

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA CAFÉ DE
ORIGEN EN EL MUNICIPIO DE PUENTE NACIONAL-SANTANDER**

ADRIANA CAROLINA SÁNCHEZ MARTÍNEZ

YAILY YOLIMA HERREÑO GALEANO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA

GESTION EMPRESARIAL

BUCARAMANGA

2022

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA CAFÉ DE
ORIGEN EN EL MUNICIPIO DE PUENTE NACIONAL-SANTANDER**

**ADRIANA CAROLINA SÁNCHEZ MARTÍNEZ
YAILY YOLIMA HERREÑO GALEANO**

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OPTAR
EL TITULO DE GESTION EMPRESARIAL**

**DIRECTOR DE PROYECTO
GUILLERMO LEON CASTILLO ESTEVEZ
Economista**

**CODIRECTOR
SAMUEL LAGOS MÁRQUEZ
Agrónomo**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA**

2022

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a Dios, quien fue el que ha logrado inquietarnos para empezar con esta gran oportunidad, para formarnos como empresarios y dar opción de vida a otros. Fuente de Sabiduría, y perseverancia.

A nuestra familia y amigos por apoyarnos en todo momento, animándonos en los momentos más difíciles y dándonos la fortaleza para seguir adelante.

Adriana C. Sánchez. M.

Yaily Yolima Herreño G.

Contenido

INTRODUCCION.....	20
1.ANALISIS DEL SECTOR.....	21
1.1.DESCRIPCION DEL SECTOR:	21
1.2.EVOLUCION DEL SECTOR:.....	25
1.3TENDECIAS DEL SECTOR:	26
1.4. IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.....	31
1.5. MARCO LEGAL	32
1.6. CONTEXTO GEOGRAFICO.....	34
<i>Municipio De Guavatá Santander:.....</i>	<i>41</i>
2.ESTUDIO DE MERCADO	49
2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	49
<i>2.1.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio.....</i>	<i>49</i>
<i>2.1.2. Atributos diferenciadores.....</i>	<i>52</i>
2.2 SEGMENTO DE MERCADO	53
2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA	53
<i>2.3.2 Tipo de estudio.</i>	<i>54</i>
<i>2.3.3 Enfoque.</i>	<i>55</i>
<i>2.3.4 Fuentes de información.....</i>	<i>55</i>
<i>2.3.5 Técnicas de investigación.</i>	<i>56</i>
<i>2.3.6 Instrumento para la recolección de información.</i>	<i>56</i>
<i>2.3.7 Modo de aplicación.</i>	<i>56</i>
<i>2.3.8 Cálculo de la muestra.....</i>	<i>56</i>
<i>2.3.9 Alcance.</i>	<i>59</i>
<i>2.3.10 Tiempo de aplicación.....</i>	<i>60</i>
<i>2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la prueba piloto.</i>	<i>60</i>

2.3.12. Estimacion de la demanda actual.....	78
2.3.13. Estimacion de la demanda efectiva	79
2.3.14. Proyección de la demanda para los próximos 5 años.....	79
2.4. ANALISIS DE LA OFERTA.....	80
2.5. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO MINIMO VIABLE.....	83
2.5.1. Descripción, usos y especificaciones del producto	83
2.5.2 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.....	84
2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACION Y DE DISTRIBUCION	84
2.7. ESTRATEGIA PARA FIJACION DE PRECIOS:	85
2.8. RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES.....	85
2.8.1. Estrategias comunicación	85
2.8.1. Emblema.....	86
2.8.1.1 Lema	87
2.8.2 presupuesto de comunicación.....	87
2.8.2.1. presupuesto de lanzamiento.....	87
2.8.4. presupuesto de operación:.....	88
3. ESTUDIO TÉCNICO	89
3.1. TIPO DE PROYECTO.....	89
3.2. DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO	89
3.2.1. ficha técnica del producto mínimo viable	91
3.2.2. Descripción y diagramación de actividades clave.....	93
3.2.3. características del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo (SG-SST).....	97
3.2.4. Análisis ambiental.....	98
3.2.5. Recursos clave	99
3.2.5.1. Talento humano	99
3.2.5.2. Infraestructura	100

3.2.5.3 Insumos y/o materias primas.....	105
3.2.5.4 Distribución de la planta:.....	106
3.2.7. Localización	107
3.2.7.1. Macro localización	107
3.2.7.2 Micro localización:	108
3.2.8. Control de calidad	112
3.3. CAPACIDAD DEL PROYECTO.....	114
3.3.1. Capacidad total diseñada por línea de producto	114
3.3.2. Capacidad instalada.....	115
3.3.3. Capacidad utilizada y proyectada.....	116
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	118
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	118
4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	121
4.2.1. Visión	121
4.2.2. Misión.....	122
4.2.3. valores corporativos y aspectos organizacionales.....	122
4.2.4 Organigrama.....	124
4.2.5. Asignación salarial	125
5. ESTUDIO FINANCIERO	127
5.1. INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA	127
5.1.1. Inversión fija.....	127
5.1.1.1 Adecuación y montaje.....	127
5.1.1.2 Maquinaria y equipo	127
5.1.1.3 Equipo de computación y comunicación.....	128
5.1.1.4. Maquinaria y equipo.....	129
5.1.1.5. Muebles y enseres.....	130

5.1.1.6. Herramientas, repuestos y accesorios	131
5.1.1.7. Total, inversión fija.....	132
5.1.2. Inversión diferida.....	132
5.2. COSTOS Y GASTOS	133
5.2.1. Costos de producción	133
5.2.1.1. Costos fijos	134
5.2.1.2. Costos variables.....	135
5.2.1.3. Costos totales de producción	137
5.2.2. Gastos de administración y ventas	138
5.2.2.1. Gastos fijos de administración y ventas.....	138
5.2.2. Gastos de administración y ventas	140
5.2.2.1. Gastos fijos de administración y ventas.....	140
5.2.2.2. Gastos variables de administración y ventas.....	141
5.2.2.3. GASTOS TOTALES DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS.....	141
5.3. CAPITAL DE TRABAJO	142
5.3.1. Periodo capital de trabajo.....	142
5.3.2. Estructura del crédito.....	142
5.3.2.1. Amortización del crédito	142
5.3.2.2 Gastos financieros.....	145
5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.....	145
5.4 INVERSION TOTAL.....	146
5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	146
5.5.1 Recursos propios	146
5.5.2 Recursos de financiación.....	147
5.6 PRECIO DE VENTA.....	147
5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	148
5.7.1 Estado de Resultados proyectado.....	148

5.7.2 Flujo de Fondos proyectado	150
5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectada	151
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	152
5.8.1 Razones financieras.....	152
5.8.1.1 Razones de liquidez.	152
5.8.1.2 Razones de operación	152
5.8.1.3 Razones de endeudamiento	153
5.8.1.4 Razones de rentabilidad.....	154
5.8.2 Indicadores de viabilidad.....	155
5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR).....	157
5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN).....	157
5.8.2.3 Período de recuperación.	157
5.8.2.4 Punto de equilibrio.	157
5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	159
6.CONCLUSIONES	161
7.RECOMENDACIONES.....	162
BIBLIOGRAFIA.....	163
ANEXOS.....	168

TABLA DE TABLAS

Tabla 1. Marco Legal	32
Tabla 2. Población Puente Nacional	36
Tabla 3. Población Vélez Santander	38
Tabla 4. Población de Barbosa, Santander	40
Tabla 5. Población de Guavatá, Santander	42
Tabla 6. Población de Moniquirá	45
Tabla 7. Presentaciones de GOOD COFFEE	52
Tabla 8 Estratificación Puente Nacional.....	57
Tabla 9 Estratificación Guavatá.....	57
Tabla 10 Estratificación Vélez	58
Tabla 11 Estratificación Barbosa.....	58
Tabla 12 Estratificación Moniquirá	58
Tabla 13 Estratificación Tunja	59
Tabla 14 compra de café	60
Tabla 15 consumo de café	61
Tabla 16 características del café.....	62
Tabla 17 Tipo de establecimiento.....	63
Tabla 18 Preferencia de marca	65
Tabla 19 sitios en los que habitualmente comprar café	66
Tabla 20 Gramos de café	67
Tabla 21 Precio promedio por presentación de café de 125 gr.....	68
Tabla 22 Precio promedio por presentación de café de 250 gr.....	69
Tabla 23 Precio promedio por presentación de café de 500 gr.....	70

Tabla 24 Gusto por café de origen.....	71
Tabla 25 Tipo de empaque y presentación.....	72
Tabla 26 Tipo de empaque y presentación en saco de yute.....	73
Tabla 27 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 125 gr.....	74
Tabla 28 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 250 gr.....	75
Tabla 29 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 500 gr.....	76
Tabla 30 Medios publicitarios.....	77
Tabla 31 Demanda actual proyectada Puente Nacional.....	79
Tabla 32 Demanda actual proyectada Guavatá.....	80
Tabla 33 Demanda actual proyectada Vélez.....	81
Tabla 34 Demanda actual proyectada Barbosa.....	81
Tabla 35 Demanda actual proyectada Moniquirá.....	81
Tabla 36 Demanda actual proyectada Tunja.....	82
Tabla 37 Demanda efectiva proyectada Puente Nacional.....	80
Tabla 38 Demanda efectiva proyectada Guavatá.....	83
Tabla 39 Demanda efectiva proyectada Vélez.....	83
Tabla 40 Demanda efectiva proyectada Barbosa.....	84
Tabla 41 Demanda efectiva proyectada Moniquirá.....	84
Tabla 42 Demanda efectiva proyectada Tunja.....	85
Tabla 43. Competidores en el mercado del café.....	81
Tabla 44. Presupuesto de operación.....	88
Tabla 45: Ficha técnica.....	91

Tabla 46 Composición nutricional del café	92
Tabla 47: Recurso humano	99
Tabla 48: Recurso físico	100
Tabla 49. Herramientas de control de calidad	101
Tabla 50. Herramientas	102
Tabla 51. Muebles para oficina	104
Tabla 52 Insumos y/o materias primas	105
Tabla 53 Distribución áreas de oficina	106
Tabla 54 Distribución área de producción.....	106
Tabla 55: Factor 1	109
Tabla 56: Factor 2.....	110
Tabla 57: Factor 3.....	110
Tabla 58: Factor 4.....	110
Tabla 59: Factor 5.....	111
Tabla 60: Factor 6.....	111
Tabla 61: Puntuación de lugares.....	112
Tabla 62 Capacidad diseñada.....	114
Tabla 63. Capacidad instalada	116
Tabla 64 Capacidad utilizada	117
Tabla 65 Capacidad utilizada y proyectada	117
Tabla 66 Código CIIU	119
Tabla 67. Estructura salarial.....	125
Tabla 68. Factor prestacional.....	125
Tabla 69 Adecuación y montaje	127

Tabla 70 Equipo de oficina	128
Tabla 71 Equipo de computación y comunicación.....	128
Tabla 72 Maquinaria y equipo	129
Tabla 73. Muebles y enseres operativos o de producción	130
Tabla 74 Herramientas, repuestos y accesorios.....	131
Tabla 75 Total inversión fija.....	132
Tabla 76. Inversión diferida	132
Tabla 77. Prorrateso entre costos y gastos	133
Tabla 78 Nomina operativa (MOI)	134
Tabla 79 Costos fijos	135
Tabla 80 Nómina operativa (MOD).....	135
Tabla 81 Insumos y/o materias primas	136
Tabla 82 Materiales indirectos.....	136
Tabla 83 Costos variables	137
Tabla 84. Costos totales de producción.....	137
Tabla 85. Nómina administrativa	138
Tabla 86. Materiales indirectos.....	139
Tabla 87. Gastos fijos de administración y venta	140
Tabla 88 Gastos variables de administración y ventas.....	141
Tabla 89. Total, gastos de administración y ventas.....	142
Tabla 90 Crédito	142
Tabla 91 Capital de trabajo.....	145
Tabla 92 Inversión total	146
Tabla 93 Estructura de capital.....	146

Tabla 94 Precio de venta.....	147
Tabla 95 Estado de Resultados proyectado	148
Tabla 96 Flujos de Fondos proyectado.....	150
Tabla 97 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado	151
Tabla 98 Razones de liquidez	152
Tabla 99 Razones de operación.....	153
Tabla 100 Razones de endeudamiento	154
Tabla 101 Razones de rentabilidad.....	155
Tabla 102 Indicadores de viabilidad.....	155
Tabla 103 Punto de equilibrio.....	157

TABLA DE GRAFICAS

Grafica 1. Consumo de café	36
Grafica 2. Factores importantes a la hora de comprar café	37
Grafica 3. Tipo de café que consume actualmente	38
Grafica 4. Marcas de café tostado grano/molido que compra para el consumo	39
Grafica 5. Medio por el que se entera de la marca de café que consume	40
Grafica 6. Preferencia de presentación de café tostado	41
Grafica 7. Cantidad de café que consumen semanalmente	42
Grafica 8. Valor que paga por la compra de una unidad de café 500gr	43
Grafica 9. Canales de distribución en los que compra café	44
Grafica 10. Aceptación de una nueva marca de café	45
Grafica 11. Aceptación de good coffee	45
Grafica 12. Organigrama de GOOD COFFEE	96

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ubicación geográfica del Municipio de Puente Nacional	35
Ilustración 2. Localización geográfica Municipio de Vélez.....	37
Ilustración 3. Localización geográfica del municipio de Barbosa	39
Ilustración 4. Localización geográfica del municipio de Guavatá	41
Ilustración 5. Localización geográfica del municipio de Moniquirá	44
Ilustración 6: Localización geográfica del municipio de Tunja.....	46
Ilustración 7 consumo de café.....	61
Ilustración 8 características del café	62
Ilustración 9 Tipo de establecimiento	63
Ilustración 10 Preferencia de marca.....	65
Ilustración 11 Compra de café.....	66
Ilustración 12 Gramos de café.....	67
Ilustración 13 Precio de café 125 gr	68
Ilustración 14 Precio de café 250 gr.....	69
Ilustración 15 Precio promedio por presentación de café de 500 gr	70
Ilustración 16 Gusto por café de origen	71
Ilustración 17 Tipo de empaque y presentación	72
Ilustración 18 Tipo de empaque y presentación en saco de yute	73
Ilustración 19 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 125 gr	74
Ilustración 20 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 125 gr	75
Ilustración 21 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 500 gr	76

Ilustración 22 Medios publicitario	77
Ilustración 23 Municipio de donde proviene el grano de café.....	89
Ilustración 24 Cultivo de café	89
Ilustración 25. Ubicación geográfica del municipio de Puente Nacional.....	108
Ilustración 26 Punto de Equilibrio.....	159

GLOSARIO

DESPULPADO: Proceso de retirar la cascara del fruto del café para extraer la semilla.

ENVASADO: Proceso donde se envasa un producto para su conservación y transporte

FERMENTACION: Proceso mediante el cual se deja reposar el café despulpado por 12 horas con el fin de obtener un compuesto orgánico y la generación de energía química como resultado y la eliminación del mucilago, dicho proceso debe desarrollarse en un ambiente anaeróbico, es decir en total ausencia de oxígeno.

LAVADO: Retirar con agua el mucilago fermentado del grano por completo.

SECADO: Eliminación de la humedad presente en los granos de café previamente lavado

SELECCIÓN: separación de los granos defectuosos ya que estos granos cambian el sabor del café y le dan una menor calidad.

TOSTADO: Proceso donde se somete la semilla del café a un tratamiento térmico para obtener un producto quebradizo, fácilmente molturable.

TRILLADO: Proceso de selección mecánica y óptica en donde el café pergamino se convierte en café almendra, también es llamado beneficio seco.

VIDA UTIL: Tiempo estimado de la duración de un producto entre su producción y envasado del mismo y el punto en que se pierden sus cualidades fisicoquímicas y organolépticas.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO EN EL MUNICIPIO DE PUENTE NACIONAL-SANTANDER.

AUTOR: ADRIANA CAROLINA SÁNCHEZ MARTÍNEZ Y YOLIMA HERREÑO GALEANO.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, factibilidad, café, origen.

DESCRIPCION: La finalidad de esta investigación es determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de café tostado y molido en el municipio de Puente Nacional – Santander.

La empresa para el procesamiento y comercialización de café tostado y molido GOOD COFFEE será una empresa asociativa, la duración de dicho proyecto será por tiempo indefinido, la gerencia estará a cargo de las autoras, en los aspectos generales se trata las justificaciones, alcances y limitaciones del proyecto y su entorno en general partiendo del departamento de Santander, para ser más exacto de los municipios de Puente Nacional, Barbosa, Guavatá, Vélez, Moniquira y Tunja. En el estudio de mercados se analiza la oferta y la demanda del producto comercializado en presentaciones de 250 gr, 500 gr y 1000 gr, como base para determinar la insatisfacción del mismo y la viabilidad de la empresa a crear, para determinar la demanda de consumidores se tuvo en cuenta datos del DANE, existentes en los municipios para lograr una aproximación a la demanda total.

El estudio técnico permitió determinar la capacidad total diseñada, instalada, utilizada y proyectada de la empresa GOOD COFFEE.

Para nuestro estudio financiero se parte del monto de la inversión inicial, análisis y estudio de ingresos y egresos, capital de trabajo, inversión fija inicial, punto de equilibrio y clasificación de costos, para el primer estado financiero de fuentes y usos y fuentes de fondos se presentan tablas debidamente explicadas para obtener la viabilidad financiera del proyecto.

El análisis y evaluación del proyecto permite reconocer las posibilidades de éxito mediante los diferentes estudios (mercado, técnico, administrativo, financiero), ofrece confianza al proyectista para ejecutarlo.

RESUME

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A PRODUCER AND MARKETER COMPANY OF ROASTED AND GROUND COFFEE IN THE MUNICIPALITY OF PUENTE NACIONAL-SANTANDER.

AUTHOR: ADRIANA CAROLINA SÁNCHEZ MARTÍNEZ AND YOLIMA HERREÑO GALEANO.

KEY WORDS: Entrepreneurship, feasibility, coffee, origin.

DESCRIPTION: The purpose of this research is to determine the feasibility for the creation of a producer and marketer of roasted and ground coffee in the municipality of Puente Nacional - Santander.

The company for the processing and commercialization of roasted and ground coffee GOOD COFFEE will be an associative company, the duration of said project will be indefinite, the management will be in charge of the authors, in the general aspects the justifications, scope and limitations are discussed. of the project and its surroundings in general starting from the department of Santander, to be more exact from the municipalities of Puente Nacional, Barbosa, Guavatá, Vélez, Moniquira and Tunja. In the market study, the supply and demand of the product marketed in presentations of 250 gr, 500 gr and 1000 gr are analyzed, as a basis to determine the dissatisfaction of the same and the viability of the company to be set up, to determine consumer demand. DANE data, existing in the municipalities, was taken into account to achieve an approximation to the total demand.

The technical study allowed to determine the total designed, installed, used and projected capacity of the Good Coffee company.

For our financial study, we start from the amount of the initial investment, analysis and study of income and expenses, working capital, initial fixed investment, breakeven point and cost classification, for the first financial statement of sources and uses and sources of funds. duly explained tables are presented to obtain the financial viability of the project.

The analysis and evaluation of the project allows to recognize the chances of success through the different studies (market, technical, administrative, financial), it offers confidence to the designer to execute it.

INTRODUCCION

El emprendimiento es una contribución al desarrollo económico y social en las comunidades, en este caso la propuesta de emprendimiento es una empresa productora y comercializadora de café tostado y molido de origen Puentano, aportando de esta manera a las cadenas agro-productivas y al mercado regional con la oferta de un producto que tiene valor agregado al innovar con un sabor exótico de origen gracias a la selección de granos de la región.

Para que esta propuesta contenga el valor agregado requerido para las demandas del mercado actual, cuenta con estudios que sustentan la propuesta. Inicialmente se presentan las generalidades de la propuesta y el estudio de mercados que define los requerimientos que debe tener el producto ofertado para los clientes, para definir las principales estrategias de mercado de publicidad, posteriormente se relacionan los estudios técnico y administrativo que delimitan los recursos necesarios para que el negocio sea puesto en operación. Finalmente, la información de los estudios se afianza en el estudio financiero que junto a los conceptos de impacto social y ambiental definen la factibilidad del proyecto, de esta manera esta propuesta se convierte en una herramienta para acercar a la universidad a la economía santandereana, con una propuesta técnicamente elaborada que aporte valor al desarrollo social y económico de la región

1.ANALISIS DEL SECTOR

1.1.DESCRIPCION DEL SECTOR:

La idea emprendedora pertenece al sector secundario (sector industrial) puesto que; su conjunto de actividades implica la transformación de materia prima en productos terminados. Santander siempre se ha caracterizado por ser una de las tierras más pujantes y trabajadoras de Colombia, lo cual se ha visto reflejado en la creación de empresas que hoy no solo son un referente local sino también nacional, e incluso internacional.

Lo anterior se ve reflejado en una noticia de El Tiempo el cual perfila a Santander como epicentro para el desarrollo. Este departamento es la cuarta economía más importante del país, luego de Bogotá, Antioquia y Valle.¹

Por muchos años y para muchos países el café ha sido el motor del desarrollo. En la actualidad aun cuando la diversificación de las exportaciones ha minado la participación del café en la economía de países como México, Colombia y Brasil, solo por citar algunos ejemplos, continúa siendo el producto agrícola más importante y es prácticamente, el mayor generador de riqueza y empleo en las zonas rurales.²

Los mercados internacionales siguen demandando cafés de alta calidad. Un indicador que refleja lo anterior, es que la prima o diferencial reconocido por el café colombiano fue, en promedio, de 26,7 centavos de dólar por libra en el último año.

Colombia, es el mayor productor de café arábico suave lavado, seguirá trabajando por mantener la caficultura joven y productiva y profundizará sus esfuerzos en mejorar la calidad del café, para continuar conquistando nichos de alto valor y por esta vía mejorar la rentabilidad de la actividad cafetera.

¹ SANTANDER SE PERFILA COMO EPICENTRO PARA EL DESARROLLO: [en línea] febrero 2020. Consultado [06 de junio de 2022] Disponible en: <https://www.eltiempo.com/amp/contenido-comercial/santander-se-perfila-como-centro-de-desarrollo-de-colombia-460060>

² MERCADO INTERNACIONAL DEL CAFÉ: “Breve historia del café” [en línea] Julio de 2019. Consultado [15 de noviembre del 2021] Disponible en: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/gchmf/tesis.pdf>

En 2021, los productores colombianos tuvieron una producción de café de 12,6 millones de sacos, mientras que, en el año 2020, año que fue de crisis provocada por la pandemia, el resultado fue de 13,9 millones de sacos. Según la Federación Nacional de Cafeteros, al cierre del 2021 las exportaciones del grano se ubicaron en 12,4 millones de sacos de 60 kilos de café verde, versus los 12,5 millones de sacos exportados en 2020. Las exportaciones en diciembre disminuyeron 10% a 1,2 millones de sacos frente a los 1,3 millones exportados en diciembre de 2021³

Datos de la Federación Nacional de Cafeteros indican que en 2014 se consumieron 1,5 millones de sacos del grano y la proyección, según Sierra, es alcanzar un consumo de 1,8 millones de sacos en 2020.

En estos movimientos del segmento de cafés especiales también están otras compañías que sin ser de gran tamaño le están “poniendo sabor” a este creciente nicho de mercado.

El centro oriente de Colombia concentra 43 de las 1.000 empresas más grandes del país. En otros términos, el 4,3 % de las organizaciones que más ingresos operacionales tuvieron en 2020 están en esa zona, principalmente en los departamentos de Santander y Boyacá.

Por su parte, en el Eje Cafetero convergen 31 compañías de esa lista, lo que equivale al 3,1 % de las organizaciones que más entradas recibieron durante el año anterior. Estas se sitúan en Caldas y Risaralda.

Las empresas más destacadas del eje cafetero:

- Audifarma
- Casa Luker
- Meseta

³ FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS: “Producción de café de Colombia cierra 2021 en 12,6 millones de sacos” [en línea] Enero de 2022. Consultado [06 de junio 2022] Disponible en: <https://federaciondefcafeteros.org/wp/listado-noticias/produccion-de-cafe-de-colombia-cierra-2021-en-126-millones-de-sacos/>

- Mabe⁴

Las denominaciones registradas de café de acuerdo al origen de su producción en Colombia son:

- **Café de Nariño:** Las condiciones geográficas, de suelo, luminosidad y climatológicas de Nariño propician que su café sea uno de los más valorados en Colombia y en otros países. El café de Nariño destaca por su alta acidez con notas dulces; por su suavidad; por tener un cuerpo medio y taza limpia, y por su aroma pronunciado.
- **Café del Cauca:** Es un café catalogado como 100% arábico suave. Su cultivo, recolección y procesado tienen lugar en pequeñas parcelas. El café del Cauca se diferencia del resto de cafés de Colombia en que éste es muy homogéneo debido a las condiciones (geografía, suelo y clima) en las que se cultiva. Es un café con un aroma fuerte y acaramelado, ácido, con algunas notas dulces y florales y de cuerpo medio.⁵
- **Café de la Sierra Nevada:** Abarca el café producido en 33 municipios ubicados en los departamentos de Magdalena, Guajira y Cesar. Caracterizado por tener un perfil de taza limpia y balanceada, con cuerpo medio – alto y uniforme, acidez media, con sabores asimilables al chocolate. En relación a su fragancia y aroma, se logran percibir notas dulces y anueizadas.

Los factores como la alta luminosidad y escasez de lluvias durante el año, conllevan a la caficultura de la Sierra Nevada a plantarse y recolectarse bajo sombrío total. Como recursos que destacan del resto de las regiones, son sus suelos arcillosos bajos en nutrientes.⁶

⁴ LAS EMPRESAS MAS GRANDES DEL EJE CAFETERO [en línea] junio de 2021. Consultado [junio 16 de 2022] Disponible en: <https://www.valoraanalitik.com/2021/06/10/ranking-empresas-mas-grandes-eje-cafetero-centro-oriente-colombia/>

⁵: CAFES COLOMBIANOS CON DENOMINACION DE ORIGEN [en línea] mayo de 2017. Consultado [noviembre 13 2021] Disponible en: <https://colombia.gastronomia.com/noticia/7007/cafes-colombianos-con-denominacion-de-origen>

⁶ CAFÉ DE COLOMBIA: “Tipos, variedades y características” Consultado [12 de noviembre 2021] Disponible en: <https://www.bialarblog.com/cafe-de-colombia-tipos-variedades-caracteristicas/>

- **Café de Huila:** El café de Huila es considerado como café arábico lavado suave con notas dulces y ácidas, de cuerpo medio/alto, con un aroma intenso y sensaciones frutales y acarameladas.
- **Café de Santander:** Por su cultivo y condición de su suelo, el café de Santander es de taza limpia, con cuerpo medio/alto, de acidez media con sabores dulces, frutales y ligeramente cítricos. En lo que respecta a su aroma destaca que es un café dulce y con un toque a hierbas.⁷

El proceso para obtener la protección del “*Café de Santander*” como Denominación de Origen fue iniciado por la Federación Nacional de Cafeteros en 2007 con un exigente proyecto de investigación y caracterización liderado por su Centro de Investigaciones de Café (CENICAFÉ), el Comité de Cafeteros de Santander, el Servicio de Extensión del Departamento y Almacafé.⁸

Santander tiene 75 municipios cafeteros en los que hay alrededor de 32.000 familias productoras en 37.000 fincas. Entre sus cafés más destacados se encuentra Monte Brujas Káva, que se cultiva bajo la sombra de árboles nativos para que las plantas crezcan a una temperatura ideal para explotar los mejores aromas y sabores. El café Los Comuneros, que se cultiva desde 1946, se caracteriza por tener el dulzor de la miel, el caramelo y el chocolate blanco acompañado de una fragancia media intensa.⁹

En la región sur de Santander, provincias Guanentina, Comunera y Vélez, hay cerca de 10 mil productores certificados desde Aratocha hasta Puente Nacional, con sello Rainforest, UTZ, Café Practices, Asociación de Pequeños Productores de Ocamonte y 4C. Algunos de ellos suministran el producto para tiendas a nivel nacional e internacional como Starbucks. De esos miles de productores se puede generar una producción de más de 300 mil cargas, con un potencial casi del ciento por ciento para exportación.¹⁰

⁷ GASTRONOMIA: “Cafés Colombianos con denominación de origen” [en línea] mayo de 2017. Consultado [12 de noviembre 2021] Disponible en: <https://colombia.gastronomia.com/noticia/7007/cafes-colombianos-con-denominacion-de-origen>

⁸ Súper industria protege la denominación de origen a, “café de Santander” consultado [10 de diciembre 2021] Disponible en: <https://www.sic.gov.co/noticias/superindustria-protege-la-denominaci%C3%B3n-de-origen-a-cafe-de-santander>

⁹ REVISTA DINERS: “Guía de las mejores 100 marcas de café colombiano” Consultado [12 de noviembre 2021] Disponible en: https://revistadiners.com.co/gastronomia/72709_por-todo-el-pais-70-marcas-de-cafe-colombiano-que-debe-conocer/

¹⁰ VANGUARDIA: “El sur de Santander produce 300 mil cargas de café especial” [en línea] diciembre de 2019. Consultado [23 de noviembre 2021] Disponible en: <http://vanguardia.com/santander/comunera/xxxx-FF1755160>

En Puente Nacional se pueden encontrar marcas de café como: Café las delicias, Café Macías, Café San Juan, Café Cántano.

1.2.EVOLUCION DEL SECTOR:

El sector cafetero representa un potente motor en la economía del país, al igual que garantiza la estabilidad y paz social.

La relevancia del sector puede valorarse no solo a partir de cifras dicientes en materia de empleo, exportaciones, PIB y valor de la producción (rubros esenciales para el desarrollo social y económico del país), sino por el costo de oportunidad de la caficultura, es decir, lo que el país perdería si desapareciera esta actividad agrícola de creciente valor agregado.

La caficultura representa el 15% del producto interno bruto (PIB) agrícola del país. De esta actividad dependen más de 545 mil familias rurales y genera más de 2,5 millones de empleos directos e indirectos. ¹¹Además del empleo directo, la caficultura ocupa a personas en toda la cadena de valor (comercialización, trilla, transporte, industrialización y ¹²exportación).

El empleo que genera la caficultura es 3,5 veces el empleo creado por los cultivos de arroz, maíz y papa juntos, y cerca de 10 veces el que genera el cultivo de palma africana y caucho juntos. Así, el empleo cafetero es un vigoroso motor y agente para reducir la pobreza, distribuir el ingreso en la población rural y dinamizar la economía.

