódico Portafolio. (2013. Febrero 20). Importaciones de Colombia impusieron record en el 2012. Balanza Comercial de Colombia.

Figura .2. Balanza Comercial Colombia- Estados Unidos 2006-2011*Balanza Comercial Colombia - Estados Unidos
(millones de dólares)*

Fuente: The Challenge of Urbanization: The World's Largest Cities. Publicaciones de Naciones Unidas.

⁷La balanza comercial entre Colombia y Estados Unidos ha sido tradicionalmente superavitaria, es decir que las importaciones de Estados Unidos a Colombia son menores a las exportaciones Colombianas a Estados Unidos. Por cada dólar que exporta Estados Unidos importa 1,68.

En el portal de las Naciones Unidas con su Mundo. Ciudad de Nueva York, Estados Unidos. The Challenge of Urbanization: The World's Largest Cities. Publicaciones de Naciones Unidas, se encontró la siguiente información referente a las visitantes a los Estados Unidos, igualmente en el porta en la web CubaDarwin.net⁸, en su artículo Según los datos de un estudio realizado entre 2012 y 2013, tendencias en el consumo de café en EEUU aumenta el consumo sobre todo de expreso, así:

⁷ USITC United States International Trade Commission.

⁸ CubaDarwin.net. (2013. Mayo 26). Según los datos de un estudio realizado entre 2012 y 2013, tendencias en el consumo de café en EEUU aumenta el consumo sobre todo de expreso.

- Se entrevistaron a 2840 personas mayores de 18 años entre la mitad de enero y la mitad de febrero en todo EE. UU. El estudio examinó los patrones de consumo entre la población hispana, desglosados por niveles de aculturación, países de origen, así como afroamericanos.
- La tasa de consumo diario se mantuvo en 63%, mientras que las personas que beben café por lo menos una vez a la semana aumentó a 75%.
- El consumo de café de cafetera entre la población hispana ha aumentado al 76%, en los afroamericanos el 47% y en los caucásico-americanos un 64%.
- Por otro lado el 13% de población total de EE. UU. bebe café recién hecho, mientras que el consumo de café de cafetera se ha reducido al 37% de un 43% respecto al mismo período.
- El consumo de café de calidad ha aumentado en la población mayor de 60 años
- La compra de cafeteras tipo expresso marca una tendencia: un 82% asegura beber café de este tipo de cafeteras, recién hecho, lo cual marca un aumento del 11% desde 2012, y un 12% ha comprado una de estas cafeteras, a diferencia del 10% que lo hizo el año pasado.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

El mercado del café es un mercado de mucha tradición por lo cual en algunos casos los conocimientos pasan de generación en generación sin requerir ningún estudio.

Pero teniendo en cuenta la competitividad del mercado actual se requieren conocimientos técnico en áreas como:

- a) Administración
- b) Operación de maquinarias
- c) Contabilidad
- d) Ventas
- e) Comercio exterior y logística
- f) Conocimientos técnicos y empíricos sobre el manejo del café y todo lo que la operación y distribución de este implique

4. 4.ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercado

Como objetivo principal que tenemos después de haber identificado las fortalezas y debilidades, las oportunidades y las amenazas, y haber hecho asunciones sobre los factores externos que pueden afectar nuestro negocio, tenemos como metas establecer objetivos de mercadeo. En donde podamos alcanzar cada una de las metas propuestas y cumplir cada una de las estrategias ¿pero cómo lo vamos a lograr?

En primera instancia hemos realizado un balance entre los productos (café gourmet) y los mercados a los que queremos llegar ofreciendo un producto óptimo de buena calidad y una alta gama en donde sea siempre vanguardista , precios asequibles, promociones (inicialmente como lanzamiento; y más adelante en diferentes temporadas dependiendo de la necesidad de nuestros clientes) y a nivel personal como estrategia; hemos definido objetivos publicitarios en donde sea impulsado de una manera más desbordante e inculcadora a este producto como si fuera un producto de primera necesidad en donde no sea solo utilizado para mantenerse despierto, sino para reuniones empresariales, familiares y por supuesto para deleitarse con un exquisita taza de café.

- Corto Plazo: crear un posicionamiento y reconocimiento de marca local como demás productos hechos a base de café; para finales del año 2013 tenemos propuesto que Café Almendra S.A.S, buscara entrar al mercado americano más exactamente a la ciudad de Nueva York, con sus 4 tipos de café molido y tostado,

- Mediano Plazo: : Incrementar nuestra participación en el mercado local en 15 puntos porcentuales para el año 2014, y tener una participación alta en ferias empresariales , para mediados de este mismo año Café Almendra S.A.S, busca estar posicionada en por lo menos el 40% de las tiendas en nueva York.
- Largo Plazo: Para el año 2018 ingresar a nuevos mercados internacionales como el Caribe y Japón e incrementar las ventas en el mercado internacional en 5 puntos porcentuales.
Posicionar y consolidar en el estado de New York a Café Almendra Selecta como una de las mejores marcas de cafés suaves.

4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

El café almendra S.A.S presenta un delicioso café en diferentes tipos de tostion o tostación; (Alta, media y baja) y de igual manera diferentes tipos de molienda (Fina, media y gruesa) de alta calidad, recolectando de la forma más detallada los mejores granos de nuestras tierras productoras, para finalmente brindarle a nuestro consumidor final la oportunidad de deleitarse con una deliciosa taza de café, de un excelente sabor, color y aroma.

Tipos de Café Almendra:

Café alta molienda media 5 libras: tostion muy oscura, predominan los sabores amargos, más intensos, mayor cuerpo y notas a chocolate y caramelo quemado, se tiene el balance intermedio que realza las notas dulces y es la adecuada para métodos de preparación como cafeteras de goteo, greca, coladores de tela, filtrados con papel, ollas. Este producto se ofrecerá también en presentaciones de 1 libra.

Café tostión media molienda media 1 libra: es una tostión de un color café claro, predominan sabores más ácidos (suaves) y dulces, son menos amargos, se perciben fácilmente las diferentes notas del café, se tiene el balance intermedio que realza las notas

dulces y es la adecuada para métodos de preparación como cafeteras de goteo, grecas, coladores de tela, filtrados con papel, ollas.

Café tostión alta almendra 1 libra: tostión muy oscura, predominan los sabores amargos, más intensos, mayor cuerpo y notas a chocolate y caramelo quemado, se tiene el balance intermedio que realza las notas dulces y es la adecuada para métodos de preparación como cafeteras de goteo, grecas, coladores de tela, filtrados con papel, ollas, aerocafeteras y su presentación en almendra ayuda a la conservación del producto por mayor tiempo.

Café tostión media almendra 1 libra: es una tostión de un color café claro, predominan sabores más ácidos (suaves) y dulces, son menos amargos, se perciben fácilmente las diferentes notas del café, se tiene el balance intermedio que realza las notas dulces y es la adecuada para métodos de preparación como cafeteras de goteo, grecas, coladores de tela, filtrados con papel, ollas.

Véase en apéndice A

Figura .3. Entorno del Producto

Finca Cafetera



Cultivo



Recolección



Procesamiento



Fuente: autoría propia

Secado del café y los granos luego llevados a molino para luego quitarle la cascara.



Control de calidad



Fuente:portal.anacafe.org

Producto terminado



Fuente: autoría propia

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Actualmente solo el 18% del café que se consume en EEUU es en cafeterías especializadas el resto se hace en casa o con preparaciones propias, por lo cual el gran potencial está en el canal retail (pese a que la tendencia creciente para el futuro favorece el café consumido por fuera de casa) y hasta que el porcentaje sea más equitativo será el canal que queremos atacar.

Los supermercados en EEUU están divididos en:

- Cadenas de supermercados nacionales, regionales y locales
- Cooperativas de minoristas
- Supermercados latinos o étnicos
- Supermercados especializados en productos naturales

- Tiendas gourmet y bodegas

En total estamos podemos hablar de aproximadamente 1500 tiendas en la zona, de las cuales encontramos que por tamaño del supermercado y capacidad de producción nuestros clientes potenciales serian:

105 puntos de venta de key food Inc. Co-Op

61 puntos de venta de Met food

57 puntos de venta de food town

Y asociaciones minoristas como Associated Supermarkets con 135 supermercados asociados y Shoprite

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

El principal objetivo es lograr determinar la viabilidad del proyecto también lograr identificar los comportamientos de los consumidores de café en la ciudad de NY, para poder detectar sus necesidades y la forma en la cual las vamos a satisfacerlas. Finalmente lo que se busca son datos que permitan hacer una elección asertiva sobre la distribución, precio y promoción del producto en esta ciudad.

Formas de Uso.: aproximadamente el 13% de la población de los EEUU bebe café recién hecho y el 37% de la población lo consume de cafetera.

El consumo de café expresso es del 16% aproximadamente en un grupo de edad de los 18 a los 39, pero para un grupo de edad de 60 años o más solo es un 6%.

Precio que Pagaría.: En el precio de venta de los productos de la categoría tiene un rango muy grande que puede ir en promedio desde \$7 hasta los \$ 50 dólares, eso quiere decir que los consumidores de esta categorías están dispuestos a pagar un precio alto por un buen producto; sin embargo la idea es ser muy competitivos en el precio con un muy buen producto.

Jamaican Blue Mountain \$49.99

Colombia Supremo \$8.99

Benny's Blend \$8.99

Organic Blend - Fair Trade \$7.99

Valoración del Producto: Empaque: Para el empaque del producto se utiliza el mejor material, es el más costoso también pero es el más indicado para aislar la humedad o el calor o cualquier condición externa que puedan deteriorar el producto, la bolsa es clave para la conservación del producto en condiciones óptimas.

Producto: El proceso de Café Almendra Selecta comienza por garantizar la recolección y selección detallada de los mejores granos, se trabaja con caficultores escogidos que, además de un buen café, poseen unas buenas prácticas de manejo y están comprometidos con la investigación, los detalles, el estudio, las tendencias y las mejores preparaciones.

Marca: El Café Almendra Selecta S.A.S, está especializado en el estudio de la cadena cafetera y le brinda a los más apasionados la posibilidad de llevar a casa bolsas de cafés especiales recién tostados.

En el porta en la web CubaDarwin.net⁹, en su artículo Según los datos de un estudio realizado entre 2012 y 2013, tendencias en el consumo de café en EEUU aumenta el consumo sobre todo de expreso

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

El estudio de para el consumidor se hizo mirando estadísticas, encuestas e informes de EE.UU y de New York que es nuestro destino final. El medio por el cual se realizó el estudio fue de segunda mano ya que fue por consulta en internet a través de las siguientes páginas:

- Proexport Colombia. (web)www.proexport.com.co
- Univisión Chicago. Noticias Estados Unidos. Las 10 ciudades que más toman café. (en línea). <http://univisionchicago.univision.com/noticias/estadosunidos/fotos-de-estados-unidos/slideshow/2011-09-28/10-ciudades-cafe-estados-unidos-cafeina>

c) Aplicación de la Medios

La aplicación de los medios se realizó teniendo en cuenta el crecimiento del mercado con respecto a las empresas que necesitan estos materiales para producir sus productos, se consulta a través de internet.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Tipo de Consumidor: En la cadena de valor de nuestro producto en la ciudad de New York vamos a tener dos tipos clientes, inicialmente distribuidor a través del cual vamos a llegar al consumidor final ósea por medio de cadenas de supermercados vamos a llegar a los consumidores del buen café.

Los canales de distribución en este caso los supermercados representan la conexión entre la empresa productora de café y el mercado objetivo, por eso se tiene en cuenta a la

⁹ CubaDarwin.net. (2013. Mayo 26). Según los datos de un estudio realizado entre 2012 y 2013, tendencias en el consumo de café en EEUU aumenta el consumo sobre todo de expreso.

hora de elegir el distribuidor, el número de clientes potenciales, la superficie, la ubicación, cantidad de ventas promedio.

Criterios de Compra: En estos criterios de compra se tiene en cuenta es al consumidor final, el principal objetivo de la empresa es satisfacer las necesidades de los consumidores, con el objetivo de obtener beneficios económicos para la organización.

El cliente potencial de la empresa es un cliente que tiene muchas alternativas para comprar, que evalúa las alternativas y clasifica las ventajas y desventajas respecto a lo que está buscando. Básicamente el cliente potencial tiene como principal criterio la calidad el sabor la textura.

Por otro lado es un producto que puede ser de primera necesidad para gran parte de personas que lo adquieren el supermercado para el uso en casa, los medios de pago pueden ser en efectivo o tarjeta o medios alternativos que pueda tener el distribuidor

El producto es de alta calidad pero no tendría garantía, y viene por un tiempo muy amplio antes de caducar ya que por ser un producto no perecedero no se hará cambio por vencimiento.

Perfil del Consumidor: El perfil del consumidor es hombre de entre 45 y 54 años es el perfil mayoritario del consumidor de café entre semana. En el caso de los fines de semana, el perfil es mujer de entre 35 y 54 años. En el caso de la mujer, es el prototipo de consumidor de café en casa, mientras que el del consumidor fuera de ella es hombre de entre 45 y 54 años.

En la mañana, el café más consumido es el “con leche” con un 44%, sin embargo, después de comer es el “solo” el más demandado con un 35%; y por la tarde, vuelve a ser el café con leche el más demandado con un 45%. Por edades, los mayores aficionados a esta bebida tienen entre 35 y 64 años. A partir de los 65 años, el consumo de café disminuye.

Aproximadamente, 3000 hombres y mujeres en el año 2000 arrojaron los siguientes resultados¹⁰:

- 54% de los adultos de los Estados Unidos bebe café todos los días, representando 110 millones de bebidas diarias
- De estos, 20 millones de adultos americanos toman bebidas de café gourmet todos los días
- (incluye expreso, mocachino, capuchino o mezclas de café helado).
- Otro 25% de la población o 51 millones de adultos toman café ocasionalmente.
- En un análisis per cápita los hombres toman más café que las mujeres (1.9 tazas por día vs. 1.4 tazas)
- Los consumidores de café, toman aproximadamente un promedio de 3.1 tazas de café al día. • El promedio de la medida de la taza es de 9 onzas.
- 35% de los bebedores de café lo toman negro, mientras que el 62% agregan crema o azúcar.
 - 62% del café es consumido en el desayuno, 22% entre comidas y 16% en todas las comidas.
- Las mujeres consumen más variedades de café, debido a que piensan que es una buena manera de relajarse.
- Los hombres opinan que es un estimulante para realizar ciertas cosas.
- Las percepciones y actitudes del café, por edades: De 20 a 29 años, generalmente lo toman para sentirse mejor, frecuentando los lugares antes mencionados, como un modo de distracción.

De 30 a 59 años: Como un estimulante a realizar ciertas cosas.

De 60 años: El café es una buena forma de relajamiento.

¹⁰ Perez, Marvin. (2013. Marzo 22). Coffe Consumption Increases in Association Survey Shows. Bloomberg.

Ubicación de los Consumidores: La ubicación de los consumidores potenciales, los consumidores de café, son los que estén en el área de influencia del supermercado. La ciudad es Nueva York, y son personas que trabajan, transitan o viven cerca de los supermercados en donde vamos a vender el café. La ubicación va depender de la ubicación del supermercado.

Podemos concluir que el mercado que está creciendo es el consumo de café fuera de casa mientras baja el consumo de café en el retail.

Para realizar una comparación del consumo de café en los diferentes mercados de EEUU tenemos que:

#1 Chicago, la Ciudad de los Vientos donde los inviernos parecen nunca terminar. Ahí los habitantes gastan 2.94 veces más en café que el promedio nacional y por cada 10 mil personas hay 0.323 establecimientos Starbucks.

#2 Nueva York, NY: Quizá el apodo de 'La ciudad que nunca duerme' no se debe al sinfín de actividades en la Gran Manzana, sino a la cantidad de café que toman sus residentes. Según Bundle, los habitantes gastan 2.9 veces más en esta bebida que el promedio nacional. Además, por cada 10 mil habitantes en Nueva York, hay 0.199 establecimientos Starbucks.

#3 Seattle, Washington: Residentes de esta ciudad donde la mayoría del año está nublado y lluvioso, consumen 2.37 veces más café que el promedio nacional. A nivel estatal, por cada 10 mil residentes en Washington, hay 0.889 establecimientos Starbucks.

#4 San Francisco: Residentes de esta ciudad gastan 2.02 veces más en café que el promedio nacional. A nivel estatal, por cada 10 mil residentes en California, hay 0.556 establecimientos Starbucks.

#5 Los Ángeles: Al parecer los residentes de esta ciudad necesitan café para mantenerse despiertos durante horas tras el volante varados en tráfico, y es que los habitantes

de Los Ángeles gastan 1.96 veces más en café que el promedio nacional. A nivel estatal, por cada 10 mil residentes en California, hay 0.556 establecimientos Starbucks.

#6 Washington, D.C.: En la capital del país, donde se toman las decisiones que determinan el rumbo de Estados Unidos, los residentes consumen 1.86 veces más café que el promedio nacional. Y en ese distrito, que apenas abarca 68.3 millas cuadradas, hay 1.181 establecimientos Starbucks por cada 10 mil habitantes.

#7 San José, California: A pesar de que casi todo el año está soleado y templado en esta ciudad californiana, los residentes de San José son amantes del café. Comparado con el promedio nacional, los habitantes gastan 1.79 veces más en esta bebida. Además hay 0.556 establecimientos Starbucks por cada 10 mil personas en California.

#8 Portland, Oregon: En esta ciudad donde la mayoría del año está nublado, los habitantes consumen 1.75 veces más café que el promedio nacional y hay 0.667 negocios Starbucks por cada 10 mil residentes en el estado de Oregon.

