PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ ARTESANAL EN EL MUNICIPIO DE ROLDANILLO.

FANNY AGUIAR CAMPO

LUZ AYDE LOTERO RAIGOSA

MILSAN NARED VEGA MARTINEZ

INSTITUTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL

UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURIA PÚBLICA

CONTADOR PÚBLICO

ROLDANILLO –SEPTIEMBRE 17 DEL 2015

DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD DE UNA EMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE CAFÉ ARTESANAL EN EL MUNICIPIO DE ROLDANILLO.

FANNY AGUIAR CAMPO

LUZ AYDE LOTERO RAIGOSA

MILSAN NARED VEGA MARTINEZ

PROYECTO TRABAJO DE GRADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE PROFESIONAL EN CONTADURIA PÚBLICA

INSTITUTO DE EDUCACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL

UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURIA PÚBLICA

CONTADOR PÚBLICO

ROLDANILLO – SEPTIEMBRE 17 DEL 2015

APROBACIÓN

FIRMA DE LOS JURADOS:

Jurado 1: _____

Jurado 2: _____

FECHA DE SUSTENTACIÓN: (17, SEPTIEMBRE – 2015)

AGRADECIMIENTOS

LOS AUTORES EXPRESAN SUS AGRADECIMIENTOS A:

A Dios, a la virgen, a padres y familiares por el apoyo brindado y a nuestros compañeros sentimentales por su compañía y colaboración.

A Dios y a la virgen por guiar cada uno de nuestros pasos y bendecir cada decisión tomada, a nuestros padres bastón principal por hacer de nosotras personas de bien, a los familiares por los consejos y apoyo brindado, a nuestros compañeros sentimentales por su existencia y a todas las personas que de una u otra manera nos facilitaron herramientas y directrices para alcanzar el objetivo propuesto.

CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN……..……**01**

1. TÍTULO DEL PROYECTO……..**03**

2. PLANTEAMIENTO, FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN……**03**

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**…….....03**

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**…….....04**

2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**……...…..04**

3. OBJETIVOS……..**04**

3.1 OBJETIVO GENERAL (Anti problema**)**……..**04**

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS (Anti causas críticas**)**……..….**04**

4.JUSTIFICACIÓN……...**05**

4.1 ALCANCE**……..…06**

5.MARCO DE REFERENCIA……....**07**

5.1 MARCO TEÓRICO**……07**

5.2 MARCO CONCEPTUAL**…….……14**

5.3 MARCO ESPACIAL O GEOGRÁFICO. TEMPORAL**……..27**

5.4 MARCO CONTEXTUAL……33

5.5 MARCO LEGAL……34

5.6 MARCO TEMPORAL……37

6. ASPECTOS METODOLOGICOS……38

6.1 TIPO DE ESTUDIO……38

6.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN……38

6.3FUENTES Y TECNICAS PARA RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN…..39

7ESTUDIO DE MERCADO……39

7.1 DEFINICION DEL PRODUCTO……39

7.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA……42

7.2.1 ANÁLISIS DE DATOS DE NFUENTES PRIMARIAS (APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS)……48

7.2.2 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS……54

7.3 ANÁLISIS DE PRECIOS……58

7.4 ANÁLISIS DEL SECTOR……59

7.5 ANÁLISISDE LA COMPETENCIA……63

7.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO……64

7.6.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO……64

7.6.2 LAS CINCO FUERZAS DE PORTER……64

7.6.3ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO……66

7.6.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN……67

7.6.5 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÒN……**68**

7.6.6 ESTRATEGIAS DE SERVICIO……**68**

8. ESTUDIO TECNICO……**69**

8.1 LOCALIZACION ÓPTIMA DE LA PLANTA ……**69**

8.1.1 METODO DE LOCALIZACION POR PUNTOS PONDERADOS……**70**

8.1.2 DESCRICION DEL PROCESO PRODUCTIVO……**71**

8.1.3 OPTIMIZACION DEL PROCESO PRODUCTIVO Y DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCION DE LA PLANTA……**72**

8.1.4 SELECCIÓN DE LA MAQUINARIA……**77**

8.1.5 CALCULO DE LA MANO DE OBRA NECESARIA……**80**

8.1.6 JUSTIFICACION DE LA CANTIDAD DE EQUIPO COMPRADO……**82**

8.1.7 PRUEBAS DE CONTROL DE CALIDAD……**83**

8.1.8 MANTENIMIENTO QUE SE APLICARA POR LA EMPRESA……**84**

8.1.9 DETERMINACION DE LAS AREAS CDE TRABAJO NECESARIAS……**84**

8.1.10 DISTRIBUCION DE LA PLANTA……**87**

8.1.11 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA (ORGANIZACION DEL RECURSO HUMANO)……**90**

9. EXPLICACION DEL CÁLCULO DE LA DEMANDA……**93**

10. ESTUDIO FINANCIERO……**95**

10.1 INVERSION INICIAL……**95**

10.2 CONCLUSIONES FINANCIERAS……**115**

10.3 ANALISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS**……..116**

11 CONCLUSION…….121

12 CIBERGRAFIA…… 122

13 BIBLIOGRAFIA……..…… 125

CONTENIDO DE TABLAS

TABLA 1 FINCAS PRODUCTORAS DE CAFÉ EN EL MUNICIPIO DE ROLDANILLO**……09**

TABLA 2 PRODUCCIÓN ESTIMADA ANUAL AÑO 2015**…….....10**

TABLA 3PROMEDIOS DE LA COMPOSICIÓN QUÍMICA DEL GRANO DE CAFÉ TOSTADO DE VARIEDADES CULTIVADAS EN COLOMBIA**……..……24**

TABLA 4 ASPECTOS LEGALES**……..34**

TABLA 5 COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO**…..……40**

TABLA 6 ESPECIFICACIONES MICROBIOLÓGICAS**…….…….40**

TABLA 7 CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS**……..…..40**

TABLA 8 ESPECIFICACIONES FISICO-QUIMICAS**……..……..41**

TABLA 9 DE DATOS**……..……..……49**

TABLA 10 FORMULA DE LA MUESTRA PILOTO**……49**

TABLA 11QUE TIPO DE CONSUME USUALMENTE**……50**

TABLA 12 CARACTERISTICAS DE MAYOR IMPORTANCIA DEL CAFÉ**……50**

TABLA 13 SELECCIÓN DE LA MARCA**……..……51**

TABLA 14 CON QUE FRECUENCIA COMPRA EL CAFÉ**…….……..…52**

TABLA 15 CUANTO CAFÉ CONSUME EN EL MES**……52**

TABLA 16 QUE PRESENTACUÓN DE CAFÉ COMPRA……..…..**53**

TABLA 17 EN QUE ESTABLECIMIENTO COMPRA EL CAFÉ……..……**54**

TABLA 18 GRADO DE SATISFACIÓN……**54**

TABLA 19 ESTARÍA DISPUESTO A CAMBIAR LA MARCA DE CAFÉ……..…...**55**

TABLA 20 DEMANDA ANUAL SEGÚN LAS ENCUESTAS……...**57**

TABLA 21 ANALISI DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA……**58**

TABLA 22 PROYECCION DE PRECIOS AL PUBLICO EN PESOS……..**59**

TABLA 23 COSTOS DE PAUTAS PUBLICITARIAS……..**68**

TABLA 24 FACTORES SELECCIONADOS Y LOS PESOS ASIGANDOS…...…**70**

TABLA 25 CALIFICACION PONDERADA……..……**70**

TABLA 26 DE PROVEEDORES……**74**

TABLA 27 EQUIPOS CLAVES……...……**75**

TABLA 28 CAPACIDAD DE LOS EQUIPOS CLAVES……**75**

TABLA 29 SELECCIÓN DE LA MAQUINARIA……**77**

TABLA 30 EQUIPO NECESARIO……..……..**77**

TABLA 31 CANTIDAD DE EQUIPO REQUERIDO……**78**

TABLA 32 TIEMPO DE CAPACIDAD FRECUENCIA……..…**80**

TABLA 33 CONTROL DE CALIDAD……**83**

TABLA 34 BASE DE CÁLCULO PARA CADA UNA DE LAS AREAS DE LA EMPRESA……..**82**

TABLA 35 RESUMEN DE LAS DIFERENTES ÁREAS DE LA EMPRESA…...…**86**

TABLA 36 CODIGO DE CERCANIA……..……..87

TABLA 37 CODIGO DE RAZONES……..…….....……88

TABLA 38 MUESTRA PILOTO ……...……..……93

TABLA 39 FORMULA DE LA MUESTRA PILOTO……93

TABLA 40 HOGARES PROMEDIO SEGÚN PLAN DESARROLLO……...94

TABLA 41 ENCUESTAS REALIZADAS……..94

TABLA 42 CONSUMO MENSUAL ……...……94

TABLA 43 LBS DE CAFÉ PRODUCIDAS MENSUALMENTE……95

TABLA 44 ACTIVOS FIJOS……95

TABLA 45 ACTIVOS INTANGIBLES……..…96

TABLA 46 COSTOS PRE OPERATIVOS……..…96

TABLA 47 PRESTACIONES SOCIALES……...97

TABLA 48 CONSUMO DE ENERGÍA ……..……..98

TABLA 49 COSTO DEL EMPAQUE ……..……...98

TABLA 50 CONSUMO DEL GAS ……..……..98

TABLA 51 CONTROL DE CALIDAD……98

TABLA 52 FLETES MATERIA PRIMA……..99

TABLA 53 SUELDO SECRETARIA……..……99

TABLA 54 PRESTACIONES SOCIALES DE LA SECRETARIA……..……..99

TABLA 55 OTROS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN……...……..……100

TABLA 56 SUELDO GERENTE GENERAL **……101**

TABLA 57 PRESTACIONES SOCIALES DEL GERENTE**……101**

TABLA 58 COMISIONES EN VENTAS**……101**

TABLA 59 FLETES DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO**……102**

TABLA 60 FUENTES DE FINANCIACÓN**……104**

TABLA 61 CAFÉ EN GRANO**……104**

TABLA 62 COSTO**……104**

TABLA 63 MANO DE OBRA **……105**

TABLA 64 OTROS COSTOS DE PRODUCCIÓN**……105**

TABLA 54 PRESTACIONES SOCIALES OPERARIO**……105**

TABLA 66 ENERGIA**……106**

TABLA 67 EMPAQUE**……106**

TABLA 68 GAS**……106**

TABLA 69 CONTROL DE CALIDAD**……107**

TABLA 70FLETES**……107**

TABLA 71 PERSONAL**……107**

TABLA 72 PRESTACIONES SOCIALES**……107**

TABLA 73 COMISIONES SOBRE LAS VENTAS**……108**

TABLA 74 FLETES PARA DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO**……108**

TABLA 75 PUBLICIDAD**……108**

TABLA 76 PROMOCIÓN**……..……..……..……..……108**

TABLA 77 PERSONAL**……..……..……..……..……..…109**

TABLA 78 PRESTACIONES SOCIALES**……..……..……..……..…109**

TABLA 79 GASTOS**……..……109**

TABLA 80 PROYECCIONES ANUALES**……110**

TABLA 81 BALANCE GENERAL**……111**

TABLA 82 ESTADO DE RESULTADOS**……112**

TABLA 83 FLUJO DE EFECTIVO**……..…113**

TABLA 84 CALCULOS DE LA TMAR, LA TIR Y EL VPN**……..……114**

TABLA 85 DE PAGO DE LA DEUDA (PESOS**)……115**

CONTENIDO DE IMÁGENES

IMAGEN 1 GRANO DE CAFÉ O SEMILLA**…….....21**

IMAGEN 2 PRINCIPALES REACCIONES QUÍMICAS EN LA TOSTACIÓN DE LOS GRANOS DE CAFÉ**…….23**

IMAGEN 3 CANTIDADES NECESARIAS DE MATERIA PRIMA Y CAPACIDAD DE LOS EQUIPOS**……..……76**

CONTENIDO DE GRAFICO

GRAFICO 1. COMPOSICIÓN QUÍMICA DE GRANOS DE CAFÉ ALMENDRA Y TOSTADO DE VARIEDADES ARÁBICA**……..…...24**

GRAFICO 2. VARIACIÓN DE ÁCIDOS DEL CAFÉ CON LA PÉRDIDA DE PESO EN LA TOSTACIÓN**…….....…….26**

GRAFICO 3. VARIACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD DE LA BEBIDA DE VARIEDAD ARÁBICA**……..…..27**

GRAFICO 4 QUE TIPO DE CAFÉ CONSUME USUALMENTE**……..50**

GRAFICO 5 CARACTERISTICA DE MAYOR IMPORTANCIA**…….....51**

GRAFICO 6 SELECCIÓN DE LA MARCA**……..51**

GRAFICO 7 CON QUE FRECUENCIA COMPRA EL CAFÉ**……...…52**

GRAFICO 8 CUANTO CAFÉ CONSUME**……...53**

GRAFICO 9 QUE PRESENTACUION DE CAFÉ COMPRA**…….…53**

GRAFICO 10 EN QUE ESTABLECIMIENTO COMPRA EL CAFÉ**……..……..54**

GRAFICO 11 GRADO DE SATISFACION**……..……..…..55**

GRAFICO 12 ESTARIA DISPUESTO A CAMBIAR LA MARCA DE CAFÉ**……...55**

CONTENIDO DE MAPAS

MAPA 1. UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE ROLDANILLO EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE**……28**

MAPA 2 DISTRIBUCION REGIONAL DEL VALLE DEL CAUCA**……32**

CONTENIDO DE DIAGRAMAS

DIAGRAMA 1 DE BLOQUES DEL PROCESO**……..……72**

DIAGRAMA 2 FLUJO DE PROCESO**……..……73**

DIAGRAMA 3 DISTRIBUCIÓN DEL EQUIPO EN EL AREA DE PRODUCCION**.79**

DIAGRAMA 4 GENERAL DE RELACION DE ACTIVIDADES**…….……...88**

DIAGRAMA 5 DE RELACION DE ACTIVIDADES DEL AREA DE PRODUCCION**……..……89**

DIAGRAMA 6 DE HILOS DE LA EMPRESA**…….…..90**

DIAGRAMA 7 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA**……..……92**

DIAGRAMA 8 PLANO DE LA PLANTA DE LA EMPRESA**…….……..93**

INTRODUCCIÓN

En este proyecto se desarrolla la ejecución de un plan de negocios para determinar la viabilidad de una empresa procesadora y comercializadora de café artesanal, 100% puro y garantizando la calidad del grano.

