



**CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE
PRODUCTOS SUSTITUTOS A LOS CULTIVOS
ILÍCITOS.**

C.I AGRICOLA S.A.S

ANTIOQUIA

2010



**CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE
PRODUCTOS SUSTITUTOS A LOS CULTIVOS
ILÍCITOS.**

Plan de negocios



C.I AGRICOLA S.A.S

Antioquia

Medellín / Noviembre / 2010

CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS A LOS CULTIVOS ILÍCITOS.

Contenido- Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO.

2. PROPÓSITOS DEL PLAN DE NEGOCIOS.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.

3.1. Nombre de la empresa.

3.2. Descripción de la empresa

3.3. Misión de la empresa

3.4. Visión de la empresa

3.5. Definición del problema u oportunidad del mercado

3.5.1 Alternativas de solución

3.6. Justificación del negocio

3.7. Localización o ubicación de la empresa.

3.8. Antecedentes

3.9. Análisis del entorno y del sector

3.9.1 variables del entorno

3.9.2 condiciones actuales del sector

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1. Objetivos del mercado

4.2. Descripción de portafolio y/o servicios

4.2.1 tipos de café

4.3. Mercado meta

4.3.1 Estudio del mercado consumidor

- 4.3.2 Ubicación de los consumidores y sus características
- 4.4. El mercado proveedor
 - 4.4.1 proveedores
- 4.5. El mercado competidor
 - 4.5.1 competidores en España
 - 4.5.2 competidores en Colombia
- 4.6 Mercado distribuidor
 - 4.6.1 Distribuidores potenciales en España
 - 4.6.2 Requisitos mínimos de calidad para exportar café
 - 4.6.3 comunicación
 - 4.6.4 Actividades de promoción y divulgación
- 4.7 Precios de los productos
 - 4.7.1 Criterios utilizados para la fijación del precio de los productos
 - 4.7.2 costos asociados a las actividades de comercialización
- 4.8 Bienes sustitutos a los agrícolas en España

5. ASPECTOS TECNICOS

- 5.1. Descripción del Proceso exportador
- 5.2. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.2.1 maquinaria enseres para la producción
 - 5.2.2 requerimientos de materiales e insumos
 - 5.2.3 requerimientos de personal
 - 5.2.4 requerimientos de servicios
 - 5.2.5 Localización
- 5.3. Actividades pre operativas

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos administrativas
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura organizacional de la empresa

- 6.2.1. Organigrama
- 6.2.2. Descripción funcional de la organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Localización
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos software, mueble y enseres
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de empresa
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas
 - 7.2.1. Registro como sociedad de comercialización internacional C.I.
 - 7.2.2. Registro como sociedad anónima simplificada (S.AS)
- 7.3. Valores de los certificados
- 7.4. Requisitos legales para exportar productos agrícolas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1 Ingresos y egresos
 - 8.1.1 Ingresos
 - 8.1.2 Egresos
 - 8.1.2.1 Inversiones
 - 8.1.2.2 costos
 - 8.1.2.3 Gastos
- 8.2 Estados financieros proyectados
 - 8.2.1 Flujo de caja
 - 8.2.2 Estado de pérdidas y ganancias (estado de resultados)
- 8.3 Evaluación financiera del proyecto
 - 8.3.1 Valor presente neto

8.3.2 Tasa interna de retorno

8.3.3 Análisis de sensibilidad (variación de la demanda)

8.3.4 análisis de sensibilidad (variación precios)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

La creación de la COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL AGRÍCOLA S.AS es una empresa creada con el fin de exportar productos agrícolas que sustituyeron los cultivos ilícitos, siendo una alta oportunidad de negocio que busca beneficiar principalmente a las personas que son afectadas por el conflicto armado y que tienen pocas oportunidades de empleo por las altas tasas de desplazamiento, que les genera no tener tierra donde trabajar; la propuesta de negocio beneficia también al país en cuanto a mejorar la problemática de cultivos ilícitos que existe disminuyendo la pobreza que circula entorno a esto, mejora la imagen de Colombia frente a otros.

La C.I AGRICOLA S.AS exportara productos como el arroz, maíz, palma, cacao y principalmente el café, producto al cual se le realizo el estudio de mercado.

Los principales países importadores de café son Estados unidos y España, escogiendo a España como el mercado a exportar café trillado, con una ubicación de los principales consumidores en la ciudad de Valencia, el perfil del consumidor de café son personas entre 35 y 54 años. El 63% de los españoles que toman café fuera de casa suelen hacerlo por la mañana, mientras que el 38% señala hacerlo también después de comer y el 29% a media tarde.

En España, tomar café es un acto especialmente social. Puesto que el 78% de los consumidores afirma que suele hacerlo con amigos, familiares y/o compañeros de trabajo.

Los motivos principales por los que los españoles toman café habitualmente son porque les gusta en un 67%, por costumbre en un 17% y para mantenerse despiertos en un 11%.

El proyecto con respecto a su parte financiera es viable aunque tiene un alto monto de capital debido a que la compra de materia prima (café) genera elevados costos y su pago debe ser inmediato.

La inversión debe ser financiada, tanto como para la creación de la empresa como para la primera exportación,

De igual forma aunque la inversión es alta también genera una alta rentabilidad, la cual cubre la inversión y deja utilidades.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

DIANA ANDREA GALLEGO ANGEL

Identificación: 1027884479 **Teléfono:** 4618050 **Celular:** 3117359349
Dirección: CR 70 N. 105F-19 **Barrio:** PEDREGAL
Ciudad: MEDELLIN **Correo electrónico:** Dianaa18m@hotmail.com
Estudios: **Técnicos** x

LEIDY HOLGUIN RAMIREZ

Identificación: 1020440168 **Teléfono:** 2574937 **Celular:** 3137572549
Dirección: Calle 88b n 67-44 **Barrio:** Francisco A. Zea.
Ciudad: MEDELLIN **Correo electrónico:** Lady-1195@hotmail.com
Estudios: **Técnicos** X
Otros Estudios: ingles

MARLYN JOSE RENTERIA

Identificación: 10305691248 **Teléfono:** 4385692 **Celular:** 3112546851
Dirección: Carrera 51ª n 27 51 **Barrio:** las Américas
Ciudad: MEDELLIN **Correo electrónico:** marlynelfather2914@hotmail.com
Estudios: **Tecnológicos** x

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El principal propósito que nos hemos planteado con la realización del plan de negocio, es presentar el proyecto como trabajo de grado y así obtener nuestro título como tecnólogos en comercio internacional.

Igualmente deseamos plantear la creación de una empresa que nos beneficie como una fuente de empleo estable, e independizarnos como dueños y administradores de una empresa, que se dedique a la profesión escogida, y de esta manera poder desarrollarnos en nuestros campos como la creación de la comercializadora de productos sustitutos a los cultivos ilícitos, de igual manera queremos ayudar directa o indirectamente en la economía del país beneficiando a muchas familias económicamente.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1. Nombre de la empresa: C.I AGRICOLA S.A.S

3.2. Descripción breve de la empresa: con la creación de la comercializadora de productos sustitutos a los cultivos ilícitos de diferentes tipos agrícolas, (el arroz, maíz, cacao y café) principalmente el café, buscamos obtenerles a estas empresas nuevos mercados internacionales, o solo la exportación del producto si el cliente tiene ya establecido a quien le venderá, le brindaremos todos los recursos necesarios tanto logísticos, como de la distribución hasta el termino de negociación que tenga establecido, o el que sea más conveniente, y así aumenten porcentualmente las ventas de estas empresas.

La comercializadora realizara las debidas investigaciones, dependiendo del tipo de producto agrícola que se exportara; para obtener el destino final del producto, los clientes potenciales, costos de transporte, costos aduaneros, y así darle a conocer cuánto le vale la exportación de sus productos.

El producto principal con el cual haremos estas investigaciones es el café trillado que será exportado a España.

3.3. Misión de la empresa: Somos una empresa dedicada a la comercialización de productos sustitutos a los cultivos ilícitos, con la cual se busca fomentar el desarrollo de los agricultores ayudándoles a que sus productos les generen mas rentabilidad, incrementando sus ventas a mercados internacionales. Estamos comprometidos con el desarrollo del país, buscando obtener una buena imagen frente a otros y de esta manera nuestros empleados se sientan orgullosos de pertenecer a la empresa.

3.4. Visión de la empresa: en el año 2015 lograremos que nuestra empresa C.I AGRICOLAS S.A.S sea reconocida por el excelente servicio que presta en Colombia, ayudando al progreso del país, haciendo que los clientes miren tanto la calidad en los productos que comercializamos, como las oportunidades que le brindamos a las personas.

3.5. Definición del problema u oportunidad del mercado: el principal problema planteado por el director de la empresa COFEBRI, es la poca rotación que ha tenido el producto a nivel nacional, aunque esta empresa vende el café en diferentes presentaciones y distintas a la que exportaremos, las ventas se ven afectadas por la alta competencia que se presenta en el país con productos muy reconocidos que hacen que este se opaque. Esta empresa cuentan con muchos recursos tanto físicos, humanos, y con el sello de naciones unidas que les brinda muchos beneficios como: el primer año del levante del producto agrícola les dan capacitaciones, abonos para los productos, asistencia técnica etc., en cuanto a la empresa les buscan mercados para vender a nivel nacional, pero no cuentan con la oportunidad de exportar, que generaría un alto porcentaje en las utilidades de estas empresas, y de las personas que trabajan allí, que son personas con pocas oportunidades y que solo viven de esta. los otros productos agrícolas sustitutos también tienen la misma problemática pocas ventas, de estas empresas subsisten muchas familias campesinas que han encontrado en este negocio una fuente económica estable, es difícil que estas personas que son ex cocaleros encuentren otras oportunidades en el país y en estas zonas, este problema viene Desde comienzos de los años 80 cuando se fue conformando en Colombia un sector de economía ilegal, que fue reproduciendo las mismas estructuras injustas de la economía legal. En la base de este sector se integraron progresivamente alrededor de 300.000 familias, en su mayoría miserables y desplazadas por la

violencia de otras regiones del país, que tuvieron que asentarse en las regiones más alejadas de los centros desarrollados, donde la tierra no tenía propietarios por ser selvas inhóspitas. Esa casi imposible supervivencia, en condiciones infrahumanas, se vio en cierto modo “aliviada” cuando se desarrolló el negocio de la coca. Comenzaron a llegar intermediarios que costeaban los primeros gastos del cultivo o del procesamiento de la hoja de coca, y luego venían a comprarles la producción. Se ha calculado que los campesinos que procesan la pasta básica de la cocaína, reciben en pago sumas 250 veces inferiores a las recaudadas por quien vende la droga en los países del Norte, y 40 veces inferiores a los que la comercian en Colombia antes de la exportación. Sin embargo, la participación en ese negocio se convirtió para esas familias en la única alternativa de supervivencia. No pueden cultivar otros productos agrícolas, pues la siembra de esos productos es bastante costosa, pero si logran cultivar otras cosas, no pueden venderlas, porque el transporte es difícil de conseguir, es muy costoso y en lugar de recibir alguna ganancia, tendrían que perder sumas enormes.

Hasta ahora ninguna de las propuestas gubernamentales de sustitución de cultivos ha tenido en cuenta estas realidades, pues ninguna alternativa contempla el desarrollo y una cierta garantía de comercialización de los productos agrícolas alternativos.

Por eso la creación de la comercializadora ayudaría a que las ventas aumenten con nuevos mercados internacionales manteniéndoles su empleo estable, y evitando que estas empresas quiebren, mejorando la economía de ellos y un progreso del país.

3.5.1 Alternativas de solución: la principal solución planteada es expandirles el mercado a nivel internacional, por las pocas ventas a nivel nacional.

Otra solución es darle publicidad a los productos en el país, para que las personas se concienticen con el beneficio de comprar estos productos, puede generar en el mejoramiento del país.