#9 Miami: En esta tierra de gente bella, calor y diversión, el café es muy popular. Los residentes de esta ciudad gastan 1.65 veces más en esta bebida que el promedio nacional. Por cada 10 mil habitantes hay 0.224 establecimientos Starbucks en la Florida.

#10 Minneapolis: Las bajas temperaturas que congelan a la ciudad durante el invierno hacen que sus residentes consuman 1.64 veces más café que el promedio nacional. El número de establecimientos de Starbucks en el estado de Minnesota, por cada 10 mil habitantes es de 0.224.

Tabla .4. Demanda Del Producto.

Personas	Número de consumidores de New York	Número de personas que consumen café fuera de casa	Número de personas que consumen café dentro de casa
Porcentaje	100%	18%	82%
Numero	5.395.000	971.100	4.423.900

Numero de Habitantes de New York	Consumo en kilos Per capital Anual De New York	Consumo en Libras por Año
8.300.000	4,2	69.720.000

Proyección de Crecimiento Anual					
Periodo	Año 1	Año 2 (1,7 %)	Año 3 (2,0 %)	Año 4 (2,2 %)	Año 5 (2,5 %)
Consumo de Libras por año	69.720.000	70.905.240	72.323.345	73.914.458	75.762.320

Fuente:

Perez, Marvin. (2013. Marzo 22). Coffe Consumption Increases in Association Survey Shows. Bloomberg.

Almomento.net. (2013. Marzo 15). NY: Sube número de habitantes a 8,3 MM.

CubaDarwin.net. (2013. Mayo 26). Según los datos de un estudio realizado entre 2012 y 2013, tendencias en el consumo de café en EEUU aumenta el consumo sobre todo de expreso.

4.5. El Mercado Competidor

4.5.1. Competidores

Tabla .5. Competidores- Mercado Competidor

Nombre	Contacto	Productos	Precio
Tiendas Juan Valdés	Tel: (212) 421-8300 Dirección: 140 E 57 th St, New York. Ny 100022	Anexo 1 http://store.juanvaldezcafe.com/ES/mdiscart/category/Coffee/	1
Roaster's Pride	158 Brook Avenida Deer Park, New York 11729 Email: info@roasterspridecoffee.com Tel: 631.242.2232 Fax: 631.242.4610	Colombiano Supremo tostado oscuro (http://www.roasterspridecoffee.com/exclusive_coffeedarkroast.htm) Colombiano Excelso mezcla (http://www.roasterspridecoffee.com/exclusive_coffeelightmedium.htm)	N/D
Coffee distributin g corp.	CDC Headquarters: 200 Broadway, Garden City Park, NY 11040 http://www.cdccoffee.com/peets-coffee-product-list.html	Supremo colombiano: El más fino café que Colombia. Estate Seleccione colombiano: Café 100% colombiano tostado ligeramente oscuro. Orgullo de Colombia: 100% Café de Colombia Excelso Grado. Descafeinado Swiss Water colombiano: Alto grado Colombiano: PEETCOL - 18/2.5 oz suelo Un clásico. Dulce y suave.	2 usd
Coffee holding Company, inc	http://www.coffeeholding.com/our-brands Tel: (718) 832-0800 3475 Victory Blvd Starten Isand, New York 10314 info@coffeeholding.com	100% Colombiano: 11.5 y 34.5 onzas 100% Descafeinado Colombiano : 12 y 11.5 onzas Don Manuel: 2 y 16 onzas. Responsabilidad: Rainforest Aliance, grounds for health, Fair trade USA, Coffee Kids, cup for education.	N/D
N Y Coffee distributor	http://nycoffeedistributor.com/catalogsearch/result/?q=colombian	Café Colombiano supremo 1 libra Café Colombiano supremo 5 libras	10,97 34,97
Islam House Coffee co	http://www.islandhousecoffeeco.com/state-n-island-coffee-item-details.cfm?id=34 info@islandhousecoffeeco.com Tel: 718-967-3806 PO Box 90576 Staten Island, NY 10309-0576	Islannd House Colombian 1 libra Islannd House Colombian 5 libras	10,95 54,25
L.I. Coffee Distributor s	http://www.licoffeeco.com/Vittoria-Cafe-Columbian-Coffee Tel: 631-300-5148	Café Colombiano Victoria	N/D
Corporate Coffee	http://www.corpcofe.com/results.asp?Keyword=BCXSUP	Dejardin Colombiano Supremo (2 libras)	N/D

systems		El Dorado café Colombiano	
Finger lakes coffee roasters	7330 Route 251 Victor, NY 14564 Tel: 1-800-420-6154 http://estore.fingerlakescoffee.com/estore/catalog_search.cfm?searchtext=colombian&cid=&mid=&price=&search=1&sor=1&cfid=7886647&cftoken=41187130	Café supremo Colombiano: Café: feria orgánico certificado Café singular origen	11,50 13,00 11,25 Usd
Mr. ROHRS	http://www.rohrs.com/coffee.asp#	Café Colombian Supreme	Libra 13,99 ½ libra 7,50 Usd
Gillies Coffee	http://www.gilliescoffee.com/index.php?parent=catalog&mode=search&search_in=all&search_str=colombian P.O. Box 320206 150 19th Street Brooklyn NY 11232-1005 Tel: 800-344-5526 coffeeman@gilliescoffee.com	Green Coffee Colombia: Especial, Supremo, Certificado orgánico, descafeinado	Desde 4,46 hasta 7,37 usd

Fuente: autoría propia.

3.9.2. Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Tabla .6. Variables estudiadas del Mercado Competidor

Variabes	Productos	Tiempo	Capacidad de producción	Servicio al cliente	Canales
Tiendas Juan Valdés Cafeteros	Café	N/D	N/D	Página web Teléfono	Directo
Roaster's Pride	Café de diferentes países	Desde 1973	N/D	Página web Email Teléfono	Directo
Coffee distributing corp.	Café, té, sodas, snacks, energizantes, jugos, cocoa, frutos secos Cafeteras, artículos de limpieza, industriales etc.	Desde 1976 300 empleados	N/D	Página web	Terceros y directo
Coffeeholding	Café verde al por mayor, Café de diferentes marcas y marcas propias, café instantáneo.	Desde 1972	N/D	Página web Email Teléfono	Terceros
N Y Coffee distributor	Café Colombiano y del mundo de las más alta calidad	N/D	N/D	Página web	Terceros y directo
Islam House Coffee co	Café colombianos y del mundo de alta calidad, té, Jarabes de café, Cafeteras industriales	Desde 1985	N/D	Página web Email, Teléfono Dirección.	Directo y terceros
L.I. Coffee Distributors	Cafeteras industriales, enfriadores de agua y café	Más de 25 años.	N/D	Página web Email Teléfono	Directo
Corporate Coffee systems	Café, Maquinas cafeteras, té, Jugos, sodas, chocolate, snacks, utensilios y mucho más.	Desde 1985	N/D	Página web	Terceros y directo
Finger lakes coffee roasters	Café, helados, jarabes, té, cocoa.	Desde 1996	N/D	Página web Dirección Teléfono	Directo y terceros
Mr. ROHRS	Café, té, teteras, cafeteras, filtros de café, tabacos, galletas, chocolates etc.	Desde 1896	N/D	Página web	Directo
Gillies Coffee	Café	Más de 160 años	N/D	Página web Teléfono	Directo y terceros

Fuente: Autoría propia.

Tabla .7. Medios- Estrategias

Medios	Estrategias
El estudio se realizó a través de la página web de cada una de las empresas citadas	Recolección de información y análisis para determinar las características de nuestros posibles competidores, así como su posición en el mercado.

Fuente: Autoría propia

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor**b) Aplicación de la Medios**

A Quien	Como	A través de	Cuando
Competidores	Investigación del producto y productos similares para conocer que ofrece el mercado y en qué condiciones.	Internet	Abril de 2013

Fuente: Autoría propia.

c) Resultados del Estudio de la Competencia

- El estudio del mercado de distribuidores de café en New York, presenta la existencia de grandes empresas con muchos años en el mercado.
- Se encuentran muchas marcas de café de alta calidad de Colombia, así como de otros países que son competencia indirecta.
- Muchos de los competidores además de café venden otros productos relacionados como té, refrescos, jugos, filtros para cafeteras, máquinas para hacer café entre otros. Ofreciendo así más variedad y comodidad de compra.
- El contar con un portafolio más amplio les permiten reducir costos de operación.
- Los competidores tienen sistemas de venta online con domicilio, sistema muy usado por los estadounidenses.
- Algunas empresas tienen sedes en otras ciudades e incluso se han

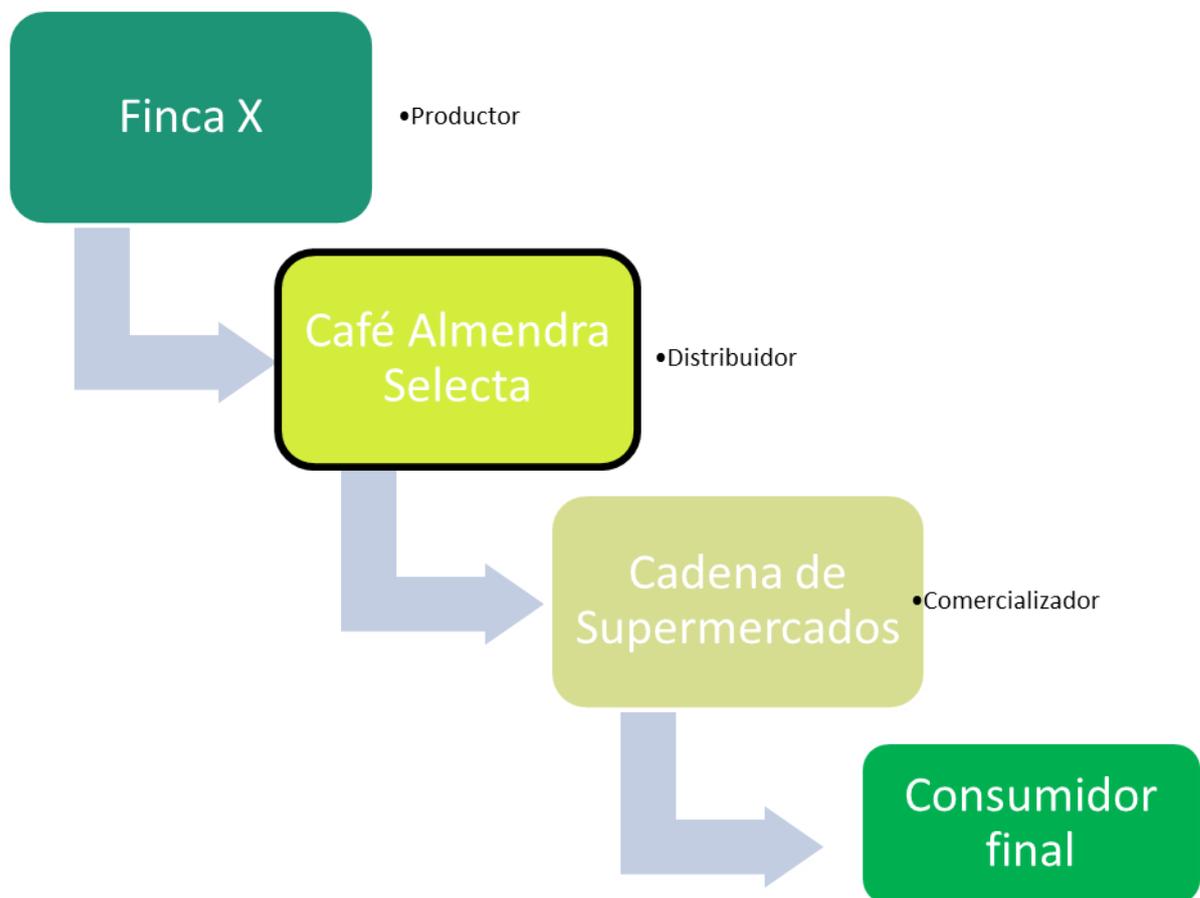
internacionalizado llegando a varios países.

- Juan Valdés es el principal competidor por su marca y productos que gozan de muy buena calidad y reconocimiento.

4.6. El Mercado Distribuidor

4.6.1. Distribución

Figura .4. Mercado Distribuidor



Fuente: Autoría propia.

4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)**a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor****Tabla .8. Morton Williams Supermarket Locations**

Direction	Telefono	Horas	Manager
130 Bleecker Street	212-358-9597	24 hours a day	Raye
278 Park Avenue South (22nd Street)	212-982-7326	24 hours a day	David
311 East 23rd Street (2nd Avenue)	212-689-6192	7 AM - 1 AM	Doug
908 Second Avenue (48th Street)	212-308-6922	7 AM - midnight	Manny
140 West 57th Street (between 6th & 7th)	212-586-7750	24 hours a day	John
917 Ninth Avenue (59th Street)	212-586-8784	24 hours a day	Frank
1565 First Avenue (81st Street)	212-249-2851	7 AM - midnight	Mario
2941 Broadway (115th Street)	212-666-4190	24 hours a day	Bob
15 East Kingsbridge Road (Jerome Avenue)	718-933-5910	8 AM - 10 PM	Andy
2467 Jerome Avenue (Fordham Road)	718-584-3410	8 AM - 10 PM	Johnny
105 River Drive - Jersey City	201-626-6565	7 AM - midnight	John

Fuente: Morton Williams The Fresh Markeplace.

DAGostino in Manhattan

DAGostino at 110th Street

2828 BroadwayNew York, NY 10025

212-663-9895

Store Hours:

7:00AM to 11:00 PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)[Shop Online!](#)

DAGostino at 25th Street

341 3rd AveNew York, NY 10010

212-686-0619

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

[Shop Online!](#)

D'Agostino at 35th Street

528 3rd Ave New York, NY 10016

212-684-3133

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

[Shop Online!](#)

D'Agostino at 38th Street

578 3rd Ave New York, NY 10016

212-972-4892

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

[Shop Online!](#)

D'Agostino at 53rd Street

966 1st Ave New York, NY 10022

212-319-4870

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

[Shop Online!](#)

D'Agostino at 54th Street

815 10th AveNew York, NY 10019

646-215-7781

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

[Shop Online!](#)

D'Agostino at 56th Street

1031 1st AveNew York, NY 10022

212-486-0340

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

[Shop Online!](#)

D'Agostino at 76th Street

1074 Lexington AveNew York, NY 10021

212-988-8813

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

[Shop Online!](#)

D'Agostino at 80th Street

1507 York AveNew York, NY 10075

212-772-9958

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

[Shop Online!](#)

DAgostino at 83rd Street

1233 Lexington AveNew York, NY 10028

212-570-6803

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

[Shop Online!](#)

DAgostino at 91st Street

633 Columbus AveNew York, NY 10024

212-362-2692

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

[Shop Online!](#)

DAgostino at Greenwich Village

790 Greenwich StNew York, NY 10014

212-691-9198

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

[Shop Online!](#)

D'Agostino at the Archives

666 Greenwich St New York, NY 10014

212-463-7059

Store Hours:

8:00AM to 10:00PM - Customer Service 1-800-ASK-4DAG

[View Store Details](#)

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Tabla .9. Medios- Estrategias- Mercado Distribuidor

Medios	Estrategias
El estudio se realizó a través de la página web de cada una de las empresas citadas	Recolección de información y análisis para determinar las características de nuestros posibles competidores, así como su posición en el mercado.

c) Aplicación de la Medios

A Quien	Como	A través de	Cuando
Competidores	Investigación del producto y productos similares para conocer que ofrece el mercado y en qué condiciones.	Internet	Abril de 2013

Fuente: Autoría propia.

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

- El estudio del mercado de distribuidores de café en New York, presenta la existencia de grandes empresas con muchos años en el mercado.
- Se encuentran muchas marcas de café de alta calidad de Colombia, así como de otros países que son competencia indirecta.
- Muchos de los competidores además de café venden otros productos relacionados como té, refrescos, jugos, filtros para cafeteras, máquinas para hacer café entre otros. Ofreciendo así más variedad y comodidad de compra.

- El contar con un portafolio más amplio les permiten reducir costos de operación.
- Los competidores tienen sistemas de venta online con domicilio, sistema muy usado por los estadounidenses.
- Algunas empresas tienen sedes en otras ciudades e incluso se han internacionalizado llegando a varios países.
- Juan Valdés es el principal competidor por su marca y productos que gozan de muy buena calidad y reconocimiento.

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

(No Aplica).

4.6.4 Manejo de Inventarios

De acuerdo a las necesidades del mercado y a las características de nuestro producto no se tendrá más de 1 mes de inventario en stock, dado que el café es un producto perecedero, lo que equivale al 8% adicional del presupuesto anual de producción.

Tabla .10. Manejo de Inventarios

Plan de inventarios (Unidades)					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café tosti3n alta molienda media 5 libras	350	570	727	995	1.239
Café tosti3n media molienda media 1 libra	1.200	1.600	2.059	2.844	4.010
Café tosti3n alta almendra 1 libra	900	1.203	1.604	2.298	3.335
Café tosti3n media almendra 1 libra	1.067	1.328	1.774	2.545	3.696
Total	4.050	4.982	6.558	9.274	13.321

Fuente: Autoria propia

4.6.5 Comunicaci3n

- Nombre comercial del producto: Caf3 Almendra selecta.
- L3neas: 500 g y 2500 g
- Otros datos en la etiqueta: Identificaci3n de origen, informaci3n del importador, informaci3n nutricional, lote, contenido neto, fecha de vencimiento, denominaci3n de

calidad.