El propósito es procesar un café con un método diferente del que comúnmente se hace en las industrias, utilizando elementos artesanales para así agregar un efecto diferenciador de los demás.

Los objetivos de este plan de negocio se centra en definir el estudio de mercado que permita conocer la demanda de este producto, el estudio de los aspectos técnicos, organizacionales y legales que nos permite estandarizar el proceso de producción para la elaboración del producto, determinar los requerimientos físicos, humanos y financieros para el procesamiento del café artesanal ; y evaluarla rentabilidad de la producción y comercialización de un café artesanal en el municipio de Roldanillo.

De igual manera se mencionaran los diferentes marcos y su descripción:El marco teórico que se centra en conceptos básicos sobre planes de negocio relacionados con el café, el marco conceptual se basa en definiciones para una mejor interpretación del plan de negocio, el marco geográfico da a conocer donde se pretende llevar a cabo la idea de negocio, el marco contextual que define la situación socio-económica del municipio y el marco legal que muestra las leyes y decretos que rigen el proyecto.

En el municipio de Roldanillo y sus alrededores por ser regiones cafeteras, se presenta un alto consumo de café molido además de ser un producto de la canasta familiar consumido por los diferentes estratos socioeconómicos. Este negocio será liderado por un grupo de jóvenes emprendedoras campesinas con un amplio conocimiento en los temas relacionados con el procesamiento y comercialización de café artesanal. Personas que encontraron una ventaja de negocio en el momento de realizar su etapa productiva en el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA e iniciaron este proceso en el año 2011.

Sin importar el tipo de clima, tomar una taza de café es la excusa perfecta para tener cualquier tipo de reunión. En muchos países entre esa Colombia, el consumo de café es más que una cultura. Esto se convierte en una fortaleza para la idea de negocio, debido a que el producto que se pretende comercializar tiene una alta demanda en la canasta familiar de los colombianos.

El presente plan de negocio tiene varios beneficios, entre las que se pueden destacar el manejo del café en su procesamiento hasta su comercialización, calidad y las características climáticas apropiadas donde se produce.[1]

[1]http://repository.ean.edu.co/handle/10882/5112

1. TITULO DEL PROYECTO

Procesadora y comercializadora de café artesanal en el municipio de Roldanillo.

2. PLANTEAMIENTO, FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La idea nació por la necesidad de crear y llevar un producto diferente al mercado elaborado artesanalmente en su proceso que se llevara a cabo con elementos tradicionales como lo son la trilladora, la paila, y el molino los cuales conservan el sabor real del café. Transformando la materia prima para el consumo humano, teniendo en cuenta las características de un café natural y de especial acidez, aroma, cuerpo y sabor; caracterizado por un sabor único sin químicos y sin el proceso que se le hace comúnmente industrial (maquinarias), En el momento de procesar el producto se utilizara el grano de mejor calidad (Pergamino seco). Obteniendo así un producto natural, sin colorantes y saborizantes, que beneficien el bienestar del consumidor; los agricultores tendrán una nueva alternativa de venta porque tienen la oportunidad de elegir a quien venderle según su conveniencia, CAFÉ LA MONTAÑA les ofrecerá un precio competitivo de acuerdo al mercado y a la calidad del café que no estará variando como lo hace la federación nacional de cafeteros con referencia a la bolsa de valores de Nueva York.

Aprovechando que la caficultura en el Valle del Cauca ha vuelto a reaccionar positivamente porque aumento su producción en un 27.4% entre junio del 2013 y julio del 2014 equivalentes a 840.000 sacos de café,[2] teniendo una oportunidad para la implementación de esta idea de negocio.
Además la ubicación estratégica en el municipio de Roldanillo brinda ciertas fortalezas porque es una zona cafetera con 922,46 has cultivadas de café de las

[2]http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/valle-cauca-aumento-su-produccion-cafetera-ultimo-ano

cuales están renovadas 52.95 has[3]convirtiéndose este en un factor clave por sus beneficios en cuanto a la producción constante que permite a CAFÉ LA MONTAÑA estar abastecido de materia prima(grano de café).

2.2FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cuál es la viabilidad de una empresa procesadora y comercializadora de café artesanal en el municipio de Roldanillo?

2.3SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cuáles son los factores importantes para la introducción de un producto de café para el mercado?

¿Cuál es el proceso que se utilizaría para la elaboración del café artesanal?

¿Qué requerimientos físicos humanos y financieros se necesitan para el procesamiento del café artesanal?

¿Cómo se evalúa la rentabilidad de la producción y comercialización de un café artesanal en el municipio de Roldanillo?

3. OBJETIVOS.

3.1OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad de una empresa procesadora y comercializadora de café artesanal en el municipio de Roldanillo.

3.2OBJETIVOS ESPECÍFICOS

* Desarrollar un análisis de mercado que permita conocer factores importantes y de interés en clientes, competidores, distribuidores y proveedores del sector.
* Estandarizar el proceso de producción para la elaboración de un café artesanal tostado y molido.

[3]http://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/Hector_Robles_Cafe_Monografia_14.pdf

* Determinar los requerimientos físicos, humanos y financieros para el procesamiento del café artesanal.
* Evaluar la rentabilidad de la producción y comercialización de un café artesanal en el municipio de Roldanillo.

4. JUSTIFICACIÓN.

El café es uno de los productos más importantes en la canasta familiar colombiana tiene una penetración del 89% en hogares y el 70% de los colombianos toman café 21 días del mes. Sin embargo, el consumo per cápita de café de los colombianos es de 1,87 kilos de café verde equivalente Pero, se espera aumentar el consumo a 2,6kilos con el programa Toma Café.[4]Colombia se ha consolidado como el principal origen de café arábico lavado suave en el mundo.[5]

En el país se evidencia que el café que se consume en Colombia es elaborado con granos de baja calidad[6] (pasilla) debido a esto se pretende llevar un producto diferente e innovador al mercado ofreciendo su elaboración con un grano de buena calidad y un proceso artesanal que permita conservar sus atributos (aroma, cuerpo, acidez, textura, sabor) y beneficios para el consumidor.

Para los productores de café, en el mercado tendrán una nueva opción de venta donde podrán elegir mejores precios, en comparación a los que ofrece la Federación Nacional de Cafeteros; además aprovechando la oportunidad que nos brinda la región debido a que nos encontramos ubicados estratégicamente para la recolección del grano por la cercanía a las fincas.

4http://correo.cafedecolombia.com/productivo/Inscripc.nsf/792337e17cf5a4f605256d51008185f3/3cd364569ea70ead052576e1007e0cd8?OpenDocument

5http://www.federaciondecafeteros.org/pergaminofnc/index.php/comments/positivo_balance_para_la_caficultura_colombiana

6http://blogs.eltiempo.com/viaje-ha-sido/2014/12/08/cafe-colombiano-de-la-basura-a-su-mesa/

Este proyecto busca generar empleos, contribuyendo al desarrollo del municipio además permite como creadoras de este, poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en el desarrollo de la formación como profesionales.

4.1 ALCANCE

Con el proyecto se pretende determinar la viabilidad de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de café artesanal, se busca:

- Dar un valor agregado a este producto, generando un negocio rentable para el grupo de trabajo.
- Ofrecer un producto de alta calidad, satisfaciendo a las necesidades de los consumidores del municipio de Roldanillo y en el mediano plazo a la región del Centro y Norte del Valle.
- Generar un impacto social positivo en la región debido a los empleos que se generaran, mejorando así la calidad de vida, otorgando un crecimiento económico y comercial de esta comunidad.

La idea de negocio a corto plazo es elaborar un producto sin químicos, y sin los procesos industriales, pero pensando a largo plazo en ampliar nuestra gama de productos, en un mejoramiento continuo del proceso; para llegar así a mercados internacionales.

Este plan de negocio ira hasta la comprobación de la viabilidad financiera del proyecto donde determinara la factibilidad de una empresa procesadora de café artesanal, en el municipio de Roldanillo Valle del Cauca. Para ello, se pretende lograr el objetivo anteriormente mencionado; A través de un análisis del mercado, de un estudio técnico, un análisis económico y un estudio de administración de riesgos.

Los creadores de este trabajo no se comprometen a la puesta en marcha de la empresa ni a su constitución. La propuesta que se plantea, consiste en el estudio a fondo de cada uno de los puntos y análisis de los mecanismos que vamos a

implementar: Proyecciones de ventas, proveedores, utilidades, punto de equilibrio a través de maquinaria, costos, análisis financieros.

5. MARCO DE REFERENCIA.

5.1MARCO TEÓRICO.

En este punto se trataran los conceptos básicos y los elementos de un plan de negocios que otros autores han hablado y relacionado sobre este tema que permitirá determinar la viabilidad de una empresa procesadora y comercializadora de café artesanal en el municipio de Roldanillo.

EL CAFÉ, PRODUCCIÓN EN COLOMBIA. Colombia recupera el cuarto lugar en producción de café y es el mayor productor de café suave en el mundo pese a esta buena noticia, los precios son la talanquera para que la caficultura vuelva a ser rentable.La OIC estimó que la producción total del año cafetero será de 144,5 millones de sacos, Colombia retomó la senda del crecimiento en exportaciones cafeteras recuperando ya el terreno perdido en los años anteriores.Según las cifras reportadas por la Organización Internacional del Café (OIC), el país volvió al cuarto lugar en este rubro; en su orden, los tres primeros son Brasil, Vietnam e Indonesia.[7]

Según la información expresada en el LXXV Congreso Nacional de Cafeteros en Colombia hay 887 mil hectáreas de café que están sembradas.[8] El 2014 cerró con un positivo balance para la caficultura colombiana. La productividad del parque cafetero se recuperó hasta un promedio histórico de 15,2 sacos por hectárea, la tercera más alta de los últimos 14 años, con lo cual se proyecta que la producción del año civil estará por encima de 12 millones de sacos de café verde. Esto ratifica que el gran esfuerzo de transformación productiva (como la resiembra y nuevos cultivos además del apoyo de la Federación Nacional de Cafeteros a los pequeños cultivadores incentivándolos a que sigan cultivando recibiendo

[7] http://www.portafolio.co/negocios/produccion-cafe-colombia-2013-0
8http://www.portafolio.co/economia/se-ampliaria-el-area-cultivo-cafe-colombia

beneficios como: Plántulas, abonos, capacitaciones entre otros)[9]que hicieron los cafeteros de la mano de la Federación en los últimos años está entregando importantes frutos. Desde 2009 y al cierre de noviembre de 2014 se renovaron 600 mil hectáreas, lo que representa más de 3.184 millones de árboles de café, de los cuales el 77% corresponden a variedades resistentes a la roya. De esta manera se establece la base productiva de la caficultura para los próximos 10 años, la cual presenta una importante característica: mayor capacidad de respuesta frente a la variabilidad climática.Ningún otro sector agrícola ha emprendido un proceso tan ambicioso de reconversión y preparación frente al cambio climático con tan positivos resultados en tan corto tiempo.[10]

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia ofrece a todos los cafeteros la garantía de compra, mediante la publicación de un precio base de mercado que se calcula de acuerdo con la cotización de cierre en la Bolsa de Nueva Yorkdel día, la tasa de cambio del día y el diferencial o prima de referencia para el café colombiano.

Aplican las bonificaciones para programas de cafés especiales y el incentivo de calidad por almendra sana.

Precio externo:

Cierre primera posición contrato C Nueva York 133.75 USCent/lb

Cierre segunda posición contrato C Nueva York 136.20 USCent/lb

Cierre tercera posición contrato C Nueva York 139.05 USCent/lb

Precio interno:

Precio total de $ 661,250 Carga 125 Kg. de pergamino seco

Precio total de $ 5,290 Kilo de pergamino seco

Precio total de $ 6,737 Kilo de almendra sana

Precio total de $ 3,400 Kilo de almendra defectuosa

Contrato de protección de precio:

9 Fuente: Caficentro Roldanillo

10http://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/sala_de_prensa/detalle/positivo_balance_cafetero_en_2014/

Precio índice Cpp: $ 689,375.00[11]

EL CAFÉ, EN EL VALLE DEL CAUCA. El Valle del Cauca se ha caracterizado tradicionalmente por producir un excelente café en sus 39 municipios cafeteros, que tienen más de 69 mil hectáreas sembradas. Así mismo, se ha distinguido por fomentar en los productores buenas prácticas agrícolas, lo que ha permitido que éstos produzcan un café con estándares de calidad, generando actitudes hacia la conservación, aumentando así sus niveles de producción y obteniendo mejores precios. Actualmente, adelanta programas para garantizar la sostenibilidad de las comunidades de la región, mejorando las fuentes hídricas y la calidad del agua en los micros cuencas.[12]

La caficultura en el Valle del Cauca ha vuelto a reaccionar positivamente al lograr una producción de 840.000 sacos, entre junio del 2013 y julio del 2014, superior en un 27,4%, a la del periodo de junio-2012 y julio-2013; de las casi 69.000 hectáreas sembradas en todo el valle del cauca, alrededor de 35.000 son siembras nuevas.[13]

EL CAFÉ EN ROLDANILLO. Existe una área total del municipio de 2096.24 has de las cuales está destinada un área total en café de 922.46 has con un área de siembra nueva: 10.78has es decir, 46.745 plantas y un área de renovación por siembra de 52.95 has o sea 251.251 plantas cultivadas en las 388 fincas productoras de café existentes en las veredas del municipio que relacionamos a continuación:

11 http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/precio_cafe.pdf

12 http://valle.federaciondecafeteros.org/fnc/nuestro_cafe/category/118

13 http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/valle-caucaaumento-su-produccion-cafetera-ultimo-año

TABLA 1 FINCAS PRODUCTORAS DE CAFÉ EN EL MUNICIPIO DE ROLDANILLO

MUNICIPIO DE ROLDANILLO	
CORREGIMIENTO	% PORCENTAJE DE CAFÉ SEMBRADO POR VEREDAS
CACERES	20
MATEGUADUA	18
CASCARILLO	11
LA ARMENIA	10
PARAMILLO	9
OTRAS VEREDAS*	32
TOTAL	100

[14]

* VEREDAS: Buenavista, la Montañúela, el Orégano, el Silencio, Cruces, San isidro, Limones, El retiro, El ciruelo y Cañada honda.