3.6. Justificación del negocio: la creación de la comercializadora beneficia principalmente a los campesinos que sembraban cultivos ilícitos y que ahora los sustituyen por productos agrícolas. donde la creación de la comercializadora les ofrece alternativas faltantes que el gobierno no ofrece, con transportes desde las fincas hasta nuestra comercializadora a precios económicos, obteniéndoles mercados para las ventas de los productos a nivel internacional, lo que les genera una entrada de dinero estable; además las naciones unidas le ayudan a los campesinos, con la siembra de productos agrícolas, brindándoles el 1 año del desarrollo de los cultivos abonos, capacitaciones, asistencia técnica etc.

El país es el segundo beneficiado debido a que con menos cultivos ilícitos y mayor producción de productos agrícolas, gana económicamente por las exportaciones y por la menor producción de droga en el país.

3.7. Localización o ubicación de la empresa: los cultivos de COFEBRI (café) se encuentran en Briseño Antioquia, pero la comercializadora de estos productos estaría ubicada en la bello Antioquia.

3.8. Antecedentes: la idea de negocio surgió a partir de una propuesta para exportar café hacia España, de un ingeniero agropecuario quien es el director de la empresa COFEBRI, esta es la principal empresa vinculada con los cafeteros de Briseño y asociada con las naciones unidas, luego quisimos no solo basarnos en un producto sino en diferentes tipos de productos sustitutos a los cultivos ilícitos y así crear una comercializadora enfocada en estos productos.

3.9 Análisis del entorno y del sector

3.9.1 variables del entorno

Variables Económicas

En los primeros meses de 2008, se alcanzó una tasa interanual de crecimiento del 2,7% en el primer trimestre. Además, esta expansión del PIB fue compatible con un reequilibrio de las fuentes de crecimiento, con una mejora de la aportación del sector exterior y con una desaceleración del gasto de las familias, al tiempo que la inversión empresarial se mantuvo bastante robusta.

Hay un continuo aumento de la población, que, a su vez, sigue siendo un factor notable para explicar el empuje tanto de la demanda como de la oferta. Así, la población activa mantiene tasas de avance elevadas, algo por debajo del 3%, pero el considerable incremento del empleo permitió reducir ligeramente la tasa de paro, hasta el 8,3% en media anual.

Como se nota anteriormente España tiene un constante crecimiento en su economía.

Variables Ambientales

Los retos medioambientales a que se enfrentan las ciudades tienen importantes repercusiones en la salud y en la calidad de vida de sus habitantes, pero también en el rendimiento económico de las ciudades mismas. Esta cuestión reviste especial importancia si tenemos en cuenta que, actualmente existe una gran

concentración de la población en ciudades, y su crecimiento descontrolado implica una amenaza para el equilibrio medioambiental, social y económico.

España está entre los países centrales, más poblados y densos, y los menos poblados del norte; Ante esta realidad, la situación de las ciudades presenta tanto desafíos como oportunidades.

Si bien en las ciudades se concentran muchos problemas medioambientales, son también el motor económico y el centro de operaciones de los negocios y de la inversión. Se han dado pequeños pasos hacia la sostenibilidad, pero persisten los principales problemas, como el crecimiento Demográfico y la pobreza.

Los principales afectados con esta problemática es el público en general, por lo cual España se esfuerza en limpiar su medio ambiente creando políticas ambientales locales, aplicando principios de responsabilidad compartida en la protección del medio ambiente. Por esta razón, la Unión Europea desempeña un papel especial en la protección del medio ambiente. Muchos problemas medioambientales de Europa no podrían abordarse sin una acción conjunta de todos los países de la UE.

La mayoría de los países miembros tienen como objetivo prevenir la contaminación del agua y del aire y fomentar la eliminación de residuos.

Variables Sociales

Actualmente en España Se estima que hay aproximadamente 2.192.000 hogares, en los que viven 8.509.000 personas bajo el umbral del 50% de la renta media disponible neta (rdn). Y para que esto cambie y haya un desarrollo económico se

necesita mayor crecimiento económico, menor crecimiento demográfico, y distribución equitativa, por tal motivo En España, el 44% de las personas pobres son jóvenes y niños, que futuro van a tener si desde su niñez sufren las consecuencias de la pobreza, Y no solo eso hay muchas personas que viven en condiciones lamentables, y empleos con salarios mínimos que no alcanza para que las familias se sostengas, las principales afectadas son las mujeres debido al machismo que aun se encuentra en esta zona. En todo esto podemos ver como esta realidad se parece tanto a lo que vivimos en Colombia.

El éxito de la lucha contra la pobreza depende de que sea un objetivo central de las políticas públicas y, hoy por hoy, esto no ha sucedido ni en España ni en casi ningún país de nuestro entorno.

Variables Tecnológicas

A nivel tecnológico España es uno de los países de la Unión Europea que menos apuesta por la innovación tecnológica en sus productos y servicios, o por cambiar la estructura empresarial para adaptarse a los cambios tecnológicos.

Se conoce que toda empresa grande, mediana, o pequeña debe innovar para poder ser competitiva a nivel nacional e internacional.

Análisis General

De acuerdo a las variables presentadas, para nuestro proyecto no nos afectaría de algún modo ya que observando estas variables, España ha sido un país que ha tenido por momentos un buen nivel de desempeño tanto económico, político y social, en los últimos años en la unión europea, y para Colombia ha sido un

mercado en cual el comercio ha estado muy consolidado, tanto en materia de inversión y en las exportaciones de café por lo general.

3.9.2 condiciones actuales del sector

Sector Primario: Las empresas suele ser de tamaño medio y de carácter familiar, subsidiarias de las grandes compañías que comercializan el producto “x”. Se están renovando con nuevos cultivos y técnicas. Este es el sector se podría decir que es el más dinámico de la economía española.

Sector Secundario: El sector industrial es el que menos empleo produce, salvo en la construcción, se han destruido muchos puestos de trabajo y se entienda que es uno de los sectores más afectados, sobre todo en empresas de mediano tamaño. Las grandes compañías suele estar dominadas por el capital extranjero.

Sector Terciario: Es muy diverso y dinámico. En España se ofrece grandes oportunidades, debido al turismo y la hostelería. Continuadamente surgen empresas nuevas. En este sector existen todos los tamaños de empresa, pero, en general, las pequeñas empresas familiares son las que más empleos absorben.

Tendencias de crecimiento (últimos años)

En el curso de los últimos años, se ha presentado un incremento de la productividad en finca, hasta alcanzar cerca de 20 sacos por hectárea, resultado logrado gracias al programa de renovación de Cafetales y a las prácticas de buen manejo promovidas por la Federación Nacional de Cafeteros.

El consumo interno de café en 2006 fue cercano a 1,22 millones de sacos. Con relación al consumo mundial, éste ha presentado un aumento constante en los últimos años

Exportaciones Colombianas hacia España

En el año 2007, las ventas de productos colombianos a España, aumentaron en un 12,73% frente al 2006.

Según fuentes consultadas en PROEXPORT las exportaciones colombianas frente a los productos tradicionales y no tradicionales van en aumento y cada año incrementan más las ventas a España.

Productos de exportación Entre los principales productos no tradicionales exportados por Colombia a España en 2007 encontramos: aceite de palma en bruto con una participación frente al total exportado de 6,21%; desperdicios y deshechos de acero inoxidable, con 3,72%; los demás langostinos congelados, con 2,46%; policloruro de vinilo, con 2,17% y los demás claveles frescos, con un 1,85%, entre otros. Los diez principales productos no tradicionales concentran el 22,10% del total de exportaciones y el 61,55% de los no tradicionales exportado a España.

Barreras de ingreso o salida del sector

Regulaciones

En general, las regulaciones no se han modificado las condiciones de acceso a los mercados de la Unión Europea desde 1997. Normalmente Los aranceles se aplican a todos los productos, basados en el Sistema Armonizado (SA).

Hay muchos productos que cuentan con aranceles bajos que facilitan sus ingresos a los diferentes países.

Cuidado del Medio Ambiente

La unión europea se empeña mucho en mejorar su situación ambiental, que está muy afectada lo cual lo ha llevado ha adoptado más de 200 directivas de protección del medio ambiente que se aplican en todos los Estados miembros. La mayoría de las directivas tienen como objetivo prevenir la contaminación del agua y del aire y fomentar la eliminación de residuos. Otras cuestiones importantes son la protección de la naturaleza y la supervisión de los procesos industriales peligrosos.

Productos Alimenticios

El Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) se aplica para la los alimentos. La Directiva de la UE sobre Higiene en los productos alimenticios (93/43/EC), que se aplica desde Enero de 1996, establece que las compañías de alimentos deben identificar todos las etapas de sus actividades, en donde se establezca los

procedimientos seguridad establecidos para el manejo de los alimentos, en cuanto al proceso, tratamiento, empaque, transporte distribución y comercialización de los mismos.

Para las hortalizas, en materia de criterios de dirección, uso de fertilizantes, protección de cultivos, manejo de plagas, cosechas, seguridad y salud de los trabajadores se usa el GAP

Control de residuos de envases y embalajes

La Directiva de EU fija niveles máximos de concentración en los envases y embalajes de metales pesados y describe los requisitos específicos para la fabricación y composición de los mismos.

Proyección de ventas del sector

En el año 2005 se realizaron algunas modificaciones a las políticas de comercialización, con miras a garantizar la compra de café, a través de los puntos de compra de las cooperativas de caficultores, de ALMACAFÉ y de la Federación. Además, se establecieron algunos cambios en el procedimiento que se sigue para el otorgamiento de los incentivos a la comercialización y al cumplimiento de la garantía de compra en las cooperativas.

Otra medida de gran importancia fue la conformación de los comités regionales y municipales de comercialización, hubo una gran reflexión en cuanto al tema de la garantía de compra y cumplieron una labor de control social muy importante, dándole más transparencia al proceso de la compra.

Las Tiendas también se han convertido en un importante instrumento para la distribución del café en sus diferentes presentaciones.

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos del mercado

Corto plazo

- Realizar la exportación de café trillado hacia España de 20000 kilos mensualmente.
- Mejorar los costos logísticos para mermar el costo del producto.

Mediano plazo

- Obtener más proveedores a nivel nacional de distintos productos agrícolas
- Vender hacia España mas kilos por mes.
- Conseguir más distribuidores de los productos agrícolas en diversos países.

Largo plazo

- Ser reconocidos a nivel nacional por las ventas realizadas, que ayudan a la economía del país y al mejoramiento de vida de las personas directamente implicadas.
- Ser reconocidos en varios países por la calidad de los productos que comercializamos.
- Crear conciencia en las personas tanto a nivel nacional como internacional en el beneficio que se realiza al comprar nuestros productos.

4.2. Descripción del portafolio de bienes y/o servicios

4.2.1 Tipos de café

Café Arabica

Se trata de un arbusto o árbol pequeño liso, de hojas lustrosas. las hojas son relativamente pequeñas, pero varían en anchura, promediando de 12-15 cm de largo y más o menos 6 cm de ancho, de forma oval o elíptica, acuminadas, cortas, agudas en la base, algunas veces un tanto onduladas, siempre vivas. flores fragantes, de color blanco o cremoso, subsésiles o muy cortamente pediceladas, varias en cada axila de las hojas, de 2-9 o más juntas en racimos axilares muy cortos o laterales bracteolados; las bractéolas son ovadas, los más internos connatos en la base de los pedicelos, cayéndose pronto del cáliz-limbo poco profundo, subtruncado u obtusamente 5-denticulado; la corola es de cinco lóbulos, éstos son ovales, obtusos o puntiagudos, igualando o excediendo el tubo, extendiéndose; las anteras más cortas que los lóbulos-corola, completamente salientes, fijos un poco abajo de la mitad de los filamentos los que son más o menos de la mitad de su largo. el disco liso. el estilo más o menos igualando a la flor extendida, bífido, lóbulos lineales, más angostos hacia la punta. la baya oblonga - elíptica, más o menos de 1,5 cm de largo, al principio de color verde, después de color rojo y con el tiempo de color azul - negro. las semillas varían en tamaño de 8,5 a 12,7 mm de largo. como se ha mencionado antes, una característica de *c. arabica* y también de las otras especies, es la frecuente aparición de mutantes distintivas de reproducción verdadera, algunas de las cuales son más o menos no fructificantes mientras que otras son superiores en cuanto al vigor y a la calidad del grano como:

Caturra

Esta variedad es una mutación del Borbón en el estado Minas Gerais en Brasil.