- Colores distintivos en el nombre del producto: blanco y café
- Tipo de empaque: Bolsa Flow Pack
- Características del empaque: El de 500g (Dimensiones 7,8 cm x 6,2 x 16,7cm)
- El de 2.500 g (Dimensiones 21.5cm x 18 cm x 32cm)
- Color del empaque: dorado con negro
- Nombre de la compañía: Café Almendra selecta S.A.S
- Logo de la empresa:

Figura .5. Logo de Empresa



Fuente: Autoria propia

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

Los consumidores de café necesitan que alguien les asegure que el café es la bebida ideal para ellos. Además los nuevos posibles consumidores necesitan información muy básica sobre el café para reprimir los temores que puedan tener sobre el café y aprender los métodos más adecuados para preparar esta bebida.

Las estrategias de comunicación que se va a implementar es visual ya que se creara una publicidad por medio materiales impresos que inviten al consumidor a degustar de un verdadero café excelso Colombiano, otro en el cual se tendrá mucho enfoque es en la información que circulará voz a voz, ya que de gran parte de este será la imagen de la empresa que se cree en los mercados a los cuales se pretende incursionar, y por último se

pretende dar una comunicación por medio de la página web el cual tiene una visión muy ambiciosa de sensibilizar a los clientes que aprendan y disfruten de las diferentes preparaciones que se pueden lograr con el café tostado.

Tabla .11. Estrategias de promoción

Costos asociados a la comercialización	Presupuesto
Paginas web	\$2.250.000
Redes sociales	\$0
Tarjetas de presentación(200 unidx120)	\$48.000
Exhibición en ferias empresariales 2 X año (1.235.000)	\$2.470.000

Fuente: Autoría propia.

Factores que influyen	
1.	El café colombiano es muy apetecido a nivel internacional
2.	Tiene un excelentes características organolépticas
3.	Tiene Estándares de calidad en el producto
4.	Principal productor de café

Fuente: Autoría propia.

4.7. Precios de los Productos

4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Tabla .12. Factores que influyen

Factores que influyen	
1.	El café colombiano es muy apetecido a nivel internacional
2.	Tiene un excelentes características organolépticas
3.	Tiene Estándares de calidad en el producto
4.	Principal productor de café

Fuente: Autoría propia.

Estrategias de precio: el café colombiano desde hace unos años se negocia en la bolsa de valores de new york, por esto su valor es variable.

4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos.

Precios según lo costos

Precios de comercialización en los siguientes 3 diferentes términos de Iconterm

Tabla .13. Precios de comercialización Iconterm

	Valor EXW	Valor FOB	Valor CIF
Café tostión alta molienda media 5 libras	56.641	57.732	62.277
Café tostión media molienda media 1 libra	12.802	13.019	13.929
Café tostión alta almendra 1 libra	12.802	13.019	13.929
Café tostión media almendra 1 libra	12.802	13.019	13.929

Fuente: Autoría propia

Ver cuadro de Excel con operación de costos, en el Estado Financiero.

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

De acuerdo a nuestro tipo de canal la mercancía se debe entregar en la bodega del cliente y el precio de venta estimado para ello sería el siguiente:

Tabla .14. Los Precios de los Productos propuestos DDP

	Precio puesto en la bodega del cliente (DDP)
Café tostión alta molienda media 5 libras	67.628
Café tostión media molienda media 1 libra	14.999
Café tostión alta almendra 1 libra	14.999
Café tostión media almendra 1 libra	14.999

Fuente: Autoría propia

Ver anexo de costeos. en el Estado Financiero.

4.7.4 Política de Precios.

- Descuentos por pagos anticipados: El descuento aplicaría si el anticipo es igual o superior al 50% del valor de la mercancía, el descuento sería máximo del 5.5% del valor de la mercancía, ya dependerá del tipo de cliente y del volumen de compra.
- Ventas a crédito: En el caso de ventas a crédito no se aplicaría ningún descuento pero ya bajo previa negociación con el cliente se manejarán ciertos plazos para el pago de la mercancía, además del tipo de cliente será el monto de la venta a crédito y del plazo.
- En nuestra política de pagos manejamos el 50% en el momento que realice el pedido y el 50% restante al momento que la mercancía llegue a puerto de despacho, ya que en estos casos el término más utilizado en ventas en valor FOB

La empresa maneja tres tipos de listas:

- **Mayorista:** Distribuyen o revenden lo que la empresa vende.
- **Local o punto de compra:** Usuario que llega y adquiere el producto en el lugar de venta.
- **Canal:** crédito (Se ofrece 30 días para la cancelación de la factura).

Como es de esperar para la penetración del mercado internacional se debe manejar precios de distribución al por mayor para que las economías de escala generen menores costos por unidad y así pueda disminuirse el costo de transporte hacia los canales de distribución en los Estados Unidos.

4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización.

Tabla .15. Costos asociados a las Actividades de Comercialización.

Descripción de los costos	cantidad	Precio unitario	Precio total
Creación de un sitio web	Dominio x 1 año	\$2.250.00	\$2.250.000
Tarjetas de presentación	200	\$120	\$48.000
Paquete de telefonía e internet	1	\$97.000	\$97.000
Ferias empresariales	2x año	\$1.235.000	\$1.235.000
Redes sociales		\$0	\$0
Total			\$3.630.000

Fuente: Autoría propia

4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos: Un problema que evidenciamos es que al tratar de penetrar a mercados internacionales se compite con mercados que ya se encuentran muy posicionados, la alta necesidad de conseguirse buenos distribuidores y que conserven el estado óptimo y, en cuanto los pedidos si hay mucha capacidad de producción tiene una alta incertidumbre por las características del producto en el caso del café por ejemplo del empaque cuando no se tiene un debido manejo, todas sus características cambian por completo; y para poder entrar a los mercados internacionales es necesario un buen canal de distribución definido

Un riesgo bastante notable es el cambio de climático el cual puede afectar los cultivos.

Consideramos que la inestabilidad del dólar hace una gran variación del precio del café por efecto su precio en el mercado también cambia.

Oportunidades: Una oportunidad que evidenciamos para nuestro producto es que debido al alto consumo del café colombiano por sus características únicas, al país exportador como lo es la ciudad de new york son las relaciones comerciales que tiene Colombia con Estados Unidos, además que es el principal consumidor a nivel mundial de café colombiano, al mismo tiempo presentó una tasa promedio de crecimiento anual de 2%. La evolución del consumo de este país en los últimos años puede ser explicada por el dinamismo del mercado

de cafés especiales y de las tiendas de café que están ubicadas en la ciudad más consumidora de café.

4.10. Plan de ventas

Dadas las condiciones del mercado y después de haber estudiado el mercado consumidor en el país de destino se decidió realizar una exportación mensual de 1 contenedor de 20” de café almendra selecta con aproximadamente 60 kilos(132libras), para empezar.

Tabla .16. Plan de Ventas

Proyección de Ventas locales (Unidades)					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café tostión alta molienda media 5 libras	800	2.415	2.536	2.663	2.796
Café tostión media molienda media 1 libra	4.400	6.195	6.505	6.830	7.171
Café tostión alta almendra 1 libra	1.800	2.730	2.867	3.010	3.160
Café tostión media almendra 1 libra	2.800	2.940	3.087	3.241	3.403
Total	13.600	14.280	14.994	15.744	16.531

Fuente: autoría propia

Proyección de Ventas internacional (Unidades)					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café tostión alta molienda media 5 libras	3.400	4.420	6.188	9.282	13.923
Café tostión media molienda media 1 libra	10.000	13.000	18.200	27.300	40.950
Café tostión alta almendra 1 libra	9.000	11.700	16.380	24.570	36.855
Café tostión media almendra 1 libra	10.000	13.000	18.200	27.300	40.950
Total	35.000	45.500	63.700	95.550	143.325

Fuente: autoría propia

Proyección de Ventas totales (Unidades)					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café tostión alta molienda media 5 libras	4.200	6.835	8.724	11.945	14.862
Café tostión media molienda media 1 libra	14.400	19.195	24.705	34.130	48.121
Café tostión alta almendra 1 libra	10.800	14.430	19.247	27.580	40.015
Café tostión media almendra 1 libra	12.800	15.940	21.287	30.541	44.353

Total	48.600	59.780	78.694	111.294	159.856
--------------	--------	--------	--------	---------	---------

Plan de ventas

* Fuerza de ventas basada en productos: la fortaleza que nosotros tenemos como vendedores de valor agregado es que el café es superior a la de muchos otros café especiales teniendo una muy buena calidad y adaptándose mejor a las expectativas de nuestros clientes.

* La fuerza de ventas basada en el mercado y los clientes: la percepción de nuestros vendedores tiene que ser muy ligada con el canal de distribución, puesto que en esa comunicación del vendedor con nuestros clientes, podemos retroalimentarnos en base de lo que el cliente quiere y necesita. Los vendedores tienen que tener conocimiento previo sobre todo el concepto del café para que pueda resolver dudas y establezcan una buena estrategia de ventas, para sí poder tener un plan de ventas que les facilite a nuestros clientes una mayor satisfacción de las necesidades.

- Evaluación de la fuerza de ventas

* Para evaluar el desempeño de nuestros vendedores, vamos a tomar cuenta factores como: ventas totales y la participación del mercado que alcanzó en un periodo determinado.

* La rentabilidad, el comparativo entre gastos de visitas, llamadas y gestión de ventas en general versus las ventas obtenidas.

* Crecimiento de portafolio de clientes, facturación por cliente, y evaluación de satisfacción de clientes. Es importante que se realice una evaluación periódica de la satisfacción de sus clientes, para así obtener efectividad. Del “efecto ondas”, un cliente insatisfecho habla mal del servicio un cliente satisfecho no lo replica”, no importando que no seamos vendedores directos, los comentarios de los clientes puede hacer una mejora en nuestro producto.

Fuente: Autoría propia

4. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

4.1Objetivos de producción

Objetivos a corto plazo

- Crear alianzas estratégicas con nuestros proveedores de materias primas e insumos
- Maximizar nuestros procesos de producción y lograr un mejoramiento continuo para evitar los cuellos de botella que se pueden presentar en el proceso productivo, eliminar así el desperdicio y los costos ocultos que se puedan presentar.
- Lograr que el producto cumpla con los estándares de calidad de nuestros clientes

Objetivos a mediano plazo

- Lograr una eficiencia en nuestro proceso productivo del 90% para tener un excelente nivel de servicio
- Bajar los costos de producción logrando minimizar la utilización de terceros tanto en los procesos productivos como en las demás áreas.

Objetivos a largo plazo

- Lograr una mayor tecnificación de los procesos para mejorar los tiempos de producción y entrega
- Realizar alianzas de producción con otras compañías del sector para poder penetrar mercados con demandas demasiado muy exigentes en cantidades y tiempo de entrega.

5.2 Descripción del proceso de producción

a) Proceso Productivo

Este proceso de transformación se realiza para desarrollar las diferentes cualidades o notas sensoriales del café por medio de la transferencia de calor, según las diferentes necesidades de los clientes. El proceso de tostion del café está formado por las siguientes operaciones:

Selección de la Materia: El objetivo es establece los requisitos y condiciones de calidad que debe reunir el producto café pergamino seco y los criterios que deben aplicarse para su clasificación, de acuerdo con la norma de café de consumo NTC 4806.

Se utilizaran las siguientes características organolépticas:

- a) **Tamaño:** Superior a 15 mm.
- b) **Color:** Crema uniforme su testa, amarilla verdosa su almendra.
- c) **Sabor y Aroma:** Sabor y aroma característico, libre de sabores defectuosos como fermento, producto químico, moho, guardado, etc.
- d) **Aspecto:** Compuesto de grano grande, parejo, retenido por encima de malla quince (15).
- e) **Humedad:** (10%-12%).
- f) **Estado de Desarrollo:** Grano seco de café, bien desarrollado.
- g) **Limpieza:** Grano totalmente limpio, sin defectos, uniforme, sin partes de cáscara u otro material distinto.
- h) **Recomendaciones:** El producto se debe conservar en un lugar fresco y seco en condiciones de almacenamiento (Temp 13 - 28°C y Humedad relativa 40 – 77%), siempre el producto deberá estar estibado, separado de los muros, no almacenar el grano junto a productos que puedan trasmitir olores o sabores extraños etc.

i) **Trilla:** Proceso mediante el cual se le quita la el pergamino a la almendra de café, el resultado de este proceso se evalúa por medio del porcentaje de merma del producto.

El criterio que se utilizara se un porcentaje de merma de entre 17 – 21%.

j) **Clasificación:** Se separan granulométricamente el grano trillado y se clasifica sensorialmente para evaluar la bonificación por perfil

Su criterio de selección son granos que se encuentran por encima de 15 mm en una escala numérica según la la SCAA por encima de 86 puntos.

Selección de Defectos Físicos: Se evalúa el grano teniendo en cuenta los 14 tipos de defectos según la federación, en este paso se dan todas las recomendaciones respectivas al productor según el tipo de defecto que esta predominando.

El criterio que tendremos en cuenta será que no tenga defectos del primer grupo, y menos de 35 del segundo.

Tostion: Tostar el café verde en la tostion requerida a temperaturas que oscilan entre los 180 y 220 grados centígrados y tiempos según las recomendaciones del fabricante de la tostadora. En esta operación el producto pierde peso entre un 15 – 20%, aumenta de volumen 100 – 130%.

La composición química del grano sufre una importante transformación, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo.

Azúcares, grasas, proteínas, sustancias nitrogenadas no proteicas y ácidos, todo sufre una transformación debido a las altas temperaturas a que es sometido el grano.

Las variables básicas en el proceso de tueste del café son la temperatura y el tiempo en que esta actúa.

El tueste inicia a 100°C, el producto comienza a perder humedad y su color pasa rápidamente del verde al amarillo pálido y luego dorado. Aumentado la temperatura a 180 °C

la descomposición de la capa es mayor y se desprende un aceite de fuerte aroma, por lo que los granos empiezan a hincharse y romperse adquiriendo un color caramelo. A partir de esto podemos elevar la temperatura hasta 218 °C para hacer un café más agrio pero menos amargo hasta un máximo de 225 °C.

A partir del desarrollo de los pasos anteriores y de acuerdo al tiempo de duración del tueste se denominan y definen las diferentes curvas de tostion, estas varían de acuerdo al origen, tipo de notas y cualidades a resaltar según la calidad la materia prima.

□ Para un tiempo entre 10 y un máximo de 15 minutos con las temperaturas antes mencionadas se le da al grano de café una tostion media, la cual nos da un cuerpo bajo, una acidez media y un dulce intenso con poco residual amargo.

□ Para un tiempo entre 12 y un máximo de 18 minutos con las temperaturas antes mencionadas se le da al grano de café una tostion alta, la cual nos da un cuerpo más alto, acidez baja, dulce bajo y un residual más amargo.

Enfriamiento: Una vez el producto termina el operación de tostion, este pasa a la etapa de enfriamiento donde se va a des gasificar lentamente hasta que alcanza una temperatura ambiente.

Molienda: Una vez tostado el café, el grano tostado se muele a diferentes granulometrías, dependiendo posteriormente del tipo de cafetera que se utilice para preparar la bebida. Los tres grados de molienda comercial son: grueso, medio y fino.

El tipo de molienda que utilizaremos en nuestra empresa será la molienda media, por las características del producto que pretendemos comercializar y el uso que nuestro cliente le va a dar a nuestro café.

Empaque: Inmediatamente tostado y molido el café se procede a empaclar el producto en Bolsas Flow Pack con o sin válvula descalificadora unidireccional la cual nos permite la salida del co2 y nos evita el ingreso del oxígeno el cual nos oxidaría el producto fácilmente ,y

por ultimo este tipo de empaque ayuda en el aislamiento de las altas temperaturas y el ingreso de la luz.

Presentación:

500 g (Dimensiones 7,8 cm x 6,2 cm x 16,7)

2500 g (Dimensiones 21,5 cm x 18 cm x 32 cm)

Rotulado: El rotulado debe llevar la siguiente información:

Lote del producto, fecha de maquila y fecha de vencimiento.

Tabla .17. Descripción del proceso

Símbolo	Flujo grama	Descripción de la etapa	Variable a controlar
		Inicio	
	Selección	Se evalúa el porcentaje de almendra sana del café que se va a comprar para tomar la referencia	-Porcentaje de almendra sana -humedad
	Trilla	Se evalúa el porcentaje de merma	Entre el 17 y 21 %
	Clasificación	Se separan granulométricamente y. Se clasifica sensorialmente.	-Por encima de la malla 15 -escala numérica según la SCAA por encima de 86 puntos
	Selección de defectos físicos	Se separan los 14 tipos de defectos según la federación, en este paso se dan todas las recomendaciones respectivas al productor según el tipo de defecto que esta predominando.	no tenga defectos del primer grupo, y menos de 35 del segundo
	Tostado	tostar el café verde en la tostion requerida a temperaturas que oscilan entre los 180 y 220 grados centígrados y tiempos según las recomendaciones del fabricante de la tostadora	-Tostion entre 180 y 220 grados centígrados -tiempos según recomendación
	enfriamiento	pasa a la etapa de enfriamiento donde se va a desgasificar lentamente	Hasta que este a temperatura ambiente
	Pesar	En este paso se coloca en la báscula electrónica según la cantidad que se va a empacar	Se pesara siempre en almendra tostada
	Molienda	Se muele en una molienda media, o se deja en almendra si así es requerido por el cliente	Molienda media:500 a 700 micras

<input type="checkbox"/>	Empaque	Según sea la cantidad se coloca el empaque y este es sellado	Empaque de una libra tiene una dimensiones de 7,8 cm x 6,2 x 16,7cm y el de 5 libras de 21.5cm x 18 cm x 32cm.
<input type="checkbox"/>	Rotulación	Se debe rotular con la siguiente información ya sea impreso en la bolsa del empaque o en un plegable	Tabla nutricional, fecha de vencimiento, fecha de fabricación , lote y registro INVIMA.