Según el Comité Municipal de Cafeteros:

TABLA 2 PRODUCCIÓN ESTIMADA ANUAL AÑO 2015 [15]

PRODUCCIÓN ESTIMADA ANUAL AÑO 2015	2.495.4 ARROBAS

EL CAFÉ, PROCESO. En la procesadora de café se llevan a cabo una serie de actividades las cuales se deben desarrollar en forma secuencial y organizada:

1. Las materias primas son recibidos en la bodega por el encargado y se procede hacer una inspección visual de su calidad y almacenamiento del grano.

[14] Caficentro Roldanillo
[15] Caficentro Roldanillo

2. Se realiza el pesado que se refiere a la cantidad que se procesara en un lote de producción.
3. Se ingresan las materias al sistema para que queden cargados al inventario.
4. Se hacen órdenes de salida de la bodega y se descargan del sistema.
5. Se llevan al departamento de producción.
6. Se realiza el Trillado que consiste en quitar la cascarilla del grano utilizando la maquina trilladora durante 1 hora por 60 kilos, considerando las mermas propias del proceso al pesar la cantidad inicial de materia prima por el lote.
7. Al terminar el trillado se procede a ubicar el grano en una paila a una temperatura inicial de 150°C hasta 200°C, durante 17 minutos.
8. Se realiza el proceso de molido en un molino durante 1 hora por 38.3 kilos.
9. Se empaca inmediatamente después de ser molido en bolsas herméticas que estén equipadas con una válvula desgasificadora, con la bolsa llena y sellada, se introduce en cajas de cartón dependiendo del requerimiento del cliente.
10. El producto es llevado a la bodega para ser distribuido a los clientes mayoristas y minoristas y se da por terminado el proceso productivo.

Cada día surgen nuevas empresas, muchas de las cuales desaparecen debido a las diversas razones, algunas de estas son la mala planeación, la falta de conocimientos y su uso de herramientas que las ayuden a aterrizar sus ideas y dellevarlas a cabo; y es que ya no es suficiente con ser emprendedor y tener ganas de iniciar un negocio.[16]

De acuerdo a García y Alcérreca (2000), es muy importante para todo emprendedor contar con una herramienta que le permita desarrollar, implementar y evaluar la factibilidad de una idea para así disminuir riesgos. Esta herramienta se denomina Plan de Negocios, el cual ayudará a presentar de una manera tangible la idea.

16http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrientos_m_e/capitulo2.pdf

Pérez-Sandi dice “Un plan de negocios es poder realizar sus actividades y cuantificarlas, a través de aspectos de administración, mercadotecnia, operación y finanzas, con metas identificadas que se convierten en objetivos” (2002, p.89).

Según Pérez-Sandi Estructura del plan de negocios:

Título y caratula

Índice

Resumen ejecutivo

Mercado y competencia

Producto y/o servicios

Fabricación

Proyección financiera

Para Jennifer Kushell (2001) “El plan de negocios es la validación de su idea, es una herramienta que ayuda a reducir la incertidumbre y saber si las cifras y análisis realizados tienen sentido”.

Según Jennifer Kushell Estructura del plan de negocios:

Resumen ejecutivo

Descripción del negocio

Descripción del mercado

Plan gerencial

Plan de operaciones

Plan de marketing y publicidad

Ventas y distribución

Aspectos financieros

Anexos[17]

Otro autor señala, “Un proyecto se limita a describir un conjunto de actividades que se tienen que realizar para lograr un objetivo particular, con un costo y tiempo determinado. Un plan de negocios es un documento de análisis para la toma de decisiones sobre cómo llevar a la práctica una idea, iniciativa o proyecto de negocio, tiene entre sus características ser un documento ejecutivo, demostrativo de un nicho o área de oportunidad, en el que se evidencia la rentabilidad, así como la estrategia a seguir para generar un negocio viable”. (Rivera E., 2005, p.7).[18]

Watson y Wise (1997) propone utilizar el plan de negocios como parte de un proceso continúo para tener un mayor control de lo que se realiza en la empresa.

Según Watson y Wise Estructura del plan de negocios:

Título y caratula

Índice

Resumen ejecutivo

Descripción de la compañía

Mercado y competencia

Producto y/o servicios

Mercadotecnia: ventas y promociones

Financiamiento

Apéndice

Además y en el caso de no estar incluidos en los anteriores

Consideraciones legales

[17]http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrientos_m_e/capitulo2.pdf
[18]http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22654/Capitulo1.pdf

Administración

Plan operativo[19]

Gabriel Baca Urbina expone los elementos conceptuales y preparación de la evaluación, mediante el estudio de mercado, técnico, económico y el análisis y evaluación del riesgo.[20]

Para tratar el tema en particular sobre los planes de negocio que se han referido al procesamiento y comercialización de café llegamos a la conclusión que:

El plan de negocios procesamiento y comercialización de café molido y tostado de la asociación de productores agropecuarios de Gramalote (ASOPA), hacen un proceso artesanal pero están en busca de la tecnificación.[21]

El plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de café de Erika Nieto desarrollado en el año 2013 de la Universidad EAN se refiere a un tipo de café gourmet.[22]

Según los requerimientos del plan de negocio para determinar la viabilidad de la empresa procesadora y comercializadora de café artesanal la que cumple con las necesidades de este, es la estructura de la teoría de Gabriel Baca Urbina.

5.2MARCO CONCEPTUAL

En este espacio se explicara cada uno de los criterios que se usaran en el desarrollo de este plan de negocios facilitando al lector una mejor comprensión del tema:

CAFÉ MOLIDO: Es la reducción del café en partículas más o menos finas listas para la preparación.[23]

[19]http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrientos_m_e/capitulo2.pdf
[20]http://es.slideshare.net/jpdrada/evaluacion-deproyectosgabrielbacaurbinacorregido-41785704
[21]http://www.nuevogramalote.org/Documentos_Publicos/componente_3/Actividad%203/trimestre4/01_PN_ASOPA_CAFE-%20SAN%20ISIDRO.pdf
[22]http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/5112/NietoErika2013.pdf?sequence=3
[23]https://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9

EL CAFETO ARÁBIGO (Coffea arábica) :es un arbusto de la familia de las rubiáceas nativo de Etiopía y/o Yemen; es la principal especie cultivada para la producción de café (obtenido a partir de las semillas tostadas), y la de mayor antigüedad en agricultura, datándose su uso a finales del I milenio en la península arábiga.[24]

CAFÉ TIPICA: Es un arbusto de forma cónica, generalmente formado de un solo tronco vertical y posee abundantes ramas productoras. Las ramas laterales forman ángulos entre 50 y 70 grados con el eje o tallo central. Sus hojas son lanceoladas con la base y el ápice agudos, su textura es fina y la superficie lisa. Las hojas nuevas o brotes son de color bronceado. El tamaño del fruto y las semillas es grande. La calidad de la bebida es muy buena.

CAFE BORBON: La forma del arbusto es ligeramente cónica y su parte de intermedio a alto (10 a 12 pies de altura). Los entrenudos del tallo y las ramas son más cortos que en la Típica lo que lo hace tener una capacidad de producción superior. Tiene la tendencia a producir varios troncos y su respuesta a la poda es excelente. La calidad de la bebida es buena.

CAFE CATURRA: Es una planta de porte bajo (8 a 10'), tronco grueso y poco ramificado e inflexible. Posee entrenudos muy cortos en las ramas y en el tallo lo que lo hacen un alto productor. Sus hojas son grandes, de borde ondulado, anchas, redondeadas, gruesas y de color verde oscuro. Las hojas nuevas son de color verde claro. Es un arbusto de un aspecto general compacto y de mucho vigor. Las ramas laterales forman un ángulo bien cerrado con el tronco. Su sistema radical está bien desarrollado lo que le permite adaptarse a diferentes condiciones. Es una variedad muy precoz y de alta producción por lo que requiere un manejo adecuado. El rendimiento del grano fluctúa alrededor de las 4.25 libras. La calidad de la bebida es buena. [25]

24http://es.wikipedia.org/wiki/Coffea_arabica
25http://academic.uprm.edu/mmonroig/id45.htm

ACIDEZ: La acidez está relacionada con la sequedad que el café produce en los bordes de la lengua y en la parte de atrás del paladar. Sin suficiente acidez, el café suele ser plano.

AROMA: Para sentir, todo el aroma del café, primero, aspiramos el vapor que asciende de la taza. Un buen bebedor de café, al igual que un catador de vinos, antes de mojar los labios en el café, aspira su aroma.

CUERPO: Este factor está relacionado con los aceites y sustancias que se extraen de los granos a lo largo de su tratamiento y se refiere a la sensación del café en la boca, a su viscosidad, peso y grosor. El café no debe ser demasiado líquido, sino poseer cierto cuerpo para que no corra rápidamente y se escape de la superficie de la legua y la aterciopele. Sólo entonces comienza a apreciarse el sabor de la bebida.[26]

SABOR: Es la relación entre la acidez, el aroma y el cuerpo que le dan la forma al sabor del café: acaramelado, achocolatado, fragante, frutuoso, maduro, dulce, delicado, almendrado, picante, etc.[27]

FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA: es una asociación cuyo fin es promover el cultivo del café en Colombia y su exportación a mercados extranjeros.[28]

CAFÉ ESPECIAL: Un café se considera especial cuando es percibido y valorado por los consumidores por alguna característica que lo diferencia de los cafés convencionales, por lo cual están dispuestos a pagar un precio superior. Para que ese café sea efectivamente especial, el mayor valor que están dispuestos a pagar los consumidores debe representar un beneficio para el productor".[29]

CALIDAD DE CAFÉ: La calidad del café es el resultado de un conjunto de procesos que permiten la expresión, desarrollo y conservación de las

[26]http://infusionistas.com/cata-de-cafe/
[27]http://www.bosquelya.com/es/blog?pg=17
28http://es.wikipedia.org/wiki/Federaci%C3%B3n_Nacional_de_Cafeteros_de_Colombia
29http://www.federaciondecafeteros.org/clientes/es/nuestra_propuesta_de_valor/portafolio_de_productos/nuestro_cafe_especial/

características físico – químicas propias del café hasta el momento de su transformación y consumo, la calidad del café se define como el óptimo estado de este en la prueba de taza, en sí, la calidad del café es el conjunto de cualidades sensoriales que tiene el café.[30]

CAFÉ ORGÁNICO: Es el tipo de café producido sin la ayuda de sustancias químicas artificiales, como ciertos aditivos, pesticidas y herbicidas, se siembra a la sombra de otro tipo de árboles de mayor altura, lo cual proporciona humedad, éstaque ayuda a la producción de un café de alta calidad, con este proceso se busca contribuir a la mejora del suelo, utilizando técnicas que lo hagan más fértil.[31]

TRILLADORA: Disponible en varias referencias, según la necesidad. Ideal para la trilla de café Pergamino (pelado de café). Es un equipo de fácil regulación según el tamaño del café, con un sistema de cuchilla para realizar elproceso de trillado, que permite la adecuación de la máquina según el tamaño de grano a procesar. [32]

UNA PAILA: Es una sartén de metal o de cerámica, grande, redonda y poco profunda. Este utensilio tiene diferentes usos en los diferentes países, sirve para calentar, de sartén para freír, fuente plana para asar alimentos o servir en mesa.[33]

MOLINO: Su funcionamiento es sencillo: un depósito superior contiene los granos de café a moler y el café molido se recoge en un depósito inferior, a menudo en forma de cajoncillo o gaveta. El mecanismo de molienda consiste en un manubrio ubicado en la parte superior que mueve la muela moleteada sobre un asiento troncocónico en el interior de la máquina, por el que pasan los granos enteros de café del depósito superior y el polvo obtenido de la molturación cae en el cajón inferior y está listo para usarse en una cafetera.[34]

30http://www.infocafes.com/descargas/biblioteca/24.pdf
31http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9_org%C3%A1nico
32http://www.jmestrada.com/beneficio-seco/trilladoras
33http://es.wikipedia.org/wiki/Paila
34http://es.wikipedia.org/wiki/Molinillo_de_caf%C3%A9

CAFÉ PERGAMINO: una vez seco, a este grano se le conoce como café pergamino (grano cubierto por una cáscara protectora conocida como cascarilla).Es una grano de alta calidad.[35]

EL CAFÉ, ORIGEN E HISTORIA. El café es originario de Etiopía, antiguamente Abisinia y más concretamente de la región de Kaffa; de ahí posiblemente tomo su nombre el café.

Cuenta la leyenda que allá por el siglo VII, un pastor llamado Kaldi observó una extraña reacción en su rebaño de cabras tras comer los frutos y hojas de una planta hasta entonces desconocida para él. Los animales se mostraban inquietos, nerviosos y mucho más activos.

Ante esta reacción, decidió recoger los frutos y hojas de la planta y prepararse una infusión, cuyo sabor le desagradó tanto que optó por arrojar el resto de los frutos al fuego. Su sorpresa fue mayúscula al percibir un aroma especialmente atractivo que le indujo a prepararse una nueva infusión, aunque en esta ocasión con los frutos ya tostados. Tras beber la infusión, el pastor Kaldi sintió una euforia tan extraña como desconocida para él, lo que le llevó a informar de su experiencia al Prior del Monasterio Chehodet.

Allí, el prior descubrió después de numerosas pruebas que con las semillas de estas plantas, una vez tostadas y trituradas, se obtenía una agradable bebida que le ayudaba en las largas noches de vigilia. La nueva bebida adquirió gran popularidad y se fue extendiendo por todos los monasterios. Más adelante, el CAFETO (que así se llama el árbol que produce el café), fue llevado a Arabia, convirtiéndose en una de las bebidas más populares entre los peregrinos que se dirigían a la Meca.[36]

35http://shuqush.com/joomla1.5/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=36&Itemid=61

36www.baque.com/escuela-de-café-id.php/el_cafe_historia_y_origen/id_escuela_cafe/2

EL CAFÉ, EXPANSION. El papel que jugaron los pueblos de religión y cultura musulmana, particularmente los árabes, en la difusión del consumo del café y su cultivo fue muy importante. Muchos autores consideran que la dispersión del café a Arabia ocurrió entre el siglo VIII y el siglo XIII. Fueron los árabes quienes, hacia el siglo XV, primero consumieron regularmente el producto. La bebida de café se difundió pronto a La Meca, Medina y Siria, y de allí a Adén y al Cairo, abarcando todo el mundo musulmán alrededor de 1510. Alcanzó Turquía por el año de 1554.