Es una planta de porte bajo (8 a 10'), tronco grueso y poco ramificado e inflexible.

Posee entrenudos muy cortos en las ramas y en el tallo lo que lo hacen un alto productor. Sus hojas son grandes, de borde ondulado, anchas, redondeadas, gruesas y de color verde oscuro. Las hojas nuevas son de color verde claro. Es un arbusto de un aspecto general compacto y de mucho vigor. Las ramas laterales forman un ángulo bien cerrado con el tronco. Su sistema radical está bien desarrollado lo que le permite adaptarse a diferentes condiciones. Es una variedad muy precoz y de alta producción por lo que requiere un manejo adecuado. El rendimiento del grano fluctúa alrededor de las 4.25 libras. La calidad de la bebida es buena.

Un árbol produce menos que Borbón y más que Típica, se comporta muy bien en toda la zona cafetera. Es susceptible a la roya.



Variedad Colombia:

Esta variedad por su variedad genética, posee una resistencia durable al ataque de la roya del cafeto.

La producción es igual o superior a la Caturra. El tipo de grano y la calidad de la bebida son similares a las otras variedades de café arábigo.



4.3. Mercado meta

El perfil del consumidor son personas de entre 45 y 54 años es el perfil mayoritario entre semana y fuera de casa. En el caso de los fines de semana y en casa, el perfil es mujer de entre 35 y 54 años.

Por otro lado, el 63% de los españoles que toman café fuera de casa suelen hacerlo por la mañana, mientras que el 38% señala hacerlo también después de comer y el 29% a media tarde.

En la mañana y en las tardes, el café más consumido es el “con leche” con un 44% y 45% respectivamente, después de comer se consume el café solo, entre un 35%.

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.

Características de los consumidores

En España durante los días laborables, se suele tomar café con leche o (especialmente los niños) leche con cacao en polvo acompañado de tostadas con mermelada, miel o mantequilla, galletas, cereales, o bocadillos.

En los descansos laborales los españoles suelen visitar con más frecuencia restaurantes, bares y los *caffeshows*, y allí consumen el café en la preparación que más prefieran.

En invierno se suele acompañar el café con licores (generalmente anís o carajillo).

4.3.1 Estudio del mercado consumidor

Motivos de consumo de café

En España, tomar café es un acto especialmente social. Puesto que el 78% de los consumidores afirma que suele hacerlo con amigos, familiares y/o compañeros de trabajo. Así, el 68% de los que toman café lo hace fuera de casa, en una cafetería especializada. El resto se consume en bares tradicionales, la demanda aumenta cada vez más, exigiendo un producto de mejor calidad.

Los motivos principales por los que los españoles toman café habitualmente son porque les gusta en un 67%, por costumbre en un 17% y para mantenerse despiertos en un 11%.

Los jóvenes suelen tomar al menos un café diario, y por lo general los habitantes de España toman entre 1 y 2 tazas de café al día.

Actitud de compra

Seguridad Alimentaria

Toda información referente a la composición, los procesos de fabricación y la utilización de los alimentos debe ser clara y precisa. Para garantizar un alto nivel de salud, la seguridad alimentaria se consolida como un objetivo de suma importancia que debe ser integrado en la totalidad de las demás políticas. No obstante, afecta de una forma más directa a una serie de competencias fundamentales de la Unión Europea: la política agrícola común (PAC), la realización del mercado interior , la protección de los consumidores , la salud pública y las acciones en defensa del medio ambiente.

Gustos

El consumo del café tostado es normalmente de una taza.

El tostado, cuyo procesado se desarrolló en España tras la escasez de este producto en la postguerra, nació con el único fin de conseguir más tazas de menos café gracias al azúcar añadido, convirtiendo al café en una bebida más amarga.

Habito social

Etiqueta ecológica

Los productos orgánicos, o con la denominación "Eco", son productos cuya producción no tienen un impacto en el medio ambiente, y requieren de una certificación que lo compruebe, para que los consumidores al pagar un precio superior por estos productos, se aseguren que el producto fue diseñado, producido y empacado, de una forma amigable con el medio ambiente. Cada país, tiene sus organizaciones certificadoras, aunque existe el EU Ecolabel, establecida para toda la Unión Europea. Existen etiquetas ecológicas a nivel de cada país y a nivel de la Unión Europea.

Características de consumo (tipos de café, pautas de consumo)

El mercado español de café tiende más al consumo de café tostado y molido en sus distintas preparaciones que al consumo del soluble.

Según datos de la Federación Española del Café, en el año 2001, el reparto del consumo de café entre tostado y soluble, según lugar de consumo, era el siguiente:

Hogar		Fuera del hogar	
Tostado	76%		89%
Soluble	24%		11%

Consumo y utilización

El café se toma en forma de bebida, la mayoría de las veces, al despertarse, o después de comer, ya que es una bebida que tiene cafeína, y ésta tiene propiedades que ayudan a digerir, y a despejarse, reconfortando al cuerpo.

Existen varias formas de hacer el café. Entre las principales maneras de hacerlo destacan en la actualidad las siguientes:

Café de puchero. Llamado también de jarra, se trata de la forma más popular, más tradicional, más universal y, para muchos buenos amantes del café, la mejor, aunque, naturalmente entre gustos no hay nada escrito.

Café turco. Partiendo de la base que fueron los turcos los inventores del procedimiento de la bebida fuerte e intensa que se conoce con ese nombre, hasta nuestros días se ha seguido obteniendo por el mismo proceso, el del uso del *ibrik* (cafetera utilizada en el Oriente Medio, y que es considerada como la madre de todas las cafeteras conocidas).

Demanda.

A nivel nacional es conocido que el café es consumido por casi todos los colombianos, en todas sus versiones caliente, frío, con leche, etc.

Y a nivel internacional conocimos gracias al estudio de mercado que en España el café tiene un grado alto de demanda, no solo en los hogares si no que hay muchos sitios “cafeterías” donde es este es vendido.

Además ya existen muchas presentaciones del café en helado, chocolates, bebidas alcohólicas, etc. Y cada vez se innova mas con referente a estés producto.

Actualmente el consumo per-cápita de café en España alcanza los 3.9 Kg año (términos de café verde), frente a Finlandia donde se consumen 9.8 Kg año y Japón con un consumo de 2,5 Kg. En el caso español, nuestro consumo equivale a 24.140 millones de tazas al año o lo que es lo mismo, 599 tazas por habitante al año.

De las 170.000 toneladas de café verde consumidas en España, el 58% corresponde al hogar mientras que el 42% a hostelería, es decir a los aproximadamente 300.000 establecimientos hosteleros que sirven café. Dentro del ámbito del hogar la mayor parte de los consumidores optan por el café molido y café soluble, mientras que en hostelería predomina el consumo de café en grano.

Respecto a los tipos de café que más se consumen en hogar, destaca con un 45% el de mezcla (natural más torrefacto), seguido del natural con un 32%. En cuanto al torrefacto, se trata de un café de larga tradición tanto en España como en Portugal, sin embargo el volumen de ventas no resulta demasiado representativo. Por el contrario el café descafeinado incrementa día a día su demanda (15%).

En referencia a los momentos de mayor consumo de café, en el hogar destacan el desayuno y comidas, mientras que fuera del hogar predomina el café de media mañana, seguido por el de media tarde. La forma de consumo preferida es sin lugar a dudas con leche, modalidad preferida por un 56% de la población y especialmente cuando se toma en el hogar. En hostelería, el 75% de los consumidores se decanta por el café exprés.

Englobado dentro de la hostelería, debe recibir especial mención el Vending. Un sistema de distribución automática de café, generalmente utilizado en empresas, organismos oficiales, centros de enseñanza y centros sanitarios. Actualmente se encuentran operativas unas 80.000 máquinas automáticas a través de las cuales se sirven 7.000 toneladas de café, lo cual representa un 12% de la hostelería.

4.3.2 ubicación de los consumidores y sus características

País al cual se quiere exportar España (unión europea), en la ciudad de valencia

Organización Territorial Del Estado

El Estado se organiza territorialmente en municipios, provincias y Comunidades Autónomas.

Composición De La Población (1.1.2006)

El 90,7% de la población residente es ESPAÑOLA y el 9,3% extranjera. Del total de los extranjeros los más numerosos son marroquíes (13,6%), ecuatorianos (11,1%), rumanos (9,8%), ingleses (6,6%), colombianos (6,4%), alemanes (3,6%) y argentinos (3,6%).

Religión: El 79,1% de la población se declara CATÓLICA.

Lenguas Oficiales

En España se hablan cuatro lenguas: castellano, catalán, gallego y vasco. El castellano, denominado en este caso. ESPAÑOL, es la lengua oficial de todo el Estado.

4.4 El mercado proveedor

4.4.1 Proveedores:

Los proveedores de la comercializadora de productos sustitos de cultivos ilícitos son los campesinos que están vinculados con el proyecto de naciones unidas, estos nos venderían directamente el producto en este caso el café, se compra según el precio que hay en el mercado internacional, este varía según el dólar.

El café se selecciona por medio de un proceso para verificar su calidad.

Como estas personas no tienen empresas constituidas sino que trabajan la finca como persona natural, en este inventario irán los nombres de estas personas.

NOMBRE	DATOS	PRODUCTO	HECTAREAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Norberto Sánchez	cel.: 3117654938 Briseño, Antioquia	CAFÉ	3	buena calidad	poca producción
GILBERTO MARTINEZ	Cel. 3127112148 Briseño, Antioquia	CAFÉ	4	cumple con el pedido establecido	Poca producción
CARLOS GIRALDO	CEL. 3126475849 Briseño, Antioquia	CAFÉ	2	responsable	poca producción
Marcos cañaveral	Cel. 314354674 Briseño. Antioquia	CAFÉ	9	Alta capacidad de producción	

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores en España

- Propiedad de COLCAFÉ
MARINDUS S.I
- Polígono ind.de Villaverde a Getafe ciudad de frías 24ai 32 nave -55
28021 Villaverde alto (Madrid) cif b 80394729
tel. 3491 7986902 fax 3491 7986 813.

Consumo en España según COLCAFÉ:

Habitantes millones 40.60 Consumo café/per cápita kg 4.30

Las grandes transnacionales del café en España

Como en el resto del mundo, en España también están presentes las transnacionales de la alimentación en el mercado del café. Sara Lee (con la marca Marcilla), Nestlé (con Bonka y Nescafé) y KraftJacobs Suchard (con Saimaza) concentran más del 65% de las ventas de café para consumo en los hogares españoles.

CONSORCIO CAFE S.A.

CM Viejo de Madrid 13 – 28230 Las Rozas de Madrid.

Telf. 916.409.970 Fax: 916.376.946

Asociación Española de Tostadores de Café

Federación Española del Café.

Álvarez de Castro 20. 28003 Madrid

Tel 91 448 82 12

4.5.2 Competidores en Colombia

COLCAFE S.A.... teléfono 1, (57) (4)2856600. Fax, (57)(4)3612336. E-mail. Web, www.colcafe.com.co.

4.6 MERCADO DISTRIBUIDOR

La comercializadora como distribuidora internacional comprara el café en Colombia, realizara todos los papeles y todo lo relacionado a la exportación hasta el término de negociación (FOB). El café será empacado en sacos de 40 kilos y vendidos a empresa españolas las cuales se encargaran de distribuirlo a las diferentes tiendas, mercados, entre otros.

4.6.1 Distribuidores potenciales en España

CONSORCIO CAFE S.A.

CM Viejo de Madrid 13 – 28230 Las Rozas de Madrid.