La menor producción nacional tuvo efectos sobre las exportaciones, que alcanzaron 12,8 millones de sacos, una caída de 1,8% frente a los 13 millones de sacos exportados en el mismo periodo anterior. Parte de la demanda externa tuvo que ser satisfecha recurriendo a inventarios, que disminuyeron 4,6% para cerrar el año cafetero en 1,16 millones.¹³

¹¹ MINAGRICULTURA: "Cosecha cafetera de 2020" [en línea] 16 junio 2021. Consultado [16 de junio 2022] Disponible en: <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Cosecha-cafetera-2020.aspx#:~:text=La%20caficultura%20representa%20el%2015,de%20empleos%20directos%20e%20indirectos>

¹²Impacto de las variaciones de las exportaciones del sector cafetero en el empleo durante los últimos 5 años en Colombia [en línea] 2019. Consultado [23 de noviembre de 2021] Disponible en: <http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1845/3/Trabajo%20de%20Grado%202019%20-%20Maria%20Fernanda%20Sierra.pdf>

1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR:

El mercado internacional del café presenta la particularidad de haber sido regulado, durante más de veinticinco años (de 1962 a 1989), por un acuerdo internacional entre la mayor parte de los países productores y de los países consumidores. Este acuerdo aseguraba el control de la oferta gracias a un sistema de limitación de las exportaciones, lo cual, en un contexto de sobreproducción, permitía mantener los precios del café por encima de un nivel mínimo. En este sentido, constituía un modelo de regulación no competitiva del mercado. El acuerdo se estableció debido a que constituía, en determinado momento, el fruto de un consenso entre los actores involucrados en la producción, la exportación y la transformación del café; aseguraba a los consumidores un abastecimiento suficiente y regular, y brindaba a los productores la garantía de un mercado y de precios remuneradores. Otro factor importante favoreció la firma del acuerdo: en el período de la posguerra, los Estados productores se constituyeron en actores económicos y mantuvieron el control de su sector de exportación. El acuerdo resultó de una cooperación entre los países productores, que habían adoptado políticas económicas homogéneas. El acuerdo se suspendió cuando dejó de existir dicho consenso entre productores y consumidores, y cuando la cooperación entre los países productores se transformó en competencia. Las disfunciones del modelo señalaron sus límites, condenándolo a desaparecer en un contexto general de liberalización de los intercambios. Simultáneamente, los Estados productores dieron inicio a un proceso de privatización de los institutos públicos del café, en el marco de las políticas de ajuste estructural que les fueron impuestas por los organismos financieros internacionales (FMI, Banco Mundial). La existencia de un mercado regulado contribuyó a la configuración de la cadena del café y determinó las respectivas estrategias de sus distintos actores. Los trastornos que experimentó el mercado del café a raíz de la desaparición del acuerdo, provocaron la reorganización de toda la cadena internacional y la modificación de estas estrategias. A partir del control que ejercían sobre el sector de exportación del café, los Estados de los países productores habían centralizado la oferta, desplazando a las grandes comercializadoras internacionales que a principios del siglo organizaban los intercambios y constituían los actores dominantes de la cadena. Después de la suspensión del acuerdo y del retiro de los Estados, los comerciantes tienden a ocupar de nueva cuenta el primer plano del escenario cafetalero. El sector del comercio

internacional se concentra: el desplome de los precios a raíz de la suspensión del sistema de cuotas ha provocado aparatosas quiebras. El mercado a plazo se ha convertido en el centro del establecimiento de los precios internacionales. El polo dominante de la cadena está constituido por los gigantes del sector agro-alimentario, que transforman el café en los países consumidores. El Acuerdo Internacional asignaba cuotas de exportación en función de los volúmenes de café producidos por cada país, lo cual favoreció la sobreproducción y no alentó la búsqueda de calidad. La supresión de las cuotas y el retorno a la regulación por medio de la competencia, ha colocado a la cuestión de la calidad en el centro de la profesión cafetalera. Frente a estos cambios mayores en el mercado internacional y en los países exportadores, las organizaciones de pequeños productores deben encontrar su vía de inserción en el mercado.¹⁴

Resultado de varios años de estudio y de rigurosas pruebas y ensayos en diferentes zonas cafeteras del país, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), por medio de su brazo científico, el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), presentó ante un grupo de más de 300 cafeteros de todo el país la derribadora Brudden DSC-18, que optimiza sustancialmente la recolección del grano.

Este desarrollo tecnológico, un hito en el sector cafetero mundial, es resultado del incansable trabajo de la Federación para reducir costos de recolección por kilogramo de café cereza, requerir menos mano de obra y así mejorar la rentabilidad de los productores. Con base en cálculos preliminares y rigurosas mediciones, incluida la optimización de tiempos, con la derribadora Brudden DSC-18 el caficultor puede recolectar en promedio 50% más café que por el método tradicional de cocos, lo que significará un menor costo por kilogramo de café cereza recolectada. Este incremento varía dependiendo de la habilidad del operador de la máquina. Requerir menos mano de obra, algo clave sobre todo en épocas de escasez, es una gran ventaja de la derribadora para el productor. Al igual que con el uso de lonas en el piso presentadas recientemente, los innovadores métodos de recolección puestos a disposición de los productores por Cenicafé requieren nuevas prácticas y cultura laboral para sacarles el máximo provecho, lo que incluye retención de pases de cosecha y trabajo de los recolectores en equipo, las llamadas "pachas".¹⁵

¹⁴ REGULACION DEL MERCADO INTERNACIONAL DEL CAFÉ: "Una perspectiva histórica" Consultado [noviembre 24 2021] Disponible en: <https://books.openedition.org/cemca/526?lang=es>

¹⁵FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS: "Industria cafetera colombiana" [en línea] 2018. Consultado [noviembre 24 2021] Disponible en: Informe_de_la_Industria_Cafetera_20182.pdf (federaciondefcafeteros.org)

El café ha alargado su territorio como estimulante matutino abandonado y se ha convertido en una bebida para todo el día. Acompaña al conocedor por la mañana, durante la jornada laboral, hasta la noche y, por lo tanto, se convierte en una bebida diaria muy consumida. La selección específica y el disfrute consciente del café se están volviendo cada vez más importantes para muchos compradores. Los entusiastas del café están cada vez más interesados en el entorno que rodea a su café favorito. Son de interés la calidad, el origen y la preparación, pero también las condiciones ambientales y laborales de cultivo y comercialización. El etiquetado correcto y fácil de leer en el empaque de 2021 marca la pauta. La clientela busca información detallada sobre el producto y las condiciones de cultivo, producción, control de calidad y distribución de ingresos entre todas las partes involucradas¹⁶

El café elaborado en frío seguirá siendo un «must have» en 2021. Especialmente en verano, será un refresco maravilloso con las cualidades de la cafeína. La infusión en frío se crea mezclando café en polvo con agua a temperatura ambiente. Cubierto por una película adhesiva, el polvo libera sus ingredientes en el agua durante 12 horas. Filtrada a través de un colador fino, el agua del café forma la base del café helado, que se disfruta, por ejemplo, con una bola de helado.

Otra variante del café preparado en frío es el café nitro. Se trata de café elaborado en frío con nitrógeno añadido. Esto crea una bebida negra suave, cremosa y duradera para los calurosos meses de verano. Por cierto, es similar a los productos de la cervecería Guinness irlandesa, y eso no es una coincidencia. Porque de esta empresa surge la tecnología para agregar un 70 por ciento de nitrógeno al café nitro en lugar de un 30 por ciento de ácido carbónico. Esto crea una bebida gaseosa fina y el café tiene un sabor dulce y cremoso incluso sin azúcar ni leche. La razón de esto es una interacción de las burbujas de nitrógeno con las papilas gustativas

Ya pasó el tiempo en que la pregunta «¿Café o té?» Era una cuestión de cosmovisión y estilo de vida. En una época en la que el lema “todo vale”, ya no existen fronteras entre el café y el té. El té de café, a veces abreviado como CoffTea, es una de las tendencias de café de 2021. Aun relativamente nuevo en Europa, la mezcla de café y té ha sido común en China durante mucho tiempo. Porque la mezcla original proviene de esta

¹⁶ “Las últimas tendencias del café” [en línea] 2021. Consultado [25 de noviembre 2021] Disponible en: <https://www.tangycoffee.com/es/las-ultimas-tendencias-del-cafe-2/>

cultura. Por cada tres partes de café hay siete partes de té con leche chino. Los conocedores dicen que los tés oscuros con su aroma combinan particularmente bien con el carácter del café ¹⁷

En general, los consumidores prefieren preparar su café fresco con algún sistema. El 51% de los hogares cuenta con una cafetera semiautomática para filtrar, mientras que sólo un 18% prefiere consumir café soluble (2019). Por ello, el café tostado en grano es la categoría que concentra el mayor valor del sector. Incluso, ha superado el volumen de ventas de ésta categoría en Estados Unidos. En éste contexto, se ha beneficiado la empresa local de máquinas para preparar café: Tchibo, con más de 700 establecimientos en el país. Por otro lado, las cafeterías son pilar de su cultura: hay más de 28,000 cafeterías en el país .Existen también 2,276 modelos de negocios cuya propuesta de valor es el café, alrededor de este producto giran otros como: comida ligera, pastelería y un ambiente propicio para conversar (2020).

Reino Unido es un actor emergente en la industria del café de especialidad, pues el 80% de sus consumidores, aún prefiere café soluble. En el país, la importación de la variedad robusta de Vietnam para satisfacer esta demanda local, es la más popular. Cerca del 35% del volumen total de café verde proviene de este gigante, seguido por Brasil (27%), Colombia (9%) y Honduras (8%).

En el 2020, las ventas de café soluble y café fresco en el canal de venta al por menor, fueron de 1.4 billones de dólares y cerca de 1.2 millones de dólares respectivamente.¹⁸

La producción del café en base a sus exportaciones con datos obtenidos de la OIC (2019), muestran como Brasil, Vietnam y Colombia son los que ocupan los primeros puestos en producción con 61 700, 29 500 y 14 200 sacos representados por mil sacos de 60 Kg respectivamente, de los cuales se exporta en su mismo orden 11 442, 6 500 y 3 586 sacos; su producción se estructura por las primeras etapas, gracias a las cuales se consolida el tipo de café cultivado y producido, en ella intervienen diferentes aspectos como la tierra, el clima o el nivel de tecnificación en los procesos, estos debido a la experiencia de los caficultores que se va pasando en forma de conocimiento de generación en generación, se ha convertido en un saber milenario. Una de las tendencias

¹⁸ “Tendencias en los principales mercados del café” [en línea] agosto 2021. Consultado [25 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://gestion.pe/economia/mercados/cafe-tendencias-en-los-principales-mercados-de-cafe-noticia/>

es la creación y consolidación de marcas que puedan ser asociadas en la mente de los consumidores con el país productor, en Colombia esto sucede con el personaje de Juan Valdez, quien representa visualmente a los caficultores tradicionales y además bajo ese nombre se cuenta con una red de tiendas físicas, productos en los supermercados, entre otras acciones de mercadeo. Se describen otra tendencia relevante, la denominación de origen en la que se describe el origen del producto, correspondiente a ubicación geográfica, manteniendo estándares de calidad y tradición del producto elaborado; este concepto favorece la protección legal de la imagen del producto y la diferenciación entre los diferentes cafés producidos en el mundo.

Otra de las tendencias que cada vez importa más es la responsabilidad ambiental de los productores, un reto que va encaminado a reducir los impactos causados por su huella de carbono, un concepto que se ha tornado en requisito para entrar a los mercados internacionales; en ese sentido la organización y gestión de la producción, no solo permite garantizar el bienestar de los productores y sus familias, sino que además permite ir unos pasos más allá para generar nuevos tipos de cafés que se denominan como especiales, entre los que se destacan los de tipo orgánico en los que no se usa ninguna clase de sustancias químicas de origen artificial, sean pesticidas o herbicidas. En la producción de café, la diversificación es otra de las tendencias que se destacan a nivel internacional, que “puede ser horizontal, suponiendo cultivos o actividades económicas alternativas, o vertical y suponer la creación de nuevos tipos de productos de café” (ICO, s.f, Sección de Discurso párr. 4). Sin embargo, si algo queda claro después de revisar este tema, es que la figura del productor, sea pequeño, mediano o grande, es la protagonista fundamental en el fortalecimiento del comportamiento estratégico de la producción, pues al incentivar en ellos la formación, actualización y responsabilidad se consigue que mejore el rendimiento general del sector, no solo en cuanto a las ventas sino también a nivel interno, en lo referente al bienestar de los colaboradores.

Las tendencias de consumo van de acuerdo con los movimientos de localidad y respeto que se van extendiendo cada vez más en la producción y en ese sentido ahora los consumidores están más informados, son más críticos y reflexivos, por lo que se nota en ellos un interés internacional que los motiva a probar todo tipo de cafés, apostar por múltiples características y reconocer ante todo el origen de los cafés que beben cotidianamente. Otra de las tendencias valiosas es que ahora el café es una fuerza de integración social, pues debido al crecimiento de las cafeterías temáticas o conceptuales

en cuanto a su carta y diseño, ahora las personas las han convertido en sus lugares de encuentro, recreación e incluso de trabajo porque cada vez más son espacios para compartir y generar ideas, siendo un ejemplo vital de las transformaciones ocurridas en la convivencia y la organización urbana de las ciudades. El fenómeno del café es mundial y se pueden encontrar maravillosas ofertas desde Singapur, pasando por Nueva York hasta llegar a la ciudad de Cúcuta en Colombia.¹⁹

Nos encontramos en una situación de libre mercado; los precios mundiales del café ya no están sostenidos mediante un mecanismo de regulación, sino que se establecen en el mercado de futuros, donde responden cada vez menos a los indicadores del mercado, y cada vez más a los fenómenos de especulación financiera. La evolución tendencial de los precios es alta: Las innovaciones técnicas permiten a los torrefactores realizar ahorros con el café; recurren cada vez más al sistema *just in time*, el cual reduce el volumen de las reservas; el consumo absoluto es estable (Estados Unidos) o decrece (Europa) en los mercados tradicionales. Sin embargo, se están desarrollando nuevos mercados en Asia (Japón) y en Europa del Este.²⁰

1.4. IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Oportunidades de GOOD COFFEE

- La producción mundial de café ha venido mostrando un comportamiento creciente. La región cafetalera que mayormente destaca es América del Sur, ya que cubre una porción de 50.5% del mercado total.
- Impulso al comercio por Internet que incluye subastas electrónicas.
- Creciente aumento de la demanda de café, especialmente del café diferenciado.
- Tendencia alcista de precios.
- Creciente importancia del consumo interno del café de calidad.
- Diversificación del café con otras actividades económicas: forestales, frutales y servicios como el turismo.

¹⁹ “Análisis de las tendencias en la producción y el consumo de café a nivel internacional” [en línea] marzo 2019. Consultado [noviembre 26] Disponible en: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzGmtrQvBLbbwnVGWcDbZpnQKhQf?projector=1&messagePartId=0.1>

²⁰ REGULACION DEL MECADO INTERNACIONAL:” UNA PERSPECTIVA HISTORICA” Consultado [noviembre 26 2021] Disponible en: <https://books.openedition.org/cemca/526?lang=es>

Amenazas de GOOD COFFEE

- Aparecimiento de fenómenos climáticos asociados al calentamiento global del planeta.
- Tendencia bajista de los precios internacionales del café y/o premios del café diferenciado.
- Barreras Técnicas y Sanitarias de acceso al mercado.
- Todos los países productores promueven calidad y buscan nichos de mercado
- Implementación de impuestos.²¹

1.5. MARCO LEGAL

Tabla 1. Marco Legal

NORMA	DESCRIPCIÓN
Ley 76 de 1931	Provee el fomento de la industria cafetera.
Decreto 2078 de 1940	Se dictan medidas relacionadas con la industria del café.
Decreto 444 de 1967	Régimen de cambios internacionales y de comercio exterior.
Ley 11 De 1972	Por la cual se deroga el impuesto a la exportación del café y se dictan otras disposiciones
Ley 9 de 1991	Normas generales sobre cambios internacionales y medidas complementarias -Contribución Cafetera.
Decreto 1173 de 1991	Por el cual se expiden normas sobre regulación de la política cafetera y se dictan otras disposiciones.

²¹ “Oportunidades y desafíos para pequeños productores de café en un marco global de cambio” [en línea] abril de 2018. Consultado [noviembre 27 de 2021] Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/35286368.pdf>

Ley 189 de 1995	Aprueba el "Acuerdo de Creación de la Asociación de Países Productores de Café".
Ley 301 de 1996	Por la cual se crea el Consejo Nacional Agropecuario y Agroindustrial.
Resolución 355 de 2002 - Ministerio de Comercio Exterior	Requisitos relacionados con la Inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de Café.
RESOLUCIÓN NÚMERO 1 DE 2002	Por medio de la cual se modifican los requisitos para la inscripción de trilladoras, de tostadoras de café y de fábricas de café soluble y se dictan otras disposiciones afines.
Ley 863 de 2003	Ley normas tributarias -transferencias cafeteras
Ley 798 de 2003	Por medio de la cual se aprueba el "Convenio Internacional del Café 2001", adoptado el veintiocho (28) de septiembre de dos mil (2000).
Resolución 1023 de 2005	Por la cual se adoptan las guías ambientales como instrumento de autocontrol y autorregulación.
Resolución 50042 de 2014	Por la cual se declara la denominación de origen "Café de Santander"
Resolución número 000376 de 2018	Por la cual se establecen los términos y las condiciones del programa incentivo gubernamental para la equidad cafetera (IGEC)

Ley 1969 de 2019	Por medio de la cual se crea el fondo de estabilización de precios del café.
Registro Sanitario	Expedido por el INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, o su autoridad delegada). “Es el documento expedido por la autoridad sanitaria competente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar; e importar un alimento con destino al consumo humano” El Registro Sanitario tiene una vigencia de 10 años.

Fuente: El autor

1.6. CONTEXTO GEOGRAFICO

Municipio de Puente Nacional Santander

El Municipio de Puente Nacional Santander se encuentra ubicado al sur del Departamento de Santander, pertenece a la provincia de Vélez cuya capital es el Municipio de Vélez. La cabecera municipal está situada a 1625 metros sobre el nivel del mar, tiene una temperatura media de 19 Grados Centígrados, geográficamente el Municipio se localiza sobre la cuenca del río Suarez.

Ilustración 1. Ubicación geográfica del Municipio de Puente Nacional



Fuente: <http://www.puentenacional-santander.gov.co/index.shtml>

Límites del Municipio:

Por el norte con Guavatá y Barbosa, por el oriente con Monquirá y Santa Sofía (Boyacá), por el sur con Saboyá (Boyacá), por el occidente Albania y Jesús María.

Extensión total: 24.839 Ha Km²

Extensión área urbana: 292 Ha Km²

Extensión área rural: 24:547 Ha Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 1625

Temperatura media: 19° C

Distancia de referencia: 218 km de Bucaramanga – 157 Km de Bogotá [1]

Educación

Puente Nacional cuenta con cinco colegios, La Escuela Normal Superior «Antonia Santos», el Instituto Técnico Industrial «Francisco de Paula Santander», el Colegio Técnico «Aurelio Martínez Mutis», el colegio "Delicias" y el colegio "Peña Blanca". Los cinco colegios son hoy en día mixtos y de educación

secundaria, cada uno con una gran población estudiantil, además el municipio cuenta con una gran cantidad de escuelas e instituciones de educación básica primaria.²²

Población:

Puente Nacional tiene una población de 11.539 habitantes según datos del censo 2020-realizado por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) ²³

Tabla 2. Población Puente Nacional

Población de Puente Nacional	11.539
Cabecera	5.729
Centro poblado y rural disperso	5.810

Fuente: DANE 2020

Municipio De Vélez Santander:²⁴

Municipio Colombiano, capital de la provincia homónima, se encuentra ubicado al sur del departamento de Santander, a 231 kilómetros de Bucaramanga (capital del departamento) y aproximadamente a 200 kilómetros de Bogotá. D.C

Vélez es un municipio famoso por su templo atravesado y por fabricar bocadillos elaborados con pulpa de guayaba.

²² ALCALDIA MUNICIPAL DE PUENTE NACIONAL, consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en: <https://http://www.puentenacional-santander.gov.co/>

²³DANE: "Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020. Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3I9qunFA>

²⁴ALCALDIA MUNICIPAL DE VELEZ, consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.velez-santander.gov.co/&ved=2ahUKEwip3aONhef2AhXCRjABHeDgBR4QFnoECAcQAQ&usg=AOvVaw1WMakZnxngo-sSI7q_JrsU

Ilustración 2. Localización geográfica Municipio de Vélez



Fuente: http://www.velez-santander.gov.co/informacion_general.shtml

Límites del municipio

Sur: Chipatá

Norte; Barbosa.

Oriente: Guepsa.

Occidente: Landázuri

Extensión total: 27 134 Km²

Extensión área urbana: 11 097 Km²

Extensión área rural: 16 037 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 2.050 casco urbano

Temperatura media: 17°C° C

Distancia de referencia: 231 kilómetros de Bucaramanga Capital del Departamento

Educación

Vélez cuenta con 10 colegios; instituto agrícola de Alto Jordán, colegio Isabel Valbuena Cifuentes, instituto de educación rural Santa María del camino, instituto educativo Lomalta, institución educativa el Gaital, institución educativa caño bonito, instituto pedagógico de Colombia, instituto Colombo Venezolano, colegio el sagrado corazón de Jesús y el colegio universitario.²⁵

Población.²⁶

Vélez, Santander tiene una población de 18.746 habitantes según datos del censo 2020 DANE, (Departamento Administrativo Nacional de Estadística).²⁷

Tabla 3. Población Vélez Santander

Población de Vélez Santander	18.746
Cabecera	10.320
Centro poblado y rural disperse	8.426

Fuente: DANE 2020

Economía

Vélez es el eje central de la economía de la provincia, es considerado como el principal mercado regional de bovinos equinos, porcinos y productos agrícolas, allí los demás municipios comercializan los productos agrícolas y pecuarios.

El 81% del área se dedica a pasto principalmente al Barichara, imperial y grama, el 9% a la agricultura, el 10% en rastrojo y bosque.

²⁵ DIRECTORIO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN COLOMBIA Consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en: <https://escuelas.com.co/secundaria/municipio/velez>

²⁶ DANE: “Censo general de Vélez Santander” [en línea] septiembre 2015, consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/68861T7T000.PDF

²⁷ DANE: “Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020. Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3l9qunFA>

Municipio De Barbosa Santander:²⁸

El municipio de Barbosa está localizado en el extremo sur del departamento de Santander, en límites con el departamento de Boyacá, en la provincia de Vélez y Ricaurte, sobre la ribera del río Suárez entre las montañas que conforman la cordillera Oriental, a una distancia de la capital del país de 285 Km y de Bucaramanga a 214 Km. Territorialmente posee una ubicación estratégica sobre la vía principal pavimentada nacional N° 45 que comunica a Bogotá con Bucaramanga, por lo que a Barbosa se le conoce como la “Puerta de Oro de Santander”.

La cabecera municipal de Barbosa está localizada sobre la margen izquierda del río Suárez, presenta las siguientes coordenadas a los 05° 55' 57" de latitud Norte y 73° 37' 16" de longitud al Oeste del meridiano de Greenwich. El área total del Municipio es de 46.43 Km², de los cuales corresponden al área rural que se distribuyen entre los 1570 msnm, básicamente en el extremo norte del territorio, sobre el río Suárez, y los 2050 msnm en límites con Vélez y Guepsa.

Ilustración 3. Localización geográfica del municipio de Barbosa



Fuente: http://www.barbosa-santander.gov.co/informacion_general.shtml

²⁸ALCALDIA MUNICIPAL DE BARBOSA SANTANDER consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: http://www.barbosa-santander.gov.co/informacion_general.shtml

Límites del municipio:²⁹

Barbosa limita por el norte, con el municipio de Guepsa; por el sur con el municipio de Puente Nacional, por el oriente con el río Suárez y el municipio de Moniquirá (Boyacá) y por el occidente con los municipios de Vélez y Guavatá. Con Vélez, limita a lo largo de la cuchilla de Santa Rosa, en una longitud de 7.5 kilómetros; hacia el extremo SW, con Guavatá en cerca de medio kilómetro, por el Sur con Puente Nacional a lo largo de la quebrada Semiza, en un trayecto de tres y medio kilómetros, hasta su afluencia con el río Suárez. De allí, con el río Suárez de por medio, limita con el departamento de Boyacá, el cual, a la altura del puente de la Libertad, sobre la vía nacional (Tunja-Bucaramanga), describe un amplio arco con dirección norte.

Educación: Barbosa cuenta con 12 establecimientos educativos; Instituto de educación rural Santa María del camino, instituto Jhon Nevius Andrews, Col Adventista Barbosa, Instituto Andino, Instituto Integrado de Comercio, colegio Trinidad Camacho Pinzón, Col Parroquial San Luis Gonzaga, colegio Evangélico Interamericano, colegio Cooperativo, corporación educativa José Antonio Galán.³⁰

Población:

Barbosa, Santander tiene una población de 29.812 habitantes según datos del censo 2020 (DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística³¹

Tabla 4. Población de Barbosa, Santander

Población de Barbosa	29.812
Cabecera	24.235
Centro poblado y rural disperse	5582

Fuente: DANE 2018

²⁹ ALCALDIA MUNICIPAL DE BARBOSA SANTANDER consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: http://www.barbosa-santander.gov.co/informacion_general.shtml

³⁰ DIRECTORIO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN COLOMBIA consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en: <https://escuelas.com.co/secundaria/municipio/barbosa-santander>

³¹DANE: "Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020. Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3l9qunFA>

Economía.³²

La base empresarial y económica del municipio de Barbosa gira básicamente sobre la microempresa y en menor grado sobre la pequeña empresa, la actividad de alimentos especialmente la relacionada con la de elaboración de confites y bocadillos, que representa el 46.1% de este sector, ocupa el 57% del personal industrial, dado que de 128 puestos de trabajos generados 73 son ofertado por este subsector.

Municipio De Guavatá Santander.³³

Físicamente limita al Norte con la quebrada Manita que lo delimita con el Municipio de Vélez; al Nor-Oriente con la quebrada Sacana que toma en su curso de quebrada Canoas y Ceniza que lo separa de Vélez y Barbosa; al Sur con la cañada de Iroba que desemboca en la quebrada la Sorda; lo separa de Puente Nacional y por el Occidente con el río Ture que lo delimita de Jesús María, Sucre y Bolívar

Ilustración 4. Localización geográfica del municipio de Guavatá



³² MUNICIPIOS DE COLOMBIA: “Barbosa” consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en: <https://www.municipio.com.co/municipio-barbosa-san.html>

³³ GUAVATA consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en: <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/SANTANDER/MUNICIPIOS/GUAVATA/GUAVATA.htm>

Fuente:

<http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/SANTANDER/MUNICIPIOS/GUAVATA/GUAVATA.htm>

Limites:³⁴

Por el oriente limita con los Municipio de Barbosa, Vélez y Puente Nacional. Al norte limita con Vélez Al sur limita con Puente Nacional Por el occidente limita con Jesús María, Sucre y Bolívar.

Extensión total: 56 Km²

Extensión área urbana: 2 Km²

Extensión área rural: 54 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 2000

Temperatura media: 19° C

Distancia de referencia: 242 km de Bucaramanga

Educación: Guavatá cuenta con 3 establecimientos educativos; instituto de educación rural Santa María del camino, institución educativa tres esquinas los patios, instituto Técnico Agropecuario de Guavatá.

Población:

Guavatá, Santander tiene una población de 3.383 habitantes según datos del censo 2018 (DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística³⁵)

Tabla 5. Población de Guavatá, Santander

Población de Guavatá	3.383
Cabecera	710

³⁴GUAVATA consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en:

<http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/SANTANDER/MUNICIPIOS/GUAVATA/GUAVATA.htm>

³⁵DANE: "Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020. Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3l9qunFA>

Centro poblado y rural disperse	2.673
--	-------

Fuente: DANE 2018

Economía:³⁶

La base de la economía de Guavatá más importante está en el proceso agrícola de la guayaba, que se cultiva de manera tecnificada y se procesa la pulpa para producir Bocado. Guavatá está entre los cuatro municipios que más producen este comestible, con un porcentaje superior al 6 por ciento, por debajo del municipio de Vélez. Asimismo, cientos de familias campesinas se sostienen de la agricultura, con productos como el café, el maíz, el plátano, la yuca, la caña panelera, el frijol y algunos frutales. Actualmente, se han implementado programas para la producción de hortalizas y plantas ornamentales como las flores. Este tipo de plantas ha sido muy bien acogido en el departamento que ha empezado a abrir el mercado para la comercialización de flores, rosas y orquídeas. Guavatá es una tierra prospera, eficiente y muy productiva.

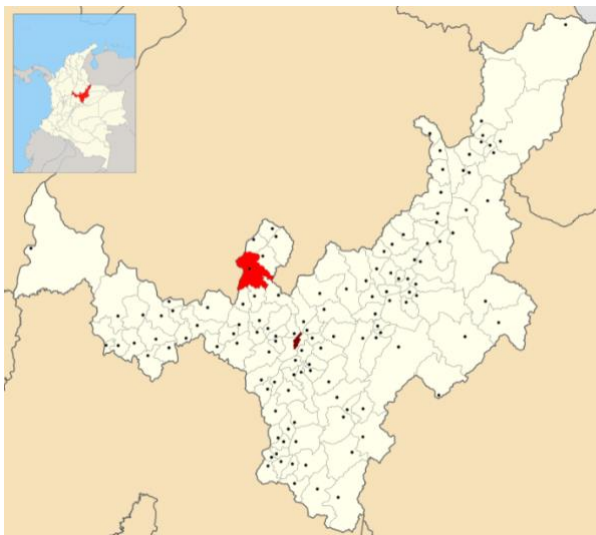
Municipio De Moniquirá, Boyacá:³⁷

Moniquirá, está ubicada en el altiplano boyacense cuya posición hace que sea considerado el eje económico del departamento y dentro de lo que se conoce como la subregión de la cuenca del Río Moniquirá en donde además se encuentran los municipios de Arcabuco, Villa de Leyva, Sáchica y Sutamarchán Comprende de sur a norte y de oriente a occidente, el mayor número de municipios de Boyacá y concentra un alto porcentaje de población. Por su posición es considerado como el eje político, social, económico y cultural del Departamento.