El mayor consumo generó una expansión en su producción. En el siglo XIV, los árabes llevaron la planta a Yemen, donde aparecieron las primeras plantaciones que generaron un gran rédito económico. El monopolio árabe de la producción de café estuvo basado en la prohibición de exportación de semillas y en el mantenimiento de un cuidadoso secreto sobre las técnicas de cultivo. Como consecuencia de esta estrategia, el puerto yemení de Mocha, sobre el mar rojo, se constituyó en el principal centro de comercio de café hasta el siglo XVII.

En los inicios del siglo XVII, el consumo de café fue llevado de Turquía a Europa. Entró por el puerto de Venecia en Italia y pasó luego a Holanda, Francia, Inglaterra y Alemania. Se difundió el consumo por toda Europa y surgieron los establecimientos para tomar café. Después, en 1689 en Boston, Estados Unidos, se inauguró el primer sitio para tomar café.

La expansión del cultivo del café en diversos continentes la iniciaron los holandeses para no tener que depender de los árabes. Los holandeses lograron acceder a las semillas y fueron quienes desarrollaron los primeros cultivos intensivos en la India y en Ceilán (hoy Sri Lanka) en el siglo XVII, y en Indonesia a fines de ese siglo y comienzos del XVIII. El comerciante Nicolás Witizen, después de muchos intentos, logró obtener unas semillas que llevó la antigua Batavia (hoy Yakarta, en la isla de Java en Indonesia). Los cafetos sembrados pertenecían a la variedad conocida, más tarde, como Típica. En 1711 el primer embarque de 894 lb fue enviado a Ámsterdam. De esta forma Holanda llegó a dominar la producción mundial de café.

Por un tratado de paz, en 1713, Francia recibió al año siguiente su primer cafeto de manos holandesas y llegó a la corte del rey Luis XIV, quien encomendó su cultivo al eminente botánico Antonio de Jussieu, en el Jardín Botánico de París.

Se cree que los holandeses también fueron quienes introdujeron el cultivo a Suramérica en 1714 en la Guayana Holandesa (hoy Surinam). Los primeros arbustos de café llegaron a las islas del Caribe a comienzos del siglo XVIII llevados por los franceses, y de allí pasó a Brasil y Colombia, donde se consolidó como un cultivo importante en el Siglo XIX. En la segunda mitad de ese siglo la roya del cafeto, enfermedad causada por el hongo Hemileiavastatrix, arrasó los cultivos de café en Ceilán, entonces el primer productor de arábico del mundo, lo que favoreció a los países suramericanos como proveedores de la bebida en el mundo. También, como consecuencia de la roya, se inició a fines del siglo XIX el cultivo de los cafés Robustas, que tienen resistencia a esta enfermedad.[37]

EL CAFÉ, EN COLOMBIA. No existe plena certeza sobre las condiciones en que llegó el café a Colombia. Los indicios históricos señalan que los jesuitas trajeron semillas del grano a la Nueva Granada hacia 1.730, pero existen distintas versiones al respecto. La tradición dice que las semillas de café llegaron por el oriente del país, portadas por algún viajero desde las Guayanas y a través de Venezuela.[38]

Los primeros cultivos de café crecieron en la zona oriental del país, Los granos de café (CoffeaarabicaL) son las semillas de un fruto llamado popularmente cereza. Estas cerezas están compuestas por una cubierta exterior, el exocarpio, el cual determina el color del fruto; en el interior hay diferentes capas: el mesocarpio, es una goma rica en azúcares adherida a las semillas que se conoce como mucílago; el endocarpio es una capa amarillenta que cubre cada grano, llamada pergamino; la epidermis, una capa muy delgada conocida como la película plateada; y los

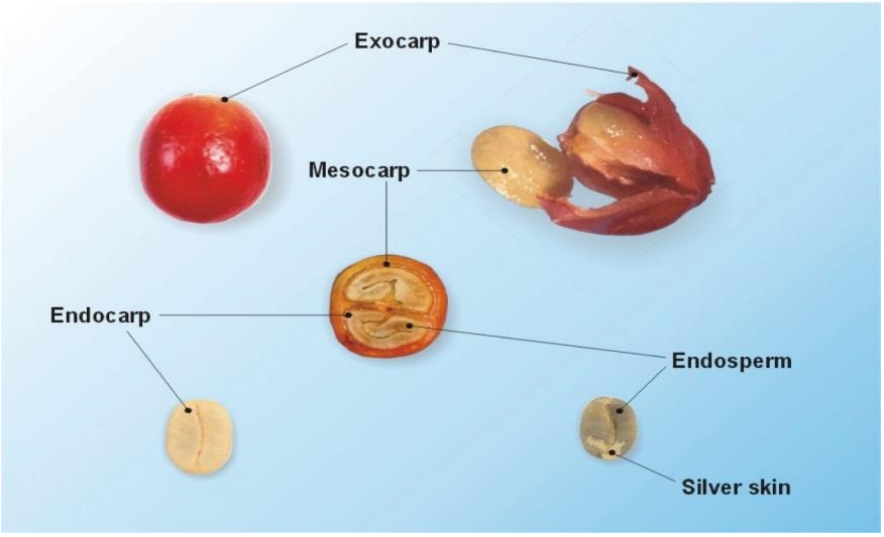
[37] http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre_el_cafe/el_cafe/el_cafe/
[38] http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/el_cafe_de_colombia/una_bonita_historia/

granos o semillas, el endosperma, conocidos como el café verde, que son los que tuestan para preparar los diferentes tipos de café.[39]

EL CAFÉ, DESCRIPCION DEL CULTIVO. Se le conoce como cafeto o planta productora de café a un arbusto que se da en la región tropical de la tierra perteneciente a la familia de las rubiáceas. Abarca 500 géneros y 8.000 especies. Uno de esos géneros es el Coffea, que lo constituyen árboles, arbustos, y bejucos, y comprende unas 10 especies civilizadas, es decir, cultivadas por el hombre y 50 especies silvestres.

Los granos de café o semillas están contenidos en el fruto del arbusto, los cuales en estado de madurez toman un color rojizo y se les denomina "cereza". Cada una de ellas consiste en una piel exterior que envuelve una pulpa dulce. El fruto del cafeto cuyas semillas tostadas y molidas se utilizan para el consumo humano está compuesto, de afuera hacia dentro, por:

IMAGEN 1 GRANO DE CAFÉ O SEMILLA



Una cubierta exterior llamada pulpa.
Una sustancia gelatinosa azucarada que recibe el nombre de mucílago.
Una cubierta dura que se denomina pergamino o cáscara.
Una cubierta más delgada y fina llamada película.

[39]http://www.taringa.net/post/ciencia-educacion/9821455/Colombia-Y-Su-Cafe.html

Y finalmente el grano o almendra que es la parte del fruto que, una vez tostada y molida, se utiliza para la producción de la bebida del café.

Los cafetos son árboles o arbustos reconocibles por sus hojas simples, opuestas y con estípulas frecuentemente bien desarrolladas. Sus flores son pequeñas, tubulosas y blancas. El fruto es una drupa con dos nueces y con pulpa azucarada.

La taxonomía del café, su botánica y fisiología, y las características de la planta, como su raíz, tallo y ramas, hojas, flores, frutos y semillas son particulares y son objeto de análisis e investigación particular por centros especializados como Cenicafé. [40]

EL CAFÉ, DEFINICION. Entendido como una de las bebidas más populares y consumidas actualmente en el mundo entero, el café es el producto obtenido de las semillas y frutos de la planta de café o cafeto. El café tiene un color marrón oscuro que puede variar en intensidad de acuerdo a cómo se lo prepara o de acuerdo al agregado de otros elementos como leche, crema o azúcar. Además, tiene una consistencia líquida pero untuosa y un sabor y aroma fuerte y muy llamativo.[41]

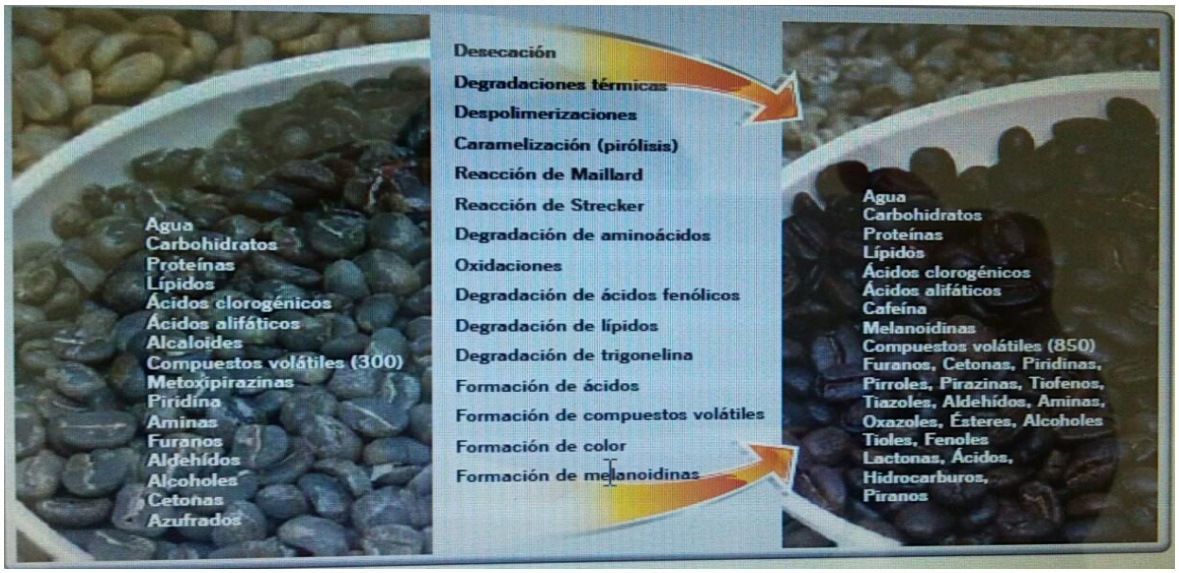
El café dependiendo de la humedad, calidad del grano almendra y del grado de tostación, puede contener entre 3,5% y 5,0% de agua. En el café tostado de las variedades Arábica de Colombia, la fibra constituye cerca del 21,3%, los lípidos el 11,9%, las proteínas 13,8% y la cafeína 1,3%; tiene una gran variedad de usos como: bebidas, comidas, dulces, entre otros.[42] Estos aspectos hacen que la base de nuestro proyecto sea elaborar un café con un proceso artesanal generando a este un valor agregado; aprovechando la zona geográfica en que estamos ubicados convirtiéndose en un punto estratégico para la elaboración y distribución del producto.

40Cafedecolombia.com/particular/es/sobre_el/_cafe/el_cafe/el_cafe/

[41]http://www.definicionabc.com/general/cafe.php
[42]http://www.cenicafe.org/es/publications/avt04142.pdf

EL CAFÉ, REACCION QUIMICA EN LA TOSTACION. Para las preparaciones del café comobebida, tinto, expreso y otras, losgranos de café almendra se tuestany muelen, y los compuestos delsabor y del aroma se extraen conagua caliente. En la tostación sedesarrollan diversas reacciones entrelos componentes del grano de caféalmendra y se generan cientos decompuestos volátiles y sustancias de sabor, que imparten las cualidades sensoriales que se aprecian en la bebida.

IMAGEN 2 PRINCIPALES REACCIONES QUÍMICAS EN LA TOSTACIÓN DE LOS GRANOS DE CAFÉ Y LOS COMPUESTOS FORMADOS

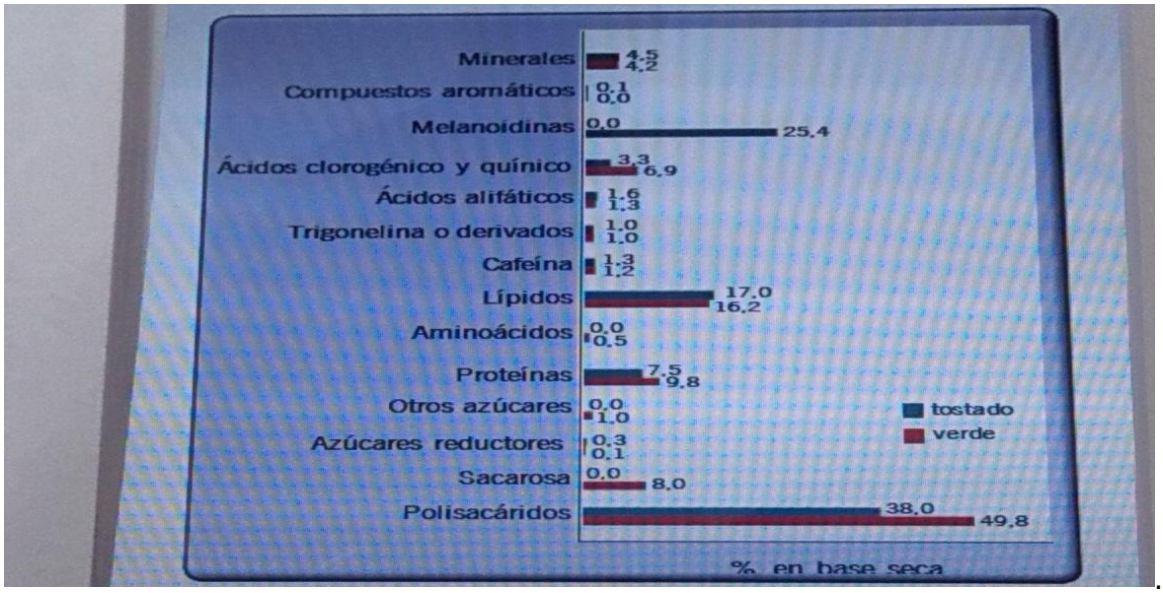


La tostación del café se realiza en equipos tostadores que se calientan a una temperatura entre 210 y 230°C, luego, se depositan en los tambores giratorios, los granos de café almendra previamente seleccionados, así se inicia la desecación del grano y se desarrollan la caramelización de la sacarosa, la degradación de aminoácidos, la glicación entre los azúcares reductores y los aminoácidos, la

despolimerización de los carbohidratos y proteínas, las oxidaciones de los lípidos y de los ácidos fenólicos, las reacciones y formaciones de los ácidos, la generación del color y la producción de los compuestos volátiles y de las melanoidinas.