Tel. 916.409.970 Fax: 916.376.946

Orocafe Barcelona (España) Intergrano Valencia (España)

G. Vía de les Corts Catalanes, 670 .5ª Planta – Despacho 508

08010 Barcelona (SPAIN). Telf.: 34 93 317 44 25 Fax: 34 93 412 43 62

C/ Profesor Beltrán Bágüena, 4

Edificio Trade Center 301. 46009 Valencia (SPAIN)

Tel.: 34 96 348 55 35 Fax: 34 96 348 56 46

COMERCIAL DE MATERIAS PRIMAS

C/ Alberto Alcocer 5 – 28036 Madrid

Tel: 91.3597049 Fax: 91.3452361

PRODUCTOS DEL CAFE SA

CTRA REUS-TARRAGONA KM 2 (TARRAGONA). SPAIN – 43204 REUS

Tel: 34-977300200 Fax: 34-977300261

SEDA Solubles, S.A.

Paseo Padre Faustino Calvo, s/n 34005 PALENCIA (ESPAÑA)

34 979 716 107 34 979 716 110

marketing@sedasolubles.com

www.sedasolubles.com

PANGEA CONSULTORES. Mayo 2003

SEGAFREDO ZANETTI ESPAÑA, S.A.

C/ Pedro Teixeira, 8 – 6ª – 28020 MADRID

Tel: 91 – 598.24.10 Fax: 91 – 555.37.16

segafredo@segafredo.es

TIRMA S.A.

Avenida de Escaleritas, 104. – 35011 Las Palmas de Gran Canaria – España

Tel: 928 254 940 Fax: 928 254 944

www.tirma.com

Marcilla Coffee Systems SL

Venta a la hostelería. Nº1 en Ventas en España.

Pol Ind Zona Franca – Sector C, Calle F, nº2 – 08040 Barcelona – España

Tel: + 34 93 236 99 00 – Fax: + 34 93 263 99 98

E-mail: sac@marcillacs.es

www.marcilla.es

FOMENTO DEL COMERCIO DEL CAFE S.A.

C/ Rodríguez Marín 88 – 28016 Madrid

Tel: 91.5638000 Fax: 91.5635052

Tostadores y distribuidores Torrelsa

Trabajan el sector Hostelería y el sector alimentación.

Ctra. Valld'Aran, N-230 Km. 4,8 – LLEIDA

Tel: 973 23 67 75 – Fax: 973 23 93 47

E-mail: torrelsa@torrelsa.com

www.torrelsa.com

CAFÉ ALMIRANTE OQUENDO

Sector hostelería y alimentación hogar.

Polígono de Silvota – C/ Peña Salón, p.46 – 33192 Llanera Asturias

985.260046 667556452 985.26322 info@cafesoquendo.com

www.cafesoquendo.com

COPROCAFE S. A.

C/ Rafael Calvo 18 – 28010 Madrid

Tel: 91.3104847 Fax: 91.3196984

INSEIN GRUPO S.A.

cl Torpedero Tucuman 0012 – 28016 Madrid

Tel: 91.3593126 Fax: 91.3593126

SEMATIC S.A.

Av. Constitución 0210 – 28850 Torrejón de Ardoz – Madrid

Tel. 91.6787300 Fax: 91.6754164

TAMAKSE S.L.

Av. Monforte Lemos s/n – 28029 Madrid

Tel. 91.7303385

ARAL Publicación decana de la prensa profesional de gran consumo.

Tecnipublicaciones España S.L

Paseo de la Castellana 232 – 28046 Madrid .Tel 91.732.10.10

www.tecnipublicaciones.com

ALIMARKET Publicaciones Alimarket S.A.

C/Albasanz, 14 3ª planta 28037 MADRID

Teléfono: 91.327.43.40 Fax: 91.327.45.22 E-mail: informa@alimarket.es

www.alimarket.es

Empresa Nacional MERCASA

Paseo de la Habana, 180. 28036 Madrid

Tel: 91 3500609 Fax: 91 3504790 e-mail prensa@mercasa.es

www.mercasa.es/es/publicaciones

**FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE LA ALIMENTACIÓN Y
BEBIDAS**

Web: www.fiab.es

Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación de España

www.mapya.es/notas.asp

Organización Internacional del café

22 Berners Street. London W1T 3DD .England

Tel: +44 (0)20 7580 8591 Fax: +44 (0)20 7580 6129

Las exportaciones hacia España y principalmente a la ciudad de Valencia se realizara por vía marítima en dos contenedores de 40 pies, el termino a utilizar es FOB, se contratara una transportadora que lo lleve de la empresa ubicada en bello Antioquia hasta el puerto de Cartagena y un agente aduanero quien recibe la carga y se encarga de realizar los procesos hasta el término FOB que es hasta donde termina nuestra responsabilidad.

4.6.2 requisitos mínimos de calidad para exportar café

Para la exportación de café verde en almendra son los siguientes:

Excelso de Exportación

Compuesto de grano grande, principalmente plano, parejo, retenido por encima de malla catorce (14), con tolerancia del uno punto cinco (1.5) por ciento (%) inferior a esa malla, pero retenido por la malla doce (12), de esmerado beneficio y debidamente seleccionado. En todo caso este café debe tener por lo menos un cincuenta (50) por ciento (%) de granos retenidos sobre la malla quince (15), de acuerdo con lo previsto en las normas de la Green Coffee Association of New York City, Inc.

Caracol

Comprende el café excelso de la clase conocida con este nombre, de tamaño grande, mediano y pequeño, retenido por la malla doce (12), debidamente seleccionado. Con tolerancia de hasta diez (10) por ciento (%) de grano plano.

Humedad

No debe sobrepasar del doce (12) por ciento (%), medida en equipos basados en la constante dieléctrica del café, calibrados previamente según método de estufa ISO 6673 a ciento cinco (105) grados centígrados, con peso de la muestra no inferior a cuatrocientos (400) gramos.

Defectos

Para los tipos de café de exportación, la clasificación de defectos se hace según la tabla de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia así:

-Defectos del primer grupo son los siguientes: negros llenos, parciales o secos, vinagres enteros o parciales, reposados amarillos o carmelitas y ámbar o mantequilla.

- - -Defectos del segundo grupo son los siguientes: flojo, cardenillo, decolorado (veteado y blanqueado), mordido o cortado, picado por insectos, sobresecados o quemados, partido, malformado o deformado, inmaduro, aplastado, flotador o balsudo, averanado o arrugado.

- - - -Procedimiento de Análisis: Se analizarán quinientos (500) gramos de muestra de café verde en almendra para la clasificación de los defectos, admitiéndose el siguiente límite máximo:

Hasta setenta y dos (72) granos defectuosos por quinientos (500) gramos de muestra, sin exceder de doce (12) granos del primer grupo.

Compensación por grano brocado:

Se autoriza la presencia de granos ligeramente brocados por encima de los límites anteriores de la siguiente manera:

- - Defínase como “grano ligeramente brocado” aquel que presente una sola perforación y no tenga daño visible –como zonas oscuras alrededor de ella- y que además no presente orificio de salida

- - - Autorízase que hasta diez (10) granos de los defectos de los clasificados en el primer grupo sean reemplazados por su equivalente en granos ligeramente brocados. Con el propósito de calificar la calidad del café de exportación, establecerse una equivalencia de diez (10) granos ligeramente brocados por cada grano defectuoso del primer grupo que se deduzca de los límites máximos establecidos para una muestra de quinientos (500) gramos de café verde en almendra.

- - - - Autorízase que hasta veinte (20) granos de los defectos de los clasificados en el segundo grupo sean reemplazados por su equivalente en granos ligeramente brocados. Con el propósito de calificar la calidad del café de exportación, establecerse una equivalencia de dos (2) granos ligeramente brocados por cada grano defectuoso del segundo grupo que se deduzca de los límites máximos establecidos para una muestra de quinientos (500) gramos de café verde en almendra.

- - - - - En aplicación de lo señalado en los numerales 5.1 a 5.3, la muestra de quinientos (500) gramos de café verde en almendra podrá tener hasta dos (2) granos del primer grupo, hasta cuarenta (40) granos del segundo grupo y hasta ciento cuarenta (140) granos ligeramente brocados.

- - - - - Los granos del primer grupo que estén perforados por broca seguirán formando parte del primer grupo, prevaleciendo el defecto mayor o sea negro, vinagre, reposado, ámbar o mantequilla.

- - - - - Granos que tengan más de un orificio de broca o mayor daño (mancha oscura), seguirán siendo cuantificados como granos defectuosos del segundo grupo.

Infestación

El café debe estar libre de todo insecto vivo. En la eventualidad de tener grano perforado por insectos, se aplicarán los procedimientos y tolerancias aplicadas por la FDA (Foods and Drugs Administración), si el café va destino al mercado norteamericano, o por la ISO (International Standarization Organization), si se tiene un nivel crítico de probabilidad especificado en el contrato.

Olor

El café deberá tener su olor característico. En caso que el mismo presente un claro olor extraño o algún signo que implique una contaminación del producto, el café no será exportable.

Color

El café deberá tener una apariencia uniforme en color; en caso que presente mezcla de colores no se autoriza su exportación.

Prueba de taza

El café deberá tener sabor y aroma característico, debiendo estar libre de sabores defectuosos como fermento, producto químico, moho, etc.

Marcaciones adicionales

El exportador y su cliente final pueden acordar libremente las condiciones en el tamaño de los granos y en el contenido de defectos en el café de exportación, siempre que cumplan con las condiciones mínimas establecidas en los numerales anteriores. Estas condiciones no serán verificadas en los controles de calidad salvo cuando los sacos estén marcados y se manifieste expresamente que se trata de café Premium, Supremo, Extra o Maragogipe, como se definen a continuación.

- - Premium

Compuesto de grano grande, principalmente plano, parejo, retenido por encima de malla dieciocho (18), con tolerancia del (5) por ciento (%) inferior a esa malla, pero retenido por la malla catorce (14), de esmerado beneficio y debidamente seleccionado.

- - - Supremo

Compuesto de grano grande, principalmente plano, parejo, retenido por encima de malla diecisiete (17), con tolerancia del (5) por ciento (%) inferior a esa malla, pero

retenido por la malla catorce (14), de esmerado beneficio y debidamente seleccionado.

- - - - Extra

Compuesto de grano grande, principalmente plano, parejo, retenido por encima de malla dieciséis (16), con tolerancia del (5) por ciento (%) inferior a esa malla, pero retenido por la malla catorce (14), de esmerado beneficio y debidamente seleccionado.

- - - - - Maragogipe

Comprende la calidad o variedad conocida con este nombre, de tamaño grande, mediano o pequeño, sin caracol, retenido por la malla diecisiete (17) con tolerancia del (5) por ciento (%) inferior a esa malla, pero retenido por la malla catorce (14), de esmerado beneficio y debidamente seleccionado.

4.6.3 Comunicación

Nombre comercial



Empaques

Composición: productos en fibra natural de cabuya.

Usos: Son ideales para empacar café, arroz, maíz, papa y en general toda clase de cosechas de granos y cereales.

Particularidades: Son biodegradables. Son fáciles de arrumar y conservar el aroma de los productos empacados.

Medidas: 89cm* 73cm*36cm.



4.6.4 Actividades de promoción y divulgación:

Nuestro medio de publicidad principalmente será las páginas web y los directorios en Colombia para que obtener proveedores y el precio se basa dependiendo el tamaño, el lugar y los colores.

4.7 Precios de los productos

4.7.1 Los criterios utilizados para la fijación del precio de los productos

La comercializadora internacional agrícola S.AS comprara el café, a precio nacional, y tal vez se llegue a un acuerdo, ya que se comparará grandes cantidades, dando un precio favorable, esto ya dependería de la cantidad solicitada.

Y también tendremos en cuenta los precio de logística (transporte) seguro y todo lo relacionado con la exportación.

4.7.2 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades
Café	\$ 6.000,00	1,00	Kilo
costal	\$ 300,00	1,00	Unidad
Transporte a la bodega	\$ 60,00	1,00	kilo
Transporte al puerto	\$ 70,00	1,00	kilo
Seguro	\$ 51,50	1,00	kilo
trillada	\$ 47,50	1,00	kilo
personal	\$ 14,00	1,00	kilo

4.8 Bienes sustitutos a los agrícolas en España

España es el país donde se han tomado más sucedáneos de café, bebidas producidas con otros productos «similares» al auténtico. Se han tomado por café

- raíces de achicoria, quizás el sucedáneo más extendido.
- remolacha
- cebada tostadas
- azúcar quemado
- café de maíz, de malta de trigo, de bellotas, de semillas de soja, de cacahuetes y hasta de chufas.