Fuente: Autoría propia.

5.3 Capacidad de producción

Teniendo en cuenta la capacidad instalada y de producción para 1 turno al días y 5.5 días a la semana presentamos las siguientes las cifras de producción calculada:

Tabla .18. Capacidad de Producción

	Mes	Semestre	Año
Unidades	15. 000	90. 000	180. 000

Fuente: Autoría propia

En caso de requerir aumentar la producción se puede usar un segundo turno lo cual nos daría las siguientes cifras de producción:

	Mes	Semestre	Año
Unidades	30. 000	180. 000	360. 000

Fuente: Autoría propia

5.4 Plan de Producción

El plan de producción en unidades para cada año será el siguiente:

Plan de producción (Unidades)					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café tostión alta molienda media 5 libras	4.550	7.405	9.451	12.940	16.101
Café tostión media molienda media 1 libra	15.600	20.795	26.763	36.974	52.132
Café tostión alta almendra 1 libra	11.700	15.633	20.850	29.878	43.350
Café tostión media almendra 1 libra	13.867	17.268	23.061	33.086	48.050
Total	52.650	64.762	85.252	120.568	173.177

Fuente: autoría propia

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

La planta estará ubicada en el sector de caldas, en un estrato 3, esta será arrendada y tendrá un costo de \$1.500.000 mensual y tiene un área total de 200 metros cuadrados, de los cuales el 150 metros será utilizado para la parte operativa.

El costo de las adecuaciones se encontrara en la información anexa.

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla .19. Requerimientos de Maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Nombre	Marca	Modelo	Descripción	Composición	Precio (Sin IVA)
Trilladora	INGES-EC	ING-T-80	De chorro continuo, con capacidad de 60/80 kilos de café pergamino seco	<p>Unidad de trilla, con canasta fabricada en acero inoxidable, soporte para el sistema de contrapesa y contrapesas, fabricado en acero inoxidable.</p> <p>Un eje trillador fabricado en acero bonificado y tratado térmicamente.</p> <p>Poleas y correas.</p> <p>Soportes en duraluminio con sus rodamientos auto-lubricados y bases en caucho.</p> <p>Protector de bandas.</p> <p>Soporte de todo el sistema, fabricado en duraluminio, con sistema de tensión de banda.</p> <p>Un motor de 2 HP a 110/220 voltios, con su arrancador automático.</p> <p>Una tolva de alimentación con su sistema de graduación de alimentación.</p> <p>Una extensión de tolva fabricada en acero inoxidable.</p> <p>Una funda plástica con su soporte, para descargue del cisco.</p>	\$ 5.400.000
Unidad de Trilla - Limpieza - Monitorio	INGES-EC	ING-UT-80	Con una capacidad de 60/80 kilos por hora de café pergamino seco	<p>Una trilladora REF ING-K-80 con su tolva de alimentación, en acero inoxidable, de chorro continuo con su motor de 2,0 HP 110/220 voltios, con su criba en acero inoxidable</p> <p>Extractor de cascarilla, con su ventilador, ciclón, y silo de almacenaje de cisco</p> <p>Un motor de 3/4 HP para zarandas de clasificación, pre limpiador y ventilador del extractor de cisco</p> <p>Cuatro mallas en acero inoxidable, para los monitores instalados No. 12,14, 16, 18/64</p> <p>Dos mallas en acero inoxidable intercambiables de 15, 17/64</p> <p>Estructura para montar todo el sistema, fabricada en acero, con sus soportes, rodamientos, ejes, rotulas y</p>	\$ 14.950.000

				excéntricas	
				Una tolva de cargue con capacidad de 50 kilos, con su mirilla de control Un tablero de controles eléctricos, con sus arrancadores directos para cada motor botoneras y amperímetro Una escalera para cargue del café a la tolva de suministro	
Tostador a de café	INGES EC	ING-ROST-12	De lecho en suspensión con movimiento radial, para trabajar con gas natural, gases directos, con una capacidad de 12 kilos de café verde o almendra, (tiempo de tostión con el sistema de enfriamiento de 15 minutos)	Un ventilador centrifugo de alta presión con su motor de 2 hp Un quemador de gas natural, con su sistema de protección, control de llama, programador, transformador de ignición y válvula solenoide Una cámara de combustión fabricada en acero al cromo-níquel aislada en lana de vidrio Una cámara de tostión, con su visor, válvula de muestreo, termómetro para el control visual, compuerta de descargue, todo fabricado en acero inoxidable, con aislamiento térmico Un ciclón con su chimenea, para salida de los gases de combustión y retención de pajilla Tolva de cargue Todo sobre ruedas para su fácil movilización Tablero de controles eléctricos, con sus contactores y bimetálicos para la fuerza Un PLC con su pantalla táctil, y programación para efectuar las curvas de tostión Puerto USB para cargar las curvas de tostión desde su PC Una válvula secuencial con su controlador HONYWELL para conectar al PLC Un enfriador, (garantizando enfriamiento en menos de 4 minutos) con su motoreductor de 90 vatios, ventilador centrifugo, con sus sistema de protección térmica, conectado al PLC, malla inoxidable y paletas para remover el café Un variador de velocidad para el flujo del aire en la cámara de tostión	\$ 29.750.000

				Baterías para trabajar máximo 10 minutos (por cortes de energía)	
Molino para café	INGES EC	ING-M-140	Capacidad de 140 kilos de café tostado por hora	Un motor de 3 HP, 110/220 V a 1800 RPM, con arrancador automático Un cuerpo trillador fabricado en duraluminio Dos discos trilladores, maquinados fabricados en acero inoxidable martensítico, con dureza de 54 RC Una tolva de suministro, fabricada en acero inoxidable, con una capacidad de 40 kilos Sistema de graduación para molienda cuatro tamaños Una estructura base en lámina do para montar todo el sistema	\$ 6.200.000
Determinador de humedad	GEHAKA	G-600	Para varios granos, con indicación de % de humedad y temperatura de la muestra en forma digital, operación de 110 voltios por medio de adaptador de corriente AC (incluido) o por baterías de 9 V		\$ 2.600.000
Juego de tamices para café - laboratorio				Cuerpo fabricado en madera de cedro Tamiz fabricado en lámina de acero inoxidable, según norma NTC Tamices 0, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	\$ 746.000
Zaranda eléctrica		ING-Z-TAMIZ-E	Para tamices de madera, para una capacidad de muestra de 200 gramos	Una estructura fabricada en lamina de acero para soportar motor, transmisión, con sus poleas, correa y biela Un motor de 90 W de 110 voltios Un contactor para el motor, con su temporizador para el control del tiempo botonera e interruptor	\$ 2.900.000

				Un soporte para los tamices (No se incluyen los tamices), con soporte superior en acero inoxidable y dos tornillos tensores en acero inoxidable	
				Sistema de guías lineales con su eje rectificadado y endurecido, con cuatro rodamientos lineales	

Fuente: autoría propia.

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla .20. Requerimientos de Materiales e Insumos

INFRAESTRUCTURA				
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Valor	Total
Adecuaciones Infraestructura	Global	1		9,500,000
Total Adecuaciones				9,500,000
MAQUINARIA Y EQUIPOS				
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Valor	Total
Tostadora 12 kg x hora	Unidad	1	\$ 29.750.000	\$ 29.750.000
Unidad de trilla-limpieza monitor	Unidad	1	\$14.950.000	\$ 14.950.000
caneca de plastico 50 galones	Unidad	4	\$ 137.134	\$ 548.536
estibas plásticas	Unidad	4	\$ 60.000	\$ 240.000
Termoigrometro	Unidad	1	\$ 50.000	\$ 50.000
canastillas plásticas	Unidad	5	\$ 15.500	\$ 77.500
estanteria metalica	Unidad	2	\$ 40.000	\$ 80.000
Selladora	Unidad	1	\$ 1.422.000	\$ 1.422.000
Bascula	Unidad	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Balanza	Unidad	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Equipos de Laboratorio				
Juego de tamices-Laboratorio	Unidad	1	\$ 746.000	\$ 746.000
Medidor de Humedad	Unidad	1	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000
Termometro Láser	Unidad	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Total Maquinaria y Equipos				\$ 51.224.036
MUEBLES Y ENSERES				
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Valor	Total
pocillos de captación	Unidad	1	\$ 30.000	\$ 30.000
Vestier	Unidad	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Mesa acero inoxidable.	Unidad	1	\$ 606.222	\$ 606.222
Mesa despasilladora	Unidad	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Total Muebles y Enseres				\$ 1.036.222

Fuente: autoría propia

5.5.4 Requerimientos de servicios

Tabla .21. Requerimiento de servicios

Descripción	Quien presta el servicio	Valor
vigilancia		\$75.400
servicios públicos (luz agua y gas)	EPM	\$350.000
Mantenimiento de maquinaria	Indumaquinas S.A.S	\$100.000
Total		\$1.425.400

Fuente: autoría propia

5.5.5 Requerimiento de personal

Tabla .22. Requerimiento de personal

Cargo	Perfil	Experiencia	Capacitación	Tipo de Contrato	Salario	Salario + Prestaciones
jefe de producción	Escolaridad: Bachillerato. Este debe contar con conocimiento básico de transformación de café ya que tendrá toda el área de producción a su cargo.	1 Año trabajando en la parte de producción del café	instrucciones básicas en el manejo de la maquinaria y demás elementos, dictada por el jefe de producción o en su defecto por el Gerente	Indefinido	750.000	1.221.870
Operario	Escolaridad: Bachillerato. El perfil que se busca en este operario mínimo es el estudio cursado hasta el bachillerato ya que contará con diferentes tareas que necesitan de este	No se necesita	instrucciones básicas en el manejo de la maquinaria y demás elementos, dictada por el Gerente	Indefinido	589.500	978.165
Total						2.200.035

Fuente: autoría propia

5.6 Programa de Producción

Tabla .23. Diagrama de Gantt

PROGRAMA

	TAREA	INICIO	DURACION
1	Constitución de la empresa	SEMANA 1	2 SEMANAS
2	Obtención de licencias	SEMANA 2	2 SEMANAS
3	Compra de maquinaria	SEMANA 2	4 SEMANAS
4	Conseguir instalaciones	SEMANA 3	3 SEMANAS
5	Acondicionar instalaciones	SEMANA 6	1 SEMANA
6	Compra de materia prima	SEMANA 6	1 SEMANA
7	Contratar personal	SEMANA 7	2 SEMANAS
8	Capacitar personal	SEMANA 9	1 SEMANA
9	Pruebas técnicas	SEMANA 9	1 SEMANA
10	Puesta en marcha	SEMANA 10	1 SEMANA

Item	Actividad	Semanas										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Constitución de la empresa	■	■									
2	Obtención de licencias	■	■									
3	Compra de maquinaria		■	■	■	■						
4	Conseguir instalaciones			■	■	■						
5	Acondicionar instalaciones						■					
6	Compra de materia prima						■					
7	Contratar personal							■	■			
8	Capacitar personal									■		
9	Pruebas técnicas									■		
10	Puesta en marcha										■	

Fuente: autoría propia

6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Proceso administrativo

Este proceso controla y evalúa conceptos para la toma de decisiones en la compañía, mediante un seguimiento a las operaciones administrativas, financieras y operativas de la empresa.

Se establecen las metas definiendo la situación actual. Que tiempo se necesita para cumplirlas y cuáles son los recursos con que se cuenta.

Se trazan los planes para el desarrollo de las actividades necesarias, considerando los obstáculos internos y externos para anticiparse a ellos, así como los factores a favor.

Se definen los pasos y la forma como estos van a ser desarrollados, también se distribuyen las funciones, se hace un seguimiento y control de que todo sea realizando según lo planeado.

Se verifican los resultados y se hacen los cambios necesarios.

Proceso financiero

- Efectuar futuros planes de financiamiento.
- Determinar la capacidad productiva idónea de la empresa.

- Elegir los mejores planes de financiamiento adicional.

Determinación de la estructura de activos de la empresa.

Fijación del valor de los activos.

En cuanto al financiamiento se deben tomar las decisiones más adecuadas de crédito a corto y largo plazo de la empresa, para no afectar la liquidez y las ganancias.

Análisis de datos financieros para saber el costo real de la producción y las ganancias o pérdidas del periodo, para identificar la situación económica actual.

También se realizan funciones de contabilidad, tesorería, manejo de finanzas internas de la empresa y recursos disponibles, se utiliza software especializado en operaciones empresariales. Para llevar un control exacto y continuo.

Proceso comercial

Se montan y aplican estrategias de negociación de compra con proveedores y de venta con clientes, se realizan actividades de marketing, investigación e inteligencia de mercados, contacto con potenciales clientes y proveedores.

Es una de las áreas que más tiene que evolucionar y adaptarse a los cambios continuos del mercado, teniendo muy presente como actúa la competencia en los puntos comunes, tener puntos diferenciadores con los cuales el mercado identifica.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Tabla .24. Procesos Administrativos Externalizados

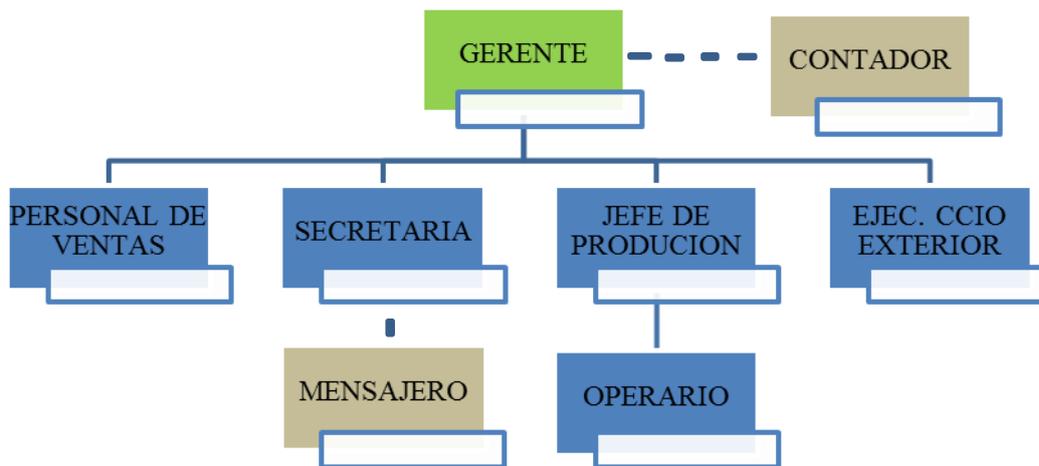
Proceso	Requisitos para el servicio	Funciones	Salario
Contable	Contadora titulada, con tarjeta profesional.	Lleva la contabilidad de la empresa según los requerimientos legales.	300.000
Mensajería	Tener moto	Levar y recoger documentos y paquetes.	80.000

Fuente: Autoría Propia

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama.

Figura .6. Organigrama



Fuente: Autoría Propia

Gerente

1. Planea, organiza, delega funciones, supervisa y orienta.
2. Establece las metas.
3. Establece estrategias para alcanzar los objetivos.
4. Controla cada una de las áreas de la empresa a través de los gerentes o jefes de cada una de ellas.
5. Es el representante legal e imagen de la empresa.

6. Es responsable de lo que pasa en la empresa.
7. Coordina y supervisa las funciones de presupuesto, tesorería, análisis financiero.
8. Toma las principales decisiones y muchas funciones dependen de su aprobación.

Personal de ventas

1. Prospeccionar nuevos clientes.
2. Mantener y retener a los clientes.
3. Incrementar las compras de los clientes actuales.
4. Conocer los productos de su empresa.
5. Conocer el mercado de sus clientes, organizar, planificar y ejecutar sus objetivos.
6. Formarse constantemente en las técnicas necesarias para su labor.
7. Brindar servicio a los clientes.
8. Administrar eficientemente su cartera de clientes.
9. Retroalimentar la empresa sobre los canales adecuados.
10. Contribuir activamente en la solución de problemas, administrar su territorio de ventas.

Secretaria

Cuenta con habilidades en manejo de sistemas, servicio al cliente y es el apoyo del Gerente. Debe ser discreta, formal y conocedora de los puntos básicos de la compañía para brindar información correcta.

Funciones

1. Envía y responde emails.
2. Atiende el teléfono y los clientes que llegan a la compañía.
3. Coordina citas con clientes y demás personas que tiene contacto con la compañía.
4. Realiza instrucciones específicas del jefe.
5. Revisa y organiza documentos y correspondencia.
6. Está pendiente de todos los detalles que surgen de carácter administrativo.
7. Coordina actividades del mensajero.
8. Organiza la lista de compras de los implementos administrativos, así como su control.

Jefe de producción

1. Optimizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un crecimiento progresivo de la productividad a la vez que se respetan los condicionantes y especificaciones de calidad.
2. Mantener una comunicación fluida, con el fin de informar sobre el desarrollo de la producción, productos y cantidades fabricadas, plantear las mejoras que tengan lugar; mejorando así la calidad de los productos, los tiempos de producción y la disminución de los costos.
3. Organizar y hacer seguimiento de la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción garantizando que cumplan con las especificaciones establecidas en el sistema de calidad.
4. Desarrollar estrategias con el gerente general sobre los planes a corto, medio y largo plazo para hacer progresar el área productiva de la empresa con respecto a las tendencias del mercado y de la tecnología.
5. Preparar y presentar al gerente, la evolución de los índices de productividad, acciones realizadas en el período y del conjunto de recomendaciones deseables para la mejora.
6. Realizar seguimiento del rendimiento y efectividad de los mandos intermedios a su cargo, proponiendo planes formativos para su crecimiento a nivel tecnológico.
7. Optimizar el espacio planta de producción, mejorando el flujo de los procesos productivos realizados, eliminando movimientos innecesarios de materiales y de mano de obra.