En la tostación cambian los contenidos de los compuestos químicos y la concentración de éstos en los granos tostados con respecto al grano almendra: los polisacáridos disminuyen, la sacarosa se degrada completamente, los azúcares reductores aumentan, las proteínas disminuyen, los lípidos y la cafeína del grano tostado conforman cerca de la misma proporción o un poco más que en los granos almendra, la trigonelina disminuye, los ácidos aumentan, los ácidos clorogénicos disminuyen, las cenizas aumentan y las melanoidinas se crean.

GRAFICO 1 COMPOSICIÓN QUÍMICA DE GRANOS DE CAFÉ ALMENDRA Y TOSTADO DE VARIEDADES ARÁBICA

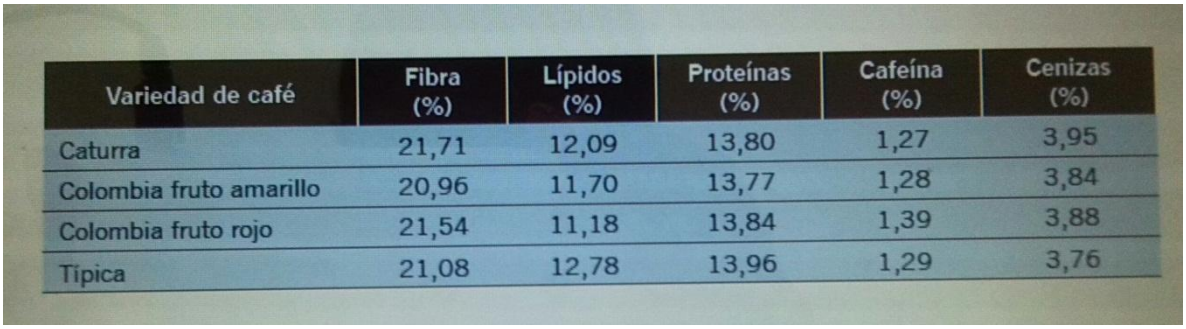


Datos tomados de Illy y Viani (13).

El café, Compuestos químicos del café tostado. Dependiendo de la humedad y calidad del grano almendra y del grado de tostación, el grano de café tostado puede contener entre 3,5% y 5,0% de agua. En el café tostado de las variedades

Arábica de Colombia, la fibra constituye cerca del 21,3%, los lípidos el 11,9%, las proteínas 13,8% y la cafeína 1,3%.

TABLA 3 PROMEDIOS DE LA COMPOSICIÓN QUÍMICA DEL GRANO DE CAFÉ TOSTADO DE VARIEDADES CULTIVADAS EN COLOMBIA



Variedad de café	Fibra (%)	Lípidos (%)	Proteínas (%)	Cafeína (%)	Cenizas (%)
Caturra	21,71	12,09	13,80	1,27	3,95
Colombia fruto amarillo	20,96	11,70	13,77	1,28	3,84
Colombia fruto rojo	21,54	11,18	13,84	1,39	3,88
Tipica	21,08	12,78	13,96	1,29	3,76

Porcentaje en base seca (24).

Carbohidratos. Entre 15% y 20% de los polisacáridos contenidos en los granos de café almendra se degradan en la tostación; la sacarosa se descompone completamente, se carameliza, y así, se producen pigmentos que dan color caramelo y amargo a la bebida, y también ácidos fórmico, acético, glicólico, láctico y compuestos aromáticos como los furanos. Más del 99% de los azúcares reductores reaccionan con los aminoácidos en la conocida reacción de Maillardoglicación (3, 17, 18), de esta manera, se forman las melanoidinas que dan el pigmento marrón a los granos de café y otorgan sabor y color a la bebida.

Además, mediante estas reacciones se producen los pirroles, tiofenos, oxazoles, tiazoles y pirazinas del aroma del café tostado.

Lípidos. La mayor parte de los lípidos contenidos en el grano de café no se degradan durante la tostación, aunque algunos ácidos grasos se incrementan, los lípidos insaponificables disminuyen y algunos lípidos se oxidan y forman aldehídos y otros compuestos volátiles.

Proteínas. La degradación y disminución del contenido de proteínas en el grano de café tostado dependen del grado de tostación. Los aminoácidos reaccionan y generan compuestos del aroma del café tostado, así, en la reacción de Strecker se transforman en aldehídos, CO_2 y amoníaco, y en la reacción de

Maillardreaccionan con los azúcares reductores y producen las melanoidinas y diversos compuestos volátiles nitrogenados y azufrados (3, 13, 18).

Alcaloides. La cafeína es estable en la tostación y es soluble en agua. El 85% de la trigonelina se transforma en piridinas, pirroles, ácido nicotínico y otros compuestos nitrogenados.

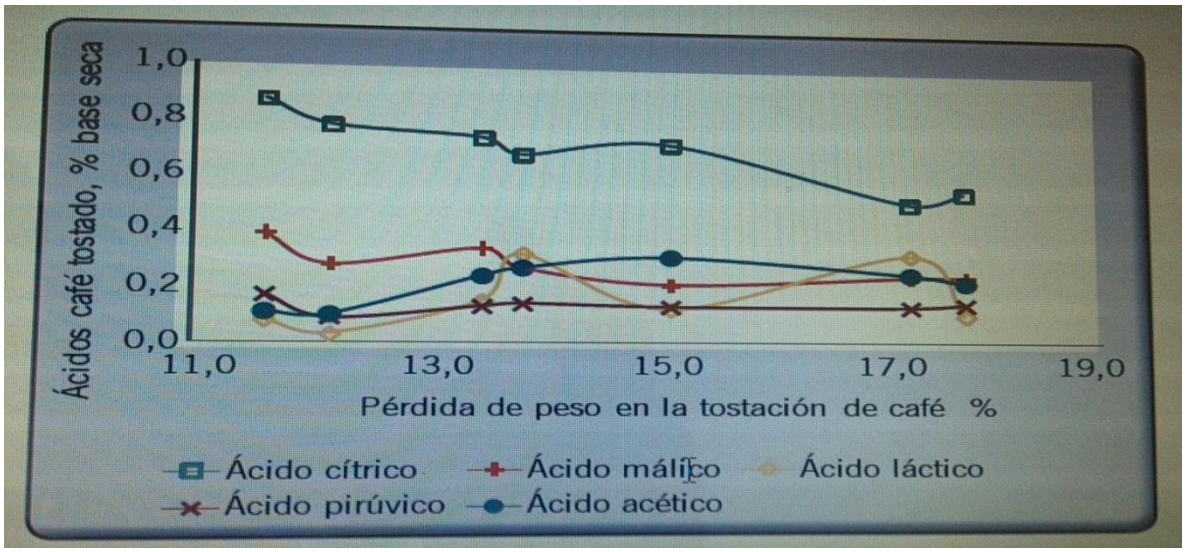
Ácidos clorogénicos. En la tostación, los ácidos clorogénicos se isomerizan, se unen a las melanoidinas, se hidrolizan, forman quinolactonas y se transforman en catecol, guayacol y pirogalol que tienen olores a humo y quemado. El contenido de ácidos clorogénicos en una taza de café depende de la especie, la madurez, el procesamiento y el grado de tostación, hay menos cantidad en café descafeinado.

Ácidos. Los principales ácidos del café tostado son: clorogénico, quínico, cítrico, acético, málico, fórmico, fosfórico, glicólico, láctico y otros 36 ácidos. Estos ácidos provienen del café almendra y otros se producen en la tostación a partir de los carbohidratos, sacarosa, ácidos cítrico, málico y fosfórico, trigonelina y lípidos contenidos en la almendra. En los volátiles del café tostado se encuentran también más de 20 ácidos como el propanoico, butanoico, pentanoico, heptanoico y otros ácidos grasos (3, 9, 33).

La cantidad de ácidos de la bebida de café depende de: la especie, Arábica más ácida que Robusta; el tipo de beneficio, beneficio húmedo más acidez; la frescura, cafés muy viejos y reposados tienen acidez menos balanceada en la bebida; el grado de tostación, para tostaciones medias (15% a 16% de pérdida de peso) la acidez es más agradable y balanceada que en el café con tostaciones oscuras.[43]

GRAFICO 2 VARIACIÓN DE ÁCIDOS DEL CAFÉ CON LA PÉRDIDA DE PESO EN LA TOSTACIÓN

43www.cenicafe.org/es/.../avt04142pdf



Porcentaje en base seca. Datos tomados de Blanc (1).

GRAFICO 3 VARIACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD DE LA BEBIDA DE VARIEDAD ARÁBICA

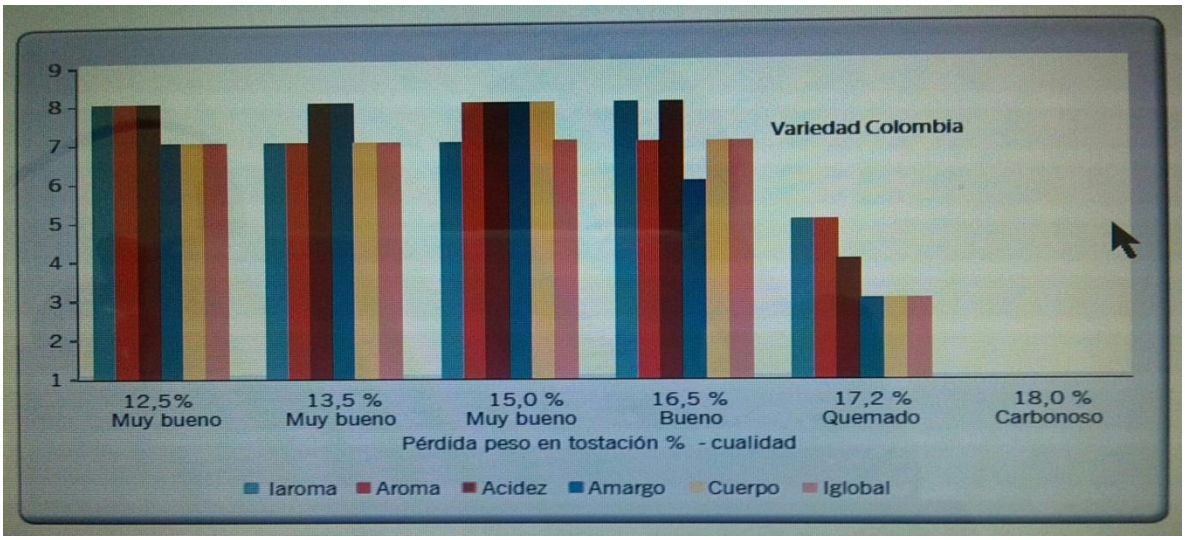


GRAFICO 3. Según la pérdida de peso en la tostación, (escala de 1 a 9 puntos; 9 la mejor calificación), (19, 20, 22).[44]

[44]http://www.cenicafe.org/es/publications/avt04142.pdf

5.3 MARCO ESPACIAL O GEOGRÁFICO.

A continuación se describirá y dará a conocer el lugar donde se realizara el estudio para la factibilidad de una empresa comercializadora de café artesanal.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA: El Municipio de Roldanillo se encuentra ubicado al Norte del Valle en las coordenadas, Latitud Norte 4° - 24’ – 08” y Longitud Oeste 76° - 09’ – 12” Frente al Meridiano de Greenwich; se encuentra ubicado al Norte del Departamento, a 135 km de la ciudad de Cali, a escala regional en la subregión Norte del Valle del alto cañón.

MAPA 1. UBICACIÓN DEL MUNICIPIO DE ROLDANILLO EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE[45]

45https://www.google.com.co/search?q=mapa+de+roldanillo+ubicado+en+el+valle+del+cauca&espv=2&biw=1280&bih=923&site=webhp&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=Sm8hVZnrCMTAggSuvYKIDw&ved=0CAYQ_AUoAQ#imgdii=_&imgrc=xHDDKc2NuL1zaM%253A%3B2yhWKWVeJhDPTM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.valledelcauca.gov.co%252Fpublicaciones%252Finfo%252Fhome%252Fmedia%252Fimg40%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.valledelcauca.gov.co%252Fpublicaciones%252Froldanillo_pub%3B200%3B200



MUNICIPIO DE ROLDANILLO. HISTORIA:El Municipio de Roldanillo fue fundado por el capitán Español Francisco Redondo Ponce de León el 20 de enero de 1.576 con el nombre de Villa de Cáceres, en un sitio equidistante entre las vías Cáceres y Roldanillo. En 1.824 por Ley Territorial del 25 de junio se nombró cabecera y formaba parte de Buenaventura, en 1894 fue capital de provincia y se le dio el nombre de “Arboleda” (Ley 34/94) categoría que conservó hasta 1910 año en el cual se creó el Departamento del Valle y fue elegido como Municipio. Roldanillo se caracteriza por tener vocación económica, agropecuaria y agroindustrial.[46]

MUNICIPIO DE ROLDANILLO. DESCRIPCION FISICA:Está delimitado al norte con el Municipio de la Unión; al sur con el Municipio de Bolívar, al Oriente con el Municipio de Zarzal y la Victoria, al Occidente con el Municipio de El Dovio.

Extensión total: 21.147 hectáreas

Extensión área urbana: 20.874 hectáreas

[46]http://www.roldanillo-valle.gov.co/apc-aa-files/363735346365373038396562303130 34/plan-de-desarrollo-municipio-roldanillo-valle-2012-firmado.pdf

Extensión área urbana: 273 hectáreas

Altitud de la cabecera municipal (msnm): Área urbana 966

Temperatura media: 24°C

Distancia de referencia: 135 km de la ciudad de Cali

Población: 42.906 Habitantes[47]

MUNICIPIO DE ROLDANILLO. ECONOMÍA: La agricultura produce el 65 por ciento de los ingresos de Roldanillo. Los principales cultivos son caña de azúcar, papaya, maíz, café, maracuyá y hortalizas; En menor grado de importancia la ganadería.[48]

MUNICIPIO DE ROLDANILLO. ARQUITECTURA: Roldanillo es una ciudad de arquitectura estilo antiguo colonial donde se destacan construcciones religiosas como La Ermita, como el templo más antiguo. Se venera a San Sebastián, patrono de la ciudad. La Parroquia de Roldanillo, es de construcción reciente debido a un terremoto que destruyó el templo original, el cual tenía una torre y en su interior un altar con columnas y adornado por imágenes a su alrededor. Lo que hace famoso en la actualidad a Roldanillo es su Museo Rayo, construido por el destacado pintor y grabador Omar Rayo, oriundo de Roldanillo.