Productores

Raíces de achicoria

España produce 6000 toneladas por año.

3.000 toneladas de achicoria procesaron el pasado año **Saac Ibérica**, que distribuye el producto directamente con dos marcas, **La Iscariense y Dizy**. Pero, además, vende «casi el 90% de la fabricación a Nestlé, que a su vez, lo comercializa en Portugal, donde hay mucha costumbre de tomar buena achicoria»,

Cebada tostada

En España es posible encontrarlo en saquitos en un supermercado asiático. También la cebada puede ser tostada en una sartén dorando los granos de manera uniforme, si es posible la cebada entera, con su cáscara, para que desarrolle ese sabor característico a nuez. Lo produce Japón, Corea, y China.

5. ASPECTOS TÉCNICOS

5.1. Descripción del Proceso exportador

Estudio de mercados	Brinda información que nos ayuda a identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado, para así tomar decisiones frente a: -preselección de países (afinidad cultural, preferencias arancelarias, facilidad de transporte,) -selección de mercados (producto, precio, promoción, competencia,)
Condiciones de la empresa frente al mercado escogido	La empresa debe tener muy claro los aspectos de producción, financieros, tecnológicos, calidad y de mercadeo para saber si es competitiva frente a las demás empresas.
Planeación de la exportación	En la planeación se debe tener en cuenta todos los aspectos que sean indispensables para llevar la exportación a cabo, como la búsqueda de clientes, cotización del transporte y del seguro, diseño del producto, calidad, empaque, capital, costos, distribución precios y recursos humanos..

Ejecución de la exportación

Cotización internacional	Se contrata el transporte y el seguro, en este caso como se negociara en FOB solo se contrata a nivel nacional, de Medellín hasta el puerto. En este se deben tener en cuenta variable como: costos de producción, promoción, y la comercialización en general.
Logística del transporte	<p>Se piensa exportar 20 toneladas de café en un contenedor de 20". Este será empacado en costales, para así proteger el producto.</p> <p>La logística del transporte se encarga del manejo del producto desde que está listo hasta su destino, También nos brinda información como la posición en que deben ir los costales, el contenedor que se necesita, el transporte si es aéreo, terrestre o marítimo.</p>
tramites	<p>Para una exportación se necesitan ciertos trasmines como:</p> <p>BL, DEX, vistos buenos, entre otros.</p>
incentivos	Muchos productos cuentan con beneficios que les brinda el gobierno como impuestos más bajos, créditos de fomento a los exportadores, zonas francas, seguro de créditos a los exportadores.
Evaluación de resultados	Después de haber realizado la exportación se debe evaluar, y así corregir errores.

5.2. Recursos materiales y humanos para la producción.

5.2.1 Maquinaria, enseres para la producción

Bascula mecanica pesaje de café

Capacidad 500kg

Valor: 1200000

Cantidad: 1

Proveedor: METTLER TOLEDO

- lector digital de humedad

Humedad en grano. Medidor Delmhorst G7

Medidor de humedad en toda clase de granos y semillas

Valor 1650000

Cantidad 1

Proveedor: DELVER laboratorios electrónicos

5.2.2 Requerimientos de materiales e insumos.

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades
Café	\$ 6.000,00	1,00	Kilo
costal	\$ 300,00	1,00	Unidad

5.2.3 Requerimientos de personal

Catador

se requiere una persona experta en la compra de los productos agrícolas, principalmente el café, en cuanto a calidad, para adquirir productos de excelente calidad

se le pagara por día \$ 30000, se requiere de sus servicios 4 veces al mes, pagándole 120.000 al mes

Coteros

Se requieren 2 personas que carguen el camión con la mercancía comprada, se le pagara por día \$ 20.000, se requiere de sus servicios 4 veces al mes, pagándole a cada uno \$ 80.000 al mes.

5.2.4 Requerimientos de servicios

Servicio de transporte

Un camión que transporte los productos de los pueblos hasta la empresa en bello, Antioquia. Se requiere transportar la mercancía 2 veces al mes, costo por tonelada \$ 60.000 se requiere traer 20000 kilos.

Total transporte \$ 1.2000.000

5.2.5 Localización

Bodega en arriendo en Bello – Antioquia

Costo de arrendamiento 1.600.000

Bodega ubicada en la zona norte de la ciudad, cómoda para empresas pequeñas dedicadas a la industria o afines, cerca de todo, de fácil acceso y cerca de los Principales ejes viales.

Ubicación:

Departamento: Antioquia

Municipio: Bello

Sector: Bello

Área: 120 Mt2

Características:

Teléfono

Energía

Tipo Piso: Concreto Cocineta

Altura Bodega: 3 mt Domotica

Garaje

2 Baños

Las instalaciones del local deben estar acondicionadas con las maquinarias que vamos a utilizar, debe contar con extintores, según el área y material a proteger, colgados a 1,20 m. del piso.

También contar con un botiquín de primeros auxilios portátil con medicina básica, contar con señales de seguridad colocados a 1,80 m. los cables eléctricos deberá estar protegido, empotrado y/o entubado.

Mantener los servicios higiénicos en buen estado, sin filtraciones y ventilados, la estructura como pisos, techos y muros debe estar en buen estado para el acondicionamiento como tal.

Macro localización:

En la región donde va a estar localizado el lote, se encontrara En la zona norte del Valle de Aburra; Dentro de esta zona norte del valle de aburra el factor climático es muy importante ya que la temperatura máxima es de 26 grados centígrados y con una temperatura mínima de 18 grados centígrados esto con el fin de que el café y los otros derivados deben estar en promedio a estas temperaturas. Por lo general el local se encuentra en una zona industrial, donde es una zona segura y vigilada. Por lo tanto nos conviene tener localizado nuestra bodega en esta zona ya que nos podrá comunicar directamente con el puerto de Cartagena y el puerto de Barranquilla; además esta zona ha tenido una buena actividad productiva en los diferentes municipios en cual predomina mucho los cultivos de papas, frijol, maíz, café, plátanos, caña de azúcar y hortalizas.

Micro Localización:

Nuestros cultivos se encuentran localizados en Briseño Antioquia, pero nuestro local está ubicado en el municipio de bello al norte del valle del aburra en la

dirección calle 29D # 55-91 donde en fin comercializamos nuestro producto para luego ser exportado a nuestro destino final.



5.3. Actividades pre operativas

Semanas	Actividades
1	Búsqueda del local, pensado en un punto estratégico y cómodo. Y proceder a su arriendo.
2	Adecuación del local señalado para prestar los servicios necesarios y para realizar todo lo que se relaciones con el proyecto. Instalación de mesas, sillas, computadores, y todo lo que este requiera.
3-4	Búsqueda de los proveedores, buscando productos de buena calidad y a precios favorables.
5	Contratar a la trilladora para realizar el proceso de trillado del café.
6	El café será exportado en costales, y debemos buscar quien nos pueda proveer dicho producto.
7-8	Contactar a nuestros clientes en este caso en España, que soliciten nuestro producto.
9-10	Realizar todos los documentos necesarios para la exportación, contratar transporte (dependiendo del término de negociación).

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Mercadeo: : esta área estará encargada de obtener los clientes en el exterior, de hacer las negociaciones, como el termino que mejor convenga según el país, el debido contrato, cantidades a exportar, empaque, precios, distribuidores etc. Todos los procesos que conlleven colocar el producto en lugar acordado.

Estos procesos se realizan con estudios de mercados, buscando la necesidad de los clientes y así identificar el mercado meta y posibles clientes; estudios técnicos, administrativos, financieros etc. Se buscan estrategias para la comercialización y distribución del producto; se diseñan estrategias de marketing para dar a conocer el producto.

Se debe contar con personal experimentado en estas áreas o estudios para que pueda desarrollarlos.

El tiempo estimulado varía entre 2 meses o 3 según el producto y su innovación en los mercados.

Administrativa: supervisar habitualmente las funciones de administración general, contabilidad, control presupuestario, tesorería, auditorias, análisis financiero, compras etc.

Evalúa e investiga fuentes de financiación y desarrolla los planes para la consecución de fondos que permitan satisfacer las necesidades a corto y largo plazo.

Financiera: esta área estará encargada de la parte financiera de la empresa, en donde informe al gerente sobre las ganancias o pérdidas que tiene la empresa y buscar unas posibles soluciones desde lo económico para que la empresa genere una alta rentabilidad.

Técnica en este proceso se buscan los proveedores nacionales, nuevos mercados internacionales, se establece precio, promociones, distribución etc. Este proceso es realizado por el jefe del departamento de compras

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Aspectos financieros

Encargado: contador

Valor: 500.000 pesos

Esta persona no estará vinculada directamente con la empresa para no asumir mayores costos como de afiliación a una eps solo se le pagaran los honorarios acordados en un contrato.

Transportadora: esta será una empresa que contrataremos cuando se realice una exportación, la cual llevara la mercancía desde la bodega en bello hasta el puerto de Cartagena.

Catador: persona que se contratará cuando se compre café quien viajara al lugar de la compra (4 veces al mes) para mirar la calidad del producto y así obtener la mejor compra, de igual forma

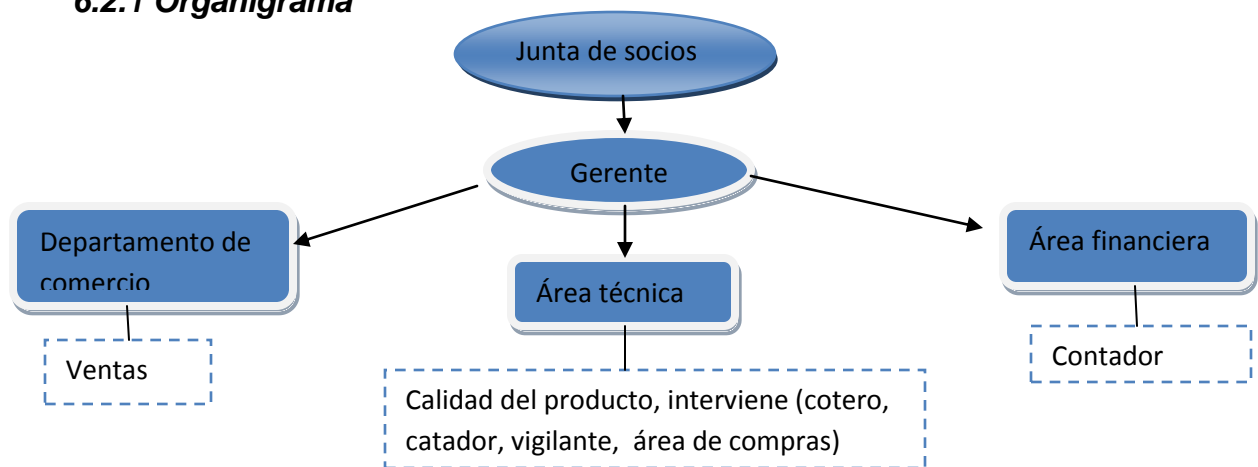
Precio: 30000 por día

Coteros serán 2 personas quienes cargaran el camión en el lugar de las compras

Precio 20000 por día

6.2. Estructura organizacional de la empresa

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la organización

El contador proporciona información económica al gerente y diferentes departamentos de la empresa para verificar los resultados positivos o negativos (ganancias, pérdidas, ingresos, egresos etc.) Mantiene un control de estas para que todo marche de acuerdo a la ley y a lo esperado.

El Gerente diseñar variables estratégicas y optimas decisiones que generan crecimiento y rentabilidad a la empresa

Como principales funciones

- Asegurar la representación de la empresa en el exterior
- Dirigir a los empleados
- Actuar como vocero
- Comunicar los objetivos de la organización
- Resolver los problemas de la empresa.