³⁶ ALCALDIA MUNICIPAL DE GUAVATA- SANTANDER consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <http://visitevelez.travel/municipio/datos.php?municipio=guavata>

³⁷ MUNICIPIO DE COLOMBIA: "Moniquira-Boyacá" consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: http://www.moniquira-boyaca.gov.co/informacion_general.shtml

Ilustración 5. Localización geográfica del municipio de Moniquirá



Fuente: http://www.moniquira-boyaca.gov.co/informacion_general.shtml

Limites.³⁸

El municipio de Moniquirá, limita al norte con San José de Pare, por el oriente con Togüi y Arcabuco, por el sur con Gachantivá y Santa Sofía y por el Occidente con el departamento de Santander.

Extensión total: 2 20 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 1.700

Temperatura media: 19° C

Distancia de referencia: 65 de Tunja

Educación: Moniquirá cuenta con 10 establecimientos educativos; col San Miguel Arcángel, gimnasio campestre Santo Eccehomo, liceo campestre mundo mágico, I.E. Antonio Narido ,IE Hernando Gelvez Suárez, I.E Jordán, I.E la laja, I.E Marco Fidel Suárez, I.E san Alberto Magno, I.E Serafin Luengas Chacón. ³⁹

³⁹COLEGIOS COLOMBIANOS: “Municipio Moniquira” consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <http://www.ofecfuturoscientificos.com/colegios-moniquira.html>

Población:

Moniquirá, Boyacá tiene una población de 21.131 habitantes según datos del censo 2018 (DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística)⁴⁰

Tabla 6. Población de Moniquirá

Población de Moniquirá	21.131
Cabecera	10.752
Centro poblado y rural disperse	10.379

Fuente: DANE 2020

Economía.⁴¹

La mayor actividad económica de Moniquirá se fundamenta en la Agricultura, principalmente con cultivos de caña de azúcar, café, y maíz, además de la industria panelera y del bocadillo de las cuales se generan más de 800 empleos directos y más de 1500 empleos indirectos. Por su parte el turismo también se convierte en un importante reglón que aporta a la economía del municipio, pues gracias a su vocación cientos de turistas visitan esta localidad durante los fines de semana, época de vacaciones y de fin de año lo que además le da el título de Portal del Turismo en Boyacá y la convierte en un importante foco de economía para el comercio en general.

Municipio de Tunja, Boyacá

Tunja es un municipio colombiano, capital del departamento de Boyacá, situado sobre la cordillera oriental de los Andes a 115 km al noreste de Bogotá. Es la ciudad capital más alta del país. Tunja fue construida sobre Hunza, la capital de la confederación Muisca - Chibcha el 6 de agosto de 1539. Con su título de ciudad otorgado por la corona española, Tunja llegó a convertirse en un fortín para colonos emigrantes de Castilla, Extremadura y Andalucía, y uno de los mayores centros administrativos, judiciales, políticos y culturales del país. Durante el agitado

⁴⁰DANE: "Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020. Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en <https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3I9qunFA>

⁴¹ MUNICIPIO DE COLOMBIA: "Moniquira-Boyacá" consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: http://www.moniquira-boyaca.gov.co/informacion_general.shtml

periodo de la independencia, se constituyó como capital de las recién creadas Provincias Unidas de la Nueva Granada, el 9 de diciembre de 1811.

Tunja alberga un conjunto monumental protegido en su Centro Histórico y declarado patrimonio de la Nación en 1959. A lo largo de su historia, Tunja ha sido reconocida como un importante centro literario, científico, cultural e histórico y es considerada actualmente como una ciudad Universitaria.

Es la sede de eventos de carácter internacional como el Festival Internacional de la Cultura de Boyacá y del Aguinaldo Boyacense.

Tunja es igualmente una de las ciudades más seguras de Colombia según el informe presentado por el Centro Internacional para la Prevención de la Criminalidad. En cuanto a la economía según el DANE, el desarrollo reciente de infraestructura y de la industria de la construcción han contribuido a un aumento del PIB de 4.0% en 2014.

Ilustración 6: Localización geográfica del municipio de Tunja



Fuente:[https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Colombia_Boyac%C3%A1_location_map_\(%2BIocator_map\).svg](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Colombia_Boyac%C3%A1_location_map_(%2BIocator_map).svg)

Limites Limita por el norte con los municipios de Motavita y Cómbita, al oriente con los municipios de Oicatá, Chivatá, Soracá y Boyacá, por el sur con Ventaquemada y por el occidente con los municipios de Samacá, Cucaita y Sora.⁴²

Extensión total: 121.5 km²

Altitud de la cabecera municipal: Media 28221 m s. n. m.

Temperatura media: 12 ° C

Distancia de referencia: 283 kilometros de Bucaramanga⁴³

Educación: Tunja cuenta con 13 establecimientos educativos; Antonio José Sandoval, Colegio de Boyacá, San Jerónimo Emiliani, Gonzalo Suarez Rendón, gimnasio Gran Colombiano, Inem Carlos Arturo Torres, Julius Sieber, Escuela Normal Superior Leonor Álvarez Pinzón, Libertador Simón Bolívar, Escuela Normal Superior Santiago de Tunja, Gustavo Rojas Pinilla, Rural del Sur, Silvino Rodríguez.⁴⁴

Población

Tunja, Boyacá tiene una población de 206.791 habitantes según datos del censo 2018 (DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística)⁴⁵

Población de Tunja	206.791
Cabecera	198.973
Centro poblado y rural disperse	7818

⁴² CIDEU: “Tunja” [en línea] 2015 consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://www.cideu.org/miembro/tunja/#:~:text=Limita%20por%20el%20norte%20con,de%20Samac%C3%A1%2C%20Cucaita%20y%20Sora.>

⁴³ ALCALDIA MAYOR DE TUNJA consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://www.tunja-boyaca.gov.co/>

⁴⁴ SECRETARIA DE EDUCACION DE TUNJA consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en: <http://www.semtunja.gov.co/colegios.html>

⁴⁵ DANE: “Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020. Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3l9qunFA>

Economía:

Según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2006 – 2007, Tunja es una de las ciudades con mejores ingresos del país (cuarto puesto entre las capitales), sin embargo así mismo es la tercera más cara con un gasto promedio familiar de 1.717.626 pesos colombianos (aproximadamente 900 dólares estadounidenses).⁶¹ Pese a estos datos, el mismo informe destaca una importante inequidad salarial ya que el 70% de la población recibe apenas un tercio de este ingreso, mientras que el 30% restante obtiene el 66% del mismo.

Otro dato estadístico relevante del mismo estudio indica que la ciudad tiene el mayor Índice de Valoración Predial del país durante el periodo 2004-2011 superando al resto de ciudades en un 20%, lo que indica mayores avalúos prediales y rentas municipales, pero así mismo implican incrementos importantes en el valor del suelo y mayores dificultades para el acceso a la vivienda.

La economía de la ciudad se fundamenta en el ofrecimiento de bienes y servicios y en menor medida de producción industrial y de empresas manufactureras. Es sede de estamentos gubernamentales ejecutivos y judiciales, además de ser centro de comercio para Boyacá. Las instituciones educativas como universidades, instituciones técnicas y colegios representan un gran porcentaje del PIB de la ciudad generando una gran cantidad de empleos directos e indirectos⁴⁶

⁴⁶

2.ESTUDIO DE MERCADO

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

2.1.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio

El producto GOOD COFFEE “café de origen” proviene de Puente Nacional Santander, es un café especial por su trazabilidad, esto permite que este café obtenga un sabor único y de características particulares que preserven su identidad, puesto que crece en sitios especiales y son vendidos al consumidor final sin ser mezclados con cafés de otras calidades u orígenes.



“café de origen” puede servirse en infusión con agua o mezclarse con leche o crema. Se le suele añadir azúcar, panela y en ocasiones chocolate o especias como la canela, nuez moscada o carda. Generalmente lo servimos caliente, pero recientemente se han ido extendiendo bebidas congeladas a base de café. También puede ser utilizado en:

- La repostería
- Natillas de café
- Flan de café
- Tarta de crema de café
- Café frío (frappé)
- Café Moka
- Café frío con coco
- Batido de café helado
- Mouse de café

Una taza contiene vitaminas B2 y B5, magnesio, potasio y niacina. Y además, es la mayor fuente de antioxidantes, más que la fruta o los vegetales.

La cafeína es el psicoactivo más consumido del mundo y el activo más importante de esta bebida.

Nada más consumirlo actúa en el cerebro, aumentando sustancias como la dopamina o la norepinefrina y que aceleran la actividad cerebral. Esto, por ejemplo, favorece la concentración, la memoria, el ánimo, los niveles de energía, los tiempos de reacción o la función cognitiva en general.

La cafeína está presente en la mayoría de los suplementos alimenticios que ayudan a adelgazar. Es una de las pocas sustancias naturales que favorece la quema de grasas.

Otra de las ventajas de la cafeína es que aumenta los niveles de adrenalina. Lo que se traduce en que las células grasas descomponen la grasa corporal y la liberan como ácidos grasos libres, lo que usamos como combustible cuando hacemos ejercicio.

Este es uno de los principales motivos que explica por qué los deportistas toman café antes de competir.

Otro de sus principales beneficios es que repercute directamente sobre la prevención de enfermedades y patologías.

El café ofrece protección contra las siguientes enfermedades:

- Enfermedad del Parkinson
- Diabetes tipo 2
- Depresión
- Enfermedad hepática, incluido el cáncer de hígado.

- Ataque al corazón y accidente cerebrovascular.⁴⁷

Características organolépticas

GOOD COFFEE al no contener residuos de plaguicidas, combustibles, mohos, humos y micotoxinas, en particular Ochratoxina A, no origina defectos en el grano y en la bebida, por lo tanto, no se ve afectado el aroma, el sabor, acidez ni el dulzor de este tipo de café.

Es un café de buena calidad, presenta balance en sus características sensoriales, no tiene presentes ni sabores ni aromas extraños que denoten un deterioro del producto o una contaminación.

Vida útil:

Tomando solo en cuenta el grano de café, físicamente no caduca así que puede tener una vida útil muy prolongada, sobre todo si es almacenado de manera adecuada. Después de mucho tiempo se puede consumir. Sin embargo, la intensidad de las propiedades organolépticas del café baja con el tiempo.

Para la preparación, el café ocupa algunos días de reposo para que se puedan extraer todos los compuestos saborizantes de manera uniforme. El reposo del café puede extenderse de unos 4 a 12 días. No es recomendado preparar el café directamente después que fue tostado, es por esto que actualmente se escribe en el empaque la fecha de tueste más no cuanto es su vida útil.⁴⁸

Conservación:

El producto debe mantenerse en un lugar fresco y seco, alejado de fuentes de ignición, calor y luz solar directa.

⁴⁷ NUTRICION Y COMIDA SALUDABLE [en línea] marzo 19, 2022. Consultado [20 de junio de 2022] Disponible en: <https://www.mayoclinic.org/es-es/healthy-lifestyle/nutrition-and-healthy-eating/expert-answers/coffee-and-health/faq-20058339>

⁴⁸ FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS: "Resolución 1 de 1999" [en línea] enero 19 1999. Consultado [27 de enero de 2022] Disponible en: <https://federaciondefeteros.org/static/files/RESOLUCI%C3%93N1DE1999.pdf>

Especificaciones de empaque:

Empaque biodegradable a base de sacos de yute, con el objetivo de mitigar el impacto negativo al medio ambiente, color natural. En su interior cuenta con una lámina elaborada a base de papel aluminio, polietileno y otros mullidos que permiten mantener protegido al café del oxígeno, la humedad y la luz. La presentación y empaque del café de origen será en presentación de 125 gr.

Presentación:

Tabla 7. Presentaciones de GOOD COFFEE

Presentación
125 Gramos

Fuente: el autor

2.1.2. Atributos diferenciadores

GOOD COFFEE se diferencia frente a los demás cafés que se comercializan en la región por ser un “café de origen”, puesto que es la única empresa presente en la región con esta característica.

- Este café es obtenido a partir de granos de arábica especialmente seleccionados.
- Origen de los granos de café
- El contexto ambiental, la altura y las condiciones del suelo aportan identidad y cualidades organolépticas únicas de Puente Nacional Santander.
- Recibe 80 puntos o más en escala de 100 por parte de catadores certificados.
- Se cuida la calidad en el cultivo, cosecha, selección, procesamiento, almacenaje, tostado, molido y extracción.
- Cumple con unos valores éticos y medioambientales
- El empaque es original y detalla su origen, tipo de semilla y fecha del tueste.
- El tueste medio también es un diferenciador ya que al trabajar con granos de calidad los tuestes no son tan largos y se obtiene un sabor uniforme.

2.2 SEGMENTO DE MERCADO

Mercado objetivo: Puente Nacional: 11539. Guavatá :3383. Vélez: 18.746. Barbosa: 29.817. Monquirá: 21.131. Tunja 206,791 para un total de 74.689 hogares de los estratos 1, 2,3 y 4.⁴⁹

HOGARES		
ESTRATOS	Nº HOGARES	PORCENTAJE
1	12118	16%
2	25165	34%
3	27811	37%
4	9595	13%
TOTAL HOGARES	74.689	100%

Fuente: DANE Departamento Administrativo Nacional de Estadística 2020

2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

Necesidades de información.

La investigación requiere medir variables de mercado.

⁴⁹ DANE: "Información para todos" [en línea] marzo de 2022. Consultado [27 de marzo de 2022] Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php>

- Comportamientos, hábitos y costumbres de las personas frente al consumo de café tostado y molido en los municipios de mercado objetivo.
- Necesidades gustos y preferencias de las personas para comprar café de origen.
- Nivel de aceptación y actitud de compra frente al consumo de café de origen.
- La oferta mediante la obtención de información que permita determinar las fortalezas y debilidades de los oferentes y así evaluar su nivel de competitividad con respecto a la comercialización de este producto.
- El perfil del cliente por medio del cruce de variables sobre la información recolectada para ofrecerle el producto y el servicio más adecuado a sus necesidades.
- El precio del producto haciendo un análisis sobre los sistemas de fijación de precios existentes en el mercado con el fin de ofrecer un precio altamente competitivo y conveniente para el cliente.
- El canal de distribución más adecuado para el producto mediante una selección creativa e innovadora sobre los canales actuales empleados en la comercialización de esta clase de productos.
- El comportamiento de la plaza evaluando históricamente sus tendencias sobre la producción y comercialización de café de origen para identificar las diferentes tendencias del mercado.
- La mejor estrategia de publicidad a través del análisis sobre la respuesta emocional del cliente a los estímulos del entorno con el fin de ofrecerle una publicidad acertada que logre posicionar en su el producto.

2.3.2 Tipo de estudio.

Exploratoria: Su objetivo es examinar un problema o situación para proporcionar conocimiento.

Se selecciona este tipo de estudio de mercado porque: El investigador tiene mucha flexibilidad y puede adaptarse a los cambios a medida que avanza la investigación, por lo general es de bajo costo, ayuda a sentar las bases de una investigación, permite al investigador comprender en una fase temprana si el tema merece la pena invertir el tiempo y los recursos y puede ayudar a otros investigadores a descubrir las posibles causas del problema que pueden ser estudiadas a detalle para averiguar cuál de ellas es la causa más probable del problema.

Descriptiva: permite saber con detalle todo acerca del proceso y mundo en la producción de “café de origen”, saber las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades que pueden presentarse y así evitar todos los inconvenientes posibles.

También se selecciona este tipo de estudio ya que: es eficaz para analizar temas y cuestiones no cuantificados, permite observar el fenómeno en un entorno natural y sin cambios, permite integrar métodos cualitativos y cuantitativos de recogida de datos y requiere de menos tiempo que los experimentos cuantitativos.

2.3.3 Enfoque.

Para este tipo de investigación se selecciona el enfoque mixto: este enfoque combina los enfoques cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio, la recolección y el análisis de los datos combinan los datos estandarizados e interpretativos, estos resultados deben generalizarse y dar lugar a nuevas hipótesis o al desarrollo de nuevas teorías.

La razón por la que se elige este enfoque es porque se estudia más a fondo una situación en particular porque los instrumentos cualitativos y cuantitativos al trabajar juntos arrojan información que permite comprender una realidad para su transformación, el aspecto cuantitativo de la investigación permite justificar la necesidad y el cualitativo proporciona las bases para darle contenido.

2.3.4 Fuentes de información.

Primarias: Como fuente primaria se tiene las encuestas que van dirigidas a los hogares de estratos 1, 2, 3, 4, de los municipios de puente nacional, Guavatá, Vélez, Barbosa, Moniquirá, y Tunja. Con los cuales se logra entender el comportamiento, hábitos y costumbres, necesidades, gustos y preferencias, nivel de aceptación y actitud de compra.

Secundarias: Se realiza una investigación en fuentes confiables como lo son el DANE, Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, planeación de los diferentes municipios, Electrificadora de Santander, Comités Departamentales de Cafeteros de Colombia, Cámara de

Comercio, proyectos de grado de la Universidad Industrial de Santander entre otras con el fin de recolectar información y analizar el sector al que se dirige GOOD COFFEE.

2.3.5 Técnicas de investigación.

Encuesta realizada de forma aleatoria a los hogares de los estratos 1, 2, 3, y 4 de Puente Nacional, Guavatá, Vélez, Barbosa, Moniquirá y Tunja.

2.3.6 Instrumento para la recolección de información.

Cuestionario estructurado para la recolección de datos, con interrogantes relacionadas con el objetivo de la investigación.

2.3.7 Modo de aplicación.

Directa.

2.3.8 Cálculo de la muestra

Aleatorio simple aplicando la siguiente expresión matemática:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{(N - 1)e^2 + z^2 * p * q}$$

Donde:

N: Población: 74,689 hogares de los estratos 1, 2, 3 y 4 de Puente Nacional, Guavatá, Vélez, Barbosa, Moniquirá y Tunja

Z: Nivel de confiabilidad: 95%: 0.95

e: error estimado: 8%: 0,08

p: probabilidad éxito: 50%:0,5

q: probabilidad no éxito: 50%:0,5

n: número de muestra (encuestas)

Reemplazando valores:

$$n = \frac{1.96^2 * 74,689 * 0,5 * 0,5}{(74,689 - 1)(0,08)^2 + 1.96^2 * 0,5 * 0,5}$$

n = 150

Tabla 8 Estratificación Puente Nacional

PUENTE NACIONAL		
ESTRATO	N°. DE HOGARES	PORCENTAJE
1	2270	80%
2	1396	14%
3	839	5%
4	221	1%
TOTAL	4726	100%

Tabla 9 Estratificación Guavatá

GUAVATA		
ESTRATO	N°. DE HOGARES	PORCENTAJE
1	668	78%
2	140	17%

3	30	4%
4	7	1%
TOTAL	845	100%

Tabla 10 Estratificación Vélez

VELEZ		
ESTRATO	N°. DE HOGARES	PORCENTAJE
1	2106	45%
2	1269	27%
3	1010	21%
4	301	7%
TOTAL	4686	100%

Tabla 11 Estratificación Barbosa

BARBOSA		
ESTRATO	N°. DE HOGARES	PORCENTAJE
1	1395	19%
2	2053	28%
3	2930	39%
4	1075	14%
TOTAL	7453	100%

Tabla 12 Estratificación Monquirá

MONIQUIRA		
ESTRATO	N°. DE HOGARES	PORCENTAJE
1	2594	49%
2	1527	29%
3	820	16%
4	341	6%
TOTAL	5282	100%

Tabla 13 Estratificación Tunja

TUNJA		
ESTRATO	N°. DE HOGARES	PORCENTAJE
1	3085	6%
2	18780	36%
3	22182	43%
4	7650	15%
TOTAL	51697	100% ⁵⁰

2.3.9 Alcance.

La muestra se aplicará a una proporción de los hogares de los estratos 1, 2, 3, 4, de los municipios de Puente Nacional, Barbosa, Vélez, Guavatá, Monquirá y Tunja.

⁵⁰Sistema único de información de servicios públicos domiciliarios consultado [26 noviembre de 2021] Disponible en: http://reportes.sui.gov.co/fabricaReportes/frameSet.jsp?idreporte=ele_com_096

2.3.10 Tiempo de aplicación.

La encuesta se aplicó durante los meses; abril, mayo y junio del 2022 a los hogares de estratos 1, 2, 3, 4, de los municipios de Puente Nacional, Guavatá, Vélez, Barbosa, Moniquirá y Tunja.

2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la prueba piloto.

Se realizaron 150 encuestas a los hogares de estratos 1, 2, 3, 4, de los siguientes municipios Puente Nacional, Guavatá, Vélez, Barbosa, Moniquirá, Tunja.

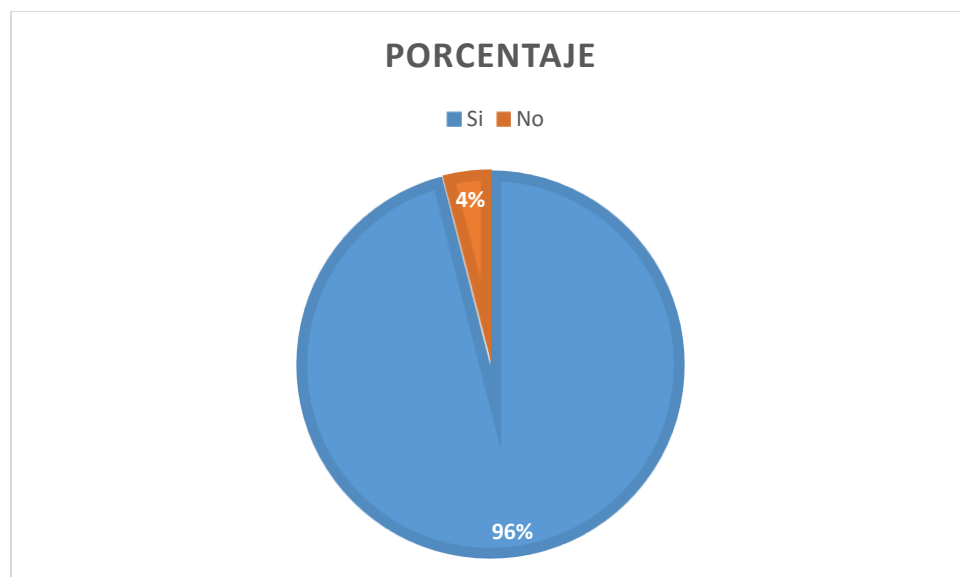
1. ¿Acostumbra a comprar café para el hogar?

Tabla 14 compra de café

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	144	96%
No	6	4%
Total	150	100%

Fuente: los autores

Grafica. Hábito de compra



Fuente los autores

Análisis No. 1: El 99% de los hogares de estrato 1, 2, 3, 4, encuestados acostumbran a comprar café para su hogar, mientras que un 1% manifiesta que no lo hace. Con la información recolectada se logra estimar la demanda de consumo de café. Lo cual es favorable para crear una nueva empresa. La cual puede ser suplida por la empresa que se desea crear, teniendo en cuenta las cualidades que desea está población para el producto.

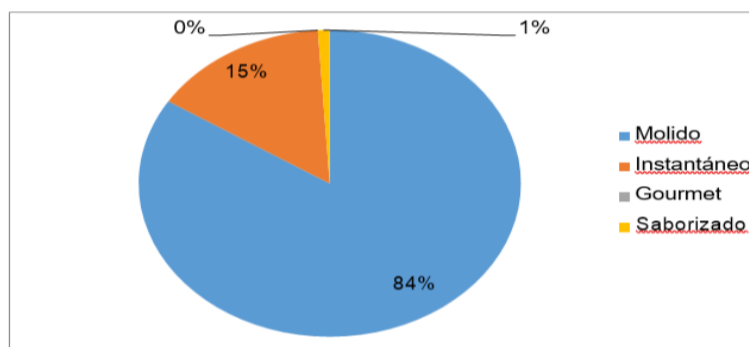
2. ¿Qué tipo de café consume?

Tabla 15 consumo de café

Tipo de café	Frecuencia	Porcentaje
Molido	126	84%
Instantáneo	23	15%
Gourmet	0	0%
Saborizado	1	1%
TOTAL	150	100

Fuente: los autores

Ilustración 7 consumo de café



Fuente: las autoras

Análisis No. 2 Según los resultados obtenidos del tipo de café que tiene mayor consumo por la población del mercado objetivo, nos arroja que un 84% de esta población tiene preferencia por el café molido, un 15% consume café instantáneo y un 1% saborizado, los datos obtenidos son de gran importancia ya que este porcentaje representa que el producto al cual le apunta la nueva empresa es de gran preferencia y consumo por los habitantes de los municipios de Puente Nacional, Guavatá, Vélez, Barbosa, Monquirá, Tunja, de esta manera se deduce que este producto tiene una gran demanda.

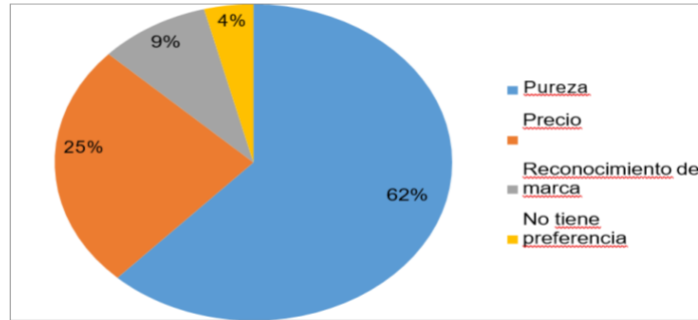
3. ¿Cuál de las siguientes características tiene en cuenta al momento de comprar café?

Tabla 16 características del café

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Pureza	93	62%
Precio	38	25%
Reconocimiento de marca	13	9%
No tiene preferencia	6	4%
Total	150	100%

Fuente: las autoras

Ilustración 8 características del café



Fuente: las autoras

Análisis No. 3: Del 100% de los hogares encuestados se obtuvieron los siguientes resultados un 62% tiene como preferencia la pureza, siendo este aspecto el que se busca resaltar en la nueva empresa ya que el café que se va a procesar va a tener como prioridad esta característica, el 25% tiene como preferencia el precio, el 9% tiene en cuenta el reconocimiento de la marca y un 4% no tiene ninguna preferencia a la hora de adquirir café. Estos resultados le aportan al proyecto las características a tener en cuenta a la hora de la producción del café tostado y molido como producto principal de la nueva empresa.

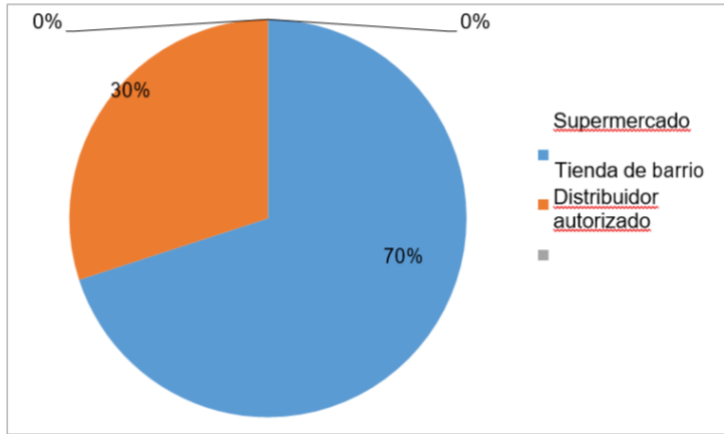
4. ¿Normalmente cuando usted compra café tostado molido, en que establecimiento lo hace?

Tabla 17 Tipo de establecimiento

Tipo de establecimiento	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	105	70%
Tienda de barrio	45	30%
Distribuidor autorizado	0	0%
Tiendas de café	0	0%
Total	150	100%

Fuente: las autoras

Ilustración 9 Tipo de establecimiento



Análisis No. 4: Del 100% de los hogares encuestados se obtuvieron los siguientes resultados un 70% elige como lugar de compra los supermercados, el 30% elige como lugar de compra las tiendas de barrio.

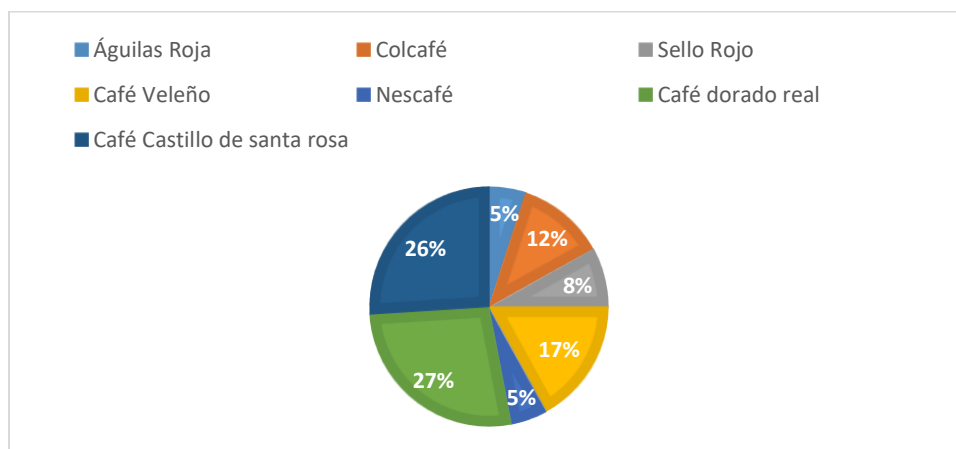
5. ¿Cuál es la marca de café de su preferencia?

Tabla 18 Preferencia de marca

Marca	Frecuencia	Porcentaje
Águilas Roja	8	5%
Colcafé	18	12%
Sello Rojo	12	8%
Café Veleño	25	17%
Nescafé	8	5%
Café dorado real	40	27%
Café Castillo de santa rosa	39	26%
Total	150	100%

Fuente: las autoras

Ilustración 10 Preferencia de marca



Fuente: las autoras

Análisis No. 5: Del 100% de los hogares encuestados se obtuvieron los siguientes resultados un 27% tiene como preferencia la marca café Dorado Real, el 26% tiene como preferencia la marca café castillo Santa Rosa, el 12% prefieren la marca Colcafé, un 8% tiene en cuenta la marca Sello Rojo, un 17% consume cafés Comuneros, un 5% prefieren Nescafé y un 5% Águila Roja. Estos datos nos permiten conocer cuáles son las marcas que se consumen actualmente en los municipios de Puente Nacional, Guavatá, Vélez, Barbosa, Moniquirá, Tunja, de igual manera nos permite apreciar que el mayor consumo se da hacia las marcas de la región, aspecto muy importante ya que prefieren y apoyan las marcas de café de la región.