MUNICIPIO DE ROLDANILLO. TURISMO: En la parte montañosa del municipio se encuentran los Parques y Reservas Naturales, El Mirador Roldanillo "La Tulia", desde donde se observa una panorámica de la población, del Valle del Cauca, los Cerros del Calvario, Pijao, Paramillo y Montañúela, utilizados como pistas de lanzamiento para los cometistas y parapentistas, durante todo el año, especialmente en el mes de julio, cuando se celebra el Campeonato Nacional de Vuelo de Cometas. Los últimos sábados de cada mes se realiza la cabalgata mensual. Además se encuentra el museo rayo, la casa de la cultura, la casa

47 PLAN DE DESARROLLO MUNICIPIO DE ROLDANILLO 2012-2015
[48]https://es.wikipedia.org/wiki/Roldanillo

quintero, la fundación ecológica"pacha mama", la ermita y el museo vial Roldanillo -Zarzal y Roldanillo-La Tulia.[49]

UBICACIÓN GEOGRÁFICA. NORTE DEL VALLE: El Norte del Valle del Cauca es una de las cinco sub-regiones en las que está dividido el departamento colombiano del Valle del Cauca. Lo conforman los municipios de Alcalá, Ansermanuevo, Argelia, Bolívar, Cartago, El Águila, El Cairo, El Dovio, La Unión, La Victoria,Obando, Roldanillo, Toro, Ulloa, Versalles, y Zarzal.

Algunos sectores de la región se caracterizan por tener influencia de la cultura paisa, pues la mayor parte de sus municipios fueron fundados por colonos antioqueños; esta influencia es más notoria en los municipios ubicados en zona de montaña, donde conservan un marcado acento, además de su proximidad geográfica con el Eje cafetero.

Mientras que en los municipios que están ubicados sobre el valle del río Cauca o cerca de este, el acento predominante es el bugueño.

El norte del Valle está rodeado por las cordilleras Occidental y Central; lo que hace que su topografía sea quebrada en los extremos, y valle en el medio, por la ribera del Río Cauca.

Posee una importante riqueza hídrica y el embalse Sara Brut, que abastece la mayoría de municipios de la sub región.

NORTE DEL VALLE, ECONOMÍA: La mayor parte del territorio tiene vocación agrícola y pecuaria, con pocas industrias. En los municipios más montañosos se cultiva café y cinco de ellos: Alcalá, Ansermanuevo, El Águila, El Cairo y Ulloa fueron incluidos dentro del Paisaje Cultural Cafetero, declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco. Se destaca el municipio de La Unión por su producción y procesamiento de uva, y los municipios de Cartago y Zarzal, por su intensa actividad comercial.

49http://es.wikipedia.org/wiki/Roldanillo

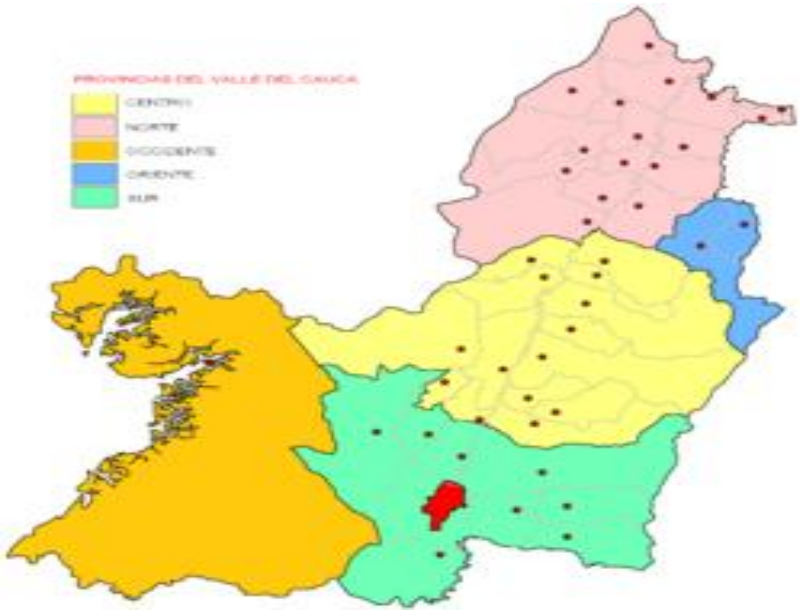
La principal industria de la zona es la fábrica de dulces de Colombina, en el corregimiento de La Paila, municipio de Zarzal. Este corregimiento también presenta una alta actividad económica por ser además el lugar de conexión vial con la ciudad de Armenia y el departamento del Quindío.

NORTE DEL VALLE, TURISMO: Se destaca el turismo religioso en el corregimiento de Ricaurte en Bolívar, donde se venera la imagen del Divino Ecce Homo, una pintura a la que se le atribuye una transformación milagrosa; así mismo, en La Victoria, la aparición mariana de la Virgen delos Santos y el Santuario San José, de origen colonial. En el municipio de Roldanillo se construyó el Museo Rayo, que recoge la obra del pintor Omar Rayo y su colección personal. También en este municipio se suelen organizar competencias de Parapente, por las condiciones topográficas la hacen un lugar óptimo para practicar este deporte.[50]

MAPA 2 DISTRIBUCION REGIONAL DEL VALLE DEL CAUCA[51]

[50] https://es.wikipedia.org/wiki/Subregi%C3%B3n_del_Norte_(Valle_del_Cauca)

51https://www.google.com.co/search?q=roldanillo+y+sus+corregimientos&espv=2&biw=1280&bih=880&site=webhp&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=VXEhVZXtFcbAggSgyIDADg&ved=0CBoQsAQ#tbm=isch&q=mapa+distribucionregional+de+valle+frl+cauca+turismo+regional&imgdii=_&imgrc=dTVJuRPWJQQLXM%253A%3BpBWs95RZP6qiEM%3Bhttp%253A%252F%252Fupload.wikimedia.org%252Fwikipedia%252Fcommons%252Fthumb%252F4%252F40%252FProValledelCauca.png%252F250px-ProValledelCauca.png%3Bhttp%253A%252F%252Fes.wikipedia.org%252Fwiki%252FValle%252520del%252520Cauca%253Fuselang%253Den%3B250%3B262



LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO: Inicialmente el proceso de producción se establecerá en la Cra 12 No 4-03 Barrio San Nicolás de la ciudad de Roldanillo, debido a que quienes integran el equipo de trabajo habitan y se desempeñan laboralmente en este municipio, los teléfonos de contacto son: 31666750548-3182772331-3153689084 correo electrónico cafelamontaña2011@gmail.com en un mediano plazo se pretenderá ampliar la venta del producto CAFÉ LA MONTAÑA en el Norte del Departamento del Valle y las expectativas para un futuro es posicionarlo en el mercado a nivel nacional.[52]

5.4MARCO CONTEXTUAL

En este contenido se muestra la situación socio-económica que enfrenta el municipio de Roldanillo.

52 http://es.wikipedia.org/wiki/Norte_del_Valle_del_Cauca

El municipio de Roldanillo es una región donde existen unos altos índices de desempleo 33% y un nivel de pobreza del 49%[53], lo cual trae consigo consecuencias nefastas. Por tal motivo se presentan graves problemas sociales como viviendas inadecuadas, servicios públicos inadecuados, un alto porcentaje de ausentismo escolar 19%, inseguridad, prostitución entre otros problemas.

CAFÉ LA MONTAÑA pretenderá con este plan de negocios demostrar su rentabilidad buscando ofrecer un café con un proceso artesanal de alta calidad que va dirigido a todas las edades, satisfaciendo las necesidades de los consumidores y ofreciendo a los productores de café una mayor opción de venta. Para las creadoras de esta idea de negocio se pretende obtener unas utilidades en las ventas porque vemos en este proyecto una opción de negocio rentable.

Sin embargo este proyecto no va a solucionar los problemas anteriormente expuestos, pero puede hacer un aporte al generar empleos a madres cabeza de hogar y de esta manera contrarrestar un poco dicha situación social pues podemos contribuir a mejorar los ingresos de algunas madres cabezas de hogar de Roldanillo; creando 3 empleos directos en el mediano plazo generando ganancias tanto en la producción como en la distribución y venta del producto.

53PLAN DE DESARROLLO MUNICIPIO DE ROLDANILLO 2012-2015

5.5 MARCO LEGAL

La empresa no tiene dificultad legal para ser instalada y funcionar correctamente, no es una planta que contamina, ni consume recursos escasos como lo es el agua.

El aspecto legal que se debe tener en cuenta debido a que es una empresa procesadora de alimentos, que están dispuestas por las Normas sugeridas por Ministerio de salud en cuanto a las características fisicoquímicas y bacteriológicas del producto, las normas que regulan la elaboración de café molido son:

TABLA 4 ASPECTOS LEGALES

LEY	CONCEPTO
1. Del Ministerio de Salud Pública: (Ley 09 de 1979 – Decreto 3075 de 1997)[54]	Concepto Sanitario: Documento expedido por la Secretaría Distrital de Salud o su delegada. Debe incluir constancia de capacidad de elaboración del producto. 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.
2. Del Ministerio del Medio Ambiente: (Ley 99 de 1993 y decreto 1753 de 1994)[55]	Licencia Ambiental Son expedidas por el Ministerio del Medio Ambiente, las Corporaciones Autónomas Regionales, los Municipios, Distritos y Áreas Metropolitanas las entidades territoriales delegatarias de las corporaciones autónomas regionales.
3. De las autoridades locales	Permiso de Planeación Municipal: Obtener permiso de la Oficina de Planeación Municipal o entidades que hagan sus

[54] http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337
[55] http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1299

	veces.
4. Propiedad Industrial	Registro de marca: Acreditar el registro de la marca o marcas que distinguirán su Producto, expedido por la Superintendencia de Industria y comercio o en su defecto, certificación de esa entidad sobre el trámite del registro. Término de duración del registro de la marca y su renovación: "El registro de una marca tendrá una duración de diez años contados a partir de la fecha de su concesión y podrá renovarse por períodos sucesivos de diez años". La renovación deberá solicitarse ante la oficina nacional competente, dentro de los seis meses anteriores a la expiración del registro.
5. De Cámara de Comercio:[56]	- Certificado expedido por la Cámara de comercio sobre constitución, inscripción, gerencia y objeto social de la firma. - Registro Mercantil - Certificado expedido por la división de Fiscalización de la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), en que el representante legal, así como el propietario o propietarios, cuando sean personas naturales, o los socios de la persona jurídica propietaria que tengan más del 15% del capital social, no se encuentran registrados como infractores de las normas aduaneras. (Federación nacional de cafeteros, División estratégica de proyectos de comercialización).
6.NORMA TECNICA COLOMBIANA NTC 5181[57]	Buenas prácticas de manufactura para la industria del café. La NTC 5181 fue ratificada por el Consejo Directivo del 2003-08-26. Esta norma está sujeta a ser actualizada permanentemente con el objeto de que responda en todo momento a las necesidades y exigencias actuales.

[56] http://www.ccc.org.co/
[57] http://tienda.icontec.org/brief/NTC5181.pdf

7. RESOLUCION 2674 DE JULIO 22 DE 2013[58]	La presente resolución tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas
8. DECRETO 4444 DE 2015[59]	Por el cual se reglamenta el régimen de permiso sanitario para la fabricación y venta de alimentos elaborados por microempresarios
9. NTC 3534[60]	Estanorma establece los requisitos y los métodos de ensayo que debe cumplir el café tostado, en grano o molido.
10. NTC 2441[61]	Establece un método para determinar el tamaño promedio de partícula del café tostado y molido
11.NTC 2442[62]	Especifica un método para la determinación del grado de tostion en café tostado en grano y/o molido mediante mediciones colorimétricas.
12.NTC 2558[63]	Café tostado y molido. Determinación del contenido de humedad. Método por determinación de la pérdida en masa a 103 °C (método de rutina).
13.NTC 3880[64]	Café. Determinación del contenido de cafeína. Método por

[58] http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=54030

[59] https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=category&id=96&layout=blog&Itemid=2139&limitstart=18

[60] http://tienda.icontec.org/index.php/ntc-3534-cafe-tostado-en-grano-o-molido.html

[61] http://tienda.icontec.org/index.php/agricultura-alimentos-impreso/ntc-2441-cafe-tostado-y-molido-metodo-para-la-determinacion-del-tama-o-promedio-de-particula-por-distribucion-granulometrica.html

[62] http://tienda.icontec.org/index.php/agricultura-alimentos-impreso/ntc-2442-cafe-tostado-en-grano-y-o-molido-determinacion-del-grado-de-tostion.html

[63] http://tienda.icontec.org/index.php/agricultura-alimentos-impreso/ntc-2558-cafe-tostado-y-molido-determinacion-del-contenido-de-humedad-metodo-por-determinacion-de-la-perdida-en-masa-a-103-c-metodo-de-rutina.html

[64] http://www.libreriadelau.com/catalogsearch/result/?q=NTC+3880.+CAF%C3%89.+DETERMINACI%C3%93N+DEL+CONTENIDO+DE+CAFE%C3%8DNA.+M%C3%89TODO+POR+CROMATOGRAF%C3%8DA+LIQUIDA+DE+ALTA+RESOLUCI%C3%93N+-+HPLC+

	cromatografía liquida de alta resolución - hplc'.
14.NTC 4602-1[65]	Determinación del rendimiento de la extracción y de los sólidos solubles en la bebida de café. Parte 1. Método por goteo directo.
15.NTC 4602-2	Determinación del rendimiento de la extracción y de los sólidos solubles en la bebida del café. Parte 2. Método por contacto directo.
16.NTC 4084[66]	Café tostado y molido. Método para la determinación de la densidad por compactación.
17. NTC 2167[67]	Industrias alimentarias. Productos alimenticios empacados contenido neto.
18. NTC 512-1[68]	Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos mínimos de los rótulos o etiquetas de los envases o empaques en que se expenden los productos alimenticios, incluidos los de hostelería, paraconsumo humano.