Ejecutivo de comercio exterior

1. Evaluar la participación en ferias y rondas de negocios.
2. Identificar oportunidades de negociación y gestión del mercado.
3. Selección y contratación de agentes comerciales, distribuidores.
4. Elaboración de ofertas, confirmación de pedidos.
5. Coordinar pedidos con el área de producción.
6. Preparación y realización de los contratos internacionales.
7. Realizar contactos con bancos, despachos, aduanas, agentes de carga, transportistas.
8. Control de toda la cadena de distribución física de la mercadería.

9. Revisar toda la documentación de comercio exterior.

Operario

1. Transportar mover café u otros materiales al interior de la planta.
2. Lubricar y limpiar periódicamente la máquina asignada a fin de garantizar su adecuado funcionamiento.
3. Efectuar las reparaciones sencillas e informar de los daños graves del equipo.
4. Seguir las normas de seguridad pertinentes, a fin de evitar accidentes de trabajo.
5. Responsabilizarse de todas las herramientas e implementos que sean asignados ya que de esto depende el correcto desempeño de la maquinaria asignada.
6. En caso de sufrir daños y/o imperfecciones, no deberá abandonar la maquinada sin previo aviso a su jefe inmediato.
7. Cualquier daño de la maquinaria que sea comprobado por el mal uso, por mantenimiento inadecuado o accidente, donde el operario tuviese la culpa, será asumido directamente por el mismo y no por la empresa.
8. Manejar y velar la adecuada utilización y buen funcionamiento de la maquinaria a su cargo.
9. Hacer cuidadosamente el respectivo cargue bienes o materiales que se deban necesitar en el proceso según lo ordenado.
10. Seguir normas de seguridad pertinentes.
11. Entregar oportunamente la información que requiera la sección de contabilidad.
12. Mantener al día el kardex de la planta.
13. hacer oportunamente las compras y pedidos para los cuales esté autorizado e informar al superior inmediato las necesidades existentes.
14. Recibir y constatar que los bienes que ingresen a la planta corresponden a las cantidades, calidades y especificaciones establecidas.
15. Responder por la seguridad del almacén, mantener correctamente limpio su lugar de trabajo.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Se cuenta con una bodega en Caldas de 200m² dividido en 150m² para la parte operativa y un espacio de 50m² para las oficinas de Café Almendra Selecta, donde se gestionara toda la actividad administrativa y los despachos de pedidos a los clientes. El arriendo es de 1.500.000 Las adecuaciones para el funcionamiento tuvieron un valor de \$9.600.000. Se realizaron instalaciones eléctricas y adecuaciones de espacio para (trilladoras etc.....) al igual que el espacio para las oficinas.

Ver anexos fotos

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres

Tabla .25. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Equipos Y Muebles De Oficina	Cantidad	Marca	Precio	Proveedor	Valor Total
Computador portátil	2	Lenovo	810.000	Tecno soluciones informáticas	1.620.000
Teléfono	2	Panasonic	179.910	Alcomprar	358.000
Sillas para escritorio	2	Asentí	159.900	homecenter	319.800
impresora	1	hp	149.000	Alcomprar	149.000
Sillas interlocutora	4		44.900	homecenter	179.600
Escritorios en Madera	2		179.900	homecenter	359.800
Poltrona y mesa de centro	1		1.942.400		1.942.400
	1	Markeb	432.700	Servex	432.700
TOTAL					5.361.300

Fuente: Autoría Propia

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Tabla .26. Requerimiento de materiales de oficina

Material	valor unitario	cantidad	Total
Boligrafo negro	197	12	2.364
Boligrafo rojo	197	8	1.576
Calculadora x 8 dig. Casio hl-815l	6.150	4	24.600
Clip metalico pequeño	295	2	590
Liquido corrector en botella	820	5	4.100
Cosedora sencilla pequeña	10.029	3	30.087
Cuaderno grapado x100 hj	711	8	5.688
Carpeta principal para archivo colgante	430	8	3.440
Gancho metalico para cosedora	1.222	5	6.110
Marcador negro	655	8	5.240
Mina hb 0.7	722	5	3.610
Resma papel carta	6.250	5	31.250
Resma papel oficio	7.700	3	23.100
Perforadora	4.826	4	19.304
Portaminas 0.7	2.499	8	19.992
Regla plastica de 30 cm	295	6	1.770
Resaltador amarillo	749	8	5.992
Sacagrapas studmark 4402	768	3	2.304
Sobre manila 25x31	65	1	65
Sobre manila oficio 23x36	67	1	67
Tijeras para cortar papel	1.050	5	5.250
PRECIO TOTAL			196.499

Fuente: Autoría Propia

Insumo	Cantidad	Precio unitario	Total
Azúcar cubos x560unid	1	4.893	4.893
Papel higiénico	12 rollos	800	9.600
café bolsa x2500gr molienda fina	1	35.636	35.636,00
mezcladores para tinto x1000 domingo	1	2.885	2.885,00
vaso desechable 9 oz x25 unid	2	1.181	2.362,00
vaso icopor x 20 unidades	2	817	1.634,00
Axion	500 grs	2.400	2.400
Detergente	1.000 grs	6.500	6.500
Escoba	2	5.766	11.532
Trapeadora	2	5.780	11.560
Total			89.002

Fuente: Autoría Propia

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Tabla .27. Requerimientos de Servicios

Servicio	Proveedor	Descripción	Periodo	Precio
Servicios públicos	Epm	Luz, agua y Gas	mensual	50.000
Arriendo	Agencia		mensual	1.500.000
Mensajero	Particular	Envíos y reclamo de documentos y paquetes	semanal	20.000
Comunicación	Une	Servicio telefónico e internet	mensual	79.000
Total				1.649.000

Fuente: autoría propia

6.3.5 Requerimientos de personal

Tabla .28. Requerimientos de Personal

1. Nombre del cargo	Gerente
2. descripción del cargo	El gerente contará con el conocimiento de todas las áreas ya que es el que tendrá por responsabilidad tomar todas las decisiones para el beneficio de la empresa, debe contar con un perfil que esté relacionado con la administración y estudios afines al café.
3. Requisitos intelectuales	Tecnólogo
4. Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representar, planear, organizar y controlar los Procesos de la empresa. 2. Contratar el personal. 3 Administrar los recursos y controlar el estricto cumplimiento de la ejecución presupuestal de la empresa. 4. Supervisar a los operarios, llevar registro de las actividades y controlar la calidad del producto. 5. Tomar decisiones en función de la información que le sea suministrada por el personal a cargo. 6. Desarrollar programa en la preparación de suelos que garantice buenas condiciones a la planta. 7. Identificar las necesidades de los consumidores y clientes para así crear estrategias que contribuyan a satisfacer las necesidades. <p>Perfil – Integrante de Equipo Alejandro Correa Herrera - Tecnólogo Administración de empresas agropecuarias</p>

	Conocimiento: áreas administrativas del sector agropecuarias, área comercial, transformación y producción de café, cultivo de café, asesor empresas transformadoras y comercializadoras de café. Experiencia: 4 años en cargos similares.
5. Salario	900.000 + comisión 2.449.653 Salario con prestaciones:
1. Nombre del cargo	Ejecutivo de comercio exterior
2. descripción del cargo	Persona con experiencia mínima de un año en comercio exterior, dominio del inglés y habilidades en manejo de relaciones comerciales Internacionales.
3. Requisitos intelectuales	Profesional en Negocios Internacionales.
4. funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluar la participación en ferias y rondas de negocios. 2. Identificar oportunidades de negociación y gestión del mercado. 3. Selección y contratación de agentes comerciales, distribuidores. 4. Elaboración de ofertas, confirmación de pedidos. 5. Coordinar pedidos con el área de producción. 6. Preparación y realización de los contratos internacionales. 7. Realizar contactos con bancos, despachos, aduanas, agentes de carga, transportistas. 8. Control de toda la cadena de distribución física de la mercadería. 9. Revisar toda la documentación de comercio exterior.
5. Salario	589.500+ comisión Salario con prestaciones: 1.978.142
1. Nombre del cargo	Vendedor
2. descripción del cargo	Persona con experiencia en ventas en el área procesamiento de alimentos como mínimo de 1 año, bachiller, que tenga actitud para satisfacer el 100% las necesidades de los clientes.
3. Requisitos intelectuales	Bachillerato
4. Funciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prospeccionar nuevos clientes. 2. Mantener y retener a los clientes. 3. Incrementar las compras de los clientes actuales. 4. Conocer los productos de su empresa. 5. Conocer el mercado de sus clientes, organizar, planificar y ejecutar sus objetivos. 6. formarse constantemente en las técnicas necesarias para su labor. 7. brindar servicio a los clientes. 8. Administrar eficientemente su cartera de clientes. 9. Retroalimentar la empresa sobre los canales adecuados.

	10. Contribuir activamente en la solución de problemas, administrar su territorio de ventas.
5. Salario	589.500 + comisión 1.378.142
1. Nombre del cargo	Secretaria
2. descripción del cargo	Persona con conocimientos de sistemas, servicio al cliente, archivos.
3. Requisitos intelectuales	Técnica en secretariado comercial
4. Funciones	Enviar, correos, contestar teléfono, realizar órdenes del jefe.
5. Salario	589.500
1. Nombre del cargo	Mensajero
2. descripción del cargo	Servicio por contrato, andar en moto.
3. Requisitos intelectuales	Bachiller
4. Funciones	Llevar y traer documentos, paquetes y demás.
5. Salario	\$ 80.000 por prestación de servicios.
1. Nombre del cargo	Contador
2. descripción del cargo	Servicio por contrato.
3. Requisitos intelectuales	Contar profesional
4. Funciones	Llevar la contabilidad de la empresa según lo exige la Ley
5. Salario	300.000 por prestación de servicios.

Fuente: autoría propia

6.4 programa de administración

Diagrama de Gantt

Item	Actividad	Semanas										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Constitución de la empresa	■	■									
2	Obtención de licencias		■	■								
3	Conseguir instalaciones			■	■							
4	Acondicionar instalaciones					■	■					
5	Compra de maquinaria					■	■					
6	Compra de elementos de oficina					■	■					
7	Contratación de servicios de terceros					■	■					
8	Compra de materia prima					■	■					
9	Contratar personal							■	■			
10	Capacitación personal									■		
11	Pruebas técnicas									■		
12	Puesta en marcha										■	

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

S.A.S

Sociedad por acciones simplificada.

Ley 1258 del 5 de Diciembre del 2008.

Nombre: CAFÉ ALMENDRA SELECTA S.A.S.

Número de socios: 1 mínimo, máximo: indeterminado

Administración: Un socio o un tercero.

Responsabilidad: Hasta los aportes.

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.**Tabla .29. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas**

Formulario para el registro mercantil	Cámara de comercio	No tiene ningún costo Tiempo:1 semana
NIT	DIAN	El Número de Identificación Tributaria - NIT constituye el número de identificación de los inscritos en el RUT. Permite individualizar a los contribuyentes y usuarios, para todos los efectos en materia tributaria, aduanera y cambiaria (artículo 4° del Decreto 2788 de 2004), y en especial para el cumplimiento de las obligaciones de dicha naturaleza
RUT	DIAN	Documentos requeridos para la asignación del RUT: Tratándose de la formalización de la inscripción ante la DIAN o entidades autorizadas, de personas jurídicas y asimiladas, el Representante Legal de la sociedad o un apoderado acreditado deberá acercarse a las oficinas de la DIAN para la asignación del NIT y presentar los siguientes documentos: *Fotocopia del documento de identidad de quien realiza el trámite, con presentación

		del original, si el trámite se realiza en las oficinas de la DIAN. *Fotocopia de un recibo de servicio público domiciliario (agua, luz, teléfono, gas y los demás cuya prestación se encuentre sujeta a vigilancia por la Superintendencia de Servicios públicos Domiciliarios), con presentación del original, que corresponda a la dirección informada en el formulario de inscripción del Registro Único Tributario o del Boletín de Nomenclatura Catastral, informado como dirección, correspondiente al año de la inscripción o última declaración o recibo del impuesto predial pagado. *Constancia de titularidad de cuenta corriente o de ahorros activa en una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia o último extracto de la misma. Una vez aportado este documento a la DIAN, presente en la Cámara copia del certificado del RUT para que la información correspondiente sea incluida en el certificado de Existencia y Representación Legal de su sociedad. El apoderado deberá ser abogado, presentar poder autenticado en notaria y exhibir y anexar copia de su tarjeta profesional. Las personas jurídicas además, deberán acercarse a la Subsecretaría de Rentas Municipales para hacer la Matrícula de Industria y Comercio. Para mayores informes, comuníquese con la oficina Servicios Tributarios.
RUT	DIAN	No tiene ningún costo Tiempo:2 dias
Certificado de bomberos	Oficina de atención al ciudadano del cuerpo de bomberos	El Concepto Técnico de Bomberos es la apreciación técnica emitida por el Cuerpo Oficial de Bomberos a través de la cual se da constancia de las condiciones de seguridad en las que se encuentra el inmueble en el cual funciona o funcionará un establecimiento comercial.
Certificados fitosanitario	ICA	Es el Documento oficial expedido por el Instituto Colombiano Agropecuario, Ica, con la finalidad de informar al importador y a la autoridad competente del país exportador, sobre los requisitos o condiciones fitosanitarias vigentes que deben cumplir las plantas, productos vegetales importados. Debe estar inscrito en el SISAP. Ingresar a la página web del Ica

		<p>www.ica.gov.co a través de los vínculos Servicios en Línea – SISPAPE - Importador o Exportador o directamente</p> <p>https://afrodita.ica.gov.co/loginImpExp.aspx ¿Cómo se efectúa el pago de las solicitudes de Permisos Fitosanitarios? Tiene dos opciones: Ingresar el número de factura expedida por la Oficina de Facturación del Ica en cualquier Seccional, al iniciar la solicitud o Al finalizar de ingresar la información requerida para completar la solicitud aparece la opción de pago en línea que le permite ingresar a su entidad bancaria mediante el convenio.</p>
Secretaría de salud Licencia	sanitaria	Tiempo: 2 días hábiles
Registro de constitución de la empresa	notaria	Tiempo: 1 día

Entidades estatales		
MINCOMERCIO inscribirse ante la VUCE	Registro de productor Nacional	No tiene ningún costo Tiempo: 1 día
INVIMA	Visita para emitir concepto sobre microempresas que fabriquen alimentos	Tiene un costo \$98.250 Tiempo: 1 semana
SURA	Riesgos profesionales	No tiene ningún costo Tiempo: 2 días

fuentes: autoría propia

Licencia Sanitaria De la clasificación de los establecimientos

Artículo 3º.- Para efectos de la aplicación de la presente Resolución los establecimientos se clasifican en:

a. De bajo riesgo sanitario:

Almacenes, oficinas, agencias (viajes, lavandería y vigilancia), joyerías, platerías,

misceláneas, bancos, ferreterías, floristerías y similares.

b. De alto riesgo sanitario:

(Locativo, ambiental, producción de desechos contaminantes, riesgos ocupacionales o riesgos de consumo o manejo de alimentos).

Industria manufacturera, metalmecánica de la construcción, talleres, tipografías, litografías, parqueaderos, lavaderos de carros, juegos electrónicos, curtiembres, cementerios, plantas de lavandería, estaciones de servicios, servitecas, depósitos de materiales reciclables y no reciclables.

Hoteles, moteles, residencias y similares, discotecas, bares, cantinas, canchas de tejo, coliseos, teatros, circos, establecimientos educativos, cárceles, cuarteles, conventos, ancianatos, baños turcos, piscinas, saunas, gimnasios, salones de belleza, depósito y expendio de alimentos y licores, restaurantes, panaderías, bizcocherías y reposterías, cafeterías, cigarrerías, expendio de víveres, comidas rápidas, re empacadoras de alimentos y apicultura.

7.2.1.Requerimientos En Estados Unidos¹¹

La FAO es la agencia de las naciones unidas que da asistencia técnica especializada al gobierno en los temas de agricultura y alimentación

La FAO también provee al Gobierno de asistencia técnica en diferentes áreas, capacitación, y además es un forma de discusiones a nivel internacional de los estándares adoptados por la OMC en todo lo relacionado con el comercio de productos agrícolas. La FAO es depositaria y responsable por varias de estas convenciones internacionales y es en su ámbito que se producen las discusiones y acuerdos globales para la agricultura y la alimentación.

¹¹ FDA U.S Food and Drug Administration.

7.2.2.Requisitos Generales De Etiquetado

Etiqueta en inglés Bilingüe es aceptado si toda la información está en ambos idiomas

Información Nutricional en el formato “Nutrition Facts”

Ingredientes y Colores aprobados con su nombre usual

Requisitos Básicos:

- Seguros.
- Libre de Contaminación.
 - Microbiana
 - Química
 - Suciedad
 - Otra
- Manufacturados bajo buenas prácticas de manufactura que le apliquen.
- Etiquetados apropiadamente
- Cumplir con reglas y procedimientos administrativos

Registro de Establecimientos:

- ¿Quién tiene que registrarse?
 - Fabricantes o procesadores
 - Empacadores
 - Operaciones de almacenamiento
- ¿Cómo registrarse?
 - Página Web <http://www.access.fda.gov>
 - Por Correo

– CD

Acerca del Registro:

- Se recomienda que el registro se haga a través de nuestra página Web (FDA U.S Food and Drug Administration. FDA Industry Systems. <http://www.access.fda.gov>)

- El Registro es gratis

- Necesita indicar un agente en los EE. UU.