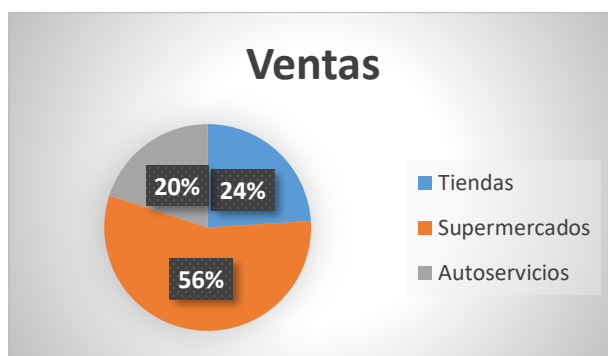
6. ¿En qué sitio acostumbra a comprar café?

Tabla 19 sitios en los que habitualmente compra café

Preguntas	Respuestas	Porcentaje
Tiendas	36	24%
Supermercados	84	56%
Autoservicios	30	20%
Total	150	100%

Fuente: los autores

Ilustración 11 Compra de café



Fuente las autoras

Análisis No. 6: De los hogares encuestados de estratos 1, 2, 3, 4, un 56% acostumbra a comprar café en supermercados, un 24% compran en tiendas y un 20% en autoservicio.

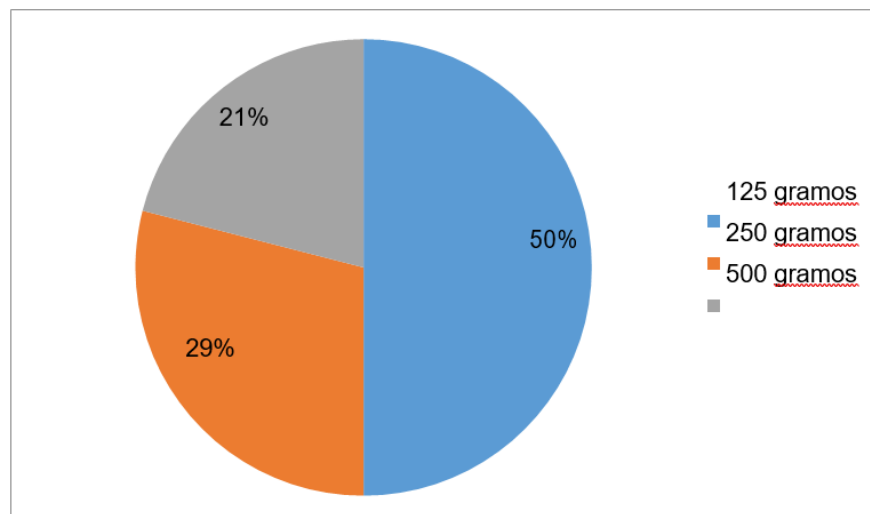
7. ¿Cuántos gramos de café adquiere cada vez que compra?

Tabla 20 Gramos de café

Cantidad de	Frecuencia	Porcentaje	Ponderado
125 gramos	75	50%	$125 \cdot 75 = 9375$
250 gramos	44	29%	$250 \cdot 44 = 11000$
500 gramos	31	21%	$500 \cdot 31 = 15.500$
Total	150	100%	$35875/150 = 239$

Fuente las autoras

Ilustración 12 Gramos de café



Fuente las autoras

Análisis No. 7: Del 100% de los hogares encuestados un 50% compran 125 gramos, un 29% compra 250 gramos y 21% compran 500 gramos, y en promedio compran 240 gramos. Estos datos demuestran que cantidad es la que se consume por parte de la población de los municipios de Puente Nacional, Guavatá, Vélez, Barbosa, Moniquirá, Tunja, y le sirve al proyecto para conocer la cantidad demandada para así entrar a competir.

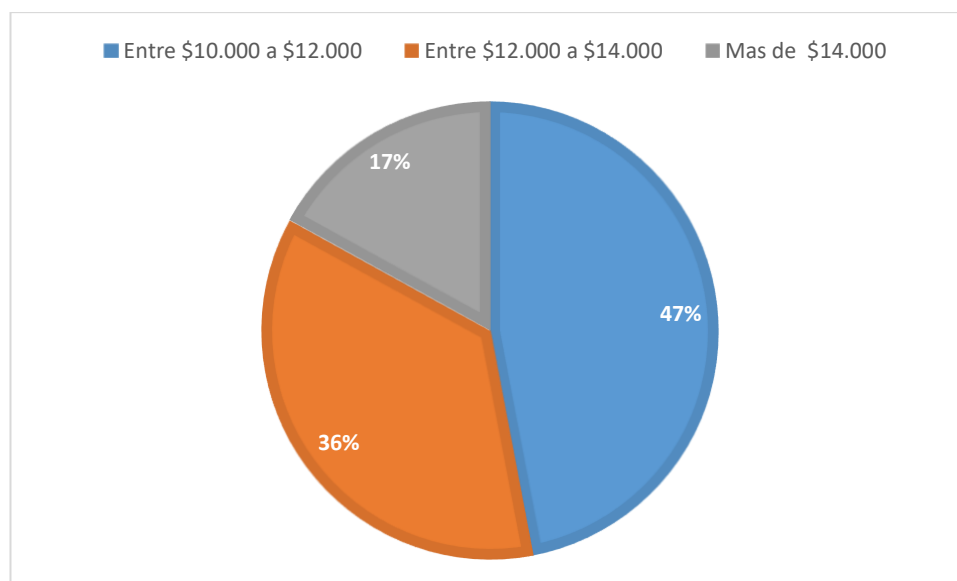
8. ¿Cuál es el precio promedio que ha pagado por presentación de café especial de 125 gr?

Tabla 21 Precio promedio por presentación de café de 125 gr

Preguntas	Marca de clase	Frecuencia	Porcentaje	Promedio ponderado
Entre \$10.000 a \$12.000	11,000	70	47%	\$ 5.170
Entre \$12.000 a \$14.000	13.000	54	36%	\$ 4.680
Mas de \$14.000	15.000	26	17%	\$ 2.550
Total		150	100%	\$ 12,400

Fuente las autoras

Ilustración 13 Precio de café 125 gr



Fuentes las autoras

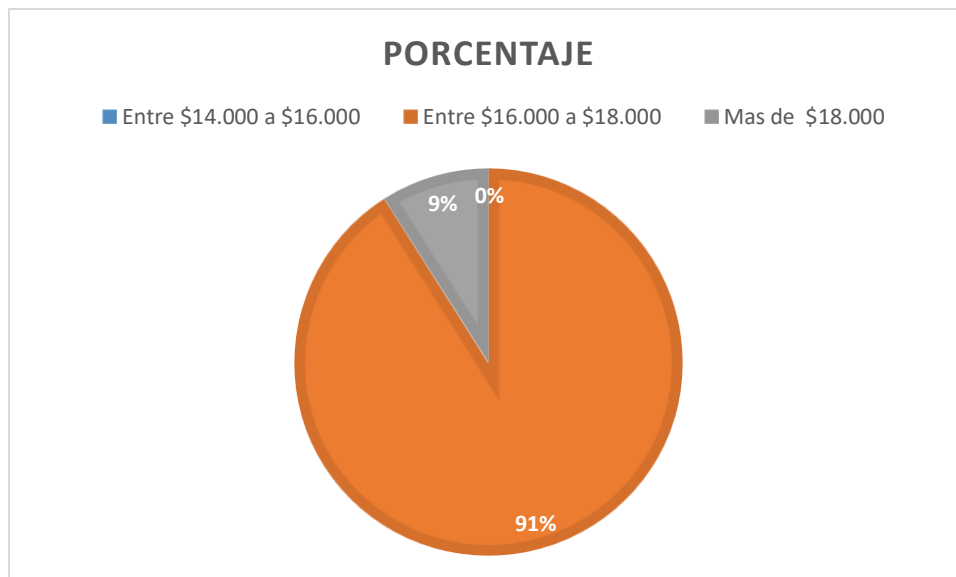
Análisis: Del 100% de los hogares encuestados de los estratos 1, 2, 3 y 4 responden que un 47% pagan promedio de \$10.000 a 12.000 por presentación de café de 125 gramos, un 36% responden que pagan en promedio \$12.000 a 14.000 por presentación de 125 gramos, un 17% pagan de más de \$14.000 por presentación de 125 gramos.

Tabla 22 Precio promedio por presentación de café especial de 250 gr

Preguntas	Marca de clase	Frecuencia	Porcentaje	Promedio ponderado
Entre \$14.000 a \$16.000	15.000	0	0%	0.0
Entre \$16.000 a \$18.000	17.000	137	91%	\$ 15.470
Mas de \$18.000	19.000	13	9%	\$ 1.710
Total		150	100%	\$ 17.180

Fuente las autoras

Ilustración 14 Precio de café 250 gr



Fuente las autoras

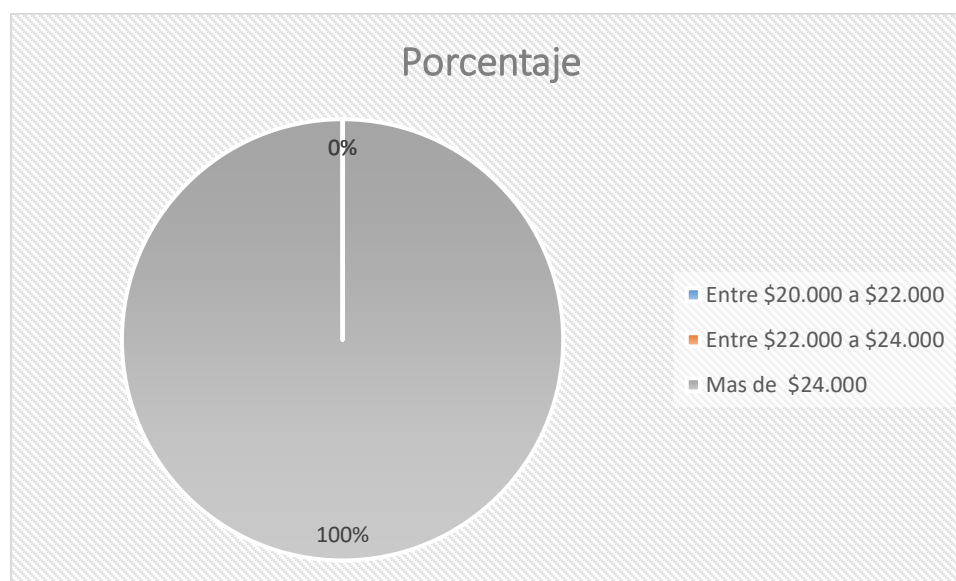
Análisis: De acuerdo con la gráfica el 91% de los hogares de los estratos 1, 2, 3 y 4 el pago promedio de compra de café de 250 gr es entre 16.000 a 18.000 pesos y el 9% paga en promedio más de 18.000 pesos por presentación de 250 gr de café, lo que significa que los hogares pagarían un promedio de \$17.180 pesos por presentación de 250 gr de café especial.

Tabla 23 Precio promedio por presentación de café de 500 gr

Preguntas	Marca de clase	Frecuencia	Porcentaje	Promedio ponderado
Entre \$20.000 a \$22.000	21.000	0	0%	\$ 0.0
Entre \$22.000 a \$24.000	23.000	0	0%	\$ 0.0
Mas de \$24.000	25.000	150	100%	\$ 25.000
Total		150	100%	\$ 25.000

Fuente las autoras

Ilustración 15 Precio promedio por presentación de café de 500 gr



Fuente las autoras

Análisis: De acuerdo con la gráfica el 100% de los hogares de los estratos 1, 2, 3 y 4 el pago promedio de compra de café en presentación de 500 gr es mayor de 24.000 pesos, lo que significa que los hogares pagarían un promedio de \$25.000 pesos por presentación de café de 500 gr.

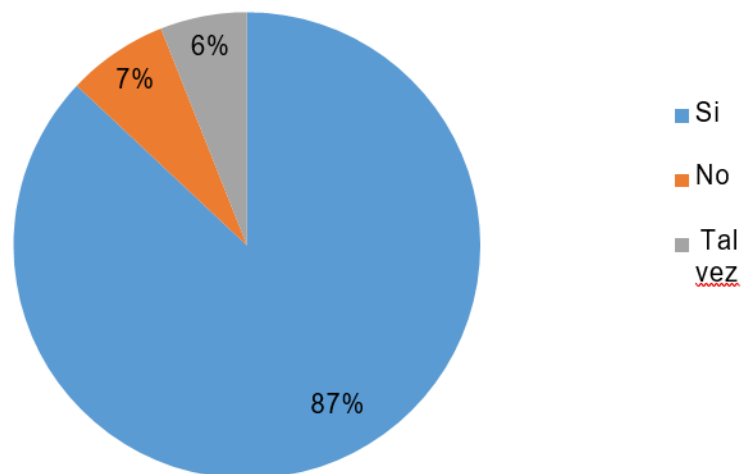
9. ¿Le gustaría consumir un café 100% orgánico y de origen del municipio de puente nacional?

Tabla 24 Gusto por café de origen

café de origen	Cantidad	Porcentaje
Si	130	87%
No	11	7%
Tal vez	9	6%
Total	150	100%

Fuente las autoras

Ilustración 16 Gusto por café de origen



Fuente las autoras

Análisis No. 9: Del 100% de los encuestados un 87% estarían dispuestos a consumir café de origen lo que quiere decir que están dispuestos a cambiar su marca preferida por el nuevo producto procesado en la nueva empresa, un 7% responde no y un 6% un tal vez. La pregunta busca analizar qué tanta aceptación tendrá el nuevo producto entre los consumidores de café tostado y molido en el municipio de puente nacional, Guavatá, Vélez, Barbosa, Tunja y Moniquirá.

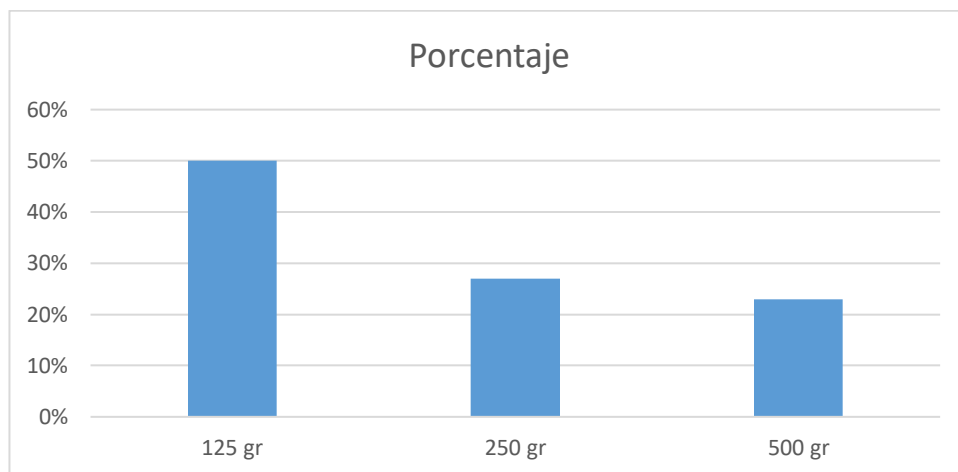
10. ¿Cuál tipo de empaque y presentación le gustaría que tuviera este nuevo producto?

Tabla 25 Tipo de empaque y presentación

Presentación	Cantidad	Porcentaje
125 gr	75	50%
250 gr	41	27%
500 gr	34	23%
Total	150	100%

Fuente las autoras

Ilustración 17 Tipo de empaque y presentación



Fuente las autoras

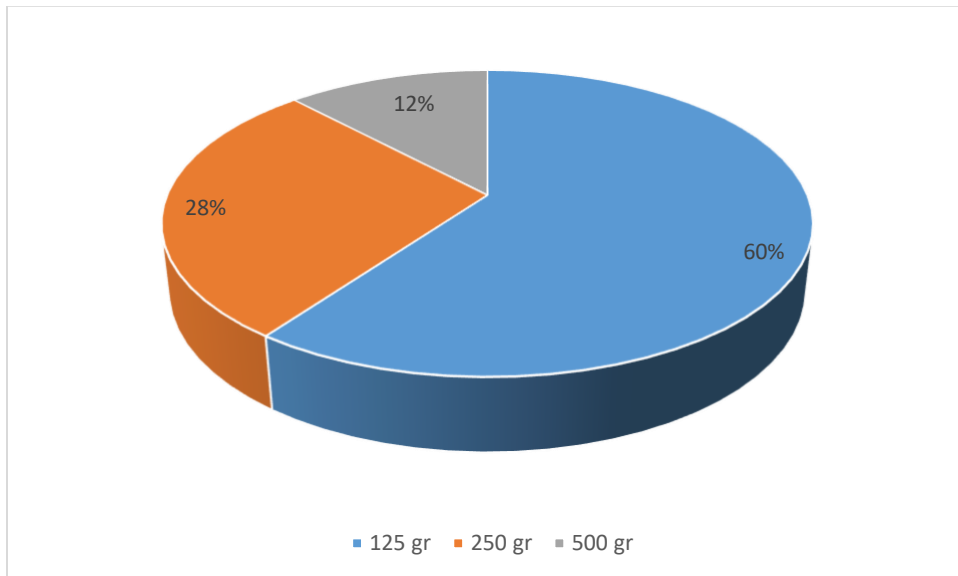
Análisis No 10: De acuerdo con la gráfica el 50% de los hogares encuestados de estratos 1, 2, 3, y 4 les gustaría que el empaque y presentación fuera en 125 gr.

Tabla 26 Tipo de empaque y presentación en saco de yute

Presentación	Frecuencia	Porcentaje %
125 gr	90	60%
250 gr	42	28%
500 gr	18	12%
Total	150	100%

Fuente las autoras

Ilustración 18 Tipo de empaque y presentación en saco de yute



Fuente las autoras

Análisis: De acuerdo con la gráfica el 60% de los hogares de los estratos 1, 2, 3 y 4 les gustaría que el empaque fuera en saco de yute de 125 gr.

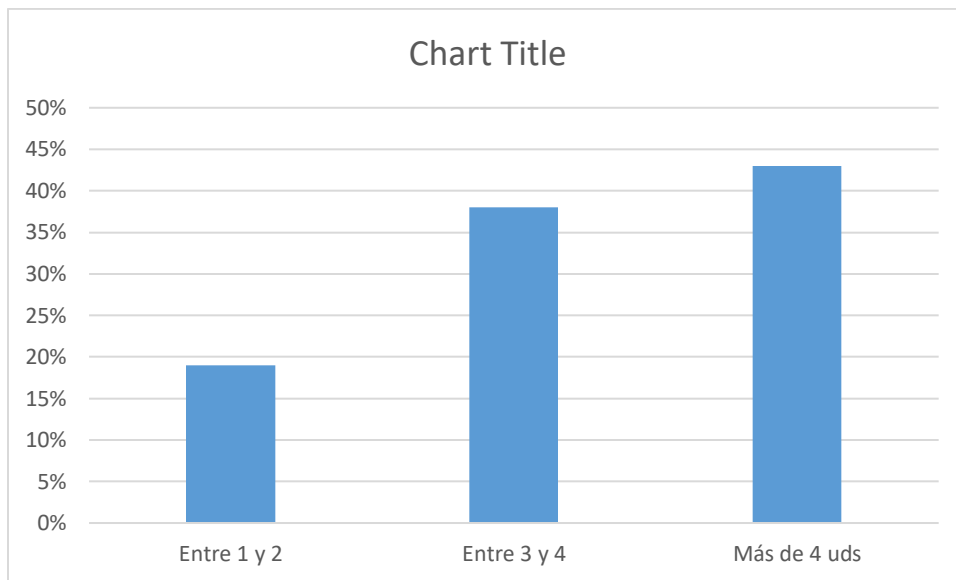
11. ¿Cuántas unidades estaría dispuesto a comprar al mes según su presentación y empaque?

Tabla 27 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 125 gr

Preguntas	Respuestas	Porcentaje %	media	Promedio ponderado
Entre 1 y 2	14	19%	1.5	0.3
Entre 3 y 4	29	38%	3.5	1.3
Más de 4 uds	32	43%	4	1.7
Total	75	100%		3.3

Fuente: las autoras

Ilustración 19 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 125 gr



Fuente las autoras

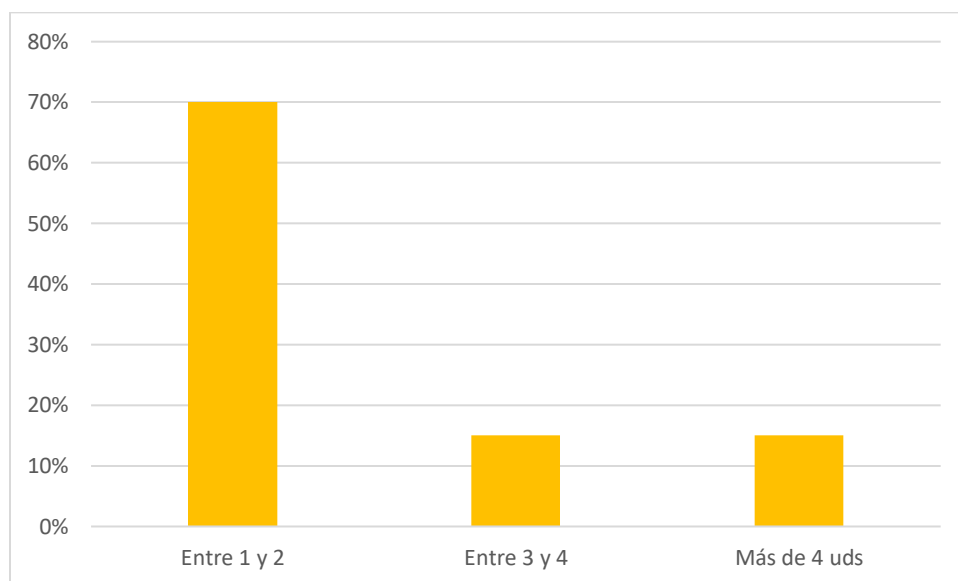
Análisis: según la gráfica el 43% de los hogares de los estratos 1, 2, 3 y 4 estarían dispuestos a comprar más de 4 unidades de café en presentación de 125 gr al mes.

Tabla 28 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 250 gr

Preguntas	Respuestas	Porcentaje %	media	Promedio ponderado
Entre 1 y 2	28	70%	1.5	1.0
Entre 3 y 4	6	15%	3.5	0.5
Más de 4 uds	6	15%	4	0.6
Total	40	100%		2.1

Fuente las autoras

Ilustración 20 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 250 gr



Fuente las autoras

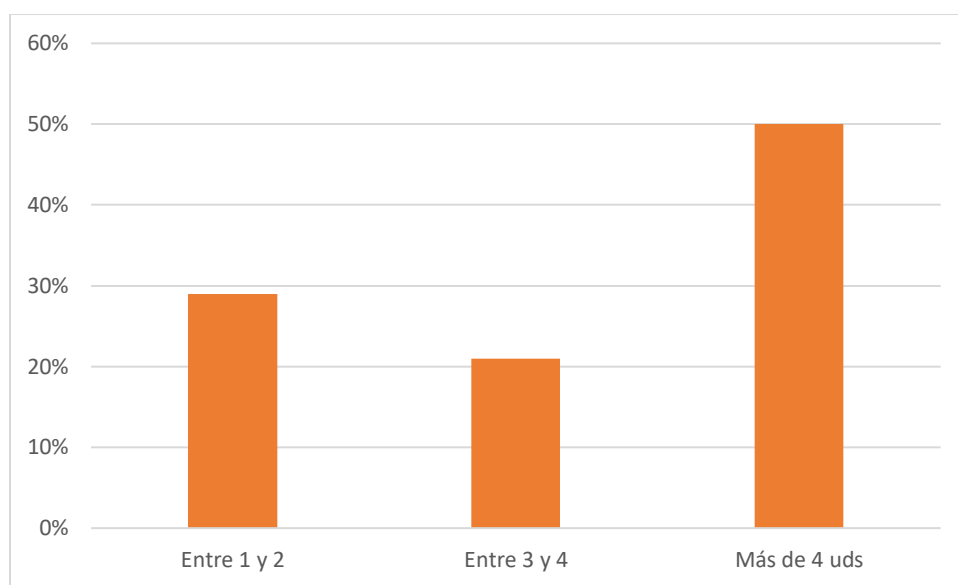
Análisis: según la gráfica el 70% de los hogares encuestados de los estratos 1, 2, 3 y 4 estarían dispuestos a comprar entre 1 y 2 unidades de café en presentación de 250 gr al mes.

Tabla 29 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 500 gr

Preguntas	Respuestas	Porcentaje %	media	Promedio ponderado
Entre 1 y 2	10	29%	1.5	0.4
Entre 3 y 4	7	21%	3.5	0.7
Más de 4 uds	17	50%	4	2
Total	34	100%		3.1

Fuente las autoras

Ilustración 21 Unidades que compraría al mes según su presentación y empaque sacos de yute 500 gr



Fuente las autoras

Análisis: Según la gráfica el 50% de los hogares encuestados de los estratos 1, 2, 3 y 4 estarían dispuestos a comprar más de 4 unidades de café en presentación de 500 gr al mes.

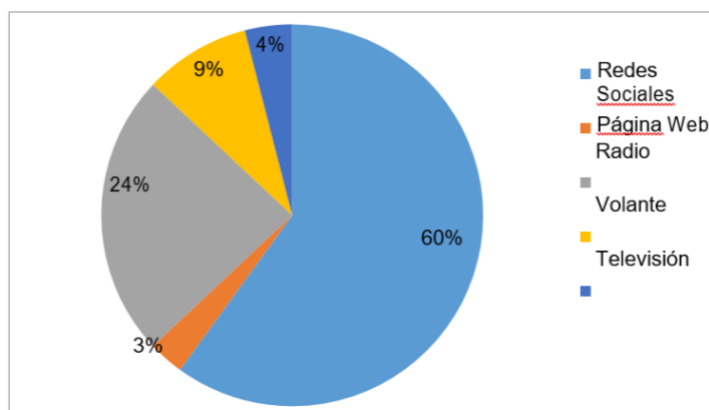
12. ¿Por qué medios de comunicación se entera de la publicidad de nuevos productos?

Tabla 30 Medios publicitarios

Medios de publicidad	Cantidad	Porcentaje
Redes Sociales	90	60%
Página Web	5	3%
Radio	36	24%
Volante	13	9%
Televisión	6	4%
Total	150	100%

Fuentes las autoras

Ilustración 22 Medios publicitario



Fuentes las autoras

Análisis No. 12: Del 100% de los encuestados dan respuesta a los medios de publicidad un 60% prefiere enterarse por redes sociales, un 24% por radio, un 9% por volantes, un 4% por televisión y un 3% por páginas web, conocer cada uno de los porcentajes obtenidos es muy importante para la nueva empresa ya que se puede apreciar cual medio de publicidad es el más usado por los consumidores de café.

2.3.12. Estimacion de la demanda actual

74,689 *0,96= 71.701 Hogares que consumen café.

Participación %	Presentación	Hogares	Consumo promedio mes	Unidades mes	Unidades año
Sacos de yute					
53%	125 gr	33.699	3.3	111.207	1.334.480
22%	250 gr	21.511	2.1	45.173	542.077
25%	500 gr	16.491	3.1	51.122	613.465
100%		71.701		207.502	2.490.022

Para la presente factibilidad se estimo la presentación de 125 gr a partir del estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero. Esta presentación es equivalente a 1.334.480 unidades anuales que hace referencia al 53% de la participación anual total de la demanda actual.

Participación %	Presentación	Hogares	Consumo promedio mes	Unidades mes	Unidades año
Sacos de yute					
53%	125 gr	33.699	3.3	111.207	1.334.480

Unidades en presentacion de 125 gr con una propuesta de valor agregado en su empaque a base de sacos de yute. La demanda de “café de origen” por unidades al mes en presentación de sacos de yute es de 207.502 y anualmente es de 2.490.022.

2.3.13. Estimacion de la demanda efectiva

Demanda efectiva= demanda actual*%participación 125 gr * 87% (pregunta 9)

Demanda efectiva= **2.490.022***47%*87%=1.018.170 unidades.

71.701=100%. (Hogares consumidores de café de origen)

33.699= x. (Consumidores de café de origen en presentacion de 125 gr).

$33.699 \times 100\% / 71.701 = 46.99\%$

Para hallar el porcentaje de participación se tomó el número total de hogares consumidores de 125 gr, se multiplico por el 100% y se dividió por el total de los hogares consumidores de café de origen. Por lo cual obtuvimos como resultado el 46,99% = 47% de la participación en presentacion de 125 gr.

El 87% es el porcentaje de aceptación del nuevo producto.

2.3.14. Proyección de la demanda para los próximos 5 años

La demanda actual se proyecta con base a la tasa de crecimiento poblacional de los municipios de Puente Nacional, Guavatá Vélez, Barbosa, Moniquirá y Tunja.

Tabla 31 Demanda actual proyectada

AÑO	DEMANDA ACTUAL (unidades al año)	FORMULA	DEMANDA PROYECTADA
	2.490.022		
1		2.490.022*(1+2.10%)^1	2.542.312
2		2.490.022*(1+2.10%)^2	2.595.701
3		2.490.022*(1+2.10%)^3	2.650.210
4		2.490.022*(1+2.10%)^4	2.705.865
5		2.490.022*(1+2.10%)^5	2.762.688

Fuente: Las autoras

Para la proyección de la demanda efectiva se utiliza la misma tasa de crecimiento que la demanda actual

Tabla 32 Demanda efectiva proyectada

AÑO	DEMANDA EFECTIVA (Unidades)	FORMULA	DEMANDA PROYECTADA
	1.018.170		
1		1.018.170 *(1+2.10%)^1	1.039.551
2		1.018.170 *(1+2.10%)^2	1.061.382
3		1.018.170 *(1+2.10%)^3	1.083.671
4		1.018.170 *(1+2.10%)^4	1.106.428
5		1.018.170 *(1+2.10%)^5	1,129.663

Fuente: Las autoras

2.4. ANALISIS DE LA OFERTA

Para contextualizar la oferta existente en el mercado, se realizó un análisis de benchmarking para determinar las principales características de los competidores directos existentes en el mercado; café veleño, café dorado real y café castillo santa rosa, de esta manera se identifican las principales fortalezas y debilidades existentes para estas marcas

Tabla 33. Competidores en el mercado del café

BENCHMARKI NG	Café Veleño	Café Dorado Real	Café Castillo Santa Rosa
Marca			
Producto	Café molido 50 gr, 125 gr, 250 gr, 500 gr, 1000 gr	Café molido 50gr, 125 gr, 250 gr, 500 gr, 1000 gr	Café molido 50gr, 125 gr, 250 gr, 500 gr
Precios	125 gr: 7.000 250 gr: 14.000 500 gr: 28.000	125 gr: 12.000 250 gr: 18.000 500 gr: 36.000	125 gr: 18.000 250gr: \$26.000 500gr: \$50.000
Canal de distribución	Cadena de supermercados, tiendas de barrio, autoservicios	Supermercados, tiendas, autoservicios.	Centros de distribución, tiendas, supermercados y plataformas de transito
Publicidad	Anuncios en línea google ads, redes sociales, televisivas y radiales	Propagandas radiales creativas, comerciales de televisión y jingles de café águila roja. Relaciones públicas.	Redes sociales, revistas e internet.