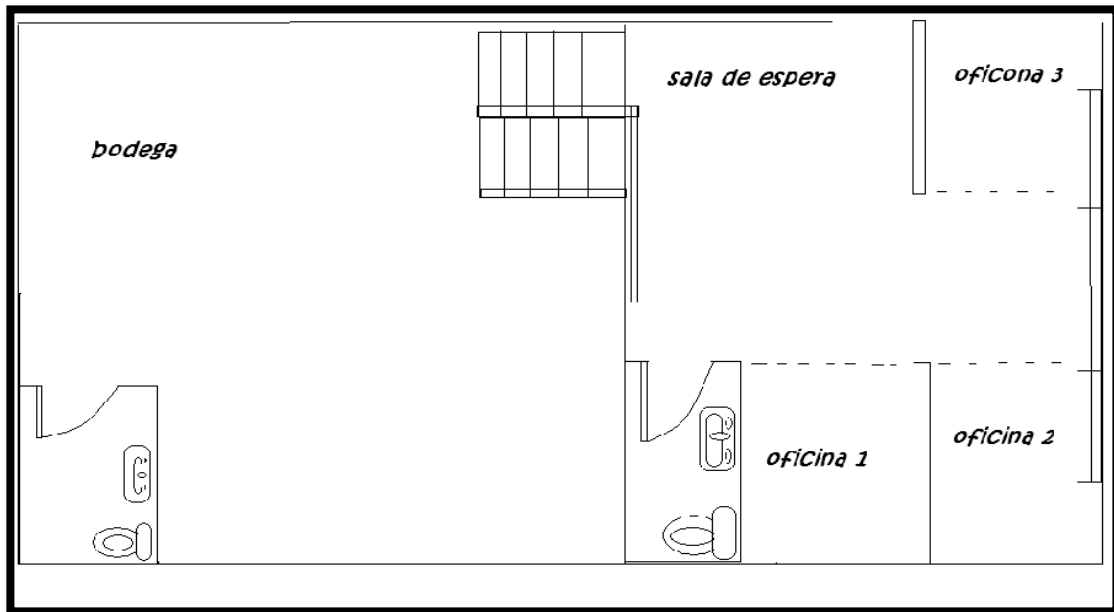
Departamento de comercio internacional: encargado del departamento de comercio, realizara todo lo relacionado con las exportaciones, contratación del transporte, estudio de mercados, obtendrá clientes.

Departamento de compras: encargado de buscar los proveedores de los productos agrícolas (personas quienes sustituyeron los cultivos ilícitos por agrícolas) debe hacer promoción y publicidad de la empresa a nivel nacional.

6.3. Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1. Locaciones

El área necesitaría es de: 120 Mt² el cual consta de un salón principal donde será la bodega, allí guardaremos todos los insumos que exportaremos en un tiempo determinado; el segundo salón que es precedido por unas escalas se encontraría la oficina con 3 puestos para los empleados, este lugar tiene 2 baños en la oficina, se realizara una sala para recibir los clientes, también estará ubicado en la oficina Este lugar es alquilado con un valor de 1.600000.



6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres

	Cantidad	Finalidad	procedencia	Precio c/u
Computador AMD X3 T	3	Ayudar a desempeñar las labores de la empresa.	EXITO	119000
Mueble de madera 170*90cm negra con porta teclado	3	Para instalar los computadores y almacenar los respectivos papeles o documentos.	Mercado libre	200000
fax / copiadora / teléfono brother fax-575	1	Para recibir documentos y para mantenernos en contacto con nuestros clientes.	Mercado libre	185000
Multifuncional Canon Mp250 Con Sistema De Tinta Continua	1	Para hacer impresiones de mayor calidad	Mercado libre	240000
Silla Giratoria Oficina Ejecutiva Escritorio Y Computador	3	Para la comodidad de los empleados	Mercado libre	68900

Silla Interlocutora Apilable Metálica (asillas y oficinas)	5	Para la comodidad de nuestros clientes	Mercado libre	79000
Papelera	3	Para las basuras	Carrefour	29900
Cartelera ecos 60*80	1	Para las notas	Carrefour	34900
Charola aerolínea	3	Para organizar los documentos	Carrefour	39900

6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina. Anual

Cosedora mini zenoa bl	1	Para unir los papeles	Carrefour	10400
Tijeras 7"	1	Para recortar	Carrefour	7000
Perforadora 2 orificios	1	Para perfora los papeles e introducirlos en las respectivas carpetas	Home center	13550

Requerimientos de materiales de oficina. Mensual

referencia	finalidad	Cantidad	Procedencia	Precio c/u
Propla reprograf	Hojas para la impresión	1 o 2	Carrefour	9990
Bic lapicero negro *3	Para firmar, anotar, etc.	1	Carrefour	2190
Portaminas side click *2	Para escribir	2	Carrefour	3250
Minas stabilo *3	Para los portaminas	3	Carrefour	3800
sharpi	Para marcar	2	Carrefour	2600
Libros de contabilidad 50-3k norma	para la contabilidad de la empresa	2	Carrefour	13400
Clip plástico *60	Para justar los documentos	1	Carrefour	1490
Legajador az *20	Para las carpetas	1	Homecenter	5800
Chinchón crystal	Para pegar los	1	Homecenter	6900

*50	documentos en la cartelera			
-----	----------------------------	--	--	--

6.3.4 Requerimientos de servicios.

SRVICIO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO
agua	se requiere el servicio para los baños	EPM	30.000
energía	se requiere el servicio para realizar diferentes actividades relacionadas con la admón.	EPM	50.000
internet	este servicio es para realizar actividades administrativas de la empresa	une	45240
teléfono- fax	se requiere para tener una continua comunicación con los clientes y hacer nuevos negocios	une	56028
vigilancia	se necesita una persona que cuide la empresa en las noches debido que allí siempre habrá mercancía		525000

6.3.5. Requerimientos de personal

Perfil

Todos los empleados para ser contratados por la comercializadora internacional agrícola deben estar calificados para el respectivo puesto, deben tener como mínimo 6 meses de experiencia, buenas referencias, una excelente presentación, una buena expresión oral; todos deben de ser responsables, colaboradores.

CARGO	CAPACIDADES	ESTUDIOS	SALARIO
Gerente	líder, responsable, honesto, experiencia laboral	administrador de empresas, tecnólogo en comercio internacional	1000000
jefe del departamento de comercio	buenas relaciones interpersonales, manejo de idioma inglés	tecnólogo en comercio internacional	800000
contador	experiencia en otras empresas	contador público	500.000
jefe del departamento de compras	autonomía, responsabilidad, decisión	tecnólogo en comercio internacional	800000
vigilante	Responsabilidad, honesto	Curso de seguridad	600000
Servicios varios	Responsabilidad, puntualidad, amable.		5150000

LIQUIDACION DE NOMINA

AREA	salario básico	auxilio de trans	hora ordina	cesantías 8.33%	interés cesantías 1%	prima 8.33%	vacaciones 4.17%	salud 8.5%	pensión 12%	arp	Sena 2%	caja de compensación 4%	icbf 3%
gerente	1.000.000	61.500	4.167	88.458	885	88.458	83.333	85.000	120.000	5.220	20.000	40.000	30.000
jefe de compras	800.000	61.500	3.333	71.792	718	71.792	66.667	68.000	96.000	4.176	16.000	32.000	24.000
jefe de ventas	800.000	61.500	3.333	71.792	718	71.792	66.667	68.000	96.000	4.176	16.000	32.000	24.000
vigilantes 1	600.000	61.500	2.500	55.125	551	55.125	50.000	51.000	72.000	3.132	12.000	24.000	18.000
vigilantes 2	600.000	61.500	2.500	55.125	551	55.125	50.000	51.000	72.000	3.132	12.000	24.000	18.000
servicios varios	515.000	61.500	2.146	48.042	480	48.042	42.917	43.775	61.800	2.688	10.300	20.600	15.450
total	4.315.000	307.500	17.979	342.292	3423	342.292	359.583	366.775	517.800	22.524	86.300	172.600	129.450

6.4. Programa de administración

ACTIVIDADES	TIEMPO ESTIMADO
realizar un estudio para verificar la viabilidad del negocio	2 meses
establecer la empresa	1 mes
conseguir el local y realizar los trámites para poderlo alquilar	20 días
comprar equipos	15 días
adecuar instalaciones	10 días
contratar personal	5 días
afiliar el personal	5 días
inducciones o capacitaciones al personal	10 días
obtener cotizaciones de terceros	5 días
contratar terceros	5 días
hacer publicidad	20 días

7. ASPECTOS LEGALES

7.1. Tipo de empresa

Régimen como Sociedad de Comercialización Internacional C.I.

Cualquier empresa que esté constituida como Persona jurídica y que se encuentre regida por el Código de Comercio, puede obtener gratuitamente ante el Ministerio de Comercio Exterior el Régimen como Sociedad de Comercialización Internacional C.I.

Este Régimen especial, creado mediante la Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979, conocido como un Instrumento de Apoyo a las Exportaciones, es un beneficio tributario otorgado por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio Exterior, mediante el cual, las empresas que lo obtengan, podrán efectuar compras de mercancías del mercado nacional configuradas como Bienes corporales muebles y/o Servicios Intermedios de la Producción, con destino a la exportación, libres del impuesto a las ventas IVA y/o de la Retención en la Fuente, si las operaciones de compraventa están sujetas a dichos tributos.

En todos los casos, el Proveedor de las mercancías del mercado nacional o de los servicios intermedios de la producción, que los venda a las Sociedades de Comercialización Internacional C.I., deberá estar amparado por el documento Certificado al Proveedor – CP, con el objeto de poder justificar en sus declaraciones de impuestos, haber facturado sus ventas sin incluir el IVA y/o la Rete fuente.

Este beneficio tributario únicamente se gestiona ante el Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales, que es una dependencia de la Subdirección de Instrumentos de Promoción de la Dirección General de Comercio Exterior.

La realización de las exportaciones será de exclusiva responsabilidad de la Sociedad de Comercialización Internacional y por tanto, si no se efectúan estas últimas dentro de la oportunidad y condiciones que señale el Gobierno Nacional, con base en el Artículo 3º de esta Ley, deberán las mencionadas sociedades pagar a favor del fisco nacional una suma igual al valor de los incentivos y exenciones que tanto ella como el productor se hubieran beneficiado, más el interés moratorio fiscal, sin perjuicio de las sanciones previstas en las normas ordinarias. (Artículo 5º de la Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979).

El Artículo 3º del Decreto 1740 del 3 de Agosto de 1994, determinó que las mercancías por las cuales las Sociedades de Comercialización Internacional expidan Certificados al Proveedor, deberán ser exportadas dentro de los seis meses siguientes a la expedición del Certificado correspondiente. No obstante, cuando se trate de materias primas, insumos, partes y piezas, que vayan a formar parte de un bien final, éste deberá ser exportado dentro del año siguiente contado a partir de la fecha de expedición del Certificado al Proveedor. En casos debidamente justificados, el Ministerio de Comercio Exterior podrá prorrogar estos plazos hasta por seis meses más, por una sola vez.

El Decreto 1740 de 1994 también estableció que se presume que el Proveedor efectúa la exportación desde el momento en que la Sociedad de Comercialización Internacional C.I. recibe las mercancías y le expida oportunamente el correspondiente Certificado al Proveedor – CP, y, de acuerdo con el Artículo 481 del Estatuto Tributario, dicho Proveedor tendrá derecho a solicitar la devolución del respectivo impuesto a las ventas.

De conformidad con lo dispuesto en el Parágrafo 2º del Decreto 1740 de 1994, para efectos de la exención prevista en los Artículos 479 y 481 del Estatuto Tributario y 1º del Decreto 653 de 1990, el Certificado al Proveedor – CP- será documento suficiente para demostrar la no causación del impuesto sobre las ventas IVA ni de la Retención en la Fuente.

El Artículo 1º del Decreto 653 de Marzo 1º de 1990 determinó que las compras efectuadas por las Sociedades de Comercialización Internacional no están sujetas a la Retención en la Fuente.

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

7.2.1. Requisitos para solicitar la inscripción de una empresa en el registro como sociedad de comercialización internacional ‘c.i.’ y acceder al régimen c.i.