- Una vez que el establecimiento se registra, no se requiere un registro nuevo a menos que la firma se mude o cambie de dueño

- Para un cambio de dueño, incluso para una fusión de empresas, o cambio de dirección, se necesita cancelar el registro y someter uno nuevo.

- Las oficinas de Distrito y la Oficina Regional de Latinoamérica del FDA no ofrecen apoyo técnico para el sistema de registro. Todo el apoyo técnico relacionado a este sistema se provee a través del Centro de Aviso Previo (866-521-2297)

Aviso Previo (Prior Notice):

- Todas las entradas que incluyan alimentos o suplementos dietéticos, incluyendo muestras y entradas a la Zona Franca o en ruta a otro país necesitan Aviso Previo. La excepción primordial es para alimentos hechos en casa que se envían de persona a persona (no existe un negocio envuelto)

- Para entradas por correo internacional, el Aviso se hace antes que se haga el envío.

El recibo con la confirmación debe acompañar la entrada.

- Entradas que no tienen Aviso Previo o presenten algún problema no pasan al sistema electrónico de OASIS. En este caso el único recurso es con Aduana y el PNC

Requisitos de Etiquetado:

- Etiqueta en inglés
- Panel con caja de “Nutrition Facts”
- Ingredientes aprobados
- Listado de ingredientes en orden descendiente y utilizando el nombre común utilizado en los EEUU
- Alimentos estandarizados deben usar el nombre en el reglamento. Sub-ingredientes también tienen que estar declarados
- El peso neto tiene que estar en ambas unidades -- en métricos y en formato EEUU (onzas, libras, etc)
- Nombre del distribuidor y/o manufacturero con dirección y teléfono.

Colores:

- Todo color añadido a la comida debe ser aprobado como tal por la FDA,
- En adición, la mayor parte de los colores usados en comida requieren una certificación por emitida por la FDA.

5. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1. Estructura Financiera del proyecto

8.1.1. Recursos Propios

No se cuenta con recursos propios, todo será a través del préstamos bancarios

8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios

Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Prestamo	Intereses	Capital	Saldo
0		\$ 0		\$ 180.177.029
1	\$ 4.286.399	\$ 2.252.213	\$ 2.034.186	\$ 178.142.843
2	\$ 4.286.399	\$ 2.226.786	\$ 2.059.613	\$ 176.083.230
3	\$ 4.286.399	\$ 2.201.040	\$ 2.085.359	\$ 173.997.871
4	\$ 4.286.399	\$ 2.174.973	\$ 2.111.426	\$ 171.886.446
5	\$ 4.286.399	\$ 2.148.581	\$ 2.137.818	\$ 169.748.627
6	\$ 4.286.399	\$ 2.121.858	\$ 2.164.541	\$ 167.584.086
7	\$ 4.286.399	\$ 2.094.801	\$ 2.191.598	\$ 165.392.489
8	\$ 4.286.399	\$ 2.067.406	\$ 2.218.993	\$ 163.173.496
9	\$ 4.286.399	\$ 2.039.669	\$ 2.246.730	\$ 160.926.765

06082013 Trab Juliana 1140am-Plan de Negocios

10	\$ 4.286.399	\$ 2.011.585	\$ 2.274.814	\$ 158.651.951	
11	\$ 4.286.399	\$ 1.983.149	\$ 2.303.250	\$ 156.348.702	
12	\$ 4.286.399	\$ 1.954.359	\$ 2.332.040	\$ 154.016.661	\$ 25.276.419 \$ 26.160.368
13	\$ 4.286.399	\$ 1.925.208	\$ 2.361.191	\$ 151.655.471	
14	\$ 4.286.399	\$ 1.895.693	\$ 2.390.706	\$ 149.264.765	
15	\$ 4.286.399	\$ 1.865.810	\$ 2.420.589	\$ 146.844.176	
16	\$ 4.286.399	\$ 1.835.552	\$ 2.450.847	\$ 144.393.329	
17	\$ 4.286.399	\$ 1.804.917	\$ 2.481.482	\$ 141.911.847	
18	\$ 4.286.399	\$ 1.773.898	\$ 2.512.501	\$ 139.399.346	
19	\$ 4.286.399	\$ 1.742.492	\$ 2.543.907	\$ 136.855.439	
20	\$ 4.286.399	\$ 1.710.693	\$ 2.575.706	\$ 134.279.733	
21	\$ 4.286.399	\$ 1.678.497	\$ 2.607.902	\$ 131.671.831	
22	\$ 4.286.399	\$ 1.645.898	\$ 2.640.501	\$ 129.031.330	
23	\$ 4.286.399	\$ 1.612.892	\$ 2.673.507	\$ 126.357.822	
24	\$ 4.286.399	\$ 1.579.473	\$ 2.706.926	\$ 123.650.896	\$ 21.071.022 \$ 30.365.765
25	\$ 4.286.399	\$ 1.545.636	\$ 2.740.763	\$ 120.910.133	
26	\$ 4.286.399	\$ 1.511.377	\$ 2.775.022	\$ 118.135.111	
27	\$ 4.286.399	\$ 1.476.689	\$ 2.809.710	\$ 115.325.401	
28	\$ 4.286.399	\$ 1.441.568	\$ 2.844.831	\$ 112.480.570	
29	\$ 4.286.399	\$ 1.406.007	\$ 2.880.392	\$ 109.600.178	
30	\$ 4.286.399	\$ 1.370.002	\$ 2.916.397	\$ 106.683.781	
31	\$ 4.286.399	\$ 1.333.547	\$ 2.952.852	\$ 103.730.929	
32	\$ 4.286.399	\$ 1.296.637	\$ 2.989.762	\$ 100.741.167	
33	\$ 4.286.399	\$ 1.259.265	\$ 3.027.134	\$ 97.714.033	
34	\$ 4.286.399	\$ 1.221.425	\$ 3.064.974	\$ 94.649.059	
35	\$ 4.286.399	\$ 1.183.113	\$ 3.103.286	\$ 91.545.774	
36	\$ 4.286.399	\$ 1.144.322	\$ 3.142.077	\$ 88.403.697	\$ 16.189.588 \$ 35.247.199
37	\$ 4.286.399	\$ 1.105.046	\$ 3.181.353	\$ 85.222.344	
38	\$ 4.286.399	\$ 1.065.279	\$ 3.221.120	\$ 82.001.224	

06082013 Trab Juliana 1140am-Plan de Negocios

39	\$ 4.286.399	\$ 1.025.015	\$ 3.261.384	\$ 78.739.841
40	\$ 4.286.399	\$ 984.248	\$ 3.302.151	\$ 75.437.690
41	\$ 4.286.399	\$ 942.971	\$ 3.343.428	\$ 72.094.262
42	\$ 4.286.399	\$ 901.178	\$ 3.385.221	\$ 68.709.041
43	\$ 4.286.399	\$ 858.863	\$ 3.427.536	\$ 65.281.506
44	\$ 4.286.399	\$ 816.019	\$ 3.470.380	\$ 61.811.125
45	\$ 4.286.399	\$ 772.639	\$ 3.513.760	\$ 58.297.366
46	\$ 4.286.399	\$ 728.717	\$ 3.557.682	\$ 54.739.684
47	\$ 4.286.399	\$ 684.246	\$ 3.602.153	\$ 51.137.531
48	\$ 4.286.399	\$ 639.219	\$ 3.647.180	\$ 47.490.351
49	\$ 4.286.399	\$ 593.629	\$ 3.692.770	\$ 43.797.581
50	\$ 4.286.399	\$ 547.470	\$ 3.738.929	\$ 40.058.652
51	\$ 4.286.399	\$ 500.733	\$ 3.785.666	\$ 36.272.986
52	\$ 4.286.399	\$ 453.412	\$ 3.832.987	\$ 32.440.000
53	\$ 4.286.399	\$ 405.500	\$ 3.880.899	\$ 28.559.101
54	\$ 4.286.399	\$ 356.989	\$ 3.929.410	\$ 24.629.691
55	\$ 4.286.399	\$ 307.871	\$ 3.978.528	\$ 20.651.163
56	\$ 4.286.399	\$ 258.140	\$ 4.028.259	\$ 16.622.904
57	\$ 4.286.399	\$ 207.786	\$ 4.078.613	\$ 12.544.291
58	\$ 4.286.399	\$ 156.804	\$ 4.129.595	\$ 8.414.696
59	\$ 4.286.399	\$ 105.184	\$ 4.181.215	\$ 4.233.480
60	\$ 4.286.399	\$ 52.919	\$ 4.233.480	\$ 0

\$ 10.523.441 \$ 40.913.346

\$ 3.946.436 \$ 47.490.351

Fuente: autoría propia

8.2. Ingresos y Egresos

8.2.1. Ingresos

8.2.1.1. Ingresos Propios del Negocio.

Tabla .30. Ingresos Propios del Negocio

Ingrese el Nombre del Producto: **Café tostión alta molienda media 5 libras**

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	350	Unidad de Medida	Libras
Medias (medio)	250	Precio Unitario Venta	\$ 67.628
Bajas (pesimista)	100	Consolidado (Medio)	233

Ingrese el Nombre del Producto: **Café tostión media molienda media 1 libra**

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	1200	Unidad de Medida	Libras
Medias (medio)	1000	Precio Unitario Venta	\$ 14.999
Bajas (pesimista)	800	Consolidado (Medio)	1000

Ingrese el Nombre del Producto: **Café tostión alta almendra 1 libra**

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	900	Unidad de Medida	Libras
Medias (medio)	700	Precio Unitario Venta	\$ 14.999
Bajas (pesimista)	500	Consolidado (Medio)	700

Ingrese el Nombre del
Producto: Café tosti3n media almendra 1 libra

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	1066	Unidad de Medida	Libras
Medias (medio)	746	Precio Unitario Venta	\$ 14.999
Bajas (pesimista)	533	Consolidado (Medio)	782

Tabla .31. Ventas Totales por Producto

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participacion del total Ventas
Caf3 tosti3n alta molienda media 5 libras	\$ 15.779.866,7	29,77%
Caf3 tosti3n media molienda media 1 libra	\$ 14.999.000,0	28,30%
Caf3 tosti3n alta almendra 1 libra	\$ 10.499.300,0	19,81%
Caf3 tosti3n media almendra 1 libra	\$ 11.724.218,3	22,12%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 53.002.385,1	100,00%

Fuente: autoría propia

8.2.1.2. Otros Ingresos

No aplica

8.2.2. Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Tabla .32. Inversiones

Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor	Depreciación Mensual
Equipos de Informatica y Comunicaciones (3 años)	\$ 1.620.000,0	\$ 45.000,0
Maquinaria (10 años)	\$ 46.122.000,0	\$ 384.350,0
Herramienta (5 años)	\$ 6.138.258,0	\$ 102.304,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 5.361.300,0	\$ 44.678,0
Equipo de alarmas	\$ 75.400,0	\$ 1.256,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 59.316.958,0	
Total Depreciación Mensual		\$ 577.588,0

Fuente: autoría propia

Tabla .33. Gastos Pre Operativos

Gastos Pre operativos				
Gastos Pre operativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Pre operativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 98.250,0	\$ 0,0	Constitución y registro	\$ 98.250,0
Salarios	\$ 6.510.840,0	\$ 0,0		
Viaje y representación	\$ 3.410.571,0	\$ 0,0		
Publicidad y Promoción	\$ 3.630.000,0	\$ 0,0		
Adecuaciones Locativas	\$ 9.500.000,0	\$ 158.333,3		
Certificados de salud y Bomberos	\$ 86.000,0	\$ 1.433,3	Certificados de salud y Bomberos	\$ 86.000,0

Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 23.235.661,0		Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 184.250,0
Total Amortización Mensual		\$ 159.766,7		

Fuente: autoría propia

Tabla .34. Capital de Trabajo
Capital de Trabajo

Requerimientos de Efectivo	CUENTA	VALOR
	Costos Variables	\$ 43.025.412
	Costos Fijos de Producción	\$ 3.440.839
	Costos Fijos de Administración	\$ 5.035.174
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 2.613.884

Activo Corriente	CUENTA	VALOR
	Cuentas por Cobrar	\$ 54.115.309
	Inventarios productos	\$ 30.977.501
	Inventario de Materia Prima	\$ 28.683.608

Pasivo Corriente	CUENTA	VALOR
	Materia Prima	\$ 64.538.118
	Fijos de Producción	\$ 1.720.420
	Administrativos	\$ 2.517.587
Comercialización y Ventas	\$ 1.306.942	

Inversión en Capital de Trabajo \$ 97.808.660

Fuente: autoría propia

8.2.2.2. Costos

Tabla .35. Costos variables

Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto
Café tostión alta molienda media 5 libras	\$ 54.605,3	233	\$ 12.741.236,7	29,77%	\$ 68.755,37
Café tostión media molienda media 1 libra	\$ 12.203,2	1.000	\$ 12.203.160,0	28,30%	\$ 15.341,46
Café tostión alta almendra 1 libra	\$ 12.203,2	700	\$ 8.542.212,0	19,81%	\$ 15.341,46
Café tostión media almendra 1 libra	\$ 12.203,2	782	\$ 9.538.803,4	22,12%	\$ 15.341,46
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 43.025.412,1		

Fuente: autoría propia

Tabla .36. Costos fijos

COSTOS FIJOS	
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 3.440.839,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 5.035.174,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 2.613.884,0
COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)	\$ 11.089.897,0

Fuente: autoría propia

8.2.2.3. Gastos

**Tabla .37. Gastos Administrativos y legales
Costos Fijos de Administración Mensuales**

Salarios	2.695.500
Prestaciones Sociales	1.644.255
Papelería	196.499
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	20.000
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	11.430
Servicios	3.488
Implementos de aseo	89.002
Arriendo	375.000
Total Costos Fijos De Administración	5.035.174

Fuente: autoría propia

Notas
Los servicios se cargaron a los gastos variables ya que en su
mayoría son usados por la producción, aquí solo se cargó el
cargo fijo administrativo

Fuente: autoría propia

Tabla .38. Gastos Distribución Y Ventas

Costos Fijos de Comercialización y Ventas	
Salarios	\$ 1.197.000
Prestaciones Sociales	\$ 730.170
Publicidad y Mercadeo	\$ 302.500
Gastos de viajes (tiquete)	\$ 99.664
Gastos de viajes (hoteles)	\$ 59.550
Gastos de viaje (Viáticos)	\$ 125.000
Muestras	\$ 100.000
Total Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 2.613.884

Fuente: autoría propia

Notas
Las actividades de promoción y mercadeo cuestan 3,630,000 al año
se dividen por 12 para sacar el costo mensual
tasa de cambio que se toma 1800
Se presupuesta 1 muestra mensual
Tiquete \$1195971 Hotel \$714600 y Viáticos \$1500000 Total:3,410,571 dividido por 12 para obtener su provisión mensual ya que solo es 1 viaje al año inicialmente
El salario corresponde a 2 vendedores con su básico y las prestaciones

Fuente: autoría propia

Tabla .39. Gastos Amortización de diferidos

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Préstamo Bancario (Financiación)	

Monto del Préstamo:	\$ 180.177.029
Intereses (efectivo Mensual):	1,25%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	Inversión

Fuente: autoría propia

8.2.2.4. Gastos Financieros**Tabla .40. Gastos Financieros**

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)				
--	--	--	--	--

Periodo	Cuota Prestamo	Intereses	Capital	Saldo
0		\$ 0		\$ 180.177.029
1	\$ 4.286.399	\$ 2.252.213	\$ 2.034.186	\$ 178.142.843
2	\$ 4.286.399	\$ 2.226.786	\$ 2.059.613	\$ 176.083.230
3	\$ 4.286.399	\$ 2.201.040	\$ 2.085.359	\$ 173.997.871
4	\$ 4.286.399	\$ 2.174.973	\$ 2.111.426	\$ 171.886.446
5	\$ 4.286.399	\$ 2.148.581	\$ 2.137.818	\$ 169.748.627
6	\$ 4.286.399	\$ 2.121.858	\$ 2.164.541	\$ 167.584.086
7	\$ 4.286.399	\$ 2.094.801	\$ 2.191.598	\$ 165.392.489
8	\$ 4.286.399	\$ 2.067.406	\$ 2.218.993	\$ 163.173.496
9	\$ 4.286.399	\$ 2.039.669	\$ 2.246.730	\$ 160.926.765