Empaque	Bolsas elaboradas con material flexible trasminado, compuesto por una mezcla entre aluminio y polietileno de baja densidad	Empaque automático, bolsa con doble laminado metalizado	Empaque con banda de cierre fácil, que permite volver a cerrar el producto.
Estrategia promocional	Cupones o vales para ir a lugares turísticos de la región	Concursos y premios.	Descuentos, domicilios, incentivos.
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa reconocida nacionalmente 	<ul style="list-style-type: none"> • Buena imagen • Competencia y capacidad • Su trabajo es satisfacer las necesidades, deseos y expectativas de sus clientes. • Atención inmediata 	<ul style="list-style-type: none"> • Buena seguridad industrial • Buena calidad de producto. • Maquinaria amigable con el medio ambiente
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> • No hay variedad de productos, solo cuenta con una línea de café 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de receptividad a preguntas medio virtual. 	<ul style="list-style-type: none"> • No hay variedad de productos.

2.5. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO MINIMO VIABLE

2.5.1. Descripción, usos y especificaciones del producto

El café de “origen Puentano” es un producto de cualidades únicas ya que para su producción se utilizan granos especialmente seleccionados y provenientes únicamente de las fincas cafeteras de Puente Nacional tiene atributos especiales en su sabor y aroma obtenidos durante sus procesos como fermentación, tueste, y la trazabilidad del café, sus características más destacadas son su color, sabor y aroma de tal manera que el consumidor satisfaga todas sus expectativas al momento de consumir una taza de “café de origen” Puentano.

La presentación y empaque del “café de origen” será en una bolsa biodegradable a base de sacos de yute que conserven el sabor y olor representativo del café, en presentación de 125 gr, cuenta con una válvula desgasificadora de una sola vía, la cual permite la salida de compuestos volátiles y Co₂ que el café tostado emite e impedir la entrada de oxígeno y adicionalmente su respectiva etiqueta.

El “café de origen” Puentano se puede acompañar con galletas, pan, queso, cuajada, entre otros.

Figure 1: Etiqueta Good Coffee



Fuente: Las autoras

2.5.2 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia

Con base a los análisis de mercado y segmentos de competencia se puede concluir que los atributos definidos en el numeral 2.1.2 son los adecuados para diferenciar el café tostado y molido de origen Puentano de los competidores directos, puesto que presenta cualidades organolépticas que hacen que la marca sobresalga.

2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACION Y DE DISTRIBUCION

Los canales de comercialización serán de manera directa por medio de redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram y google ads, y de manera indirecta por medio de los supermercados, las tiendas de barrio, y el vehículo de transporte.

2.7. ESTRATEGIA PARA FIJACION DE PRECIOS:

Para fijar los precios del producto se tendrán en cuenta factores internos y externos, donde se analizarán los costos de producción, se tendrá en cuenta la utilidad que se desee obtener, precios de la competencia y elementos del entorno que puedan afectar tales como la ubicación de la planta y de los clientes.

El precio de venta de café GOOD COFFEE se determina según los costos de producción, los costos variables más los gastos de transporte, empaque y publicidad correspondientes. La estrategia de ajuste de precios se hará según el lugar donde se comercialice el producto, dependiendo del volumen de compra y también de la forma de pago.

2.8. RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

2.8.1. Estrategias comunicación

De acuerdo al mercado objetivo se podrían usar las siguientes estrategias de comunicación:

- Cuña radial local del municipio “*zorocota 101.4 FM*” para dar a conocer la empresa
- Volantes publicitarios de 7*12 cm, a color.
- Tarjetas de presentación que compile información primordial de la empresa como; su producto de origen, contacto y lugares de distribución.
- Marketing digital, para llegar a más gente mediante las campañas publicitarias y continua interacción con los clientes.

Objetivos

- Dar a conocer la existencia de una empresa dedicada a la producción y comercialización de “café de origen” esta información debe llegar a consumidores, mayoristas y minoristas
- Posicionamiento del producto en el mercado
- Futuros clientes potenciales a corto, mediano y largo plazo
- Lograr que los consumidores creen una aptitud de consumo de “café de origen” como una alternativa diferente a las que se consumen actualmente.
- Dar a conocer a la empresa por medio del nombre, logotipo, lema e información importante sobre el producto.

2.8.1. Emblema

El logotipo de la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de café tostado y molido, en el municipio de Puente Nacional-Santander.

Los colores representativos de la marca son:

Negro: Representa la taza de café, su sabor exquisito, fresco y su punto de tueste exacto.

Rojo: Expresa el atractivo y provocativo sabor de un “café de origen”

La distribución de la etiqueta se conforma de la siguiente manera:

- En la parte superior se presenta el nombre “GOOD COFFEE” de manera curva y llamativa con el fin de crear en el cliente una imagen vistosa y fácil de recordar.
- En el centro se encuentra la imagen de una taza de café humeante que representa el producto en su momento de consumo.
- En La parte inferior se presenta el lema de forma clara, recreativa y precisa, también su propósito innovador y valor agregado; ser un “café de origen” Puentano

GOOD COFFEE



*¡Llena tu alma con la mejor calidad
y el mejor sabor!*

“CAFÉ ESPECIAL DE ORIGEN PUENTANO”

2.8.1.1 Lema

“LLENA TU ALMA CON LA MEJOR CALIDAD Y EL MEJOR SABOR”

El lema cumple con varios propósitos:

- Generar motivación e indagación en los consumidores para que estos consuman el producto el cual brindará un sabor y calidad único.
- Identificar al producto por la marca y su característica innovadora
- Que los consumidores identifiquen el producto cuando se posicione en el mercado por primera vez

2.8.2 presupuesto de comunicación

2.8.2.1. presupuesto de lanzamiento

La publicidad se enfocará en la promoción del café de origen Santander, oriundo de la cuenca del río Suárez. Inicialmente para dar a conocer la empresa se invertirá y lanzamiento y producción.

El desarrollo publicitario se realizará por medio radial de la siguiente manera: En el primer mes de la puesta en marcha de la empresa productora de café tostado y molido, publicidad mediante avisos en la radio, campañas publicitarias y tarjetas de presentación.

Tabla 23. Presupuesto de lanzamiento

Publicidad	cantidad	Valor Und	Valor
degustaciones	5.000	\$500	\$2.500.000
Cuñas radiales	14	\$38.000	\$532.000
Campañas publicitarias	1	\$190.000	\$190.000
Tarjetas de presentación	1.000	\$400	\$400.000
Total			\$3.672.000

2.8.4. presupuesto de operación:

En la publicidad de operación se tiene como objetivo continuar la promoción del café tostado y molido GOOD COFFE

Tabla 34. Presupuesto de operación

Publicidad	Precio mensual	Precio anual
degustaciones	600.000	7.200.000
Cuñas radiales(4*mes)	144.000	\$1.728.000
Campañas publicitarias	\$190.000	\$2.280.000
Tarjetas de presentación	\$41.667	\$500.000
Total	\$975.667	\$11.760.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. TIPO DE PROYECTO

El presente proyecto consistirá en la producción y comercialización de café tostado y molido de origen Puentano, en presentación de 125 gr y en empaque a base de sacos de yute.

3.2. Desarrollo operativo del proyecto

La materia prima necesaria para la elaboración de este producto se caracteriza por su trazabilidad en el cultivo, los proveedores aportan el café pergamino seco y garantizan la calidad del grano de café y su origen Puentano.

Ingredientes: El ingrediente necesario para la elaboración de “café de origen” Puentano, es el grano de café pergamino seco originario de Puente Nacional y sus veredas caficultoras.

Ilustración 23 Municipio de donde proviene el grano de café



Fuente: DANE

Ilustración 24 Cultivo de café



Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (FNC)


El café se descubrió en el año 300, en Etiopía, pero fue hasta el siglo XV que se empezó a tostar sus granos para prepararlos como infusión. De acuerdo con los historiadores, al inicio solo se acostumbraba masticar las hojas o hervirlas, pero realmente fue hasta después del año 1714 que comenzó a cultivarse y hacerse popular su consumo en todo el mundo. La palabra café, proviene del árabe “qahhwat al-bun” y significa “vino del grano”, esta es la segunda bebida más consumida en el mundo, después del agua, todos los días, en el mundo, se beben entre 1,600 y 2 mil millones de tazas. El 65% se toman en la mañana.⁵¹

⁵¹GASTRONOMIA: “10 datos importantes sobre el café” [en línea] octubre de 2019. Consultado [10 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://www.ngenespanol.com/gastronomia/10-datos-que-debes-saber-sobre-el-cafe/>

3.2.1. ficha técnica del producto mínimo viable


Tabla 35: Ficha técnica

FICHA TÉCNICA	
	
SLOGAN	¡Llena tu alma con la mejor calidad y el mejor sabor!
LOGO	
DESCRIPCIÓN	Humedad: 12% de °H. olor a limpio y fresco, color; parejo y uniforme, tamaño de grano: mínimo 30% por encima de malla 15 o 14 y máximo 5% por debajo de malla 13 o 12, densidad del grano: 650 gramos/litro, rendimiento 70-75 %°r.
ORIGEN	Puente Nacional Santander.
CARACTERÍSTICAS ESPECIALES	Café de origen que crece únicamente en las fincas cafeteras de Puente Nacional, sin ser mezclado con otras calidades.
ALTITUD	1,625 M.S.N.M
VARIEDAD DE CAFÉ	Castillo y variedad Colombia
PERFIL DE TAZA	Aroma: fruta madura, sabor; chocolate especiado, acidez; cítrica (mandarina), cuerpo; medio cremoso, dulzor; caramelo.
PRESENTACIÓN	Bolsa 125 gr.
TOSTIÓN	Tostión media: Garantiza disfrutar su aroma y sabor desde el primer momento.

	esta tostión resalta las cualidades que tiene el café especial.
MOLIENDA	Media: Indicada para extraer el aroma y sabor del café especial.
INGREDIENTES	Café de origen 100%.
CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	Para determinar y analizar la calidad de un café tostado existen 5 factores a considerar: El aroma, sabor, acidez y cuerpo. La identificación del color sirve como un indicador del nivel de tueste al que se sometió el café.
EMPAQUE	Sacos de yute. Peso 45 kg-saco. Almacenamiento de 18 a 25 grados centígrados, 60-75% hr. Olor; característico libre de olores extraños ajenos al producto.
CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO	Mantener en lugar fresco, protegido de la luz solar directa, no exceder los 30°C para su almacenamiento.
PORCIÓN RECOMENDADA	2 cucharaditas por taza.
CONDICIONES DE TRANSPORTE	Para la entrega del producto el vehículo debe contar con el acta sanitaria vigente, que garantice la inocuidad del producto y el concepto favorable, según el decreto 2310 de 1989 del Ministerio de protección social.
FIRMA AGRÓNOMO: Samuel Lagos Márquez	

Fuente: Las autoras

Tabla 36 Composición nutricional del café

COMPONENTE	CANTIDAD	CAFÉ
Calorías	315 Kcal	
Grasas (lípidos)	13,10 g	
Grasas saturadas	5,20 g	
Azúcar	6.70 g	
Sal (sodio)	12 mg	

Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (FNC)

3.2.2. Descripción y diagramación de actividades clave

El proceso básico que se aplica al grano seleccionado para la producción de café especial certificado de origen es:

- a) **Recepción de materia prima:** Se adquiere el café pergamino seco por medio de caficultores de la región.

- b) **Inspección de calidad:** Inspección visual, el grano deberá encontrarse fuera de humedad, sin moho, malos olores o cualquier factor que afecte la inocuidad del grano.

- c) **Descarillado:** Eliminación de la pajilla de café.

- d) **Tostado:** Este proceso, se efectúa en un tostador cilíndrico, que rota sin parar para que los granos, en movimiento continuo, sean tostados uniformemente. Cada clase de grano tiene un tiempo y tipo de tostado óptimo, cuyas variables como el porcentaje de humedad, el tiempo y la temperatura de tostado alteran el sabor final del grano.

La composición química del café cambia durante el proceso de tostado: el agua se disipa en el grano y una serie de reacciones químicas convierte los azúcares y almidones en aceites, los cuales otorgan el café gran parte de su aroma y sabor. Al ser tostado, el grano aumenta su tamaño al doble y el acaramelamiento del azúcar cambia el color de verde a marrón.

El color y aspecto de nuestro grano tostado dependen del tiempo de exposición a altas temperaturas. Mientras más largo sea el tiempo de tostado, más oscuro será. El grano se tuesta durante 10 a 20 minutos, a temperaturas oscilantes entre 180°C y 250°C. La variación de estas condiciones influye en la preparación de una buena taza de café, así como en la determinación de qué características serán realizadas y cuáles serán variadas.

Debemos tener en cuenta que los granos tostados oscuros contienen menos acidez y cafeína que los granos más claros, aunque también menor periodo de conservación,

debido a la cantidad de aceites en la superficie. En los tostados más oscuros predomina el sabor ahumado, penetrante y quemado, ocultando el verdadero sabor del grano. Los granos tostados claros tienen un sabor más intenso, más altos en acidez que los tostados más oscuros, por lo cual las cualidades del grano se mantienen. Los tostados más claros se hacen con granos de más alta calidad, pues en este caso se expone el sabor real del grano.

- e) **Molido:** una vez el café ha sido tostado, se pasa a la molienda, a fin de obtener una especie de café en polvo; esta es una etapa de elaboración en la fabricación del café, puesto que los granos que se muelen demasiado expondrán demasiada área superficial al agua caliente y producirán un gusto amargo y áspero, por el contrario, si el café se muele poco y se dejan partículas excesivamente gruesas, se producirá un café débil, acuoso y falta de sabor. Este producto busca una molienda granulada media

- f) **Empaque y almacenamiento:** El empaque debe estar perfectamente limpio para evitar la contaminación. El empaque del café tostado y molido se realiza con material multicapas, a fin de conservar los aromas y la frescura del producto, este empaquetado se realiza al vacío, previniendo los factores críticos de la conservación del café como son: la pérdida de aroma, la humedad y la oxidación.

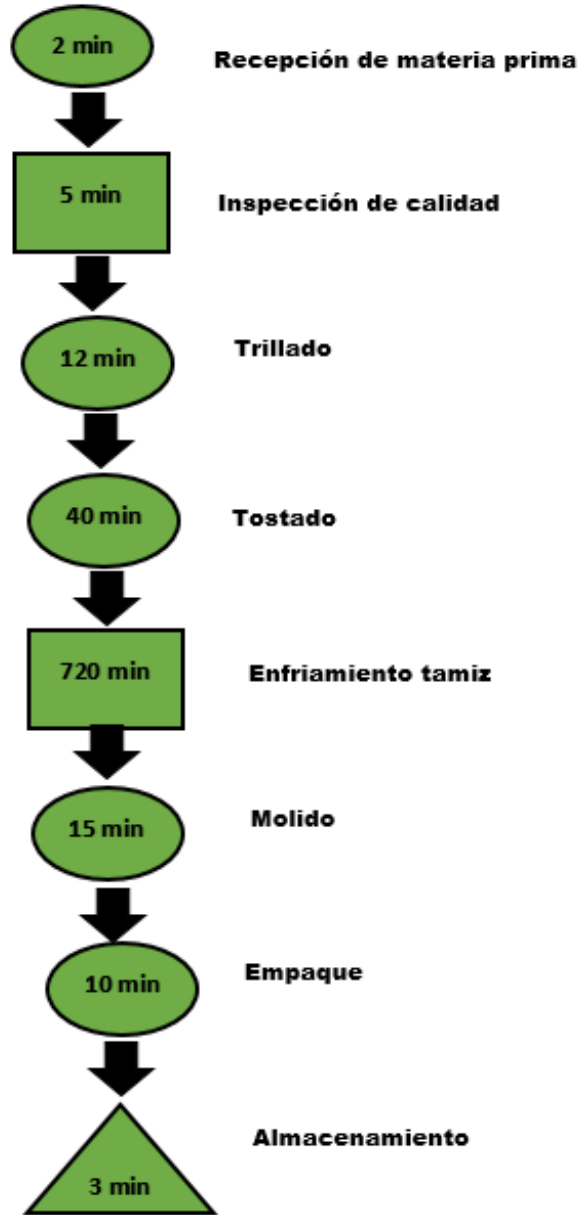
La pérdida de aroma. Las moléculas aromáticas formadas en el grano de café durante el proceso de tostado tienden a emigrar a la superficie y de allí a escaparse al exterior. Por otro lado, el café es un cuerpo lábil, es decir, absorbe todos los aromas y olores que se encuentren a su alrededor si no dispone de un envase apropiado.

Humedad: el café recién tostado tiene una humedad del 2 ó 3%, siendo altamente higroscópico, esto es, tiende a captar humedad del ambiente, afectando directamente a su calidad.

La oxidación. El café tostado tiene un 15% de aceites y grasas. El oxígeno del aire provoca su oxidación química, así como la degradación de otros muchos compuestos. Este proceso se ve favorecido por la humedad, la temperatura elevada y la luz. Un buen sistema de conservación retrasará la pérdida de aromas y preservará al café de la humedad, el aire, el calor y la luz. De ahí la importancia que tienen los materiales de envasado y la tecnología utilizada para asegurar unos niveles de conservación óptimos: paquetes al vacío, válvulas de aroma, materiales opacos y aislantes.

Control de calidad: Los aspectos de calidad en la producción del café certificado “de origen” son determinantes desde el mismo momento del proceso de cultivo y las actividades de recolección del fruto, puesto que, debe ser de un solo cultivo, despulpado, tratamiento, secado y cribado; mientras que algunas actividades y pruebas serán realizadas posteriormente en el transcurso del proceso de tostión y molienda

Figure 2: Proceso de elaboración del "café de origen"



Fuente: las autoras

3.2.3. características del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo (SG-SST).

La empresa GOOD COFFEE productora de café de origen tostado y molido cuenta con personal capacitado en los procesos de producción y empaque, esta empresa presenta y nivel alto de riesgo, ya que cuenta con máquinas, equipos y herramientas que presentan una condición de peligro hacia la mano de obra, la afectación de accidentes laborales y enfermedades profesionales por la carencia de medidas de seguridad y salud ocupacional, podrían afectar en el aumento de ausencia al trabajo de las personas para solventar el problema se procede a diseñar un sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional que permita ejercer actividades ordenados y sistemáticas para mejorar las condiciones de trabajo, reducir la probabilidad de ocurrencia de siniestros y cumplir con la legislación colombiana.

Se realiza un diagnóstico inicial para la recopilación de información para evaluar cualitativamente los riesgos laborales, luego se priorizan los factores de riesgo, para posteriormente evaluar aquellos que se presentan como intolerables: Contaminación auditiva laboral, posturas forzadas en actividades como, clasificación del grano, tostado y molido, lesiones oculares por proyecciones de fragmentos o partículas, golpes y cortes en manos u otras partes del cuerpo, exposición a quemaduras. De acuerdo a los riesgos mencionados anteriormente se elaboran controles operacionales que se dejan plasmados en un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.

Para la implementación del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo la empresa "GOOD COFFEE" café de origen ha seleccionado la empresa Dinámika Consultoría. Teniendo en cuenta que la empresa iniciara actividades con 7 empleados: Gerente general, auxiliar administrativo, 2 operarios, jefe de producción, asesor comercial y servicios generales además un nivel de riesgo clase I-mínimo.

Propuesta Dinámika consultoría en diseño + Administrador virtual SG-SST con un contrato a 1 año, valor mensual: \$550.000 más IVA.

3.2.4. Análisis ambiental

El estudio de impacto ambiental lo hará la empresa Soluciones mundo verde SAS, la cual ofrece una gran variedad de servicios integrales para cada uno de los sectores empresariales, industriales, comerciales, vehículos y residenciales. Con el fin de satisfacer las necesidades del mercado.

ITEM	DESCRIPCION DEL SERVICIO	TIEMPO DE EJECUCION	DE VALOR
1	Realización archivo impacto ambiental, bajo los términos de referencia emitidos por el ministerio del medio ambiente (EIA)	3 Meses	\$4.600.000 + IVA
2	Formulación del plan de manejo ambiental (PMA) bajo los términos de referencia emitidos por la corporación autónoma regional.	2 Meses	\$2.000.000
3	Archivo descriptivo con: <ul style="list-style-type: none">• Descripción de proceso productivo• Demanda, uso, aprovechamiento y/o afectación de recursos naturales• Evaluación de impactos ambientales.	1 Mes	\$1.500.000

Formas de pago; a partir de la fecha de aprobación de la propuesta, se debe realizar por parte de la empresa contratante el pago del valor previamente definido así:

- 60% anticipo
- 40% entrega final

Recursos y material proporcionado; el recurso más importante es el talento humano, el cual podrá estar sometido a cambios, sin incrementar los costos asociados en el anterior documento.

La empresa contratante debe suministrar de manera oportuna la información solicitada por parte del encargado del servicio, con el propósito de darle desarrollo a la presente propuesta.

3.2.5. Recursos clave

Los recursos que requiere el proyecto son:

- Físico
- Humano
- Insumos

3.2.5.1. Talento humano

La empresa productora de café tostado y molido requiere de talento humano para su funcionamiento correcto.

Tabla 37: Recurso humano

CARGO	SUELDO	TIPO CONTRATO	CANTIDAD	AREA
Gerente general	\$2.500.000	T. Fijo	1	Administrativa
Auxiliar administrativo	\$1.100.000	T. Fijo	1	Administrativa
Contador	\$1.300.000	T. Indefinido	1	Administrativa
Operarios	\$1.000.000	T. Fijo	4	Producción
Jefe de producción	\$1.200.000	T. Fijo	1	Producción
Asesor comercial	\$1.300.000	T. Fijo	1	Ventas

Servicios generales	\$843.216	T. Fijo	1	Administrativa
----------------------------	-----------	---------	---	----------------

Fuente: El autor

3.2.5.2. Infraestructura

Para el buen desarrollo de la empresa productora de café tostado y molido se requiere de maquinaria y equipos básicos, que cumplan con la capacidad de producción proyectada.

Tabla 38: Maquinaria y equipo

RECURSO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Molino De café Eléctrico	1	Doble con motor de 110vts. Capacidad 70 kg/h
Trilladora	1	cap. 80kg/h sistema mecánico para desprender la cascarilla puertas regulables para entrada y salida del café separadora de cascarilla y grano salida de pergamino salida de café oro para su selección ventilador para succionar la cascarilla.
Tostadora de café Eléctrica	1	TKMSX1E Dimensiones: 73 x 81 x 100 Cm. Peso: 82 Kg. Voltaje: 160 Voltios, 50-60 Hz. Fuente de calor: 5,5 Kw. Motores: 3 Motores. Capacidad 70 kg/h

Fuente: Las autoras

Tabla 39. Equipo

Activo	Cantidad	Especificaciones	Imagen
Medidor de humedad	1	Pantalla LCD fácil de leer, compensación automática de temperatura, calcula valores medios, precisión de +/-0.5%, rango de humedad de 1% a 38% dependiendo del tipo de grano.	
Termo higrómetro	1	Rango de humedad: 20% RH a 90 RH, resolución de humedad 1%, función de °C Y °F, cable sensor 3 mt, peso 300 gr.	
Refractómetro	1	Escala de medición Brix 0.0 a 33.0%, compensación automática de temperatura, escala mínima Brix 0.2%, exactitud Brix +/- 0.2% (10 a 30 °C).	

Medidor de PH 1 Medidor de la acidez del grano de café. Mediciones precisas de PH, cumplimiento normativo.



Tabla 40. Herramientas

Activo	Cantidad	Especificaciones	IMAGEN
Recolector cosechero	10	Largo 29, 4 cm, ancho 38 cm, alto 30,5 cm.	
Rastrillo de café	2	Rastrillo de 8 dientes inyección con cabo de 1,20 metros, accesorios de ensamble.	
Paleta plástica		Paleta en ABS con cabo de 1,20 y accesorios.	

Recipientes
plásticos

Tamaño ideal para realizar diversas tareas, es de uso frecuente, es muy practico y puede durar mucho tiempo.



Balanza
industrial

Capacidad 300 kg, division 100 gr, indicador en ABS, bateria interna recargable, dimension plataforma 60*60 cm.



Báscula

Fabricada con ABS de alta resistencia, display LCD con luz de respaldo tipo LED, plato de acero inoxidable, de 27*21 cm, cambio de unidades entre gramos y libras, peso porcentual, capacidad 30kg/2g.



Tabla 41. Muebles para oficina

Activo	cantidad	Descripción	Imagen
Computador de mesa	2	Computador para uso de oficina, CPU e impresora	
Teléfono	2	Teléfonos con altavoz, registro e identificación de llamadas.	
Archivadores	1	Archivadores de aluminio, con cuatro cajones.	

Escritorio

1

Escritorio con archivador y cajón con llave de seguridad.

**Sillas**

3

Sillas para oficina. Ergonómicas. .



Fuente: Las autoras.

3.2.5.3 Insumos y/o materias primas

Para la compra de materia prima principal la cual es el grano de café pergamino seco, se debe tener en cuenta que de 100 kg se obtiene:

Tabla 42 Insumos y/o materias primas

CAFÉ EN SECO	CANTIDAD (KG)	MERMA %
TRILLADO	76	24%
CAFÉ TOSTADO	63.8	16%

Fuente: Las autoras.

De 100 kg de café pergamino seco se almacenan 63.84 g del producto terminado.

Para obtener una unidad en presentación de 125 gr se requiere de 208 gr de café pergamino seco.

3.2.5.4 Distribución de la planta:

La distribución de la empresa "GOOD COFFEE" $18*15= 270 m^2$ se distribuirá por procesos de la siguiente manera:

Tabla 43 Distribución áreas de oficina

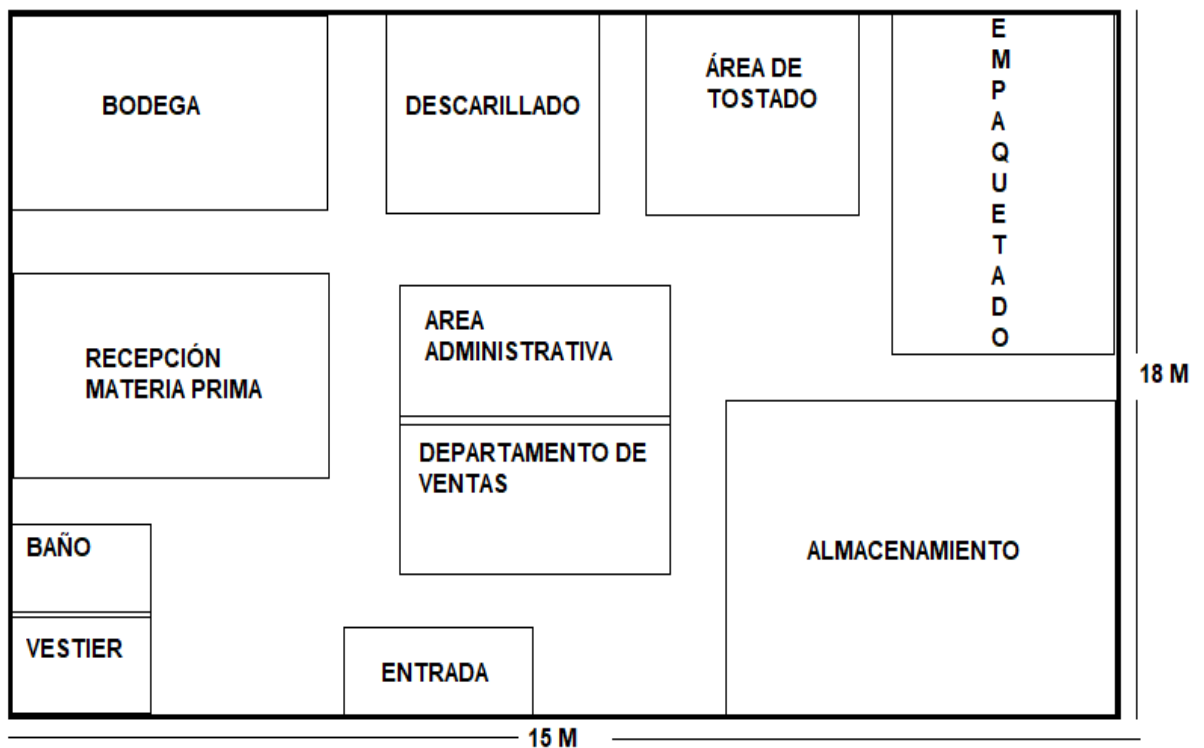
ÁREA DE OFICINAS	AREA
Área administrativa $6*2 m^2$	$18 m^2$
Departamento de ventas $6*2 m^2$	$18 m^2$
Baño $4*3 m^2$	$24 m^2$
Vestier $2*2 m^2$	$24 m^2$

Tabla 44 Distribución área de producción

AREA DE PRODUCCION	AREA
Recepción materia prima $5*2 m^2$	$56 m^2$
Bodega $6*2 m^2$	$25 m^2$
Descarillado $4*3 m^2$	$14m^2$
Área de tostado $5*4 m^2$	$14 m^2$
Empaquetado $5*2 m^2$	$25 m^2$

Almacenamiento 6*2 m ²	68 m ²
Pasillo	1 m ²
Entrada	2 m ²

Figure 3: Distribución de la planta física de Good Coffee



Fuente: el autor

3.2.7. Localización

3.2.7.1. Macro localización

Para la puesta en marcha de la empresa productora de café tostado y molido, está localizada en Colombia, departamento de Santander, municipio de Puente Nacional, en donde están se encuentran múltiples cultivos de café, posee con buena infraestructura y recursos, cuenta con

vías de acceso en buen estado, comunicándose con la ciudad de Bogotá que se encuentra a 148 km y Bucaramanga a 151 km, así como los municipios donde se ubica el mercado objetivo que no se encuentran a una distancia mayor de 15 km⁵².

Ilustración 25. Ubicación geográfica del municipio de Puente Nacional



Fuente: Fuente: <http://www.puentenacional-santander.gov.co/index.shtml>

3.2.7.2 Micro localización:

Para establecer la ubicación de la empresa productora de café tostado y molido GOOD COFFEE, se proponen tres lugares dentro del municipio de Puente Nacional, sitios en donde se cumplen las condiciones generales para la instalación de la empresa. Los lugares opcionales son:

- Finca las mañanitas
- Finca Buenos Aires
- Carrera 3 Puente Nacional

Para seleccionar de una manera imparcial el local para la empresa más conveniente se va a recurrir a la técnica de selección de ponderación de los factores y puntuación de los factores y grados.