- Como Persona jurídica, constituirse mediante escritura pública como Sociedad de Comercialización Internacional C.I. en alguna de las formas establecidas en el Código de Comercio (Anónima, Limitada, E.U. etc.) **Aquí seremos S.AS**
- Registrar la Sociedad ante la Cámara de Comercio de manera que en el Certificado de Existencia y Representación Legal aparezca la Razón Social y el Objeto Social Principal tal como se constituyó en el punto anterior.

- Obtener el NIT ante la DIAN (o la Cámara de Comercio), de manera que el texto de la Razón Social coincida con el inscrito en el Certificado de Existencia y Representación Legal.
- Obtener ante el MINCOMEX el Registro Nacional de Exportadores, de manera que los textos de la Razón Social y del Objeto Social coincidan con los inscritos en el Certificado de Existencia y Representación Legal.
- Diligenciar completamente el Formulario de Solicitud de Inscripción como una Sociedad de Comercialización Internacional C.I.
- Elaborar el documento Estudio de Mercados

Solicitar por escrito al MINCOMEX, Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales, la inscripción de la Empresa como Sociedad de Comercialización Internacional C.I., acompañando la solicitud con los siguientes documentos:

Original del Certificado de Existencia y Representación Legal vigente

Fotocopia del NIT si lo expidió la DIAN

Copia del Registro Nacional de Exportadores actualizado. (Para agilizar proceso de Registro)

Original del documento Estudio de Mercados

Original del Formulario de Inscripción como Sociedad de Comercialización Internacional C.I.

Oficio suscrito por el Representante Legal en donde certifique que hasta la fecha de la solicitud de inscripción en el Registro de C.I, SI/NO se han efectuado compras exentas de IVA y/o Rete fuente y SI/NO se han expedido Certificados al Proveedor – CP, conforme a lo estipulado en el Decreto 1740 de 1994.

La constitución deberá hacerse teniendo en cuenta los requisitos de que trata el Artículo 1º del Decreto 1740 del 3 de agosto de 1994, de la siguiente manera:

Razón Social:

Las Sociedades de Comercialización Internacional C.I. inscritas ante el Ministerio de Comercio Exterior tendrán la obligación de utilizar en su Razón Social la expresión Sociedad de Comercialización Internacional o también, si lo prefieren, pueden utilizar la sigla C.I. (NOTA: Los textos demasiado largos en la Razón Social, a veces aparecen recortados en algunos documentos).

Objeto Social Principal:

Deberá comenzar con el siguiente texto: Efectuar operaciones de comercio exterior y particularmente, orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos colombianos en los mercados externos. El resto del Objeto Social lo redacta la empresa de acuerdo con sus intereses particulares.

Para verificar la información, el MINCOMEX podrá practicar una visita a las instalaciones de la empresa C.I. y se comunicará con los Proveedores relacionados. Para agilizar el proceso de Registro, la Empresa debe adjuntar a la solicitud certificaciones escritas de Proveedores, en donde conste tiempo de relación comercial, tipo de contacto o negociación, formas de pago pactadas, productos a proveer y autorización para exportarlos.

Proceso de Inscripción en el Registro como C.I.

1. Radicación de la solicitud: Los documentos se podrán radicar en cualquier Dirección Territorial o Punto de Atención del Ministerio de Comercio Exterior. En la ciudad de Bogotá, la solicitud se deberá remitir al Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales.

2. Gestión: La solicitud se gestionará dentro de los quince (15) días hábiles siguientes al recibo de los documentos por parte del Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales.

El Ministerio de Comercio Exterior remitirá a la DIAN, BANCOLDEX y PROEXPORT, información sobre las Sociedades de Comercialización Internacional registradas.

A la Sociedad de Comercialización Internacional que obtuvo el Régimen como C.I. se le envía el oficio de reconocimiento de este Régimen, junto con el Resumen de Datos de la C.I., la Carta Circular No. 2 del 24 de Agosto de 1994 (Actualizada en Octubre 1º de 2001), la cual contiene el Formulario Certificado al Proveedor – CP y las instrucciones necesarias para su elaboración, diligenciamiento y remisión de copias. En el mencionado oficio constará un Número de Registro, único, y la Fecha de Registro, a partir de la cual podrá a empezar a operar con el Régimen C.I.

Compromisos al Obtener el Régimen como C.I.

La Sociedad de Comercialización Internacional que obtiene el Régimen C.I. se obliga, para con el Ministerio de Comercio Exterior, principalmente a:

1. Expedir oportunamente al Proveedor el Certificado al Proveedor – CP.
2. Exportar, dentro de los términos establecidos, las mercancías que adquirió exentas del IVA y/o Rete fuente al amparo de un Certificado al Proveedor – CP.
3. Remitir oportunamente, tanto al Ministerio de Comercio Exterior como a Bancoldex, las copias correspondientes de los Certificados al Proveedor – CP expedidos durante el trimestre calendario, así: Los CP expedidos durante Enero, Febrero y Marzo se remitirán en un solo envío dentro de los primeros 10 días de Abril. Seguirán enviándose dentro de los 10 primeros días de Julio, dentro de los primeros 10 días de Octubre y dentro de los 10 primeros días de Enero del año siguiente.

Se debe enviar oficio al Ministerio de Comercio Exterior para informar si durante el trimestre reportado no se han expedido Certificados al Proveedor – CP, indicando las razones que se consideren pertinentes.

4. Remitir oportunamente al Ministerio de Comercio Exterior, dentro del primer mes (Enero) del año siguiente al reportado, el Informe Anual sobre expedición de CP y exportaciones realizadas (CPEX).

Se debe enviar oficio al Ministerio de Comercio Exterior para informar si durante el año reportado no se han expedido Certificados al Proveedor – CP y/o no se han efectuado exportaciones, indicando las razones que se consideren pertinentes.

5. Informar oportunamente al Ministerio de Comercio Exterior los cambios de domicilio y de Razón Social.

7.2.2 SOCIEDADES ANÓNIMAS SIMPLIFICADAS (SAS)

A continuación mencionamos algunos de los beneficios y cambios que trae la Ley 1258 de 2008, la cual creó las nuevas Sociedades Anónimas Simplificadas (SAS):

1. Se constituyen mediante documento privado. El mismo procedimiento se aplica para cualquier tipo de sociedad (incluida la empresa unipersonal) que pretenda Transformarse en una SAS. Esto reduce trámites y costos de escrituración.
2. No exige un número de accionistas determinado. Esto hace que la sociedad pueda ampliar o reducir el número de sus accionistas a su conveniencia.
3. Las reformas de la sociedad no se hacen por escritura pública sino por documento privado, lo cual hace el trámite más expedito y menos costoso (se ahorran gastos de escrituración). Solo se requiere escritura pública en algunos casos especiales
4. Desaparece la responsabilidad laboral y tributaria que recae sobre los socios de las sociedades limitadas.
5. El objeto social de la sociedad puede ser abierto, es decir, que puede hacer todo aquello que no esté prohibido por la ley, si así se determina en los Estatutos.
6. El pago del capital social se puede pactar dentro de los Estatutos Sociales, sin que pase de 2 años (en la actualidad el termino para pagar el capital social de las Sociedades anónimas es de 1 año y las limitadas deben pagar todo su capital al momento de su constitución).
7. Se pueden expedir diferentes tipos de acciones: (i) Privilegiadas; (ii) Con dividendo preferencial y sin derecho a voto; (iii) Con dividendo fijo anual; (iv) Acciones de pago.
8. El voto puede ser singular o múltiple.

9. La organización de la sociedad se puede pactar en los Estatutos Sociales, es decir, que no es obligatorio tener algunos órganos corporativos. Esto implica una posible reducción en los costos que demandan algunos cuerpos colegiados de las sociedades.

7.3. Valores del los certificados.

minuta	\$ 0
certificado de cámara de comercio	\$2500 por cada nombre
escritura publica	Se paga dependiendo el monto de capital de la siguiente manera: 2.7 por mil (2.7/1000) + \$ 5.730 (constante). Cada hoja que tiene la escritura pública tiene un costo de \$ 2000 cada una al valor al cual se le aplica el IVA y se le agregan \$ 3.000 correspondientes así: \$ 1.500 al fondo de notariado y \$ 1.500 a la Superintendencia de Notariado y Registro Público.
inscripción ante la cámara de comercio	Los formularios se adquieren el cámara de Comercio por un valor de \$3.000 para personas jurídicas.
registro mercantil	\$115000 este depende del monto de capital
certificado de existencia y representación legal	\$1600
Rut	formulario gratuito
Nit	formulario gratuito
Certificado de bomberos	/ \$ 68.000

Nuestra empresa será conocida como **C.I AGRICOLA SAS.**

7.4. REQUISITOS LEGALES PARA EXPORTAR PRODUCTOS AGRICOLAS

Declaración De Exportación

Factura Comercial Juramentada (Original y 4 Copias)

Certificado de origen (Original y 4 copias)

Permiso de exportación para productos vegetales y derivados

Certificado fitosanitario

Declaración De Exportación:

Debe de tener toda la información que lo describe el documento

Factura Comercial:

Papel membreteado de la empresa con su dirección y teléfono, también debe estar juramentada por el exportador, debe contener cantidad, peso y descripción de la mercancía y su valor unitario total; original y 4 copias.

Certificado de origen:

Deberá presentarse debidamente llenado y con las firmas del exportador y de las entidades que emitan este documento, además de su sello correspondiente. Original y 4 copias.

Permiso de exportación para productos vegetales y derivados:

Este permiso es emitido a solicitud del exportador por la Dirección Nacional de Sanidad Agropecuaria, Cuarentena Agropecuaria del Ministerio de Desarrollo Agropecuario, en la Ventanilla Única del Comercio Exterior del VICOMEX.

Certificado Fitosanitario:

Este certificado se solicita en el lugar donde se origina el producto o empaque, lo emite la Dirección de Sanidad Vegetal del MIDA, a través de las Direcciones Regionales y en casos especiales en la Ventanilla Única de Comercio Exterior del VICOMEX.

Requisitos para exportar café:

Para exportar café verde o procesado de Colombia se requiere una licencia de exportación que se tramita ante el Incomex llenando una serie de requisitos establecidos en la Resolución 1627 de Septiembre 20 de 1994 tales como:

- demostrar la propiedad de una trilladora, o en su defecto un compromiso de trilla con alguna;
- establecer una póliza de cumplimiento a favor de la Federación Nacional de Cafeteros o Fondo Nacional del Café por un valor mínimo o que se calcula sobre los sacos exportados;
- se requiere el visto bueno de la Federación Nacional de Cafeteros;
- se requieren unas exportaciones mínimas de 4,000 sacos en dos años para mantener la licencia de exportación
- En caso de que la exportación sea de café procesado no se requiere confirmación por parte del tostador.