Las normas anteriormente mencionadas tienen información con referencia a las definiciones del producto, disposiciones sanitarias, especificaciones, muestreo, métodos de prueba, conservación, empaque y almacenamiento. El no cumplimiento de cualquier de estas, implicaría problemas graves para la empresa.

5.6 MARCO TEMPORAL

En este texto se muestra el tiempo estimado para la realización del plan de negocio.

CAFÉ LA MONTAÑA es un proyecto que pretende determinar la viabilidad de una empresa procesadora y comercializadora de café artesanal, que inicio su proceso de investigación el día 5 de agosto del 2014 y pretende mostrar sus resultados el día 17 de Septiembre del año en curso.

[65] http://tienda.icontec.org/brief/NTC4602-1.pdf
[66] http://tienda.icontec.org/index.php/agricultura-y-alimentos/ntc-4084-cafe-tostado-y-molido-metodo-para-la-determinacion-de-la-densidad-por-compactacion.html

[67] http://tienda.icontec.org/brief/NTC2167.pdf
[68] http://es.scribd.com/doc/58307982/NTC-512-1-Rotulado-o-Etiquetado-Normas-Generales#scribd

6.ASPECTOS METODOLOGICOS

6.1TIPO DE ESTUDIO

Según el plan de negocios se permite establecer que el tipo de estudio que será utilizado es el descriptivo, debido a que se identificarán elementos para la solución del problema como lo son: Estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y estudio de análisis y administración del riesgo;con el desarrollo de estos se determinará los conocimientos y soluciones al problema planteado.

Además se pretende con los resultados obtenidos dar un conocimiento específico y una respuesta al problema, explicando de una manera amplia los rasgos que caracterizan e identifican la investigación planteada.

6.2METODO DE INVESTIGACION

Para buscar la posible solución del problema expuesto se escogieron dos métodos de investigación los cuales son:

El método científico o experimental al estar constituido por un conjunto de procesos que el hombre debe emprender en la investigación y demostración de la verdad, nos servirá como base, debido a que en un plan de negocios se deben seguir y cumplir unos pasos, los cuales nos permiten llegar a la situación real del problema planteado.

Para el método de análisis y síntesisse explica que el análisis descompone el todo en sus partes y las identifica, mientras que la síntesis relaciona los elementos componentes del problema y crea explicaciones a partir de su estudio; se puede concluir que con lo anterior se tendrá que analizar desde la idea central que es el plan de negocios uno a uno de los elementos identificados (estudio de mercado, técnico, económico, análisis y administración del riesgo) plenamente entre sí para conectarlos secuencialmente con el fin de llegar a un resultado positivo o negativo en la solución del problema planteado así poder brindar una explicación coherente y clara con respecto al estudio realizado.

6.3FUENTES Y TECNICAS PARA RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN

Se realizara una investigación de campo con fuentes de información primaria y secundaria.

En la fuente primaria serealizarán 239 encuestassegún la fórmula de la muestra pilotoa los pobladores de los municipios de Roldanillo, la Unión, Bolívar y Zarzal, las cuales permiten definir el nicho de mercado al cual estará orientado CAFÉ LA MONTAÑA, dirigida a personas de 18 a 60 años de los estratos 4 al 6, los cuales en su mayoría desean consumir un café de mejor calidad donde su proceso no sea industrial, que permita satisfacer al cliente a la hora de consumirlo.

Se utilizaran datos secundarios externos como: Internet, Bibliotecas, supermercados y entidades como la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, Comités Departamentales de Cafeteros de Colombia, Organización Internacional del Café, DANE y Cámara de Comercio las cuales brindan los datos necesarios para conocer, calcular y analizar el sector alque se dirigirá CAFÉ LA MONTAÑA.

7 ESTUDIO DE MERCADO

7.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Esta idea de negocio procura inicialmente demostrar la viabilidad de fabricar café molido artesanalmente, debido a que este no es tan común en el mercado, de tal forma que el estudio de mercado permitirá saber si el producto elaborado de esta manera tiene aceptación en los clientes o no. A continuación se define en un concepto general el producto.

El café molido se obtiene por la transformación de los granos de café verde mediante la aplicación de calor, lo que origina varios cambios físicos y reacciones química que desarrolla todo el aroma y sabor de la apreciada bebida, se deberá tener en cuenta el tipo de molienda aplicado al tostado.

Las reacciones químicas en el interior del grano continúanpor un tiempo (horas e incluso días) después de que este ha salido del tostador, durante el cual el café tostado continúa emitiendo CO2; es por esta razón que las técnicas de empaque deberán tener en cuenta la liberación de dichos gases.[69]

La composición porcentual del producto se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 5 COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO

MATERIA PRIMA	PORCENTAJE
Café Pergamino	100%

El café molido debe tener las siguientes especificaciones microbiológicas:

TABLA 6 ESPECIFICACIONES MICROBIOLÓGICAS

PARAMETRO	LIMITE MAXIMO PERMITIDO
Recuento de mesofilos aerobios	$2^* 10^3$ UFC/g
Coliformes totales	11 NMP/g
Coliformes Fecales	<3 NMP7g

Otras características que debe tener el café molido.

TABLA 7 CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS

Color	Propio, característico
Olor	Propio, característico de café puro tostado (en grano o molido)
Sabor	Debe de tener el sabor característico
Aspecto	Debe ser homogéneo

[69] www.cafe decolombia.com/particulares/es/sobre_el_café/el_cafe/industrialización/tostacion_/

TABLA 8 ESPECIFICACIONES FISICO-QUIMICAS

PARAMETROS	CAFÉ TOSTADO	CAFÉ MOLIDO
Cafeína % (m/m) en base para café sin descafeinar	-	0,8
Humedad % máximo	5,0	3,0
Ceniza total máxima	5,0	5,0
Prueba de almidón	Negativa	Negativa

“CAFÉ LA MONTAÑA” para la elaboración de su producto, utiliza un grano pergamino de alta calidad, llevando a cabo un proceso artesanal utilizando las tradiciones de nuestros antepasados en el momento de ejecutar la transformación del grano (la trilladora, la paila y el molino); conservando a un más las características del producto sin alterarlas como lo son: su olor, color y sabor, debido a que el proceso industrial cambia totalmente sus propiedades generando un café más puro con referencias a otros productos.

Obteniendo un producto final que se puede consumir, en bebidas con diferentes presentaciones (granizado, expreso, capuchino, energizante) en bases para elaboración de alimentos (postres, carnes, arroz, entre otras) se emplean en reuniones, eventos, empresas, colegios, cafeterías, panaderías, hoteles, restaurantes, casinos entre otras.

El empaque llevaría una válvula que hace que el olor se conserve más y a la hora quesea adquirido por los clientes al presionarla se sienta su aroma a tradición.

Además de los múltiples beneficios que traen para la salud ya que el consumo de café puede minimizar enfermedades que afectan la integridad y calidad de vida de las personas.

Desde el punto de vista de la demanda, el café colombiano se vende, tanto en Colombia como en el exterior, a precios superiores por el que se paga por otros orígenes gracias a su garantía de calidad. “Como no todos los consumidores tienen una disposición a pagar precios superiores por el café colombiano, esta

porción del mercado se atiende con mezclas de café importado. En otras palabras, cada vez se tiene un mercado más segmentado y con diferentes propuestas de valor, de la misma manera que en Argentina o en Francia se comercializan también vinos de otros países".[70]

7.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

CAFÉ LA MONTAÑA pretende hacer un estudio detallado sobre la situación actual del mercado del café para así plantear y definir de forma concreta la viabilidad y factibilidad tanto a nivel nacional como regional; mediante una serie de investigaciones expuestas a continuación:

El café en Colombia tiene una penetración del 89% en hogares y el 70% de los colombianos toman café 21 días del mes. Sin embargo, el consumo per cápita de café de los colombianos es de 1,87 kilos de café verde equivalente Pero, se espera aumentar el consumo a 2,6 kilos con el programa Toma Café.[71]

Por tercera vez, en menos de dos años, las mediciones locales arrojan que sigue mejorado la tendencia de consumo de café entre los colombianos.

De acuerdo con un estudio adelantado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, el 80% del café que se bebió en 2012 en Colombia fue importado. Pese a que el país es el cuarto mayor productor del mundo y el líder en exportación de la categoría de café suave arábigo lavado, según datos oficiales.

El ex secretario general de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) Guillermo Trujillo aclaró además en declaraciones a la revista Semana publicadas, que "el consumidor colombiano está acostumbrado a un perfil de taza que se asimila más al café que hoy se trae al país, que es de inferior calidad y precio".

[70] http://www.revistapym.com.co/destacados/verdad-acerca-cafe-colombia-oferta-demanda-publicidad-consumo

[71] http://www.tomacafe.org/tomacafe/interna.php?idinterna=14&iddetalle=24&idactual=19

La Federación Nacional Colombia (principal gremio de Colombia, con presencia en todas las zonas rurales donde se produce café en el país. Su eje central es el productor de café y su familia, de forma que su negocio sea sostenible, que las comunidades cafeteras fortalezcan su tejido social y que el café colombiano siga siendo considerado como el mejor del mundo) agrupa a más de 560.000 familias que viven del cultivo del café, aunque la gran mayoría de los caficultores que se manifestaron las pasadas semanas denunció no sentirse representados por esa entidad, a la que incluso acusaron de estar más cerca del Gobierno que de los trabajadores.[72]

Según la Organización Internacional del Café (OIC), con sede en Londres, los productores de café colombiano están bien valorados por los mercados internacionales y la calidad de su grano es conocida y respetada en todo el mundo.

Colombia es el cuarto mayor productor de café en el mundo, después de Brasil, Vietnam e Indonesia, y produjo 7,6 millones de sacos en el año cafetero comprendido entre octubre de 2011 y septiembre de 2012.

Datos de Nielsen, dados a conocer por la industria, señalan que entre enero 31 del 2011 y el 31 de enero del 2012, el consumo de tazas de café tuvo un incremento de 1,5 por ciento, para un total de 60 millones de tazas adicionales.

Los datos fueron dados a conocer por el programa 'Toma Café', creado por la industria para promover el consumo de la bebida entre los colombianos. Entre junio del 2010 y julio del 2011, se reveló el crecimiento de 1 por ciento en volúmenes vendidos, lo cual muestra cómo los resultados de la campaña para motivar a los colombianos a la fecha están en ascenso.

El estudio arroja que la tienda de barrio mantiene el liderazgo como canal de venta de café. Es así como ocho de cada 10 tiendas tienen café en su portafolio de productos.

[72]http://www.revistapym.com.co/destacados/verdad-acerca-cafe-colombia-oferta-demanda-publicidad-consumo

'Toma Café' revela que el consumo de solubles crece a un ritmo mayor y gana participación dentro de la categoría en la mayoría de regiones del país. La explicación a este fenómeno es el dinamismo de las marcas en la oferta de paquetes personales. Sin embargo, el café tostado y molido sigue con el primer lugar de preferencia en el paladar de los colombianos: de cada 100 kilos que se venden de café, 86 corresponde a este tipo. El resto es instantáneo.[73]

La inclusión del café en distintas ocasiones de consumo y el incremento de presentaciones del producto han dinamizado la categoría en Colombia, un país productor que paradójicamente importa grandes cantidades de sacos al año. Bien dijo el poeta francés Georges Courteline que se cambia más fácilmente de religión que de café y para gran parte de los colombianos el consumo de café en distintas formas tiene que estar presente en sus mañanas, tardes y noches. El auge de productos premium y de novedosas líneas de producto ha configurado un escenario rico para que las marcas entren a invertir en este sector e incrementen la inversión publicitaria.[74]

Señala Manuel Andrés, presidente de Nestlé de Colombia, que el 60% del café que se consume en Colombia se toma al desayuno, la mayoría café con leche. Durante el día, el colombiano consume tinto para mantenerse activo y se observa una tendencia creciente de preparaciones como el cappuccino y el espresso. Asegura que para cubrir las necesidades del consumidor colombiano se requieren anualmente 1,6 millones de sacos de 60 kilos de café cada uno; sin embargo, hoy el país produce únicamente 450.000 sacos de este tipo de café, lo que deja un déficit de 1.150.000 sacos… que es lo que se está importando. Según la firma Raddar, el gasto per cápita de café en los hogares colombianos en marzo registró $4.904.

El café se caracteriza por ser una bebida suave, de taza limpia, con acidez, cuerpo medio/alto y aroma pronunciado. Marcel Albornoz, gerente de Morasurco Café Puro, explica que el café colombiano es reconocido en el mundo por ser un

[73]http://m.portafolio.co/economía/crece-el-consumo-café-colombia
[74]http://m.portafolio.co/economía/producción-café-marzo-2015-colombia

producto de alta calidad, dadas las condiciones ambientales y el sistema de gestión y control de calidad riguroso que lo respalda.

Ana María Sierra, del programa Toma Café, de la Federación Nacional de Cafeteros, afirma que las nuevas tendencias que se destacan son el crecimiento de la gran base de cafés tradicionales (tanto cafés tostados y molidos como instantáneos), un crecimiento del nicho de cafés especiales o Premium y la introducción de una mayor variedad de preparaciones de café en los hogares colombianos. Sostiene que las tiendas de cafés especiales han generado interés por nuevas preparaciones como el cappuccino, el frappé y otras bebidas a base de café espresso. Así que, además del tinto o el café con leche que hacen del café la bebida reina de la mañana, hoy los colombianos consumen café después del almuerzo, en la tarde y la noche. De acuerdo con el programa Toma Café, los colombianos son grandes tomadores de cafés tostados y molidos.

El mercado del café puede dividirse en tres segmentos donde es consumido:

•Consumo en casa.- este segmento de mercado se está volviendo cada vez más diverso y representa alrededor del 70% del consumo de café. El café solía consumirse mayormente como café soluble o molido para máquinas de filtro de café. Sin embargo, los granos de café tostado (expreso) son ahora cada vez mas consumidos y el café molido es también empaquetado en vainas para consumo de una porción. La variedad de marcas y sabores se ha incrementado tremendamente en la últimas dos décadas. El café puede ser comprado en; supermercado, tiendas de especialidad, tiendas orgánicas.