⁵²MUNICIPIOS DE COLOMBIA: Puente Nacional [en línea] abril de 2021. Consultado [10 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://www.municipio.com.co/municipio-puente-nacional.html>

La ponderación de los factores se hace asignándole a cada factor un valor en porcentaje, dependiendo de su importancia en la localización de la empresa; esto es de menor a mayor importancia; teniendo en cuenta que la suma de la ponderación del total de factores escogidos suma 100%.

El proceso de la puntuación de los factores y de los grados se hace escogiendo un total de puntos a asignar, en este caso de 1000 puntos, que al multiplicarse por la ponderación de cada factor arroja el puntaje máximo asignado para los factores escogidos.

Definido el puntaje máximo para los factores se procede a la asignación de los puntos para cada grado dentro de cada factor, el puntaje mínimo será cero y corresponderá al grado de menor significación; el máximo puntaje se le dará al grado de mayor importancia; la puntuación de los grados intermedios se hará en forma subjetiva dando la puntuación con base en la progresión aritmética, donde la constante aritmética se determinará mediante la fórmula:

$$K = \frac{(Puntaje\ mayor - Puntaje\ menor)}{n - 1}$$

A continuación, se muestra el proceso de la ponderación de los factores y puntuación de los factores.

F1 Costo de arrendamiento de las instalaciones.

Tabla 45: Factor 1

GRADO	OPCIÓN	DESCRIPCIÓN	PUNTAJE
1	Muy costoso	Mayor a \$3'000.001	0
2	Costoso	Entre \$2'600.001 y \$3'000.000	125
3	Económico	Menor a \$2'600.000	250

Fuente: el autor

F2 Costo de servicios públicos.

Tabla 46: Factor 2

GRADO	OPCIÓN	DESCRIPCIÓN	PUNTAJE
1	Muy costoso	Mayor a \$1'200.001	0
2	Costoso	Entre \$800.001 y \$1'200.000	50
3	Económico	Menor a \$800.000	100

Fuente: el autor

F3 Disponibilidad de vías de acceso.

Tabla 47: Factor 3

GRADO	OPCIÓN	DESCRIPCIÓN	PUNTAJE
1	Malo	Es mínimo el número de vías	0
2	Regular	Es regular el número de vías	75
3	Bueno	Es adecuado el número de vías	150

Fuente: el autor

F4 Infraestructura disponible.

Tabla 48: Factor 4

GRADO	OPCIÓN	DESCRIPCIÓN	PUNTAJE
1	Malo	El local cuenta con poca área	0
2	Regular	El local cuenta con buena área	125

3	Bueno	El local cuenta con suficiente área	250
---	-------	-------------------------------------	-----

Fuente: el autor

F5 Acceso a parqueo.

Tabla 49: Factor 5

GRADO	OPCIÓN	DESCRIPCIÓN	PUNTAJE
1	Malo	No hay sitio disponible para parqueo	0
2	Regular	El sitio de parqueo es reducido	75
3	Bueno	El sitio de parqueo es adecuado	150

Fuente: el autor

F6 Disponibilidad de transporte.

Tabla 50: Factor 6

GRADO	OPCIÓN	DESCRIPCIÓN	PUNTAJE
1	Malo	Pocas rutas	0
2	Regular	Algunas rutas	50
3	Bueno	Varias rutas	100

Fuente: el autor

Teniendo en cuenta la división de factores en grados se define el puntaje por sectores como se observa en el siguiente cuadro:

Tabla 51: Puntuación de lugares

FACTOR	FINCA LAS MAÑANITAS		FINCA BUENOS AIRES		CARRERA 3 PUENTE NACIONAL	
	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS
1	3	250	3	250	3	250
2	3	100	3	100	2	50
3	1	0	2	75	3	150
4	3	250	3	250	2	125
5	2	75	3	150	2	75
6	2	50	3	100	3	100
TOTAL	-----	725	-----	925	-----	750

Fuente: el autor

Determinación de la ubicación: Después de definir los factores, sus grados y sus respectivas puntuaciones, se evalúan los lugares opcionales, dando puntuaciones de acuerdo a los factores y sus graos, tomando como la mejor opción, el lugar que obtenga la mayor puntuación.

Teniendo en cuenta lo anterior el lugar más apto para ubicación de la planta productora de café tostado y molido es la finca buenos aires, ya que presenta los mejores factores y condiciones para la adecuación y el funcionamiento de la planta.

3.2.8. Control de calidad

La empresa “GOOD COFFEE” mediante controles y seguimientos garantiza que cada producto es elaborado con inocuidad, salubridad y que la materia prima es de calidad y origen 100% Puentano, implementando el sistema de gestión de la calidad ISO 9001

Recepción:

- Tras la descarga del café proceder al análisis de pequeñas muestras con el fin de comprobar las cualidades óptimas del grano.

- Medir el porcentaje de humedad, el cual debe estar entre el rango de 10-12%.
- Tomar una muestra de 250 gr de café pergamino seco, trillarlo y retirar las materias extrañas (palos, piedras, hojas, etc)
- Seleccionar los granos que no cumplan los requerimientos necesarios para la elaboración de un café de calidad como; granos ligeramente brocados, granos con una sola perforación.
- El peso del grano ligeramente brocado es similar al peso de un grano sano, estos se utilizarán como factor de compensación al ser agregados a la almendra sana.
- Determinar el peso de la almendra sana; es decir los granos sin defectos mas los granos de broca de punto.
- Control de peso en cada proceso

Para determinar el porcentaje de almendra sana se aplicara la siguiente formula:

$$\% \text{ almendra sana} = \frac{\text{gramos de almendra sana} * 100}{250 \text{ gramos de cafe pergamino seco}}$$

- Un café con buena calidad física debe tener una merma de 18% o menos, si el porcentaje de merma es superior, indica que el café tiene un gran porcentaje de granos vanos y pequeños.

Elaboración

- Estudiar su tueste para su análisis organoléptico.
- Auditoría interna; observación de los procesos, eliminando los cuellos de botella que impiden la eficiencia de los procesos
- Capacitaciones; orientar al personal en los procesos de producción
- Manual de calidad; exposición de los diferentes desarrollos de la empresa para informe y apoyo de los miembros de la empresa
- Mapeo de procesos; evaluación y dictamen de la meta de cada procedimiento de acuerdo a la orientación, misión y visión de la empresa, mediante la aplicación de objetivos claros y fines de calidad frente al sistema de gestión de calidad.
- Catación del producto.

Producto final

- Mapeo del producto final garantizando la calidad e inocuidad del producto.

- Encuestas de satisfacción; medir y analizar el agrado de los clientes potenciales frente al café de origen.

3.3. CAPACIDAD DEL PROYECTO

3.3.1. Capacidad total diseñada por línea de producto

La capacidad total diseñada corresponde al proceso de producción el cual se planea una producción máxima con total eficiencia, sin ningún contratiempo, llevando a cabo una capacidad máxima de producción de café tostado y molido, para atender la demanda de Puente Nacional, Barbosa, Moniquirá, Tunja, Guavatá y Vélez.

Entonces la capacidad diseñada se tiene en cuenta los siguientes datos:

Numero de operarios: 4

Turnos: 3

Jornada laboral: Por turno de 8 horas

Días a la semana: 7

Semanas comerciales al año: 52

Tiempo de operación: 807 minutos (diagrama de flujo), se procesan 63.800 gramos

se obtienen: $4 \text{ operarios} * 3 \text{ turnos} * 8 \text{ horas} * 7 \text{ días/semana} * 52 \text{ semanas al año} * 60 \text{ minutos} = 2.096.640 \text{ minutos}$.

Si	En 807 minutos	Se procesan 63.800 g	
	2.096.649 minutos laborales	X= cuanto procesa	165.757.380 gramos
		Unidades presentación de 125 gr	1.326.059 unidades

Tabla 52 Capacidad diseñada

Presentación	Capacidad total en gramos	Unidades de 125 gr
125 gr	165.757.380 gramos	1.326.059 unidades

3.3.2. Capacidad instalada

Siguiendo el mismo procedimiento y tomando como base el tiempo laboral descontando tiempo ocioso, se obtiene:

Número de operarios: 4

Turnos: 2

Jornada laboral: Laboral por turno de 7 horas descontando tiempo ocioso

Días a la semana: 6

Semanas comerciales al año: 52

Tiempo de operación: 807 minutos se procesan 63.800 gramos

se obtienen: 4 operarios * 2 turnos * 7 horas * 6 días/semana * 52 semanas al año * 60 minutos = 1.048.320 minutos

Si	En 807 minutos	Se procesan 63.800 gr	
	1.048.320 minutos laborales	X= cuanto procesa	82.878.334 gramos
		Unidades presentación de 125 gr	663.026

Tabla 53. Capacidad instalada

Presentación	Capacidad total en gramos	Unidades de 125 gr
125 gr	82.878.334	663.026

3.3.3. Capacidad utilizada y proyectada

Para este caso, capacidad utilizada, se toma el cálculo para un solo turno manteniendo los operarios y el mismo tiempo de proceso.

Número de operarios: 4

Turnos: 1

Jornada laboral: Laboral por turno de 7 horas descontando tiempo ocioso

Días a la semana: 6

Semanas comerciales al año: 52

Tiempo de operación: 807 minutos se procesan 63.800 gramos

se obtienen: $4 \text{ operarios} * 1 \text{ turnos} * 7 \text{ horas} * 6 \text{ días/semana} * 52 \text{ semanas al año} * 60 \text{ minutos} = 524.160 \text{ minutos}$.

Si	En 807 minutos	Se procesan 63.800 gr	
	524.160 minutos laborales	X= cuanto procesa	41.439.167 gramos
		Unidades presentación de 125 gr	331.513

Tabla 54 Capacidad utilizada

Presentación	Capacidad total en gramos	Unidades de 125 gr
125 gr	41.439.167	331.513

GOOD COFFEE inaugurará actividades con el 50% de capacidad instalada, esto refiere a procesar 663.026 unidades en presentaciones de 125 gramos, que representa el 2,1% de la participación total de la demanda total de café tostado y molido de origen de 1.334.480 unidades.

Tomando como base el crecimiento del sector de café, la competencia de mayor importancia en el sector y el desarrollo de la industria, se estima aumentar un 2,1% por año, es decir, inicialmente; 50%, el segundo año un 52%, el tercero un 54%, el cuarto año un 56% hasta llegar al quinto con un 58% de capacidad instalada.

Tabla 55 Capacidad utilizada y proyectada

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad diseñada	1.326.056				
Capacidad instalada	663.026	663.026	663.026	663.026	663.026
Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada	50%	52%	54%	56%	58%
Capacidad utilizada y proyectada	331.513	344.774	358.034	371.295	384.555
Porcentaje de Participación en el mercado	5,21%	5,31%	5,40%	5,48%	5,56%

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa productora de café tostado y molido GOOD COFFEE, se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), teniendo en cuenta que en este tipo de sociedad existen mayores facilidades y benéficos en cuanto a costos, responsabilidades y socios.

Las principales características de una Sociedad por Acciones Simplificadas son:⁵³

- La Sociedad por Acciones Simplificadas no obliga al empresario a crear instancias como la junta directiva o a cumplir con ciertos requisitos como la pluralidad de socios.
- Es un tipo de sociedad flexible y menos costosa para facilitar la realización de negocios y también para garantizar el crecimiento, toda vez que hace más fácil el camino para recibir el apoyo de fondos.
- El pago de los aportes puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años y no se exige una cuota o porcentaje mínimo inicial.
- La SAS da la posibilidad a los empresarios de escoger las normas societarias que más convenga a sus intereses.
- Las acciones de las SAS no pueden negociarse en la bolsa de Valores.

Actividad económica

⁵³ CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ consultado [10 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-sociedades-por-acciones-simplificadas#:~:text=La%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas,monto%20de%20sus%20respectivos%20aportes.>

El CIIU es una clasificación uniforme de las actividades económicas por procesos productivos.

Tabla 56 Código CIIU

CODIGO CIIU	DESCRIPCION
1062	Descafeinado, tosti3n y molienda de caf3

Procedimientos para constituir legalmente la empresa.

- **Nombre de la empresa:** comprobar en el RUES la disponibilidad del nombre de la empresa GOOD COFFEE S.A.S.
- **Documentaci3n:** Es necesario tener los siguientes documentos para formar legalmente la empresa:
 - a) Documento privado que confirme la constituci3n de la sociedad, junto con todos los requisitos pertinentes para la constituci3n de una S.A.S conforme con la ley 1258 de 2008.
 - b) Certificado de existencia
 - c) C3dula de los socios de la empresa.
 - d) Poder de una persona natural para actuar en nombre de inversionista,
 - e) Estatus de la sociedad que va a ser constituida, que ser3a la Sociedad por Acciones simplificadas.
 - f) Obtener PRE-RUT

g) Formulario único empresarial

- **Inscripción de la empresa:** Se debe realizar la inscripción en la cámara de comercio. Es importante asegurar de tener todos los documentos necesarios mencionados anteriormente.
- **Cuenta de ahorros:** Se debe crear una cuenta de ahorros a nombre de la empresa GOOD COFFEE, llevando los documentos que exija el banco.
- **Obtención del RUT:** Para obtener el RUT definitivo es necesario el registro mercantil, cuenta de ahorro y documento de identificación.
- **Registro ante la DIAN:** Después de que la empresa este registrada en la cámara de comercio, el representante debe ser registrado en la DIAN para obtener el reconocimiento legal y la autorización para pagar impuestos.
- **Firma digital:** Al momento de crear una empresa en Colombia comúnmente se usa una firma digital, es una forma legal de tramitar documentos por medio electrónico, facilitando el proceso y reduciendo costos.

GOOD COFFEE debe realizar otros trámites para legalizarse ante la administración municipal de Puente Nacional:

- **Permiso de planeación municipal ante la planeación municipal de la alcaldía de Puente Nacional:** Para obtener este permiso se requieren los siguientes documentos:
 - a) Registró mercantil copia.
 - b) Certificado de permiso de uso suelo por parte de planeación.
 - c) Paz y salvo de la tesorería del municipio.
- Elegir de ARL para la afiliación de la empresa y sus empleados.

- Contactar la EPS que los empleados escojan para realizar la respectiva inscripción.
- Se afilia a los miembros de la empresa al fondo de pensiones y cesantías.
- Afiliación de la empresa a caja de compensación familiar.
- **Registro sanitario:** Documento expedido por la autoridad sanitaria competente INVIMA, en donde se autoriza a la empresa para fabricar y envasar alimentos para el consumo humano. Este registro tiene vigencia de 10 años a partir de la fecha ejecutoria. Para este registro se requiere del formulario diligenciado de información básica y de solicitud de registro, ficha técnica del producto, el certificado de existencia y representación legal y/o registro mercantil del titular y fabricante no mayor a tres meses al momento de radicación y el recibo consignación tarifa correspondiente
- **Trámites:** Cuando el solicitante es una persona natural o jurídica individual:
 - Deben presentar los estatutos de fundación de la empresa.
 - Debe acreditar que es la única persona del lugar geográfico que, en el momento de solicitar la Declaración de Protección de Denominación de Origen, se dedica a la producción, extracción o elaboración del producto determinado. Esta acreditación se puede hacer a través de una certificación del alcalde, gobernador, o de una autoridad del lugar que puede dar fe de esta situación.
 - Acreditar que, en el futuro los potenciales beneficiarios de la Denominación de Origen, que se dediquen a la producción, extracción o elaboración del producto podrán tener acceso a ella, para lo cual debe delegar la función de autorizar el uso.⁵⁴

4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1. Visión

La empresa GOOD COFFEE S.A.S para el año 2025, se posicionará en el mercado como la marca más auténtica y distintiva de “café de origen” en la región, ofreciendo productos

⁵⁴ MANUAL DE DENOMINACIONES DE ORIGEN [En línea] marzo 2013, consultado [31 de marzo de 2022] Disponible en: https://www.sic.gov.co/sites/default/files/Cartilla_Manual_Denominaciones_Origen.pdf

de alta calidad y sirviendo a nuestros clientes de la mejor manera posible, incentivando su fidelización y confianza.

4.2.2. Misión

GOOD CAFFE S.A.S se dedica a la producción de café tostado y molido “café de origen” de excelente sabor y rendidor, en el municipio de Puente Nacional, trabajando con honestidad e integridad pensando en la sustentabilidad y la satisfacción de los consumidores, siguiendo las normas para ofrecer un producto inocuo y de alta calidad.

4.2.3. valores corporativos y aspectos organizacionales

VALORES

- **Excelencia:** buscar constantemente la excelencia por parte del talento humano, haciendo que cada uno de los procesos y los productos sean eficientes y con la más alta calidad.
- **Respeto:** buscar armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales, escuchando, entendiendo y valorándose entre sí.
- **Honestidad:** ejecutar con transparencia y rectitud cada una de las labores y operaciones que correspondan.
- **Responsabilidad:** actuar con seriedad y compromiso en todos cada uno de los deberes y derechos que atañen a la empresa.
- **Trabajo en equipo:** contar con el talento humano encaminado a trabajar y velar conjuntamente con el bienestar de la empresa y sus clientes.

PRINCIPIOS

- **Calidad:** Alta calidad y seguridad en el producto
- **Servicio:** Satisfacer las necesidades de los clientes-

- **Compromiso con las personas:** Cumplir lo acordado en contratos
- **Ética:** Crear un ambiente laboral rodeado de principios y valores para el buen funcionamiento de la empresa.
- **Rentabilidad:** Inculcar el mejoramiento continuo en el trabajo para la obtención de óptimos resultados.
- **Esfuerzo:** Mejorar los ámbitos tanto laboral como personales día tras día.

Aspectos Organizacionales (objetivos)

- Aumentar como mínimo el 10% anual de la rentabilidad del negocio
- Aumentar como mínimo el 10% anual del nivel de las ventas.
- Ampliar como mínimo el 10% anual de la fidelización de los clientes.
- Mejorar como mínimo el 10% anual de indicadores de productividad.
- Capacitar el 100% del personal de la empresa sobre temas relevantes de la empresa.

Aspectos Organizacionales (Políticas)

Políticas de personal

- Jornada de trabajo de 8 horas diarias, 6 días a la semana; excepto para asesorías contables y jurídicas.
- Periodo de prueba de dos meses para contratos de cargos operativos.
- Compromiso del personal con las normas de bio-seguridad establecidas por la administración.

Políticas de compras

- Manejo de base de datos de proveedores para insumos y pagos.
- Evaluación periódica de proveedores considerando factores como precio y calidad

Políticas de ventas

- Pagos de contado
- Establecimiento de garantías y devoluciones por productos que no cumplen con los requerimientos del cliente.
- Operación de 08:00 am – 08:00 pm

4.2.4 Organigrama

Grafica 1. Organigrama de GOOD COFFEE



4.2.5. Asignación salarial

Es la remuneración económica dada a los trabajadores de la empresa por el desarrollo de sus labores.

Tabla 57. Estructura salarial

Cargo	Cantidad	Tipo de contrato	Asignación salarial	Transporte
Gerente general	1	Fijo	\$2.500.000	\$106.454
Auxiliar administrativo	1	Fijo	\$1.100.000	\$106.454
Asesor comercial	1	Fijo	\$1.000.000	\$106.454
Servicios generales	1	Fijo	\$843.216	\$106.454
Jefe de producción	1	Fijo	\$1.200.000	\$106.454
Operario	2	Fijo	\$963.044	\$106.454

Se entregará elementos de dotación al personal del departamento de producción tales como: overol, botas, gorro, guantes, tapabocas y demás.

Factor prestacional

A todos los empleados de la empresa se les pagara las prestaciones establecidas por las leyes colombianas.

Tabla 58. Factor prestacional

DESCRIPCION	PORCENTAJE DE LEY
Cargas prestacionales	
Cesantías	8,30%
Prima de servicios	8,30%

Vacaciones	4%
Intereses sobre cesantías	1% mensual
Total cargas prestacionales	21,6%
Aportes parafiscales	
Cajas de compensación familiar	4%
Total aportes parafiscales	4%
Seguridad social	
Salud	12,50%
Pensión	16%
Total seguridad social	28,5%
Factor prestacional	54,1%

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA

5.1.1. Inversión fija

Los activos fijos que necesita GOOD COFFEE para realizar sus actividades productivas son; equipos, maquinarias, muebles, equipos de cómputo, los cuales serán cotizados con los diferentes proveedores

5.1.1.1 Adecuación y montaje

son remodelaciones necesarias para el funcionamiento de la empresa productora y comercializadora de café tostado y molido de origen del municipio de Puente Nacional – Santander.

Este proyecto requiere de adecuaciones en el área de producción, la cual debe cumplir con unas condiciones de higiene y sanidad de las instalaciones.

Tabla 59 Adecuación y montaje

DETALLE	VALOR TOTAL
OBRAS DE ADECUACION	\$65.000.000
CABLEADO ESTRUCTURA, OFICINA	\$8.000.000
TOTAL	\$73.000.000

Fuente: cotizaciones varias.

5.1.1.2 Maquinaria y equipo

Se invertirá en maquinaria y equipo necesarias para la producción de café tostado y molido.

Tabla 60 Equipo de oficina

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Archivadores	1	\$997.000	\$997.000	\$159.000	\$200.000
Escritorio	1	\$450.000	\$450.000	\$54.000	\$180.000
Silla giratoria tipo gerente	1	\$578.000	\$578.000	\$91.000	\$120.000
Silla giratorio tipo secretaria	2	\$340.000	\$680.000	\$122.000	\$70.000
sofá	1	\$570.000	\$570.000	\$98.000	\$80.000
Botiquín	1	\$135.000	\$135.000	\$26.000	\$5.000
TOTAL			\$3.410.000	\$551.000	\$655.000

Fuente: Mercado libre

5.1.1.3 Equipo de computación y comunicación

Como apoyo para las labores administrativas se considera la inversión en los siguientes equipos de cómputo y comunicaciones:

Tabla 61 Equipo de computación y comunicación

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
teléfono	2	\$60.000	\$120.000	\$23.400	\$3.000
Computadores	2	\$4.000.000	\$8.000.000	\$1.300.000	\$1.500.000
Celulares	2	\$600.000	\$1.200.000	\$232.000	\$40.000
TOTAL			\$9.320.000	\$1.555.400	\$1.543.000

Fuente: Mercado libre

5.1.1.4. Maquinaria y equipo

Para la parte productiva, se contempla la siguiente inversión en maquinaria y equipos:

Tabla 62 Maquinaria y equipo

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Molino de café	1	\$4.800.000	\$4.800.000	\$560.000	\$2.000.000
Trilladora	1	\$4.700.000	\$4.700.000	\$560.000	\$1.900.000
Tostadora	1	\$6.000.000	\$6.000.000	\$600.000	\$3.000.000
Medidor de humedad	1	\$700.000	\$700.000	\$90.000	\$250.000
Termo higrómetro	1	\$300.000	\$300.000	\$46.000	\$70.000
Medidor de Ph	1	\$160.000	\$160.000	\$31.000	\$5.000
Teléfonos	1	\$600.000	\$600.000	\$112.000	\$40.000
computador	1	\$2.000.000	\$2.000.000	\$340.000	\$300.000
Balanza	1	\$250.000	\$250.000	\$42.000	\$40.000
Bascula	1	\$6.016.000	\$6.016.000	\$903.200	\$1.500.000
Extintores	2	\$150.000	\$300.000	\$56.000	\$20.000
TOTAL			\$25.826.000	\$3.340.200	\$9.125.000

Fuente: Mercado libre

5.1.1.5. Muebles y enseres

Adicionalmente, se relaciona el mobiliario utilizado por la empresa

Tabla 63. Muebles y enseres operativos o de producción

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Recolector cosechero	10	\$17.000	\$170.000	\$32.800	\$6.000
Rastrillo de café	2	\$20.000	\$40.000	\$8.000	\$0
Baldes plásticos	2	\$18.000	\$36.000	\$7.200	\$0
Escritorio	1	\$380.000	\$380.000	\$62.000	\$70.000
Silla giratoria	1	\$330.000	\$330.000	\$56.000	\$50.000
Archivador	1	\$997.000	\$997.000	\$159.000	\$200.000
Silla interlocutora	2	\$100.000	\$200.000	\$36.000	\$20.000
Canastillas plásticas	20	\$13.000	\$260.000	\$52.000	\$0
TOTAL			\$2.413.000	\$413.000	\$346.000

Fuente: Mercado libre

5.1.1.6. Herramientas, repuestos y accesorios

Se invertirá en herramientas necesarias para llevar a cabo tareas manuales.

Tabla 64 Herramientas, repuestos y accesorios

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Juego destornilladores	1	29.000	29.000	4.800	5.000
Cuchillo utilitario	1	100.000	100.000	16.000	20.000
Manija de trinquete	1	84.000	84.000	13.000	15.000
Enchufe de 9 piezas de ¼" 5,6,7,8,9,10,11,12,14	1	47.000	47.000	8.800	3.000
Llave hexagonal de 8 piezas 1,5,2,2,5,3,4,5,5,5,6	1	25.000	25.000	4.600	2.000
Pieza de sierra pequeña	1	45.000	45.000	7.000	10.000
Llave ajustable de 1 pieza 8"	1	70.000	70.000	10.000	20.000
Cinta métrica 3m	1	22.000	22.000	4.400	0
Alicate de punta larga 6"	1	24.000	24.000	3.800	5.000
Martillo de garra	1	13.000	13.000	2.000	3.000
TOTAL		459.000	459.000	75.200	83.000

Fuente: Mercado libre

5.1.1.7. Total, inversión fija

Totalizando la inversión requerida en activos fijos para la puesta en marcha de la empresa se consolida la inversión en equipos de oficina, equipos de cómputo y comunicaciones e inversiones maquinaria y equipo, incluyendo inversiones en muebles, enseres, herramientas, repuestos y accesorios.

Tabla 65 Total inversión fija

ACTIVO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	\$3.410.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 9.320.000
Maquinaria y equipo	\$25.826.000
Muebles y enseres operativos	\$2.413.000
Herramientas, repuestos y accesorios	\$459.000
TOTAL INVERSION FIJA	\$41.428.000

5.1.2. Inversión diferida

Adicionalmente, se considera la inversión diferida como la que contempla las gestiones previas a la puesta en marcha de la empresa.

Tabla 66. Inversión diferida

DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Estudio de factibilidad	\$1.300.000
Licencia de funcionamiento	\$580.000
Registro sanitario INVIMA	\$4.800.000
Escritura de constitución	\$200.000

Registro de libros y documentos	\$20.000
Estudio impacto ambiental	\$4.600.000
Diseño del SG-SST	\$6.600.000
Software contable	\$1.600.000
Montaje y adecuaciones	\$73.000.000
Publicidad lanzamiento	\$3.622.000
Diseño de identidad corporativa	\$200.000
Registro de marca	\$1.050.000
TOTAL INVERSION DIFERIDA	\$109.332.000
Amortización Anual	\$21.866.000
Amortización mensual	\$1.822.200

5.2. COSTOS Y GASTOS

Para la producción de café tostado y molido se realizó un prorratio de los costos y gastos donde se logra determinar costos y gastos fijos, costos y gastos variables

5.2.1. Costos de producción

Los costos de producción corresponden a la inversión que se realiza en la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación CIF.

Tabla 67. Prorratio entre costos y gastos

RUBRO	PORCENTAJE COSTO	PORCENTAJE GAV	VALOR MES
Acueducto	80%	20%	\$150.000
Energía	90%	10%	\$210.000
Gas	100%	0%	\$170.000
Teléfono	50%	50%	\$150.000
Mitigación impacto ambiental	80%	20%	\$380.000

Internet	50%	50%	\$150.000
Seguros	70%	30%	\$150.000

5.2.1.1. Costos fijos

En los costos fijos se encuentra la nómina operativa (jefe de producción), el arriendo, seguros, teléfonos, internet, mitigación de impacto ambiental y depreciación operativa.

Tabla 68 Nomina operativa (MOI)

CARGO	PORCENTAJE	JEFE DE PRODUCCION
Sueldo		\$1.200.000
Sub. Transporte		\$117.172
Cesantías	8,333%	\$99.960
Intereses a las cesantías	1,000%	\$12.000
Prima de servicios	8,333%	\$99.960
Vacaciones	4,167%	\$50.004
Pensión	16,000%	\$192.000
ARL	0,520%	\$6.240
Caja de compensación	4,000%	\$48.000
Dotación	5,000%	\$60.000
Salud	12,5%	\$150.000
Salario real		\$2.035.336
Costo total MOI		\$24.424.032

Tabla 69 Costos fijos

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Seguro	\$105.000	\$1.260.000
Teléfono	\$75.000	\$900.000
Internet	\$75.000	\$900.000
Jefe de producción (MOI)	\$2.024.744	\$24.296.923
Mitigación impacto ambiental	\$304.000	\$3.648.000
Depreciación operativa	\$319.067	\$3.828.800
TOTALES	\$2.902.810	\$34.833.723

5.2.1.2. Costos variables

En los costos variables se encuentra; nomina operativa (operarios), materiales directos e indirectos.

Tabla 70 Nómina operativa (MOD)

CARGO	PORCENTAJE	OPERARIO
Sueldo		\$1.000.000
Sub. Transporte		\$117.172
Cesantías	8,333%	\$80.221
Intereses a las cesantías	1,000%	\$9.630
Prima de servicios	8,333%	\$80.221
Vacaciones	4,167%	\$40.130
Pensión	16,000%	\$154.087
ARL	0,520%	\$5.007
Caja de compensación	4,000%	\$38.521
Dotación	5,000%	\$48.152

Salud	12,5%	\$120.380
Salario real		\$1.693.521
NUMERO DE PUESTOS		4
COSTO TOTAL MOD		\$81.289.008

Tabla 71 Insumos y/o materias primas

MATERIAS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR UNIDAD	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
CAFÉ	Gramos	0,180	6.013	\$3.186	\$19.156.400
EMPAQUE (sacos de yute)	Unidad	1.000	33.404	250	\$8.350.945
COSTO TOTAL					\$27.507.345

Tabla 72 Materiales indirectos

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Etiqueta	Unidad	33.404	\$50	\$1.670.189
Cajas	Unidad	1.776	\$2.500	\$4.439.389
COSTO TOTAL				\$6.109.578

Tabla 73 Costos variables

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 8.309.505	\$ 99.714.055
Materiales directos	\$ 2.162.527	\$ 25.950.325
Materiales indirectos	\$ 480.313	\$ 5.763.753
Acueducto	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Energía	\$ 189.000	\$ 2.268.000
Gas	\$ 170.000	\$ 2.040.000
Asesor técnico		\$ 0
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 71.745	\$ 860.940
Otro		\$ 0
TOTALES	\$ 11.503.089	\$ 138.037.073

5.2.1.3. Costos totales de producción

Una vez obtenida la totalidad de los costos de producción entre fijos y variables se determinan los costos totales de producción.