Con base en la fecha de registro se calcula la Contribución Cafetera la cual debe ser cancelada antes de permitirse la exportación del café. Igualmente, el café debe ser aprobado por la oficina de control de calidad de Almacafé y puede ser rechazado en caso de que no cumpla con las características de un café excelso fresco. En este control se revisa las características en taza, los defectos y la humedad.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Ingresos y Egresos

8.1.1 Ingresos

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
CAFÉ	\$ 260.000.000,0	100,00%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 260.000.000,0	100,00%

8.1.2 Egresos

8.1.2.1 Inversiones

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 4.022.000,0	\$ 111.722,2	Equipos de Informática y Comunicaciones	\$ 4.022.000,0
Maquinaria (10 años)	\$ 2.850.000,0	\$ 23.750,0	Maquinaria	\$ 2.850.000,0
Herramienta (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Herramienta	\$ 0,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 1.201.700,0	\$ 10.014,2	Muebles y Enseres	\$ 1.201.700,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 8.073.700,0		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 8.073.700,0
Total Depreciación Mensual		\$ 145.486,4		

Gastos Pre operativos				
Gastos Pre operativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Pre operativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 284.390,0	\$ 4.739,8	Constitución y registro	\$ 284.390,0
Diseño organizacional	\$ 300.000,0	\$ 5.000,0	Diseño organizacional	\$ 300.000,0
Presentación y Promoción	\$ 200.000,0	\$ 3.333,3	Presentación y Promoción	\$ 200.000,0
Estudios financieros	\$ 100.000,0	\$ 1.666,7	Estudios financieros	\$ 100.000,0
Salarios	\$ 360.000,0	\$ 6.000,0	Salarios	\$ 360.000,0
Publicidad y Promoción	\$ 600.000,0	\$ 10.000,0	Publicidad y Promoción	\$ 600.000,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 68.000,0	\$ 1.133,3		\$ 68.000,0
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 1.912.390,0		Total Gasto Pre operativos Disponible	\$ 1.912.390,0
Total Amortización Mensual		\$ 31.873,2		

CAPITAL DE TRABAJO		
	CUENTA	VALOR
Requerimientos de Efectivo	Costos Variables	\$ 130.580.000
	Costos Fijos de Producción	\$ 2.061.268
	Costos Fijos de Administración	\$ 7.620.787
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 1.251.144
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO		\$ 141.513.199

8.1.2.2 Costos

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 280.000
Arriendo	\$ 1.600.000
Servicios	\$ 181.268

TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 2.061.268
--------------------------------------	---------------------

Costos variables

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Café	\$ 6.000,00	1,00	Kilo	\$ 6.000,00
costal	\$ 300,00	1,00	Unidad	\$ 300,00
Transporte a la bodega	\$ 60,00	1,00	kilo	\$ 60,00
Transporte al puerto	\$ 70,00	1,00	kilo	\$ 70,00
Seguro	\$ 51,50	1,00	kilo	\$ 51,50
trillada	\$ 47,50	1,00	kilo	\$ 47,50
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 6.529,00

8.1.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 1.800.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.891.895
honorarios de contador	\$ 500.000
Papelería	\$ 86.260
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 20.000
Seguros	\$ 914.833
vigilantes	\$ 1.200.000
Servicios varios	\$ 515.000
imprevistos	\$ 692.799

Gastos comercialización y Ventas

Salarios	\$ 800.000
obligaciones laborales	\$ 451.144
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 1.251.144

Gastos Amortización de diferidos

Gastos Pre operativos Exigibles	Valor	Amortización
Constitución y registro	\$ 284.390,0	\$ 4.739,8
Diseño organizacional	\$ 300.000,0	\$ 5.000,0
Presentación y Promoción	\$ 200.000,0	\$ 3.333,3
Estudios financieros	\$ 100.000,0	\$ 1.666,7
Salarios	\$ 360.000,0	\$ 6.000,0
Publicidad y Promoción	\$ 600.000,0	\$ 10.000,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 68.000,0	\$ 1.133,3
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 1.912.390,0	
Total Amortización Mensual		\$ 31.873,2

8.2 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

8.2.1 Flujo de Caja

Mensual

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
+ Ingresos por venta		\$ 260.000.000	\$ 260.000.000	\$ 260.000.000	\$ 260.000.000	\$ 260.000.000
- Costos variables		\$ 130.580.000	\$ 130.580.000	\$ 130.580.000	\$ 130.580.000	\$ 130.580.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 10.933.199	\$ 10.933.199	\$ 10.933.199	\$ 10.933.199	\$ 10.933.199
Costos fijos de Producción		\$ 2.061.268	\$ 2.061.268	\$ 2.061.268	\$ 2.061.268	\$ 2.061.268
Costos fijos de Administración		\$ 7.620.787	\$ 7.620.787	\$ 7.620.787	\$ 7.620.787	\$ 7.620.787
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.251.144	\$ 1.251.144	\$ 1.251.144	\$ 1.251.144	\$ 1.251.144
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 118.309.442	\$ 118.309.442	\$ 118.309.442	\$ 118.309.442	\$ 118.309.442
- Impuestos	\$ 0	\$ 39.042.116	\$ 39.042.116	\$ 39.042.116	\$ 39.042.116	\$ 39.042.116
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 79.267.326	\$ 79.267.326	\$ 79.267.326	\$ 79.267.326	\$ 79.267.326
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						
Valor de Salvamento						
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 151.499.289	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activos Fijos	\$ 8.073.700					
Pago Crédito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 1.912.390					
Capital de Trabajo	\$ 141.513.199					
FLUJO DE CAJA	-\$ 151.499.289	\$ 79.444.685	\$ 79.444.685	\$ 79.444.685	\$ 79.444.685	\$ 79.444.685

Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
\$ 260.000.000	\$ 260.000.000	\$ 260.000.000	\$ 260.000.000	\$ 260.000.000	\$ 260.000.000	\$ 260.000.000	3.120.000.000
\$ 130.580.000	\$ 130.580.000	\$ 130.580.000	\$ 130.580.000	\$ 130.580.000	\$ 130.580.000	\$ 130.580.000	1.566.960.000
\$ 10.933.199	\$ 10.933.199	\$ 10.933.199	\$ 10.933.199	\$ 10.933.199	\$ 10.933.199	\$ 10.933.199	131.198.386
\$ 2.061.268	\$ 2.061.268	\$ 2.061.268	\$ 2.061.268	\$ 2.061.268	\$ 2.061.268	\$ 2.061.268	24.735.216
\$ 7.620.787	\$ 7.620.787	\$ 7.620.787	\$ 7.620.787	\$ 7.620.787	\$ 7.620.787	\$ 7.620.787	91.449.442
\$ 1.251.144	\$ 1.251.144	\$ 1.251.144	\$ 1.251.144	\$ 1.251.144	\$ 1.251.144	\$ 1.251.144	15.013.728
\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	2.128.315
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-
\$ 118.309.442	\$ 118.309.442	\$ 118.309.442	\$ 118.309.442	\$ 118.309.442	\$ 118.309.442	\$ 118.309.442	1.419.713.300
\$ 39.042.116	\$ 39.042.116	\$ 39.042.116	\$ 39.042.116	\$ 39.042.116	\$ 39.042.116	\$ 39.042.116	468.505.389
\$ 79.267.326	\$ 79.267.326	\$ 79.267.326	\$ 79.267.326	\$ 79.267.326	\$ 79.267.326	\$ 79.267.326	951.207.911
\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	\$ 177.360	2.128.315
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 149.370.974	149.370.974
							-
						\$ 141.513.199	141.513.199
						\$ 7.857.775	7.857.775
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-
							-
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-
							-
							-
\$ 79.444.685	\$ 79.444.685	\$ 79.444.685	\$ 79.444.685	\$ 79.444.685	\$ 79.444.685	\$ 228.815.660	1.102.707.200

Tasa Interna de Retorno	2,00%
Valor Presente Neto	806.433.362
Tasa Interna de Retorno	52,43%

Proyecciones (Flujo de Caja Anual)

Ingreso Variación Porcentual Anual de Precios	1,00%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Ventas	5,00%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Costos	10,00%
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		\$ 3.120.000.000	\$ 3.308.760.000	\$ 3.508.939.980	\$ 3.721.230.849	\$ 3.946.365.315
- Costos variables		\$ 1.566.960.000	\$ 1.723.656.000	\$ 1.896.021.600	\$ 2.085.623.760	\$ 2.294.186.136
- Costos fijos		\$ 131.198.386	\$ 144.318.224	\$ 158.750.047	\$ 174.625.051	\$ 192.087.556
Costos fijos de Producción		\$ 24.735.216	\$ 27.208.738	\$ 29.929.611	\$ 32.922.572	\$ 36.214.830
Costos fijos de Administración		\$ 91.449.442	\$ 100.594.386	\$ 110.653.824	\$ 121.719.207	\$ 133.891.127
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 15.013.728	\$ 16.515.101	\$ 18.166.611	\$ 19.983.272	\$ 21.981.599
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.128.315	\$ 2.128.315	\$ 2.128.315	\$ 2.128.315	\$ 2.128.315
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 1.419.713.300	\$ 1.438.657.461	\$ 1.452.040.019	\$ 1.458.853.723	\$ 1.457.963.308
- Impuestos	\$ 0	\$ 468.505.389	\$ 474.756.962	\$ 479.173.206	\$ 481.421.729	\$ 481.127.892
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 951.207.911	\$ 963.900.499	\$ 972.866.813	\$ 977.431.994	\$ 976.835.416
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.128.315	\$ 2.128.315	\$ 2.128.315	\$ 2.128.315	\$ 2.128.315
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 206.533.991
Recuperación Capital de trabajo						\$ 207.189.474
Valor de Salvamento						-\$ 655.483
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 151.499.289	\$ 14.151.320	\$ 15.566.452	\$ 17.123.097	\$ 18.835.407	\$ 0
Activos Fijos	\$ 8.073.700					
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 1.912.390					
Capital de Trabajo	\$ 141.513.199	\$ 14.151.320	\$ 15.566.452	\$ 17.123.097	\$ 18.835.407	
FLUJO DE CAJA	-\$ 151.499.289	\$ 939.184.906	\$ 950.462.362	\$ 957.872.030	\$ 960.724.902	\$ 1.185.497.722

Tasa Interna de Retorno	26,82%
Valor Presente Neto	2.382.210.507
Tasa Interna de Retorno	621,07%

Utilidades no Repartidas	79.267.326	79.267.326	79.267.326	79.267.326	79.267.326	79.267.326	79.267.326	79.267.326	79.267.326	79.267.326	79.267.326	79.267.326
Utilidades no Repartidas Acumuladas	79.267.326	158.534.652	237.801.978	317.069.304	396.336.630	475.603.955	554.871.281	634.138.607	713.405.933	792.673.259	871.940.585	951.207.911

8.3 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

8.3.1 Valor Presente Neto

Tasa Interna de Retorno	2,00%
Valor Presente Neto	806.433.362
Tasa Interna de Retorno	52,43%

8.3.2 Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	2,00%
Valor Presente Neto	806.433.362
Tasa Interna de Retorno	52,43%

8.3.3 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en el Precio	-10,00%
Tasa de Retorno	2,00%
Valor Presente Neto	622.210.918
Tasa Interna de Retorno	40,93%

Si bajamos las ventas en un 10% podemos ver que nuestro vpn no es negativo por lo tanto el proyecto no es tan sensibles a estos tipos de cambios.

8.3.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en las Ventas	-20,00%
Tasa de Retorno	2,00%
Valor Presente Neto	628.556.546
Tasa Interna de Retorno	49,52%

Si por alguna ocasión tuviéramos que bajar los precios de café en un 20% esto no nos afectaría lo cual demuestra que el proyecto es bastante estable.

9. CONSIDERACIONES FINALES

El proyecto desde el punto de vista de lo comercial, legal, técnico, financiero y organizacional es viable, aunque la inversión que se necesita para poner a funcionar el proyecto es alta, este genera gran rentabilidad, siendo un proyecto social, el cual ayudaría a los campesinos a generar mayores ingresos y de esta manera no quieran volver a sembrar cultivos ilícitos, mermando así los índices de pobreza, desplazamiento y delincuencia. Contribuyendo a cambiar un poco la mala imagen de Colombia frente a otros países en cuanto a la producción de drogas alucinógenas,

Bibliografía

PROEXPORT

Agosto/ 25/ 2010/ 3:55 pm

http://pujportal.javeriana.edu.co/portal/page/portal/facultad_ingenieria/espanol/industrial/investigacion/centro_optimizaci%3n_log%edstica/cadena%20cafe%e9.pdf

Agosto / 31 / 2010 / 11:05 am

www.ico.org

Septiembre / 1 / 2010 / 11:05 am

<http://es.wikipedia.org/wiki/Desayuno>

Septiembre / 16 /2010/ 6:15 pm

<http://www.ecodes.org/documentos/mercado%20cafe%E9%20espa%F1a.pdf>

Octubre / 11 / 2010 / 1:05 pm

http://www.gondoladigital.com/articulo.php?id_articulo=82

Octubre / 20 / 2010 / 12:45 pm

<http://www.qccafe.com/co/excelso.htm>

Noviembre / 2 / 2010 / 8:39 pm

<http://www.infoagro.com/herbaceos/industriales/cafe.htm>

Noviembre/17/9:10