10	\$ 4.286.399	\$ 2.011.585	\$ 2.274.814	\$ 158.651.951
11	\$ 4.286.399	\$ 1.983.149	\$ 2.303.250	\$ 156.348.702
12	\$ 4.286.399	\$ 1.954.359	\$ 2.332.040	\$ 154.016.661
13	\$ 4.286.399	\$ 1.925.208	\$ 2.361.191	\$ 151.655.471
14	\$ 4.286.399	\$ 1.895.693	\$ 2.390.706	\$ 149.264.765
15	\$ 4.286.399	\$ 1.865.810	\$ 2.420.589	\$ 146.844.176
16	\$ 4.286.399	\$ 1.835.552	\$ 2.450.847	\$ 144.393.329
17	\$ 4.286.399	\$ 1.804.917	\$ 2.481.482	\$ 141.911.847
18	\$ 4.286.399	\$ 1.773.898	\$ 2.512.501	\$ 139.399.346
19	\$ 4.286.399	\$ 1.742.492	\$ 2.543.907	\$ 136.855.439
20	\$ 4.286.399	\$ 1.710.693	\$ 2.575.706	\$ 134.279.733
21	\$ 4.286.399	\$ 1.678.497	\$ 2.607.902	\$ 131.671.831
22	\$ 4.286.399	\$ 1.645.898	\$ 2.640.501	\$ 129.031.330
23	\$ 4.286.399	\$ 1.612.892	\$ 2.673.507	\$ 126.357.822
24	\$ 4.286.399	\$ 1.579.473	\$ 2.706.926	\$ 123.650.896
25	\$ 4.286.399	\$ 1.545.636	\$ 2.740.763	\$ 120.910.133
26	\$ 4.286.399	\$ 1.511.377	\$ 2.775.022	\$ 118.135.111
27	\$ 4.286.399	\$ 1.476.689	\$ 2.809.710	\$ 115.325.401
28	\$ 4.286.399	\$ 1.441.568	\$ 2.844.831	\$ 112.480.570
29	\$ 4.286.399	\$ 1.406.007	\$ 2.880.392	\$ 109.600.178
30	\$ 4.286.399	\$ 1.370.002	\$ 2.916.397	\$ 106.683.781
31	\$ 4.286.399	\$ 1.333.547	\$ 2.952.852	\$ 103.730.929
32	\$ 4.286.399	\$ 1.296.637	\$ 2.989.762	\$ 100.741.167
33	\$ 4.286.399	\$ 1.259.265	\$ 3.027.134	\$ 97.714.033
34	\$ 4.286.399	\$ 1.221.425	\$ 3.064.974	\$ 94.649.059
35	\$ 4.286.399	\$ 1.183.113	\$ 3.103.286	\$ 91.545.774
36	\$ 4.286.399	\$ 1.144.322	\$ 3.142.077	\$ 88.403.697
37	\$ 4.286.399	\$ 1.105.046	\$ 3.181.353	\$ 85.222.344
38	\$ 4.286.399	\$ 1.065.279	\$ 3.221.120	\$ 82.001.224

39	\$ 4.286.399	\$ 1.025.015	\$ 3.261.384	\$ 78.739.841
40	\$ 4.286.399	\$ 984.248	\$ 3.302.151	\$ 75.437.690
41	\$ 4.286.399	\$ 942.971	\$ 3.343.428	\$ 72.094.262
42	\$ 4.286.399	\$ 901.178	\$ 3.385.221	\$ 68.709.041
43	\$ 4.286.399	\$ 858.863	\$ 3.427.536	\$ 65.281.506
44	\$ 4.286.399	\$ 816.019	\$ 3.470.380	\$ 61.811.125
45	\$ 4.286.399	\$ 772.639	\$ 3.513.760	\$ 58.297.366
46	\$ 4.286.399	\$ 728.717	\$ 3.557.682	\$ 54.739.684
47	\$ 4.286.399	\$ 684.246	\$ 3.602.153	\$ 51.137.531
48	\$ 4.286.399	\$ 639.219	\$ 3.647.180	\$ 47.490.351
49	\$ 4.286.399	\$ 593.629	\$ 3.692.770	\$ 43.797.581
50	\$ 4.286.399	\$ 547.470	\$ 3.738.929	\$ 40.058.652
51	\$ 4.286.399	\$ 500.733	\$ 3.785.666	\$ 36.272.986
52	\$ 4.286.399	\$ 453.412	\$ 3.832.987	\$ 32.440.000
53	\$ 4.286.399	\$ 405.500	\$ 3.880.899	\$ 28.559.101
54	\$ 4.286.399	\$ 356.989	\$ 3.929.410	\$ 24.629.691
55	\$ 4.286.399	\$ 307.871	\$ 3.978.528	\$ 20.651.163
56	\$ 4.286.399	\$ 258.140	\$ 4.028.259	\$ 16.622.904
57	\$ 4.286.399	\$ 207.786	\$ 4.078.613	\$ 12.544.291
58	\$ 4.286.399	\$ 156.804	\$ 4.129.595	\$ 8.414.696
59	\$ 4.286.399	\$ 105.184	\$ 4.181.215	\$ 4.233.480
60	\$ 4.286.399	\$ 52.919	\$ 4.233.480	\$ 0

Fuente: autoría propia

En este plan de amortización se evidencia los gastos financieros que corresponden al pago de intereses por el préstamo realizado.

8.3. Estados Financieros proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

Tabla .41. Flujo de Caja Mensual

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 51.496.753	\$ 51.496.753	\$ 51.496.753	\$ 51.496.753	\$ 51.496.753	\$ 51.496.753	\$ 51.496.753	\$ 51.496.753	\$ 51.496.753	\$ 51.496.753	\$ 51.496.753	\$ 51.496.753
- Costos variables		\$ 38.465.950	\$ 38.465.950	\$ 38.465.950	\$ 38.465.950	\$ 38.465.950	\$ 38.465.950	\$ 38.465.950	\$ 38.465.950	\$ 38.465.950	\$ 38.465.950	\$ 38.465.950	\$ 38.465.950
- Costos fijos	\$ 0	\$ 10.669.177	\$ 10.669.177	\$ 10.669.177	\$ 10.669.177	\$ 10.669.177	\$ 10.669.177	\$ 10.669.177	\$ 10.669.177	\$ 10.669.177	\$ 10.669.177	\$ 10.669.177	\$ 10.669.177
Costos fijos de Producción		\$ 3.406.549	\$ 3.406.549	\$ 3.406.549	\$ 3.406.549	\$ 3.406.549	\$ 3.406.549	\$ 3.406.549	\$ 3.406.549	\$ 3.406.549	\$ 3.406.549	\$ 3.406.549	\$ 3.406.549
Costos fijos de Administración		\$ 4.648.744	\$ 4.648.744	\$ 4.648.744	\$ 4.648.744	\$ 4.648.744	\$ 4.648.744	\$ 4.648.744	\$ 4.648.744	\$ 4.648.744	\$ 4.648.744	\$ 4.648.744	\$ 4.648.744
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 2.138.608	\$ 2.114.464	\$ 2.090.017	\$ 2.065.265	\$ 2.040.203	\$ 2.014.829	\$ 1.989.137	\$ 1.963.124	\$ 1.936.785	\$ 1.910.118	\$ 1.883.117	\$ 1.855.778
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 513.081	-\$ 488.936	-\$ 464.490	-\$ 439.737	-\$ 414.676	-\$ 389.301	-\$ 363.609	-\$ 337.596	-\$ 311.258	-\$ 284.590	-\$ 257.589	-\$ 230.251
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 513.081	-\$ 488.936	-\$ 464.490	-\$ 439.737	-\$ 414.676	-\$ 389.301	-\$ 363.609	-\$ 337.596	-\$ 311.258	-\$ 284.590	-\$ 257.589	-\$ 230.251
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099	\$ 736.099
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 171.088.676	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 162.439.742
Prestamos	\$ 171.088.676												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 88.795.707
Valor de Salvamento													\$ 73.644.035
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 171.272.926	\$ 1.931.579	\$ 1.955.724	\$ 1.980.170	\$ 2.004.923	\$ 2.029.984	\$ 2.055.359	\$ 2.081.051	\$ 2.107.064	\$ 2.133.402	\$ 2.160.070	\$ 2.187.071	\$ 2.214.409
Activos Fijos	\$ 59.241.558												
Pago Credito (Capital)		\$ 1.931.579	\$ 1.955.724	\$ 1.980.170	\$ 2.004.923	\$ 2.029.984	\$ 2.055.359	\$ 2.081.051	\$ 2.107.064	\$ 2.133.402	\$ 2.160.070	\$ 2.187.071	\$ 2.214.409
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 23.235.661												
Capital de Trabajo	\$ 88.795.707												
FLUJO DE CAJA	-\$ 184.250	-\$ 1.708.561	\$ 160.731.180										

Fuente: autoría propia

Tabla .42. Flujo de Caja Anual

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 636.028.621	\$ 835.105.579	\$ 1.096.493.625	\$ 1.439.696.130	\$ 1.890.321.019
- Costos variables		\$ 516.304.945	\$ 526.631.044	\$ 537.163.665	\$ 547.906.939	\$ 558.865.077
- Costos fijos		\$ 133.078.764	\$ 135.740.339	\$ 138.455.146	\$ 141.224.249	\$ 144.048.734
Costos fijos de Producción		\$ 41.290.068	\$ 42.115.869	\$ 42.958.187	\$ 43.817.350	\$ 44.693.697
Costos fijos de Administración		\$ 60.422.088	\$ 61.630.530	\$ 62.863.140	\$ 64.120.403	\$ 65.402.811
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 31.366.608	\$ 31.993.940	\$ 32.633.819	\$ 33.286.495	\$ 33.952.225
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256
- Intereses Credito		\$ 25.276.419	\$ 21.071.022	\$ 16.189.588	\$ 10.523.441	\$ 3.946.436
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 47.479.764	\$ 142.814.918	\$ 395.836.970	\$ 731.193.245	\$ 1.174.612.515
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 47.128.923	\$ 130.626.200	\$ 241.293.771	\$ 387.622.130
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 47.479.764	\$ 95.685.995	\$ 265.210.770	\$ 489.899.474	\$ 786.990.385
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 180.177.029	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 144.182.579
Prestamos	\$ 180.177.029					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 105.871.240
Valor de Salvamento						\$ 38.311.339
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 180.361.279	\$ 28.116.541	\$ 32.361.062	\$ 37.282.402	\$ 42.989.252	\$ 47.490.351
Activos Fijos	\$ 59.316.958					
Pago Credito (Capital)		\$ 26.160.368	\$ 30.365.765	\$ 35.247.199	\$ 40.913.346	\$ 47.490.351
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 23.235.661					
Capital de Trabajo	\$ 97.808.660	\$ 1.956.173	\$ 1.995.297	\$ 2.035.203	\$ 2.075.907	
FLUJO DE CAJA	-\$ 184.250	-\$ 66.748.049	\$ 72.173.189	\$ 236.776.624	\$ 455.758.478	\$ 892.530.869

Fuente: autoría propia

8.3.2. Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Ver tabla 43

Tabla .43. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por concepto de Ventas	53.002.385	53.002.385	53.002.385	53.002.385	53.002.385	53.002.385	53.002.385	53.002.385	53.002.385	53.002.385	53.002.385	53.002.385
- Costo Variables	43.025.412	43.025.412	43.025.412	43.025.412	43.025.412	43.025.412	43.025.412	43.025.412	43.025.412	43.025.412	43.025.412	43.025.412
- Costos Fijos Producción	3.440.839	3.440.839	3.440.839	3.440.839	3.440.839	3.440.839	3.440.839	3.440.839	3.440.839	3.440.839	3.440.839	3.440.839
- Gastos Depreciación	577.588	577.588	577.588	577.588	577.588	577.588	577.588	577.588	577.588	577.588	577.588	577.588
= Utilidad Bruta en Ventas	5.958.546	5.958.546	5.958.546	5.958.546	5.958.546	5.958.546	5.958.546	5.958.546	5.958.546	5.958.546	5.958.546	5.958.546
- Costos fijos de Administración	5.035.174	5.035.174	5.035.174	5.035.174	5.035.174	5.035.174	5.035.174	5.035.174	5.035.174	5.035.174	5.035.174	5.035.174
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	2.613.884	2.613.884	2.613.884	2.613.884	2.613.884	2.613.884	2.613.884	2.613.884	2.613.884	2.613.884	2.613.884	2.613.884
- Amortización de diferidos	159.767	159.767	159.767	159.767	159.767	159.767	159.767	159.767	159.767	159.767	159.767	159.767
= Utilidad Operativa	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279	-1.850.279
- Impuestos	-610.592	-610.592	-610.592	-610.592	-610.592	-610.592	-610.592	-610.592	-610.592	-610.592	-610.592	-610.592
= UTILIDAD NETA	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687	-1.239.687
Utilidades no Repartidas Acumuladas	-1.239.687	-2.479.373	-3.719.060	-4.958.747	-6.198.434	-7.438.120	-8.677.807	-9.917.494	-11.157.181	-12.396.867	-13.636.554	-14.876.241

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno es del 16.36%

8.4.3. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Ver tabla 44

Tabla .44. Flujo de Caja (Variado el Precio)

FLUJO DE CAJA (VARIANDO EL PRECIO)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409
- Costos variables		\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412
- Costos fijos	\$ 0	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897
Costos fijos de Producción		\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839
Costos fijos de Administración		\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 2.252.213	\$ 2.226.786	\$ 2.201.040	\$ 2.174.973	\$ 2.148.581	\$ 2.121.858	\$ 2.094.801	\$ 2.067.406	\$ 2.039.669	\$ 2.011.585	\$ 1.983.149	\$ 1.954.359
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 3.572.468	-\$ 3.547.040	-\$ 3.521.295	-\$ 3.495.228	-\$ 3.468.835	-\$ 3.442.113	-\$ 3.415.056	-\$ 3.387.661	-\$ 3.359.924	-\$ 3.331.839	-\$ 3.303.404	-\$ 3.274.614
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 3.572.468	-\$ 3.547.040	-\$ 3.521.295	-\$ 3.495.228	-\$ 3.468.835	-\$ 3.442.113	-\$ 3.415.056	-\$ 3.387.661	-\$ 3.359.924	-\$ 3.331.839	-\$ 3.303.404	-\$ 3.274.614
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 180.177.029	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 171.513.023
Prestamos	\$ 180.177.029												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 97.808.660
Valor de Salvamento													\$ 73.704.363
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 180.361.279	\$ 2.034.186	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Activos Fijos	\$ 59.316.958												
Pago Credito (Capital)		\$ 2.034.186	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 23.235.661												
Capital de Trabajo	\$ 97.808.660												
FLUJO DE CAJA	-\$ 184.250	-\$ 4.869.299	\$ 166.643.724										

Cambio Porcentual en el Precio	1,00%
Tasa de Retorno	15,00%
Valor Presente Neto	5.478.145
Tasa Interna de Retorno	18,01%

[Volver al Menú Inicial](#)

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 68.903.101	\$ 68.903.101	\$ 68.903.101	\$ 68.903.101	\$ 68.903.101	\$ 68.903.101	\$ 68.903.101	\$ 68.903.101	\$ 68.903.101	\$ 68.903.101	\$ 68.903.101	\$ 68.903.101
- Costos variables		\$ 55.933.036	\$ 55.933.036	\$ 55.933.036	\$ 55.933.036	\$ 55.933.036	\$ 55.933.036	\$ 55.933.036	\$ 55.933.036	\$ 55.933.036	\$ 55.933.036	\$ 55.933.036	\$ 55.933.036
- Costos fijos	\$ 0	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897
Costos fijos de Producción		\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839
Costos fijos de Administración		\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 2.252.213	\$ 2.226.786	\$ 2.201.040	\$ 2.174.973	\$ 2.148.581	\$ 2.121.858	\$ 2.094.801	\$ 2.067.406	\$ 2.039.669	\$ 2.011.585	\$ 1.983.149	\$ 1.954.359
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 1.109.400	-\$ 1.083.972	-\$ 1.058.227	-\$ 1.032.160	-\$ 1.005.767	-\$ 979.045	-\$ 951.988	-\$ 924.593	-\$ 896.856	-\$ 868.771	-\$ 840.336	-\$ 811.546
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 1.109.400	-\$ 1.083.972	-\$ 1.058.227	-\$ 1.032.160	-\$ 1.005.767	-\$ 979.045	-\$ 951.988	-\$ 924.593	-\$ 896.856	-\$ 868.771	-\$ 840.336	-\$ 811.546
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 180.177.029	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 195.177.000
Préstamos	\$ 180.177.029												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 121.472.637
Valor de Salvamento													\$ 73.704.363
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 204.025.256	\$ 2.034.186	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Activos Fijos	\$ 59.316.958												
Pago Credito (Capital)		\$ 2.034.186	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 23.235.661												
Capital de Trabajo	\$ 121.472.637												
FLUJO DE CAJA	-\$ 23.848.227	-\$ 2.406.231	-\$ 2.406.231	-\$ 2.406.231	-\$ 2.406.231	-\$ 2.406.231	-\$ 2.406.231	-\$ 2.406.231	-\$ 2.406.231	-\$ 2.406.231	-\$ 2.406.231	-\$ 2.406.231	\$ 192.770.769

Cambio Porcentual en las Ventas	30,00%
Tasa de Retorno	15,00%
Valor Presente Neto	- 411.512
Tasa Interna de Retorno	14,87%

[Volver al Menú Inicial](#)

Fuente: autoría propia

FLUJO DE CAJA (VARIACION COSTOS VARIABLES)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385
- Costos variables		\$ 43.885.920	\$ 43.885.920	\$ 43.885.920	\$ 43.885.920	\$ 43.885.920	\$ 43.885.920	\$ 43.885.920	\$ 43.885.920	\$ 43.885.920	\$ 43.885.920	\$ 43.885.920	\$ 43.885.920
- Costos fijos	\$ 0	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897
Costos fijos de Producción		\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839
Costos fijos de Administración		\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 2.252.213	\$ 2.226.786	\$ 2.201.040	\$ 2.174.973	\$ 2.148.581	\$ 2.121.858	\$ 2.094.801	\$ 2.067.406	\$ 2.039.669	\$ 2.011.585	\$ 1.983.149	\$ 1.954.359
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 4.963.000	-\$ 4.937.573	-\$ 4.911.827	-\$ 4.885.760	-\$ 4.859.368	-\$ 4.832.645	-\$ 4.805.588	-\$ 4.778.193	-\$ 4.750.456	-\$ 4.722.372	-\$ 4.693.936	-\$ 4.665.146
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 4.963.000	-\$ 4.937.573	-\$ 4.911.827	-\$ 4.885.760	-\$ 4.859.368	-\$ 4.832.645	-\$ 4.805.588	-\$ 4.778.193	-\$ 4.750.456	-\$ 4.722.372	-\$ 4.693.936	-\$ 4.665.146
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 180.177.029	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 173.080.622
Préstamos	\$ 180.177.029												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 99.386.259
Valor de Salvamento													\$ 73.704.363
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 181.938.878	\$ 2.034.196	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Activos Fijos	\$ 59.316.958												
Pago Crédito (Capital)		\$ 2.034.196	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Gastos PRE OPERATIVOS	\$ 23.235.661												
Capital de Trabajo	\$ 99.386.259												
FLUJO DE CAJA	-\$ 1.761.848	-\$ 6.259.831	\$ 166.830.791										