Tabla 74. Costos totales de producción

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 2.902.810	\$ 34.833.723

COSTOS VARIABLES	\$ 11.503.089	\$ 138.037.073
TOTALES	\$ 14.405.900	\$ 172.870.796

5.2.2. Gastos de administración y ventas

La empresa demanda recursos para la realización de las tareas administrativas y comerciales; dichos gastos de administración y ventas se enlazan en la siguiente tabla (número 86).

5.2.2.1. Gastos fijos de administración y ventas

Tabla 75. Nomina administrativa

CARGO	PORCENTAJE	GERENTE	SECRETARIA
Sueldo		\$2.500.000	\$1.100.000
Sub. Transporte			\$117.172
Cesantías	8,333%	\$208.250	\$91.630
Intereses a las cesantías	1,000%	\$25.000	\$11.000
Prima de servicios	8,333%	\$208.250	\$91.630
Vacaciones	4,167%	\$104.175	\$45.837
Pensión	12,000%	\$400.000	\$176.000
ARL	0,500%	\$13.000	\$5.720
Caja de compensación	4,000%	\$100.000	\$44.000
Dotación	5,000%	\$125.000	\$55.000

Salud	8,500%	\$312.500	\$137.500
Salario real		\$3.995.675	\$1.875.489
Número de puestos		1	1
Costo total MOI		\$47.948.100	\$22.505.868

El personal requerido para los procesos comerciales se relaciona en la tabla 85

Tabla 76. Nómina de ventas

CARGO	PORCENTAJE	ASESOR COMERCIAL	SERVICIOS GENERALES
Sueldo		\$1.000.000	\$843.216
Sub. Transporte		\$117.172	\$117.172
Cesantías	8,333%	\$83.300	\$70.239
Intereses a las cesantías	1,000%	\$10.000	\$8.432
Prima de servicios	8,333%	\$83.300	\$70.239
Vacaciones	4,167%	\$41.670	\$35.136
Pensión	16,000%	\$160.000	\$134.914
ARL	0,520%	\$5.200	\$4.384
Caja de compensación	4,000%	\$40.000	\$33.728
Dotación	5,000%	\$50.000	\$42.160

Salud	12,5%	\$125.000	\$105.402
Salario real		\$1.715.642	\$1.465.022
Número de puestos		1	1
Costo total MOI		\$20.587.704	\$17.580.264

5.2.2. Gastos de administración y ventas

Corresponden a la totalización de los rubros de administración y ventas; incluye la nómina administrativa, comercial, servicios, amortización de diferidos, servicios contables y otros adicionales como gastos de papelería, cafetería, depreciaciones y amortizaciones. Estos se clasifican en fijos y variables en las tablas 86 y 87.

5.2.2.1. Gastos fijos de administración y ventas

Tabla 77. Gastos fijos de administración y venta

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 5.788.724	\$ 69.464.683
Acueducto	\$ 30.000	\$ 360.000
Energía	\$ 21.000	\$ 252.000
Teléfono	\$ 75.000	\$ 900.000
Internet	\$ 75.000	\$ 900.000

Seguros	\$ 45.000	\$ 540.000
Publicidad operativa	\$ 975.667	\$ 11.708.004
Asesoría SG-SST	\$ 550.000	\$ 6.600.000
Papelería	\$ 20.000	\$ 240.000
Cafetería	\$ 60.000	\$ 720.000
Mitigación impacto ambiental	\$ 76.000	\$ 912.000
Amortización de diferidos	\$ 1.822.200	\$ 21.866.400
Depreciaciones administrativas	\$ 175.533	\$ 2.106.400
TOTALES	\$ 9.714.124	\$116.569.487

5.2.2.2. Gastos variables de administración y ventas

Tabla 78 Gastos variables de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GASTOS DE REPRESENTACION	\$500.000	\$6.000.000
NOMINA DE VENTAS	\$2.181.576	\$26.178.913
TOTAL	\$2.681.576	\$32.178.913

5.2.2.3. Gastos totales de administración y ventas

El total de los recursos demandados para realización de los trabajos de administración y ventas mensuales y su proyección para el primer año se representan en la siguiente tabla (número 90).

Tabla 79. Total, gastos de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GASTOS FIJOS	\$9.714.124	\$116.569.487
GASTOS VARIABLES	\$2.681.576	\$32.178.913
TOTAL	\$12.935.700	\$148.748.400

5.3. Capital de trabajo

5.3.1. Periodo capital de trabajo

Es necesario poseer un capital de dinero para cubrir costos y gastos en los tres primeros meses, con el objeto que la empresa no genere problemas de iliquidez.

5.3.2. Estructura del crédito

Para cubrir los gastos financieros es indispensable solicitar un crédito al banco Agrario por un valor de \$15.000.000 con una tasa de interés mensual de 1,34% en un periodo de 48 meses y una cuota mensual de \$351.965

5.3.2.1. Amortización del crédito

Considerando los recursos requeridos necesario para poner en marcha la empresa, es indispensable adquirir un crédito por \$15.000.000 por un periodo de 4 años a una tasa de interés mensual del 1,34% la tabla de amortización de este préstamo bancario se representa a continuación (tabla 91).

Tabla 80 Crédito

PRESTAMO	\$15.000.000	INTERES MENSUAL		1,34%
PERIODO	48	Valor cuota mensual		\$425.719
PERIODO	Capital	Intereses	Cuota mensual	Saldo

1	\$ 224.719	\$ 201.000	\$ 425.719	\$ 14.775.281
2	\$ 227.730	\$ 197.989	\$ 425.719	\$ 14.547.551
3	\$ 230.782	\$ 194.937	\$ 425.719	\$ 14.316.769
4	\$ 233.874	\$ 191.845	\$ 425.719	\$ 14.082.895
5	\$ 237.008	\$ 188.711	\$ 425.719	\$ 13.845.887
6	\$ 240.184	\$ 185.535	\$ 425.719	\$ 13.605.703
7	\$ 243.403	\$ 182.316	\$ 425.719	\$ 13.362.300
8	\$ 246.664	\$ 179.055	\$ 425.719	\$ 13.115.636
9	\$ 249.969	\$ 175.750	\$ 425.719	\$ 12.865.667
10	\$ 253.319	\$ 172.400	\$ 425.719	\$ 12.612.348
11	\$ 256.714	\$ 169.005	\$ 425.719	\$ 12.355.634
12	\$ 260.154	\$ 165.565	\$ 425.719	\$ 12.095.480
	\$ 2.904.520	\$ 2.204.108	\$ 5.108.628	
13	\$ 263.640	\$ 162.079	\$ 425.719	\$ 11.831.840
14	\$ 267.172	\$ 158.547	\$ 425.719	\$ 11.564.668
15	\$ 270.752	\$ 154.967	\$ 425.719	\$ 11.293.916
16	\$ 274.381	\$ 151.338	\$ 425.719	\$ 11.019.535
17	\$ 278.057	\$ 147.662	\$ 425.719	\$ 10.741.478
18	\$ 281.783	\$ 143.936	\$ 425.719	\$ 10.459.695
19	\$ 285.559	\$ 140.160	\$ 425.719	\$ 10.174.136
20	\$ 289.386	\$ 136.333	\$ 425.719	\$ 9.884.750
21	\$ 293.263	\$ 132.456	\$ 425.719	\$ 9.591.487
22	\$ 297.193	\$ 128.526	\$ 425.719	\$ 9.294.294

23	\$ 301.175	\$ 124.544	\$ 425.719	\$ 8.993.119
24	\$ 305.211	\$ 120.508	\$ 425.719	\$ 8.687.908
	\$ 3.407.572	\$ 1.701.056	\$ 5.108.628	
25	\$ 309.301	\$ 116.418	\$ 425.719	\$ 8.378.607
26	\$ 313.446	\$ 112.273	\$ 425.719	\$ 8.065.161
27	\$ 317.646	\$ 108.073	\$ 425.719	\$ 7.747.515
28	\$ 321.902	\$ 103.817	\$ 425.719	\$ 7.425.613
29	\$ 326.216	\$ 99.503	\$ 425.719	\$ 7.099.397
30	\$ 330.587	\$ 95.132	\$ 425.719	\$ 6.768.810
31	\$ 335.017	\$ 90.702	\$ 425.719	\$ 6.433.793
32	\$ 339.506	\$ 86.213	\$ 425.719	\$ 6.094.287
33	\$ 344.056	\$ 81.663	\$ 425.719	\$ 5.750.231
34	\$ 348.666	\$ 77.053	\$ 425.719	\$ 5.401.565
35	\$ 353.338	\$ 72.381	\$ 425.719	\$ 5.048.227
36	\$ 358.073	\$ 67.646	\$ 425.719	\$ 4.690.154
	\$ 3.997.754	\$ 1.110.874	\$ 5.108.628	
37	\$ 362.871	\$ 62.848	\$ 425.719	\$ 4.327.283
38	\$ 367.733	\$ 57.986	\$ 425.719	\$ 3.959.550
39	\$ 372.661	\$ 53.058	\$ 425.719	\$ 3.586.889
40	\$ 377.655	\$ 48.064	\$ 425.719	\$ 3.209.234
41	\$ 382.715	\$ 43.004	\$ 425.719	\$ 2.826.519
42	\$ 387.844	\$ 37.875	\$ 425.719	\$ 2.438.675
43	\$ 393.041	\$ 32.678	\$ 425.719	\$ 2.045.634

44	\$ 398.308	\$ 27.411	\$ 425.719	\$ 1.647.326
45	\$ 403.645	\$ 22.074	\$ 425.719	\$ 1.243.681
46	\$ 409.054	\$ 16.665	\$ 425.719	\$ 834.627
47	\$ 414.535	\$ 11.184	\$ 425.719	\$ 420.092
48	\$ 420.090	\$ 5.629	\$ 425.719	\$ 0
	\$ 4.690.154	\$ 418.476	\$ 5.108.628	
49	\$0	\$0	\$0	\$0
	\$15.000.000			

5.3.2.2 Gastos financieros

Por consiguiente, los gastos financieros para los tres primeros meses del periodo de capital de trabajo son: \$593.926

5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo

El capital de trabajo contempla los recursos operativos y financieros necesarios para los primeros tres meses de la empresa; los cuales se contemplan en el cuadro 92.

Tabla 81 Capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costos totales de producción	\$ 43.217.699
Gastos de administración y ventas	\$ 37.187.100
Gastos financieros	\$ 593.926
Menos Depreciaciones	-\$ 1.483.800
Menos Amortización diferidos	-\$ 5.466.600

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 74.048.325
---------------------------------	---------------

5.4 INVERSION TOTAL

La inversión total necesaria es la sumatoria de la inversión fija, la inversión diferida y la demanda de capital de trabajo para los primeros tres meses.

Tabla 82 Inversión total

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 41.428.000
Inversión diferida	\$ 109.332.000
Inversión capital de trabajo	\$ 74.048.325
INVERSIÓN TOTAL	\$ 224.808.325

5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL

5.5.1 Recursos propios

Los socios fundadores son dueños del 93,33%.

Tabla 83 Estructura de capital

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$210.284.036	93.33%
Crédito bancario	\$15.000.000	6.67%

TOTAL	\$465.165.109	100.00%
--------------	---------------	---------

5.5.2 Recursos de financiación.

El crédito que se solicita corresponde a un 6.60% dentro de la estructura de capital.

5.6 PRECIO DE VENTA

Tabla 84 Precio de venta

Costos totales de producción	\$ 172.870.796
Gastos de administración y ventas totales	\$ 148.748.400
Costos y gastos totales	\$ 321.619.196
Capacidad utilizada año 1	31.513
Costos y gastos totales unitarios	\$ 10.206
Margen de utilidad	10%
Precio de venta	\$ 11.340
Margen para el intermediario	30%
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 16.200
Tasa de IVA o Imptoconsumo	19%
Precio al consumidor	\$ 20.000

El precio de venta que se utiliza para los estados financieros de la empresa es de \$11.340 (precio sin IVA). El precio al consumidor es de \$20.000 a pesar de que tiene IVA incluido continúa siendo un precio competitivo.

Precio de venta = Costos y gastos totales unitarios / (1 – margen de utilidad)

$$\text{precio de venta} = \frac{\$ 16.200}{1 - 10\%} = 20.000$$

5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.7.1 Estado de Resultados proyectado.

Consolidando la información para ingresos y egresos de GOOD COFFEE; se estiman los estados de resultados valorados para el primer año y se estima una tasa de crecimiento para el negocio, determinando las proyecciones para un rango de evaluación de 5 años como se presentan en el cuadro 96. Con una técnica similar, se realizan las proyecciones para los flujos de fondos y los estados de situación financiera en los cuadros 97 y 98.

Tabla 85 Estado de Resultados proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 692.862.170	\$ 720.576.657	\$ 748.291.144	\$ 776.005.630	\$ 803.720.117
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$ 692.862.170	\$ 720.576.657	\$ 748.291.144	\$ 776.005.630	\$ 803.720.117
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$ 272.994.325	\$ 283.914.098	\$ 294.833.871	\$ 305.753.644	\$ 316.673.417
MOD	\$ 99.714.055	\$ 99.714.055	\$ 99.714.055	\$ 99.714.055	\$ 99.714.055
CIF	\$ 102.076.654	\$ 104.766.372	\$ 107.456.089	\$ 110.145.806	\$ 112.835.523
UTILIDAD BRUTA	\$ 218.077.135	\$ 232.182.132	\$ 246.287.128	\$ 260.392.125	\$ 274.497.121
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 69.464.683	\$ 69.464.683	\$ 69.464.683	\$ 69.464.683	\$ 69.464.683
Gastos generales	\$ 79.283.717	\$ 80.570.873	\$ 81.858.030	\$ 83.145.186	\$ 84.432.343
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 69.328.735	\$ 82.146.575	\$ 94.964.415	\$ 107.782.255	\$ 120.600.095
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 2.204.108	-\$ 1.701.056	-\$ 1.110.874	-\$ 418.476	\$ 0
Menos 4x1000	-\$ 2.771.449	-\$ 2.882.307	-\$ 2.993.165	-\$ 3.104.023	-\$ 3.214.880
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 64.353.179	\$ 77.563.213	\$ 90.860.377	\$ 104.259.757	\$ 117.385.215
Menos Impuesto de Renta	-\$ 22.523.612	-\$ 27.147.124	-\$ 31.801.132	-\$ 36.490.915	-\$ 41.084.825
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 2.771.449	-\$ 2.882.307	-\$ 2.993.165	-\$ 3.104.023	-\$ 3.214.880
UTILIDAD NETA	\$ 39.058.117	\$ 47.533.782	\$ 56.066.080	\$ 64.664.819	\$ 73.085.509
Menos Reserva Legal	-\$ 3.905.812	-\$ 4.753.378	-\$ 5.606.608	-\$ 6.466.482	-\$ 7.308.551
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 35.152.306	\$ 42.780.403	\$ 50.459.472	\$ 58.198.337	\$ 65.776.958

5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.

Tabla 86 Flujos de Fondos proyectado.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 149.526.885	\$ 238.777.143	\$ 315.439.323	\$ 400.074.114	\$ 492.651.021
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$ 692.862.170	\$ 720.576.657	\$ 748.291.144	\$ 776.005.630	\$ 803.720.117
Operacionales		\$ 692.862.170	\$ 720.576.657	\$ 748.291.144	\$ 776.005.630	\$ 803.720.117
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$ 598.503.283	-\$ 638.805.849	-\$ 658.547.724	-\$ 678.320.094	-\$ 698.128.240
Materiales		\$ 272.994.325	\$ 283.914.098	\$ 294.833.871	\$ 305.753.644	\$ 316.673.417
MOD		\$ 99.714.055	\$ 99.714.055	\$ 99.714.055	\$ 99.714.055	\$ 99.714.055
CIF		\$ 102.076.654	\$ 104.766.372	\$ 107.456.089	\$ 110.145.806	\$ 112.835.523
Nómina administrativa		\$ 69.464.683	\$ 69.464.683	\$ 69.464.683	\$ 69.464.683	\$ 69.464.683
Gastos generales		\$ 79.283.717	\$ 80.570.873	\$ 81.858.030	\$ 83.145.186	\$ 84.432.343
Menos depreciaciones		-\$ 5.935.200	-\$ 5.935.200	-\$ 5.935.200	-\$ 5.935.200	-\$ 5.935.200
Menos amortizaciones		-\$ 21.866.400	-\$ 21.866.400	-\$ 21.866.400	-\$ 21.866.400	-\$ 21.866.400
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 22.523.612	\$ 27.147.124	\$ 31.801.132	\$ 36.490.915
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 2.771.449	\$ 2.882.307	\$ 2.993.165	\$ 3.104.023
4 x 1000		\$ 2.771.449	\$ 2.882.307	\$ 2.993.165	\$ 3.104.023	\$ 3.214.880
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 94.358.887	\$ 81.770.807	\$ 89.743.420	\$ 97.685.536	\$ 105.591.877
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 285.286.885	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 11.752.000
Capital social	\$ 285.286.885					
Valor de salvamento						\$ 11.752.000
-EGRESOS	-\$ 150.760.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 3.410.000					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 9.320.000					
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 25.826.000					
Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 2.413.000					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 459.000					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 109.332.000					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 134.526.885	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 11.752.000
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 15.000.000					
Préstamo bancario	\$ 15.000.000					
-EGRESOS		-\$ 5.108.628	-\$ 5.108.628	-\$ 5.108.628	-\$ 5.108.630	\$ 0
Abono a capital		\$ 2.904.520	\$ 3.407.572	\$ 3.997.754	\$ 4.690.154	\$ 0
Gastos financieros		\$ 2.204.108	\$ 1.701.056	\$ 1.110.874	\$ 418.476	\$ 0
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 15.000.000	-\$ 5.108.628	-\$ 5.108.628	-\$ 5.108.628	-\$ 5.108.630	\$ 0
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$ 149.526.885	\$ 89.250.259	\$ 76.662.179	\$ 84.634.792	\$ 92.576.906	\$ 117.343.877

5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectada

Tabla 87 Estado de Situación Financiera inicial y proyectada

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Fondos en caja						
Fondos en bancos	\$ 149.526.885	\$ 238.777.143	\$ 315.439.323	\$ 400.074.114	\$ 492.651.021	\$ 598.242.898
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 149.526.885	\$ 238.777.143	\$ 315.439.323	\$ 400.074.114	\$ 492.651.021	\$ 598.242.898
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 3.410.000	\$ 3.410.000	\$ 3.410.000	\$ 3.410.000	\$ 3.410.000	\$ 3.410.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 9.320.000	\$ 9.320.000	\$ 9.320.000	\$ 9.320.000	\$ 9.320.000	\$ 9.320.000
Maquinaria y equipo	\$ 25.826.000	\$ 25.826.000	\$ 25.826.000	\$ 25.826.000	\$ 25.826.000	\$ 25.826.000
Muebles y enseres	\$ 2.413.000	\$ 2.413.000	\$ 2.413.000	\$ 2.413.000	\$ 2.413.000	\$ 2.413.000
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 459.000	\$ 459.000	\$ 459.000	\$ 459.000	\$ 459.000	\$ 459.000
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 5.935.200	-\$ 11.870.400	-\$ 17.805.600	-\$ 23.740.800	-\$ 29.676.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 41.428.000	\$ 35.492.800	\$ 29.557.600	\$ 23.622.400	\$ 17.687.200	\$ 11.752.000
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 109.332.000	\$ 109.332.000	\$ 109.332.000	\$ 109.332.000	\$ 109.332.000	\$ 109.332.000
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 21.866.400	-\$ 43.732.800	-\$ 65.599.200	-\$ 87.465.600	-\$ 109.332.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 109.332.000	\$ 87.465.600	\$ 65.599.200	\$ 43.732.800	\$ 21.866.400	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 300.286.885	\$ 361.735.543	\$ 410.596.123	\$ 467.429.314	\$ 532.204.621	\$ 609.994.898
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 2.904.520	\$ 3.407.572	\$ 3.997.754	\$ 4.690.154	\$ 0	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 22.523.612	\$ 27.147.124	\$ 31.801.132	\$ 36.490.915	\$ 41.084.825
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 2.771.449	\$ 2.882.307	\$ 2.993.165	\$ 3.104.023	\$ 3.214.880
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 2.904.520	\$ 28.702.633	\$ 34.027.185	\$ 39.484.450	\$ 39.594.937	\$ 44.299.706
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 12.095.480	\$ 8.687.908	\$ 4.690.154	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 12.095.480	\$ 8.687.908	\$ 4.690.154	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 15.000.000	\$ 37.390.541	\$ 38.717.339	\$ 39.484.450	\$ 39.594.937	\$ 44.299.706
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 285.286.885	\$ 285.286.885	\$ 285.286.885	\$ 285.286.885	\$ 285.286.885	\$ 285.286.885
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 3.905.812	\$ 8.659.190	\$ 14.265.798	\$ 20.732.280	\$ 28.040.831
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 35.152.306	\$ 42.780.403	\$ 50.459.472	\$ 58.198.337	\$ 65.776.958
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 35.152.306	\$ 77.932.709	\$ 128.392.181	\$ 186.590.519
PATRIMONIO TOTAL	\$ 285.286.885	\$ 324.345.002	\$ 371.878.784	\$ 427.944.864	\$ 492.609.683	\$ 565.695.193
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 300.286.885	\$ 361.735.543	\$ 410.596.123	\$ 467.429.314	\$ 532.204.621	\$ 609.994.898

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

Para valorar el rendimiento de la empresa; se calculan las razones financieras de liquidez, operación, endeudamiento y rentabilidad con base en las proyecciones de los estados financieros y contables presentados previamente.

5.8.1 Razones financieras.

5.8.1.1 Razones de liquidez.

Las razones de liquidez determinan un comportamiento favorable para el negocio, donde el crecimiento del mismo se evidencia con el incremento en la razón corriente y la prueba ácida (que son iguales ya que no se contempla manejo de inventarios). Así mismo, el crecimiento de la empresa también se refleja en el incremento de los requerimientos del capital de trabajo.

Tabla 88 Razones de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razon corriente	activo corriente / pasivo corriente	No veces	8,32	9,27	10,13	12,44	13,50
Prueba acida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	8,32	9,27	10,13	12,44	13,50
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$\$	\$ 210.074.510	\$ 281.412.138	\$ 360.589.664	\$ 453.056.083	\$ 553.943.193

5.8.1.2 Razones de operación

Las razones de operación exponen una rotación de activos que desciende; debido a que la empresa crece en ventas, pero no se observan inversiones adicionales para los 5 años de horizonte de evaluación; también se contempla un comportamiento similar para la rotación de activos fijos y corrientes.

Tabla 89 Razones de operación

RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotacion activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	2,90	2,28	1,87	1,58	1,34
Rotacion activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	19,52	24,38	31,68	43,87	68,39
Rotacion activo total	ventas / activo total	No veces	1,92	1,75	1,60	1,46	1,32

5.8.1.3 Razones de endeudamiento

Las razones de endeudamiento determinan un comportamiento conveniente a medida que la empresa sanea sus pasivos en el horizonte de 5 años como se contempla en el cuadro 101. Además, permite observar el nivel de compromiso con la empresa como se observa en la tabla 101, el compromiso de los activos no supera el 20%, es decir la empresa podrá sostenerse en el mercado a largo plazo.

Tabla 90 Razones de endeudamiento

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	10,34%	9,43%	8,45%	7,44%	7,26%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	31,45	48,29	85,49	257,56	22,00
Índice participacion patrimonial	patrimonio / activo total	%	89,66%	90,57%	91,55%	92,56%	92,74%

5.8.1.4 Razones de rentabilidad

Las razones de rentabilidad determinan la capacidad de producir capital en el negocio; donde los márgenes bruto y neto de utilidad muestran una preferencia ascendente relacionada con el crecimiento constante de las ventas. Los rendimientos de activos determinan un comportamiento más variable, llegando a un máximo para el cuarto año y un leve descenso para el año 5, estas razones se consolidan en el cuadro 102

Tabla 91 Razones de rentabilidad

RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ ventas	%	31,47%	32,22%	32,91%	33,56%	34,15%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	5,64%	6,60%	7,49%	8,33%	9,09%
Rendimiento activos	utilidad neta/ activos totales	%	10,80%	11,58%	11,99%	12,15%	11,98%

5.8.2 Indicadores de viabilidad.

La viabilidad del negocio se valora al considerar los indicadores de valor presente y la tasa interna de retorno; para el cálculo del valor presente es indispensable apreciar una tasa de descuento; en este caso, se utiliza la tasa mínima atractiva de retorno que se compone del costo de capital, el costo de la deuda y considera la tasa de riesgo

Tabla 92 Indicadores de viabilidad.

TMAR = $i + f + i \cdot f$ (Bacca Urbina, 2013)

Donde:

i = prima de riesgo al riesgo

f = inflación

Riesgo bajo	1% a 10%
Riesgo medio	11% a 20%
Riesgo alto	21% a 30%

Prima de riesgo al riesgo	10%
Inflación	2%
TMAR recursos propios	11,77%
Recursos crédito	17,32%
TMAR Banco	19,21%
Porcentaje aportación recursos propios	95%
Porcentaje aportación Banco	5,00%
TMAR MIXTA	12,14%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	10,56%

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 285.286.885	\$ 89.250.259	\$ 76.662.179	\$ 84.634.792	\$ 92.576.906	\$ 117.343.877
VNA	-\$ 285.286.885	\$ 79.586.457	\$ 60.959.380	\$ 60.011.985	\$ 58.535.781	\$ 66.162.038
VALOR RECUPERADO		\$ 79.586.457	\$ 140.545.837	\$ 200.557.822	\$ 259.093.603	\$ 325.255.642

5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR).

TIR 17,40%

El valor obtenido es superior a la tasa de descuento hallada para el cálculo del valor presente neto; esto indica que se trata de un negocio rentable y atractivo para inversión.

5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN).

VPN \$ \$ 53.794.042

Al calcular el VPN, se obtiene un valor positivo, indicando que se trata de un proyecto que genera valor a partir de la inversión inicial planteada.

5.8.2.3 Período de recuperación.

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador para determinar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial. En este caso se determinó que en el cuarto año se logra recuperar la inversión, lo cual permite que los años posteriores se generen utilidades para los inversionistas.

5.8.2.4 Punto de equilibrio.

. El cálculo del punto de equilibrio en unidades y en valores se presenta en el cuadro 104

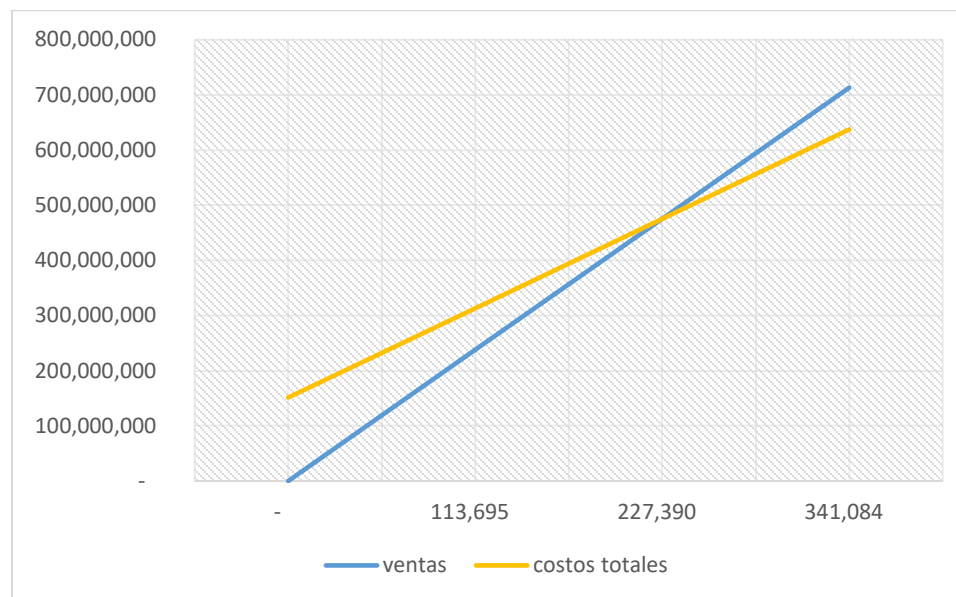
Tabla 93 Punto de equilibrio

CF: costos fijos	\$ 151.403.210
CV: costo variable	\$ 472.130.225
CT: costos totales	\$ 623.533.435
IT: ingreso total	\$ 692.862.170
Pu: precio unitario	\$ 2.090
CVu: costo variable unitario	\$ 1.424
VT: ventas totales	\$ 692.862.170
N: número días año	360
Capacidad utilizada año 1	331.513

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	68,59%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	227.390
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 475.244.109
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	247

Punto de equilibrio	-	113.695	227.390	341.084
ventas	-	237.622.054	475.244.109	712.866.163
costos fijos	151.403.210	151.403.210	151.403.210	151.403.210
costos variables	-	161.920.449	323.840.899	485.761.348
costos totales	151.403.210	313.323.659	475.244.109	637.164.558
utilidad	- 151.403.210	- 75.701.605	-	75.701.605

Ilustración 26 **Punto de Equilibrio**



5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO

Teniendo en cuenta los resultados en el estudio de mercado técnico, administrativo y financiero se considera que café de origen GOOD COFFEE es una micro empresa ya que:

- Equipo de trabajo de menos de 10 empleados, se estima iniciar actividades con 6 trabajadores fijos: Gerente general, auxiliar administrativa, jefe de producción, servicios generales y dos operarios. (Ley 520 2000, artículo 2)
- Activos totales menor a 501 salarios mínimos legales vigentes. (Ley 520 2000, artículo 2).

GOOD COFFE iniciara actividades bajo los siguientes parámetros

- La demanda estimada para el año 1 es de 1.334.480 unidades de 125 gamos para los municipios de Puente Nacional, Vélez, Barbosa, Guavatá, Moniquirá.
- Capacidad total diseñada anualmente de 1.326.056.

- Capacidad instalada igual 663.026 café en presentaciones de 125 gr.
- Capacidad utilizada y proyectada igual a 331.513 café en presentaciones de 125 gr.

6. CONCLUSIONES

Al culminar los estudios de mercados, técnico, administrativo y financiero del proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de café tostado y molido, se determina que la empresa es viable económicamente, en consecuencia, se decreta la puesta en marcha de la empresa GOOD COFFEE para producir y comercializar “café de origen” tostado y molido en los municipios de; Puente Nacional, Guavata, Vélez, Barbosa, Moniquira y Tunja.

El estudio de mercado a través de la encuesta realizada al mercado objetivo indico que el “café de origen” es un producto con alta aceptación en el mercado, adicionalmente se identificaron las presentaciones y los precios con mayor aceptación en el mercado, los principales canales de publicidad, promoción y mercadeo que son necesarios para el posicionamiento y la campaña comercial del producto.

El estudio técnico permitió definir los insumos de maquinaria, herramientas y materias primas necesarias para la elaboración del producto “café de origen”.

El estudio administrativo definió la demanda de talento humano necesario para la puesta en marcha del emprendimiento propuesto.

Legalmente GOOD COFFEE será constituido como una S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificadas) con 6 puestos de trabajo incluido el gerente general de la empresa.

En el estudio financiero se establece una inversión inicial de \$224.808.325 dividido en: Inversión fija, diferida y capital del trabajo. De igual manera se estableció el precio de venta del producto con un valor de \$11.340, una margen de utilidad del 10% y el precio al consumidor con IVA de 19% en \$20.000 precio que al ser comparado en benchmarking con los competidores más relevantes del mercado es un precio competitivo. Los indicadores de viabilidad, el valor presente neto VPN **\$53,794,042**, una tasa interna de Retorno TIR 17,40%.

Por último, el estudio financiero permitió definir el monto total de las inversiones necesarias, así se concluye que el proyecto es factible puesto que, entre en sus indicadores financieros se tiene un valor presente neto positivo y una tasa interna de retorno superior a la tasa de descuento utilizada en el proyecto.

7. RECOMENDACIONES

Se hacen las siguientes recomendaciones para que la producción de café tostado y molido GOOD COFFEE obtenga la rentabilidad estimada en este estudio:

- Los proveedores con los que se plantee una estrategia, deben ofrecer la materia prima a un precio no mayor al planteado en este estudio.
- La publicidad y las promociones se deben llevar a cabo permanentemente en los municipios objetivos, siendo la publicidad una estrategia clave para la generación de utilidades, a través de las ventas.
- El paquete tecnológico propuesto se debe aplicar, con el objetivo de producir al máximo en café, también se debe innovar constantemente para ofrecer un producto que cumpla con las necesidades y expectativas del consumidor.
- Velar por cumplir la responsabilidad social de la empresa, generando confianza en todas las personas relacionadas con la empresa y además crear una buena imagen ante la sociedad.

BIBLIOGRAFIA

“Análisis de las tendencias en la producción y el consumo de café a nivel internacional” [en línea] marzo 2019. Consultado [noviembre 26] Disponible en: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzGmtrQvBLbbwnVGWcDbZpnQKhQf?projector=1&messagePartId=0.1>

ALCALDIA MUNICIPAL DE BARBOSA SANTANDER consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: http://www.barbosa-santander.gov.co/informacion_general.shtml

ALCALDIA MUNICIPAL DE GUAVATA- SANTANDER consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <http://visitevelez.travel/municipio/datos.php?municipio=guavata>

ALCALDIA MAYOR DE TUNJA consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://www.tunja-boyaca.gov.co/>

ALCALDIA MUNICIPAL DE PUENTE NACIONAL, consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en: [https:// http://www.puentenacional-santander.gov.co/](https://http://www.puentenacional-santander.gov.co/)

“Beneficios del café para la salud” consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://www.baque.com/es/blog/beneficios-del-cafe-para-la-salud/>

CAFÉ DE ESPECIALIDAD VS CAFÉ COMERCIAL: “3 diferencias clave en su proceso” [en línea] agosto de 2016. Consultado [06 de octubre de 2021] Disponible en: <https://perfectdailygrind.com/es/2016/08/31/cafe-de-especialidad-vs-cafe-comercial-3-diferencias-clave-en-su-proceso/>

CAFES COLOMBIANOS CON DENOMINACION DE ORIGEN [en línea] mayo de 2017. Consultado [noviembre 13 2021] Disponible en: <https://colombia.gastronomia.com/noticia/7007/cafes-colombianos-con-denominacion-de-origen>

CAFÉ DE COLOMBIA: “Tipos, variedades y características” Consultado [12 de noviembre 2021] Disponible en: <https://www.bialarblog.com/cafe-de-colombia-tipos-variedades-caracteristicas/>

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ consultado [10 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-sociedades-por-acciones-simplificadas#:~:text=La%20sociedad%20por%20acciones%20simplificadas,monto%20de%20s us%20respectivos%20aportes.>

CIDEU: “Tunja” [en línea] 2015 consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en:
<https://www.cideu.org/miembro/tunja/#:~:text=Limita%20por%20el%20norte%20con,de%20Samac%C3%A1%2C%20Cucaita%20y%20Sora.>

COLEGIOS COLOMBIANOS: “Municipio Moniquira” consultado [13 de noviembre de 2021]
Disponible en: <http://www.ofecfuturoscientificos.com/colegios-moniquira.html>

DANE: “Censo general de Vélez Santander” [en línea] septiembre 2015, consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en:

https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/68861T7T000.PDF

DANE: “Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020.
Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en:

<https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3l9qunFA>

DANE: “Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020.

Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en:

<https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3l9qunFA>

DANE: “Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020.

Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en:

<https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3l9qunFA>

DANE: “Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020.

Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en:

<https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3l9qunFA>

DANE: “Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020.

Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en:

<https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3l9qunFA>

DANE: “Colombia proyecciones de población municipales por área [en línea] junio de 2020.

Consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en:

<https://us.docworkspace.com/d/sAPOKjaL0oOpStP3l9qunFA>

DANE: “Información para todos” [en línea] marzo de 2022. Consultado [27 de marzo de 2022]

Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php>

¹ “Diferencias entre café de especialidad y comercial” consultado [28 de enero de 2022] <https://primerocafe.com.mx/mundo-barista/diferencias-entre-cafe-de-especialidad-y-comercial/>
DIRECTORIO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN COLOMBIA Consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en: <https://escuelas.com.co/secundaria/municipio/velez>
DIRECTORIO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN COLOMBIA consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en: <https://escuelas.com.co/secundaria/municipio/barbosa-santander>

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS: “Industria cafetera colombiana” [en línea] 2018. Consultado [noviembre 24 2021] Disponible en: Informe_de_la_Industria_Cafetera_20182.pdf (federaciondecafeteros.org)

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS: “Resolución 1 de 1999” [en línea] enero 19 1999. Consultado [27 de enero de 2022] Disponible en: <https://federaciondecafeteros.org/static/files/RESOLUCI%C3%93N1DE1999.pdf>

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS: “Producción de café en Colombia” [en línea] enero de 2020. Consultado [15 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://federaciondecafeteros.org/wp/listado-noticias/produccion-de-cafe-de-colombia-cerro-el-2019-en-148-millones-de-sacos/>

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS: “Industria cafetera colombiana” [en línea] 2018. Consultado [noviembre 24 2021] Disponible en: Informe_de_la_Industria_Cafetera_20182.pdf (federaciondecafeteros.org)

GASTRONOMIA: “10 datos importantes sobre el café” [en línea] octubre de 2019. Consultado [10 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://www.ngenespanol.com/gastronomia/10-datos-que-debes-saber-sobre-el-cafe/>

GASTROENCICLOPEDIA: “sabes que es el café de especialidad” [en línea] enero de 2019. Consultado [28 de enero de 2022] Disponible en: <https://www.google.com/amp/s/www.hola.com/cocina/noticiaslibros/20190115135667/cafe-de-especialidad-diferencias-cafe-comercial/%3fviewas=amp>

¹GASTRONOMIA: “Cafés Colombianos con denominación de origen” [en línea] mayo de 2017. Consultado [12 de noviembre 2021] Disponible en: <https://colombia.gastronomia.com/noticia/7007/cafes-colombianos-con-denominacion-de-origen>

GUAVATA consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en:
<http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/SANTANDER/MUNICIPIOS/GUAVATA/GUAVATA.htm>

Impacto de las variaciones de las exportaciones del sector cafetero en el empleo durante los últimos 5 años en Colombia [en línea] 2019. Consultado [23 de noviembre de 2021] Disponible en:

<http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1845/3/Trabajo%20de%20Grado%202019%20-%20Maria%20Fernanda%20Sierra.pdf>

“Las últimas tendencias del café” [en línea] 2021. Consultado [25 de noviembre 2021] Disponible en: <https://www.tangycoffee.com/es/las-ultimas-tendencias-del-cafe-2/>

MERCADO INTERNACIONAL DEL CAFÉ: “Breve historia del café” [en línea] Julio de 2019. Consultado [15 de noviembre del 2021] Disponible en:
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/gchmf/tesis.pdf>

MUNICIPIOS DE COLOMBIA: “Barbosa” consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en:
<https://www.municipio.com.co/municipio-barbosa-san.html>

MUNICIPIO DE COLOMBIA: “Moniquira-Boyacá” consultado [13 de noviembre de 2021] Disponible en: http://www.moniquira-boyaca.gov.co/informacion_general.shtml

“Oportunidades y desafíos para pequeños productores de café en un marco global de cambio” [en línea] abril de 2018. Consultado [noviembre 27 de 2021] Disponible en:
<https://core.ac.uk/download/pdf/35286368.pdf>

REGULACION DEL MERCADO INTERNACIONAL DEL CAFÉ: “Una perspectiva histórica” Consultado [noviembre 24 2021] Disponible en:
<https://books.openedition.org/cemca/526?lang=es>

REGULACION DEL MECADO INTERNACIONAL: ”UNA PERSPECTIVA HISTORICA” Consultado [noviembre 26 2021] Disponible en:
<https://books.openedition.org/cemca/526?lang=es>

REGULACION DEL MECADO INTERNACIONAL:” UNA PERSPECTIVA HISTORICA” Consultado [noviembre 26 2021] Disponible en:
<https://books.openedition.org/cemca/526?lang=es>

REVISTA COCINA: “Sabes que es el café de especialidad” [en línea] enero de 2019.

Consultado [06 octubre 2021] Disponible en:

<https://www.google.com/amp/s/www.hola.com/cocina/noticiaslibros/20190115135667/cafe-de-especialidad-diferencias-cafe-comercial/%3fviewas=amp>

REVISTA DINERS: “Guía de las mejores 100 marcas de café colombiano” Consultado [12 de noviembre 2021] Disponible en: https://revistadiners.com.co/gastronomia/72709_por-todo-el-pais-70-marcas-de-cafe-colombiano-que-debe-conocer/

REVISTA SEMANA: “Competencia por el mercado del café, entre grandes y pequeños” [en línea] junio de 2015. Consultado [20 de noviembre 2021] Disponible en: <https://www.semana.com/edicion-impresa/negocios/articulo/dinamica-del-sector-caficultor-tiendas-venta-cafe-pais/209863/>

SECRETARIA DE EDUCACION DE TUNJA consultado [13 de noviembre 2021] Disponible en: <http://www.semtunja.gov.co/colegios.html>

Súper industria protege la denominación de origen a, “café de Santander” consultado [10 de diciembre 2021] Disponible en: <https://www.sic.gov.co/noticias/superindustria-protege-la-denominaci%C3%B3n-de-origen-a-cafe-de-santander>

SANTANDER ECONOMICO: “Estas son las empresas más grandes de Santander e insignias de Colombia” [en línea] noviembre de 2018. Consultado [15 noviembre del 2021] Disponible en: <https://www.larepublica.co/especiales/especial-santander/estas-son-las-empresas-mas-grandes-de-santander-e-insignias-en-colombia-2776212>

“Tendencias en los principales mercados del café” [en línea] agosto 2021. Consultado [25 de noviembre de 2021] Disponible en: <https://gestion.pe/economia/mercados/cafe-tendencias-en-los-principales-mercados-de-cafe-noticia/>

VANGUARDIA: “El sur de Santander produce 300 mil cargas de café especial” [en línea] diciembre de 2019. Consultado [23 de noviembre 2021] Disponible en: <http://vanguardia.com/santander/comunera/xxxx-FF1755160>

ANEXOS

ANEXO A: 1 Encuesta de mercado.

Universidad Industrial de Santander - Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia - Gestión Empresarial

Encuesta dirigida a los Hogares de estratos 1, 2, 3, 4, de municipio los municipios de Puente Nacional, Guavatá, Vélez, Barbosa, Moniquirá y Tunja

Objetivo: Realizar estudio de mercados mediante la obtención de información primaria que permita medir el nivel de aceptación y compra frente de consumo de “café de origen Puentano” en los municipios de Puente Nacional, Guavatá, Vélez, Barbosa, Moniquirá y Tunja.

Nombre y Apellidos: _____

Correo: _____

Celular o teléfono: _____

Pregunta 1. ¿Acostumbra a comprar café?

SI _____

NO _____

Pregunta 2. ¿Qué tipo de café consume?

Molido _____

Instantáneo _____

Gourmet _____

Saborizado _____

Pregunta 3. ¿Cuál de las siguientes características es la que tiene en cuenta a la hora de comprar un café?

Pureza _____

Precio _____

Reconocimiento de marca___

No tiene preferencia___

Pregunta 4. ¿Normalmente cuando usted compra café tostado y molido, en que establecimiento lo hace?

Supermercado___

Tienda de Barrio___

Distribuidor autorizado___

Tiendas de café___

Pregunta 5. ¿Cuál es la marca de café de su preferencia?

Águila roja ___

Colcafé___

sello rojo ___

Comuneros ___

Bolivarense ___

Pichón rojo ___

Pregunta 6. ¿Cuántos gramos de café adquiere cada vez que compra?

125gr___

250gr___

500gr___

Pregunta 7. ¿Con que frecuencia adquiere café?

Diariamente___

Semanalmente___

mensualmente___

Pregunta 8. ¿Cuál es el precio promedio que ha pagado por presentación de café?

Entre \$\$2500-\$4000 ____

Entre \$4000-\$6.000 ____

Más de \$6.000 ____

Pregunta 9. ¿Le gustaría consumir un café 100% orgánico y de origen del municipio de Puente Nacional?

Si ____

No ____

Tal vez ____

Pregunta 10. ¿Cuál tipo de empaque y presentación le gustaría que tuviera este nuevo producto?

125 gr _____

200gr _____

500gr _____

Pregunta 11. ¿Cuántas unidades estaría dispuesto a comprar al mes según su presentación y empaque?

Entre 1 y 2 _____

Entre 3 y 4 _____

Más de 4 uds _____

Pregunta 12. ¿Por qué medios de comunicación se entera de la publicidad de nuevos productos?

Redes sociales _____

Páginas web _____

radio _____


volante _____

televisión

ANEXO B: 1 Cotización mercado libre



CANTIDAD	DESCIPCION	PRECIO UNITARIO	IMAGEN	TOTAL
1	MOLINO DE CAFÉ ELÉCTRICO: Molino doble con motor de 110 vts. Capacidad de 50 kg	\$4.800.000		\$4.800.000
1	TRILLADORA: Capacidad de 100kg/h sistema mecanico para desprender la	\$4.700.00		\$4.700.000

	<p>cascarilla y grano, salida de pergamino, salida de café oro para su selección y ventilador para succionar la cascarilla.</p>			
1	<p>TOSTADORA DE CAFÉ ELECTRICA: TKMSX1E Dimensiones: 73 x 81 x 100 Cm. Peso: 82 Kg. Voltaje: 110 Voltios, 50-60 Hz. Fuente de calor: 5,5 Kw. Motores: 3 Motores. Capacidad 50 kg</p>	\$6.000.000		\$6.000.000

1	MEDIDOR DE HUMEDAD	\$700.000	 <p>A black and silver handheld moisture meter with a digital display and a hopper on top. The brand name 'wile' and the model 'Crusher' are visible on the device.</p>	\$700.000
1	TERMO HIGRÓMETRO	\$300.000	 <p>A white digital thermometer and hygrometer with a blue display. The display shows '12:02' for the time, '41' for the high temperature, '25.5 °C' for the current temperature, and '62 RH %' for the relative humidity. The brand name 'Thermo' is visible at the bottom.</p>	\$300.000
1	MEDIDOR DE PH	\$160.000	 <p>A red digital pH meter with a black probe. The display shows a reading of '7.1'. The brand name 'Hanna' is visible on the handle.</p>	\$160.000

10	RECOLECTOR COSECHERO	\$17.000		170.000
2	RASTRILLO DE CAFE	\$20.000		\$40.000
2	RECIPIENTES PLASTICOS	\$18.000		\$36.000
1	BALANZA	\$250.000		\$250.000
TOTAL				\$16.906.000

ANEXO C: 1 cotización diseño y ejecución de sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo



Medellín, junio 2022

Señores:

GOOD COFFEE

REFERENCIA: Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.

Talento Consultores S.A.S, le suministra la solución para darle cumplimiento al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (**Decreto 1072 del 2015 y Resolución 0312 del 2019**).

Somos una empresa debidamente autorizada para operar a nivel nacional, bajo la licencia **No.298686 del 2015**, para esto fue creada **SISTEGRA SST**, una aplicación integral perfecta para soportar su proceso de implementación, mantenimiento y control del Sistema de Gestión y Seguridad en el Trabajo a lo largo de la permanencia de su empresa, tal como lo obligan el Decreto 1072 de 2015 y la resolución 0312 del 2019. Sistegra permite ejecutar y dirigir todo el SG-SST desde un ambiente **WEB interactivo** con acceso a todos los miembros de su organización.

Es nuestro interés convertirnos en su aliado estratégico, ofreciéndole soluciones integradas que les permita agilizar sus procesos y contar con información segura y confiable, para tomar decisiones oportunas y acertadas, orientadas a garantizar la sostenibilidad de su negocio.

Cordialmente,

Developed by Talento Consultores



Fernando Mejía Grondona
Asesor comercial

COTIZACIÓN DISEÑO Y EJECUCIÓN SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

☎ 3174345534

✉ asesor4@talentoconsultores.com.co

Nuestro sistema de trabajo está enfocando en el ciclo **PHVA** (Planear, hacer, verificar y actuar), por medio de un plan de trabajo que se coordina con la disponibilidad de tiempo de nuestros clientes.

Planeación: Realizamos un cronograma de trabajo entre las partes para tener claro las actividades y los documentos que se van a entregar en cada etapa definiendo el tiempo total de la implementación.

Hacer: Desarrollar y hacer cumplir lo estipulado en la planeación de la implementación, cumpliendo con los tiempos acordados con el cliente.

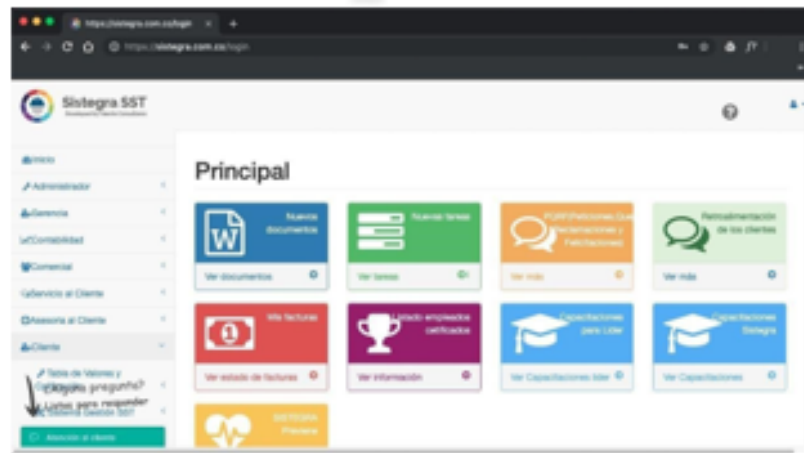
Verificar: Garantizar la implementación y aplicación de los requerimientos que exige la norma, por medio de una auditoría que certifique el trabajo realizado, esta auditoría puede ser directamente con la ARL, si lo desea el cliente.

Actuar: Es responsabilidad de la empresa realizar la implementación, es por esto que, pensando en la comodidad de cliente y las facilidades para el desarrollo del mismo, hemos creado un software que ayudará a que la implementación se efectúe día a día de manera efectiva y que pueda controlar el cumplimiento de las normas y actividades estipuladas por la norma.

De acuerdo al **Decreto 1072 de 2015**, todas las compañías en el país tienen que implementar **EL SISTEMA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SG-SST)**, el cual constituye las condiciones mínimas de seguridad y salud que se deben adoptar en las compañías. La **resolución 0312 del 2019** establece que es indispensable realizar la construcción e implementación de este sistema para evitar futuras sanciones o cierres totales de las empresas mediante los Estándares Mínimos o lista de chequeo de actividades y obligaciones en SST.

REGIMEN SANCIONATORIO: Las empresas que no cumplan con la Implementación del SG-SST, serán sancionadas con multas desde **500 SMMLV** en adelante, el plazo para este cumplimiento venció el **31 de diciembre del 2018**. Para aquellas compañías que no adopten las acciones correctivas planteadas, el Ministerio del Trabajo tendrá la facultad de suspender las actividades de la empresa por un término de 120 días o realizar un **CIERRE DEFINITIVO**.

1. Software Sistegra SST



Se compone de módulos funcionales que le ayudaran a gestionar la implementación del SG-SST y mantener el control y seguimiento adjudicando responsables, otorgando actividades o tareas que a su vez serán notificadas por el sistema cuando no son cumplidas dentro de los tiempos establecidos o simplemente alertar la actividad programada para que esta sea cumplida a cabalidad o se le dé el manejo respectivo según las políticas establecidas.

Los módulos que maneja la Herramienta ayudarán a gestionar y organizar:

Sistegra SST

Developed by Talento Consultores

- Gestión documental en donde podremos ingresar los documentos relevantes de planeación del Sistema de Gestión para la compañía y de la misma normatividad según el decreto 1072 de 2015 y la resolución 0312 de 2019, el sistema soporta los formatos de carga de archivos Word, Excel, PDF, formato de video, Fotos e imágenes Según sea el caso.
- Realizar las consultas de registros por nombre, tipo de archivo entre otros filtros.
- Gestión de talento humano en donde podemos parametrizar a cada uno de los empleados.
- En la sección de funcionarios y CRM podrá gestionar responsabilidades y relacionarlos con cada uno de los cargos, organigrama de la compañía, clasificación de los exámenes médicos según las actividades que se realicen en cada una de las áreas de trabajo, incluye la gestión del profesiograma, administra

los registros de accidentes de trabajo, incapacidades y ausentismos, llevando el control de la entrega de los elementos de protección personal (EPP), parametriza las diferentes capacitaciones que se deban realizar según los planes de trabajo en el SG-SST.

- Administrar y crea procesos, planes de implementación y conocer en tiempo real el estatus de la implementación y el porcentaje de cumplimiento en cada una de las normas del decreto 1072 de 2015 y la resolución 0312 de 2019.
- Visualizar cada una de las Matrices que se establecen dentro de la implementación del SG-SST y los niveles de riesgo según la evaluación realizada por el responsable.
- Crear y administrar cada uno de los comités (COPASST / vigía, convivencia, brigadas de emergencia), planes y programas establecidos.
- Visualizar de manera dinámica cada uno de los indicadores que pide el decreto 1072 de 2015 y la resolución 0312 de 2019.
- También encontrará la sección de comunicación donde podrá crear y divulgar las diferentes noticias, eventos o información primordial a todos sus usuarios.
- Permite verificar el cumplimiento de conformidades de cada artículo de acuerdo al decreto 1072 del 2015 y resolución 0312 de 2019 relacionados a la auditoria interna.
- Administración de Proveedores / Clientes / Contratistas: gestiona y administra toda la información para subir los documentos determinando la vigencia de cada uno de ellos, de acuerdo a los parámetros solicitados para las actividades que estos realizaran dentro de la compañía y la matriz de riesgos que les corresponda.

2. Beneficios, entorno y arquitectura de SISTEGRA SST:

- Sistema integral y modular.
- Sistema flexible y personalizable.
- Permite ajustar a cualquier tipo de empresa sin importar su tamaño.
- Parametrización de usuarios según el grado de responsabilidad de cada rol.
- Usuarios Ilimitados.
- Configura permisos de acceso según estructura organizacional y su SG-SST.
- Control y reportes de ausentismos que presentan los empleados, así como de incapacidades.
- Refleja el estado de la implementación y ejecución del sistema.
- No pierde de vista el avance en la implementación o acciones correctivas en el día a día de su empresa.

- Verificar en cualquier momento las actividades pendientes asignadas a cualquier integrante de la empresa, garantizando la ejecución y control del SG-SST.
- Gestión de matriz de peligros y riesgos.
- Control de alertas y seguimientos de tareas.
- Controla el estado de la implementación del sistema, generando informes y estadísticas para el cumplimiento.
- Su gestión documental agiliza la documentación que se solicita en la auditoria y facilita inspecciones internas.

- Nuestro Sistema de SG-SST facilitará la conectividad con sus sistemas de nómina y proveedores. Minimiza reprocesos en la administración, control y seguimiento de sus funcionarios, proveedores y contratistas, y permitirá tener indicadores en línea en cualquier momento.

Es un aplicativo implementado en entorno Laravel con PHP, complementado con un portal Web corporativo Wordpress para el acceso interactivo a la información de directivos y delegados de empresas / centros, empleados, contratistas, inspectores de Seguridad y Auditores.

- La licencia permite la creación de infinitas cuentas de usuario.
- El aplicativo posibilita la creación ilimitada de centros de trabajo, trabajadores, planes de acción, tareas y documentación.
- La consulta sobre SISTEGRA SG-SST se puede realizar desde Desktop, Tablet o Móvil. Soporte técnico funciona las 24 horas del día.
- Capacitación y soporte remoto.
- Acceso a Webinar de capacitación, seminarios de actualización y artículos.

3. Alcance del servicio Full

- Uso Plataforma. Uso plataforma para administrar el SG SST.
- Implementación SG SST, Administración del plan de trabajo
- Módulo de capacitación.
- Módulo control de ausentismos y seguimiento de la salud laboral del trabajador
- Módulo para administración de stock de elementos de protección personal
- Módulo de auditoría legal y normas internacionales
- Modulo sistema de vigilancia epidemiológico osteomuscular
- Módulo plan estratégico de seguridad vial virtual
- Módulo sistema de vigilancia epidemiológico psicosocial
- Módulo estudios de puestos de trabajo
- Auditoria Interna Virtual al SG SST semestral firmada por auditor certificado
- Soporte en Capacitación permanente a través de plataforma virtual.
- Asesoría técnica y legal laboral a través de video chat.
- Cobertura bajo la licencia de la empresa Talento Consultores S.A. S y acompañamiento de los procesos por el profesional con licencia en el área requerida, por la duración del contrato.
- Creación de los protocolos de bioseguridad según requerimiento

**El servicio está apoyado por un Profesional con licencia quien verifica y acompaña el proceso.*

4. Costo del servicio

SERVICIO	CONEXIONES MENSUALES	VALOR MENSUAL	DESCUENTO BANCOLOMBIA VALOR MENSUAL
SG SST VIRTUAL	4	\$550.000	\$322.600

Si se acepta la propuesta en el transcurso de la semana tendrá un descuento adicional del 10%

Este servicio solo se presta con débito automático, o pago por link

5. Contrato de servicio

Cada empresa debe aceptar términos y condiciones de uso, por la plataforma, sin término de duración y sin cláusula de permanencia, el cliente podrá cancelar en cualquier momento avisando con 30 días de anticipación. CADA AÑO SE REALIZARÁ EN EL MES DE ENERO EL INCREMENTO CORRESPONDIENTE AL IPC + 1 PUNTO.

6. Valores agregados

- Modelo del reglamento interno de trabajo.
- Una consulta jurídica mensual con abogado en Seguridad y Salud en el trabajo.
- Grupo Auditor al Sistema de Gestión según requerimiento de la norma sin costo adicional.
- Auditoría Interna Anual del SG SST y plan de trabajo sin costo.
- Posibilidad de tener modelos de contratos laborales y otros documentos de Gestión Humana colgados de la plataforma para autogestión sin costo adicional.

7. No se incluye en el servicio

- Exámenes médicos ocupacionales (Ingreso, retiro y periódico).
- Cursos o entrenamientos especializados (Cursos de Alturas).
- Mediciones Ambientales (Ruido, Iluminación, Temperatura, etc.).
- Análisis de puestos de Trabajo (el plan solo aplica uno en caso de ser necesario).
- Medición de Riesgo Psicosocial.
- Seguridad Industrial (Extintores, Dotación, Señalización).
- Las Investigaciones de accidentes grave o mortal. **Tiene cobro adicional por evento.*
- Plan de manejo ambiental.
- Sistema de gestión de calidad ISO 9001.



**Nota: (Talento Consultores no se hace responsable por las sanciones derivadas del decreto 0472 de 2015 toda vez que el contrato se suscribe con las fases 1, 2, 3, 4 que trae la resolución 0312 de 2019 vencidas.)*

Quedo atento a la información adicional que solicite.



Fernando Mejía Grondona
Asesor comercial

- Calle 60B sur #44-100, oficina 1215, Sabaneta
- 3174345534
- asesof4@talentoconsultores.com.co
- www.sistegra.com

ANEXO D: 1 Cotización soluciones mundo verde S.A.S

CORDIAL SALUDO.

Atendiendo su solicitud para la elaboración del estudio de impacto ambiental, guía de manejo ambiental y/o valoración de impactos ambientales para **GOOD COFFEE**.

Así;

SERVICIO	DESCRIPCION	TIEMPO DE EJECUCION	VALOR
a).	Preparación del documento; "estudio de impacto ambiental" estipulando los términos de referencia emitidos por el Ministerio del Medio Ambiente.	3 meses	\$5.414.500
b).	Determinación del plan de manejo ambiental estipulando los términos de referencia emitidos por la Corporación Autónoma Regional.	2 meses	\$2.000.000
c).	Certificado: <ul style="list-style-type: none">• Detalle del proceso productivo• Requerimiento, implementación• Efectos de recursos naturales	1 mes	\$1.500.000

FORMAS DE PAGO: A partir de la fecha de aprobación de la propuesta, se debe realizar por parte de la empresa contratante el pago del valor previamente definido así:

- 60% anticipo
- 40% entrega final

RECURSOS Y MATERIAL PROPORCIONADO; el recurso más importante es el talento humano, el cual podrá estar sometido a cambios, sin incrementar los costos asociados en el anterior documento.

La empresa contratante debe suministrar de manera oportuna la información solicitada por parte del encargado del servicio, con el propósito de darle desarrollo a la presente propuesta.

Cordialmente,



JOSÉ HINCAPIÉ

Gerente general.