Tabla 45. Flujo de Variación Costos Variables

Cambio Porcentual Costos Variables	2,00%
Tasa de Retorno	15,00%
Valor Presente Neto	- 3.342.134
Tasa Interna de Retorno	13,45%

[Volver al Menú Inicial](#)

FLUJO DE CAJA (VARIANDO COSTOS FIJOS)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385
- Costos variables		\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412
- Costos fijos	\$ 0	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594
Costos fijos de Producción		\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064
Costos fijos de Administración		\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301
- No Desembolsables propia	\$ 0	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
- Intereses Credito		\$ 2.252.213	\$ 2.226.786	\$ 2.201.040	\$ 2.174.973	\$ 2.148.581	\$ 2.121.858	\$ 2.094.801	\$ 2.067.406	\$ 2.039.669	\$ 2.011.585	\$ 1.983.149	\$ 1.954.359
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 4.435.188	-\$ 4.409.761	-\$ 4.384.016	-\$ 4.357.949	-\$ 4.331.556	-\$ 4.304.833	-\$ 4.277.777	-\$ 4.250.382	-\$ 4.222.644	-\$ 4.194.560	-\$ 4.166.125	-\$ 4.137.334
- Utilidad Después de Impuestos	\$ 0	-\$ 1.463.612	-\$ 1.455.221	-\$ 1.446.725	-\$ 1.438.123	-\$ 1.429.414	-\$ 1.420.595	-\$ 1.411.666	-\$ 1.402.626	-\$ 1.393.473	-\$ 1.384.205	-\$ 1.374.821	-\$ 1.365.320
- Caja Variado	\$ 0	-\$ 2.971.576	-\$ 2.954.540	-\$ 2.937.291	-\$ 2.919.826	-\$ 2.902.143	-\$ 2.884.238	-\$ 2.866.110	-\$ 2.847.756	-\$ 2.829.172	-\$ 2.810.355	-\$ 2.791.304	-\$ 2.772.014
+ Costos Fijos	\$ 0	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 180.177.029	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 172.080.886
Prestamos	\$ 180.177.029												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 98.376.523
Valor de Salvamento													\$ 73.704.363
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 180.929.142	\$ 2.034.186	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Activos Fijos	\$ 59.316.958												
Pago Credito (Capital)		\$ 2.034.186	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 23.235.661												
Capital de Trabajo	\$ 98.376.523												
FLUJO DE CAJA	-\$ 752.112	-\$ 4.268.408	-\$ 4.276.799	-\$ 4.285.295	-\$ 4.293.897	-\$ 4.302.606	-\$ 4.311.425	-\$ 4.320.354	-\$ 4.329.394	-\$ 4.338.547	-\$ 4.347.815	-\$ 4.357.199	\$ 167.714.186

Fuente:
autoría

Tabla 46. Flujo de Caja Variado

Cambio Porcentual Costos Fijos	3,00%
Tasa de Retorno	15,00%
Valor Presente Neto	8.089.514
Tasa Interna de Retorno	19,57%

[Volver al Menú Inicial](#)

06082013 Trab Juliana 1140am-Plan de Negocios

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385	\$ 53.002.385
- Costos variables		\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412	\$ 43.025.412
- Costos fijos		\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897	\$ 11.089.897
Costos fijos de Producción		\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839	\$ 3.440.839
Costos fijos de Administración		\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174	\$ 5.035.174
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884	\$ 2.613.884
- No Desembolsables		\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
- Intereses Credito		\$ 2.252.213	\$ 2.226.786	\$ 2.201.040	\$ 2.174.973	\$ 2.148.581	\$ 2.121.858	\$ 2.094.801	\$ 2.067.406	\$ 2.039.669	\$ 2.011.585	\$ 1.983.149	\$ 1.954.359
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 4.102.492	-\$ 4.077.064	-\$ 4.051.319	-\$ 4.025.252	-\$ 3.998.859	-\$ 3.972.137	-\$ 3.945.080	-\$ 3.917.685	-\$ 3.889.947	-\$ 3.861.863	-\$ 3.833.428	-\$ 3.804.637
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 4.102.492	-\$ 4.077.064	-\$ 4.051.319	-\$ 4.025.252	-\$ 3.998.859	-\$ 3.972.137	-\$ 3.945.080	-\$ 3.917.685	-\$ 3.889.947	-\$ 3.861.863	-\$ 3.833.428	-\$ 3.804.637
+ Ajuste por No Desembolsables		\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 180.177.029	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 171.513.023
Prestamos	\$ 180.177.029												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 97.808.660
Valor de Salvamento													\$ 73.704.363
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 180.361.279	\$ 2.034.186	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Activos Fijos	\$ 59.316.958												
Pago Credito (Capital)		\$ 2.034.186	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 23.235.661												
Capital de Trabajo	\$ 97.808.660												
FLUJO DE CAJA	-\$ 184.250	-\$ 5.399.323	\$ 166.113.700										

Tasa Interna de Retorno	15,00%
Valor Presente Neto	2.605.088
Tasa Interna de Retorno	16,36%

[Volver al Menu Principal](#)

06082013 Trab Juliana 1140am-Plan de Negocios

Concepto	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409	\$ 53.532.409
- Costos variables		\$ 57.051.696	\$ 57.051.696	\$ 57.051.696	\$ 57.051.696	\$ 57.051.696	\$ 57.051.696	\$ 57.051.696	\$ 57.051.696	\$ 57.051.696	\$ 57.051.696	\$ 57.051.696	\$ 57.051.696
- Costos fijos	\$ 0	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594	\$ 11.422.594
Costos fijos de Producción		\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064	\$ 3.544.064
Costos fijos de Administración		\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229	\$ 5.186.229
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301	\$ 2.692.301
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
- Intereses Credito		\$ 2.252.213	\$ 2.226.786	\$ 2.201.040	\$ 2.174.973	\$ 2.148.581	\$ 2.121.858	\$ 2.094.801	\$ 2.067.406	\$ 2.039.669	\$ 2.011.585	\$ 1.983.149	\$ 1.954.359
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 17.931.449	-\$ 17.906.022	-\$ 17.880.277	-\$ 17.854.210	-\$ 17.827.817	-\$ 17.801.094	-\$ 17.774.037	-\$ 17.746.642	-\$ 17.718.905	-\$ 17.690.821	-\$ 17.662.386	-\$ 17.633.595
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 17.931.449	-\$ 17.906.022	-\$ 17.880.277	-\$ 17.854.210	-\$ 17.827.817	-\$ 17.801.094	-\$ 17.774.037	-\$ 17.746.642	-\$ 17.718.905	-\$ 17.690.821	-\$ 17.662.386	-\$ 17.633.595
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355	\$ 737.355
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 180.177.029	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 197.795.740
Préstamos	\$ 180.177.029												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 124.091.377
Valor de Salvamento													\$ 73.704.363
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 206.643.996	\$ 2.034.186	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Activos Fijos	\$ 59.316.958												
Pago Credito (Capital)		\$ 2.034.186	\$ 2.059.613	\$ 2.085.359	\$ 2.111.426	\$ 2.137.818	\$ 2.164.541	\$ 2.191.598	\$ 2.218.993	\$ 2.246.730	\$ 2.274.814	\$ 2.303.250	\$ 2.332.040
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 23.235.661												
Capital de Trabajo	\$ 124.091.377												
FLUJO DE CAJA	-\$ 26.466.967	-\$ 19.228.280	\$ 178.567.460										

Cambio Porcentual en el Precio	1,00%
Cambio Porcentual en las Ventas	30,00%
Cambio Porcentual Costos Variables	2,00%
Cambio Porcentual Costos Fijos	3,00%
Tasa de Retorno	15,00%
Valor Presente Neto	- 93.726.711
Tasa Interna de Retorno	-4,40%

[Volver al Menú Anterior](#)

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Si se consideran las siguientes variaciones

Ingreso Variación Porcentual Anual de Precios	1,00%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Ventas	30,00%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Costos	2,00%
Ingreso Inflación promedio estimada	3,00%

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 636.028.621	\$ 835.105.579	\$ 1.096.493.625	\$ 1.439.696.130	\$ 1.890.321.019
- Costos variables		\$ 516.304.945	\$ 526.631.044	\$ 537.163.665	\$ 547.906.939	\$ 558.865.077
- Costos fijos		\$ 133.078.764	\$ 135.740.339	\$ 138.455.146	\$ 141.224.249	\$ 144.048.734
Costos fijos de Producción		\$ 41.290.068	\$ 42.115.869	\$ 42.958.187	\$ 43.817.350	\$ 44.693.697
Costos fijos de Administración		\$ 60.422.088	\$ 61.630.530	\$ 62.863.140	\$ 64.120.403	\$ 65.402.811
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 31.366.608	\$ 31.993.940	\$ 32.633.819	\$ 33.286.495	\$ 33.952.225
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256
- Intereses Credito		\$ 25.276.419	\$ 21.071.022	\$ 16.189.588	\$ 10.523.441	\$ 3.946.436
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 47.479.764	\$ 142.814.918	\$ 395.836.970	\$ 731.193.245	\$ 1.174.612.515
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 47.128.923	\$ 130.626.200	\$ 241.293.771	\$ 387.622.130
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 47.479.764	\$ 95.685.995	\$ 265.210.770	\$ 489.899.474	\$ 786.990.385
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256	\$ 8.848.256
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 180.177.029	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 144.182.579
Préstamos	\$ 180.177.029					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 105.871.240
Valor de Salvamento						\$ 38.311.339
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 180.361.279	\$ 28.116.541	\$ 32.361.062	\$ 37.282.402	\$ 42.989.252	\$ 47.490.351
Activos Fijos	\$ 59.316.958					
Pago Credito (Capital)		\$ 26.160.368	\$ 30.365.765	\$ 35.247.199	\$ 40.913.346	\$ 47.490.351
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 23.235.661					
Capital de Trabajo	\$ 97.808.660	\$ 1.956.173	\$ 1.995.297	\$ 2.035.203	\$ 2.075.907	
FLUJO DE CAJA	-\$ 184.250	-\$ 66.748.049	\$ 72.173.189	\$ 236.776.624	\$ 455.758.478	\$ 892.530.869

Tasa Interna de Retorno	435,03%
Valor Presente Neto	- 7.832.796
Tasa Interna de Retorno	221,69%

[Volver al Menú Principal](#)

9. Consideraciones Finales

Se concluye que el proyecto Café Almendra selecta es completamente viable en cada uno de los aspectos analizados, tanto en lo comercial, operativo y financiero. Como podemos ver en el estudio de mercado el consumo de café en los Estados Unidos está creciendo, lo que lo hace uno de los países más atractivos para ingresar; en la actualidad la mayor participación de mercado la tienen los supermercados, pero en los últimos años ha tenido un comportamiento decreciente ya que se está fortaleciendo el consumo en cafeterías porque ellas están tomando fuerza como punto de encuentro para la socialización de los habitantes de Nueva York.

Con el crecimiento de estas cafeterías como centros de encuentro tenemos como uno de nuestros principales objetivos el establecernos también como centro de encuentro y reunión para disfrutar de un excelente café gourmet visualizando a futuro una posible apertura de tiendas de café o cafetería para así poder cautivar este mercado y llegar directamente al consumidor, pero por el momento vamos a tratar de penetrar el mercado del retail.

Financieramente el proyecto es completamente viable ya que el capital de trabajo necesario no es tan alto y es fácilmente de ejecutar, no afecta nuestro flujo de caja y nuestra capacidad de endeudamiento no se vería tan comprometida, además teniendo en cuenta las tasas actuales que ofrece el mercado que están en un proceso de disminución por la política monetaria impuesta por el banco de la república de Colombia, se hace más fácil obtener los recursos necesarios para iniciar este proyecto, adicional con la rentabilidad en este proyecto vemos que es más atractivo invertir en él que en un proyecto de renta fija como los que ofrece el sector financiero, esto se hace evidente cuando se verifican los flujos anuales de caja del análisis financiero, porque aunque en el primer año se obtiene un flujo negativo al segundo

año ya se inicia con el flujo de caja positivo y se incrementa la tasa interna de retorno y así mismo la utilidad acumulada.

Para concluir por estos motivos damos viabilidad al proyecto y una excelente oportunidad de inversión con un gran potencial de crecimiento a futuro.

Referencias Bibliográficas

Almomento.net. (2013. Marzo 15). NY: Sube número de habitantes a 8,3 MM. (en línea).
<http://www.almomento.net/articulo/132484/NY-Sube-numero-de-habitantes-a-83-MM>

Bureau Economic Analysis (www.bea.gov), Trade Map

CABI con cifras del United States Department of Agriculture.

Café de Colombia. Referente Mundial. (en línea).
http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/un_referente_mundial/

Café Colombiano, Información sobre el café de Colombia. (2013. Febrero 06). Archivo de la categoría: actualidad, Tres medidas del Gobierno, un salvavidas para los cafeteros del país. (en línea). <http://xn--cafcolombiano-dhb.com/index.php/category/actualidad/>

Café de Colombia. Familia (en línea). <http://www.cafedecolombia.com/familia>

CubaDarwin.net. (2013. Mayo 26). Según los datos de un estudio realizado entre 2012 y 2013, tendencias en el consumo de café en EEUU aumenta el consumo sobre todo de expreso. (en línea). <http://www.clubdarwin.net/seccion/negocios/tendencias-en-el-consumo-de-cafe-en-eeuu-aumenta-el-consumo-sobre-todo-de-espresso>

Federación Nacional de Cafeteros. Quienes somos. Estadísticas Históricas (en línea).
http://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/quienes_somos/119_estadisticas_historicas/

Federación de Cafeteros. (2013. Mayo 24). Precio Interno del Café. (en línea).
http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/precio_cafe.pdf

FDA U.S Food and Drug Administration. (en línea).
[http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/GuidanceDocuments/
FoodLabelingNutrition/FoodLabelingGuide/default.htm](http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/GuidanceDocuments/FoodLabelingNutrition/FoodLabelingGuide/default.htm)

FDA U.S Food and Drug Administration. FDA Industry Systems. (en línea).
<http://www.access.fda.gov>

Gobernación de Antioquia y Fundación Grupo HTM. (2011). Plan Estratégicos Subregionales: Prospectiva Territorial a Escala Intermedia en el Departamento de Antioquia. (Colombia). Caso Suroeste Antioqueño. Suroeste. (en línea). <http://aciur.net/site/wp-content/uploads/2012/11/Caso-del-Suroeste-antioque%C3%B1o.pdf>

Las Naciones Unidas con su Mundo. Ciudad de Nueva York, Estados Unidos. The Challenge of Urbanization: The World's Largest Cities. Publicaciones de Naciones Unidas. (en línea) <http://www.un.org/Pubs/CyberSchoolBus/spanish/cities/enewyork.htm>.

Morton Williams The Fresh Markeplace. (en línea). <http://www.mortonwilliams.com/locations.htm>

Perez, Marvin G. (2013. Marzo 22). Coffee Consumption Increases in U.S., Association Survey Shows. Bloomberg. (en línea). <http://www.bloomberg.com/news/2013-03-22/coffee-consumption-increases-in-u-s-association-survey-shows.html>

Periódico Portafolio. (2013. Febrero 20). Importaciones de Colombia impusieron record en el 2012. Balanza Comercial de Colombia. (en línea). <http://www.portafolio.co/economia/balanza-comercial-colombia>

Proexport Colombia. TLC, Tratado de Libre Comercio Colombia-EEUU. Datos de Estados Unidos. Conozca Estados Unidos. The World FactBook, Trade Map (en línea). <http://tlc-eeuu.proexport.com.co/conozca-estados-unidos/datos-de-estados-unidos>

USITC United States International Trade Commission. The Challenge of Urbanization: The World's Largest Cities. Publicaciones de Naciones Unidas. (en línea)<http://www.un.org/Pubs/CyberSchoolBus/spanish/cities/enewyork.htm>.

Univisión Chicago. Noticias Estados Unidos. Las 10 ciudades que más toman café. (en línea).

<http://univisionchicago.univision.com/noticias/estadosunidos/fotos-de-estados-unidos/slideshow/2011-09-28/10-ciudades-cafe-estados-unidos-cafeina>

USITC United States International Trade Commission.

Anexos

Los anexos de este Plan de Negocios quedan en una carpeta en el CD, en el siguiente orden:

Anexo A Mercadeo

- a) Cotización de Monitoreo (pdf)
- b) Cotización UNE (pdf)
- c) Pantallazo de Reserva Hotel (pdf)
- d) Pantallazo de Reserva Tiquetes (pdf)

Anexo B Técnico

- e) Cotizaciones Análisis de Producción (pdf)

Anexo C Administrativo

- f) Cotización Café Pergamino (pdf)
- g) Cotizaciones Análisis Administrativo (pdf)
- h) Cotizaciones Análisis Administrativo (Excel)

Anexo D Financiero

- i) Análisis Financiero Costos y Precios (Excel)
- j) Análisis Financiero Datos Generales (Excel)
- k) Cotizaciones Análisis Financiero (pdf)