•Fuera de casa: 30% de la producción de café se lleva a cabo fuera de casa, entre otros restaurantes, bares de café, cafeterías, etc. Bares de expresso como ser Starbucks, que sirven una gran variedad de cafés de alta calidad, se están volviendo más populares.

•Consumo en el trabajo: como parte del consumo fuera de casa, también es de gran importancia. La mayoría de las oficinas en la UE tienen máquinas de café. Este segmento es parcialmente proveído por los mismos del segmento de casa.

Pequeñas empresas todavía comprarían café al por menor o si son más grandes, podrían pedirlo directamente de los distribuidores o vendedores al detalle. Es interesante notar que las empresas ahora pueden comprar café a través de las empresas que lo ofrecen por Internet.

A partir del estudio RetailIndex, de Nielsen (índice de canales minoristas), se estableció que el consumo de café medido en volúmenes vendidos, en tiendas, supermercados independientes y grandes superficies, ha recuperado 4 puntos y ha crecido de forma sostenida 1% desde 2010, año en el que se lanzó el Programa Toma Café. Esta cifra llevada a tazas de café puede calcularse en más de 120 millones de tazas adicionales de café por año.

De acuerdo con un estudio que hace la Federación Nacional de Cafeteros cada 10 años en 5.000 hogares de las diferentes regiones del país, el 98% de los colombianos dice seleccionar su café por el sabor, mientras 97% menciona el aroma como atributo principal. El 95% prefiere el café de Colombia y el 83% es siempre fiel a su marca preferida.

Albornoz opina que los consumidores de café conocen la importancia del origen y quieren saber de dónde viene su producto, y con qué tipo de prácticas fue cultivado. Quieren apreciar su calidad pero también conocer el entorno social y ambiental asociado con la cadena productiva. “Los consumidores ya no quieren sus cafés descritos como mezclas que no llevan la historia de un origen específico”. Por su parte, Manuel Andrés asevera que el consumidor colombiano valora mucho la tradición, el origen y el sabor del café que consume, así como la trayectoria de la compañía que lo hace, que al final, es garantía de productos de calidad. Dice además que el precio un factor muy relevante en la decisión de compra.

Según datos de Nielsen para el programa Toma Café, el mercado de consumo masivo continúa registrando tasas positivas en el país, a pesar de continuar su desaceleración en el corto plazo ante una presión al alza en los precios. La tienda tradicional es la que continúa registrando un mejor comportamiento y se consolida

como el canal predilecto para los colombianos, donde 8,8 kilos de cada 10 se venden en tiendas y el café está entre los 25 productos de mejor rotación.[75]

Para referirnos un poco en el mercado nacional hay que destacar que cada vez los colombianos toman más café, así lo revela el estudio de RetailIndex de Café de Nielsen, que registró una tendencia positiva por tercer año consecutivo, con un crecimiento del 2,1% en volúmenes vendidos al detal durante el 2013.

Según datos del estudio que mide el comportamiento del café en más de 400.000 establecimientos de todo el país, el volumen de café vendido en locales comerciales alcanzó tres años de crecimiento consecutivo por primera vez en veinte años manteniendo una tendencia positiva.

Estas cifras reflejan la tendencia de consumo de café en los hogares colombianos, donde la penetración de la bebida ha pasado del 79%, al 82%. En los establecimientos especializados en café, también se produjo un incremento de 17% en ventas durante el año 2012.

Por otra parte, el Café Tostado y Molido, que corresponde al 85% del consumo en kilos, consiguió su mejor crecimiento en 10 años.

Aunque todo el territorio mantuvo un buen nivel de consumo, Atlántico es la zona en la que más se toma café, seguido del Eje Cafetero, Tolima y Huila, y la Región Pacífica.

El informe de 'Toma Café, programa de promoción del consumo de café en Colombia', explica que a pesar de que la presión en los precios de la canasta familiar en general es cada vez menor, aún no se ve una reacción en la tasa de crecimiento de los volúmenes del mercado de consumo masivo.

La mayoría de las regiones del país muestran unos crecimientos en el mercado de consumo masivo inferiores a los de 2012, con excepción de la Costa Atlántica que continúa con una buena tendencia en los últimos años. Oriente ha sido la región

[75]http://www.revistapym.com.co/destacados/verdad-acerca-cafe-colombia-oferta-demanda-publicidad-consumo

del país más afectada para los canales de supermercados y tradicionales, esto debido a la situación comercial con Venezuela.[76]

Otra opción del café es la oferta del grano en recetas, básicamente de repostería y helados.

Así las cosas mejoran la situación para el café negro o tinto, para el perico o pintadito, para el pinchado o dedo parado Capuchino, exprés y otras ofertas de bebidas calientes o frías. Esas que se acompañan de buñuelo, pandebono, pan de yuca, empanada, pastel, roscón, churro, arepa o pan caliente de popular esquina.

Para medir la demanda se usaron dos fuentes:

En la fuente primaria, las que apuntan a la tendencia del consumo del café a través del tiempo y cuál es la causa que conllevan a su consumo, pero esta no contiene información acerca de la disposición del cliente en cuanto al tipo de procesos y otras particularidades, por lo que para adquirir esta información se realizó una serie de preguntas enfocadas a conocer el mercado en el que se pretende ingresar.

Se utilizaran datos secundarios externos como: Internet, Bibliotecas, supermercados y entidades como la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, Comités Departamentales de Cafeteros de Colombia, Organización Internacional del Café, DANE y Cámara de Comercio, entre otras y privadas como la compañía Nielsen, las cuales brindan los datos necesarios para conocer, calcular y analizar el sector al que se dirigirá CAFÉ LA MONTAÑA.

7.2.1ANÁLISIS DE DATOS DE FUENTES PRIMARIAS (APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS)

Se decidió con las creadoras del proyecto, escoger al azar una muestra de 28 encuestas en diferentes establecimientos como: Panaderías, Funerarias, Hoteles, Casinos, Restaurantes, Club social y a hogares de los municipios de Bolívar(13474 Hab), Roldanillo (32778 Hab), la Unión (37703 Hab) Y Zarzal

[76]http://m.latarde.com/noticias/economica/129802-en-aumento-el-consumo-de-cate-por-los-colombianos

(43035 hab), debido a que inicialmente esta zona será nuestro mercado a ofertar, observando allí los clientes potenciales para Café La Montaña.

Para esta se determinó que el nivel de confianza que se tendrá será del 80% con un error del 29% en los resultados de la encuesta. Para el cálculo del tamaño de la muestra que relacione estos parámetros, se hace la desviación estándar del consumo. Para lograr se aplicó un muestreo piloto de 28 encuestas preguntando si consume café y que cantidad mensualmente por hogar y/o establecimiento. El resultado conseguido fue que la media de este consumo es 7.7 Kg con una desviación estándar del 3.5 Kg. Esto significa que hay familias que consumen hasta 2000 Gr y establecimientos hasta 50 Kg mensualmente; y hay otras que solo eventualmente llegan a tomar a un poco del producto, con esta información se calcula el tamaño de la muestra para realizar la muestra.

TABLA 9 DE DATOS

NIVEL DE CONFIANZA	80%
ERROR	29%
DESVIACIÓN ESTANDAR	3.5%

TABLA 10 FORMULA DE LA MUESTRA PILOTO

n=	$Z^2\sigma^2$	$1.28^2*3.5^2$	239
	E^2	0.29^2	

La muestra piloto arrojo un resultado de 239 encuestas, pero para tener mayor confianza en la realización de esta se decidió aplicar 294 encuestas.

Antes de realizar la encuesta se debe estratificar.

La encuesta busca determinar la cantidad de café que se consume, el tipo de café y si las personas están dispuestas a comprar un café con un proceso diferente, es decir un café elaborado artesanalmente sin químicos, es por esto que loshogares y establecimientos elegidos deben de ser consumidoras de café.

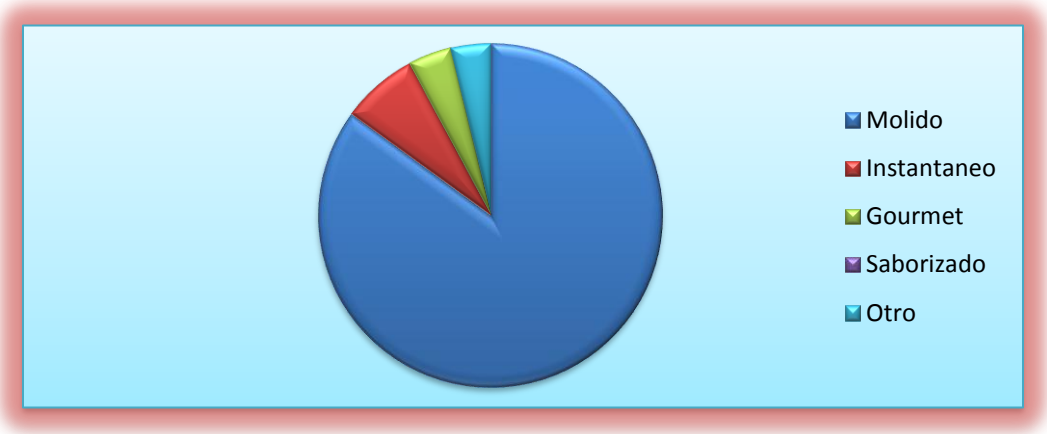
A continuación se presenta el sondeo utilizado y sus respuestas:

1. ¿Qué tipo de café consume usualmente?

TABLA 11QUE TIPO DE CONSUME USUALMENTE

QUÉ TIPO DE CAFÉ CONSUME USUALMENTE		
Molido	250	85%
Instantáneo	21	7%
Gourmet	12	4%
Saborizado	0	0%
Otro	11	4%

GRAFICO 4 QUE TIPO DE CONSUME USUALMENTE

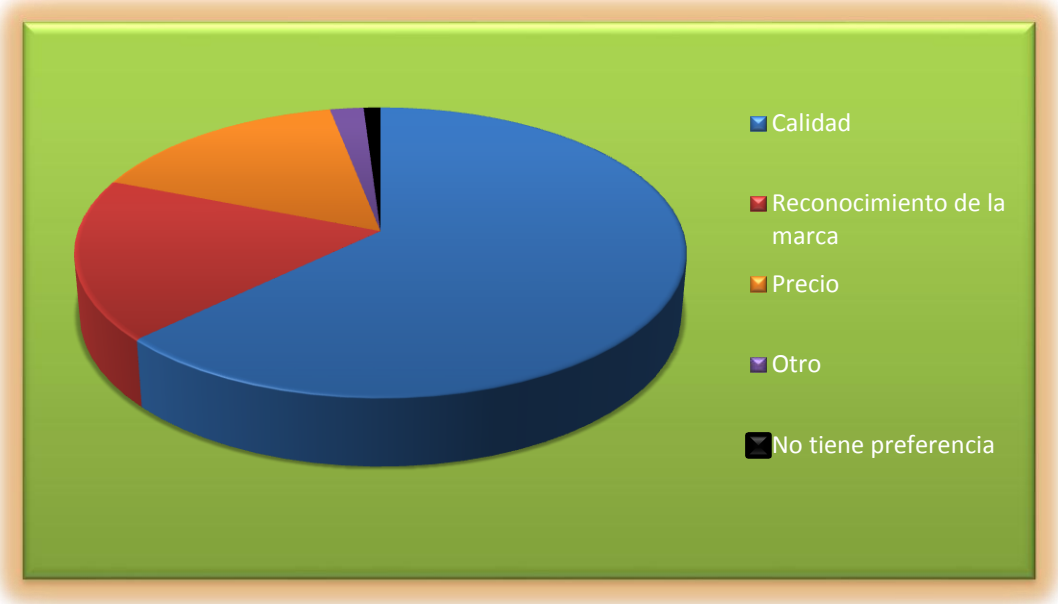


2. A la hora de comprar el café que acostumbra comprar ¿cuál es la característica a la que le da mayor importancia?

TABLA 12 CARACTERÍSTICAS DE MAYOR IMPORTANCIA DEL CAFÉ

CARACTERÍSTICA DE MAYOR IMPORTANCIA		
Calidad	185	63%
Reconocimiento de la marca	53	18%
Precio	47	16%
Otro	6	2%
No tiene preferencia	3	1%

GRAFICO5 CARACTERÍSTICAS DE MAYOR IMPORTANCIA DEL CAFÉ

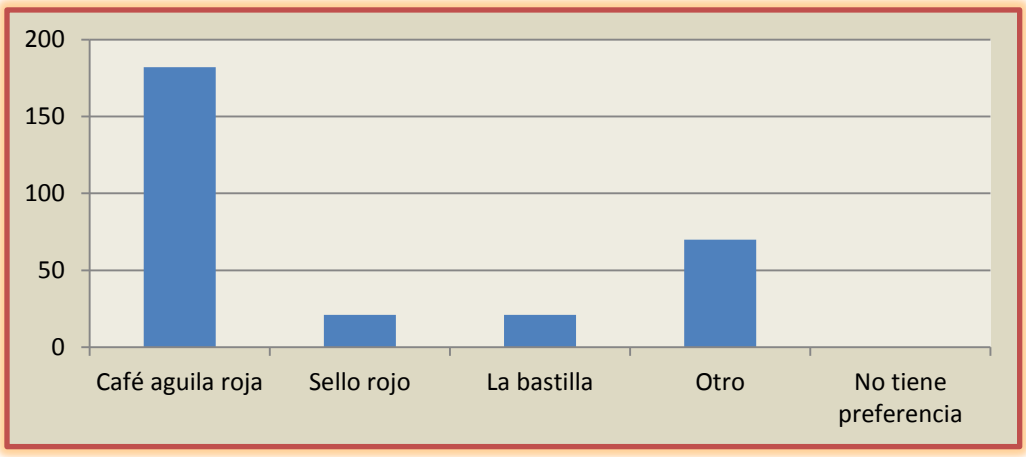


3. Por favor, seleccione su marca de café tostado o molido.

TABLA 13 SELECCIÓN DE LA MARCA

SELECCIÓN DE LA MARCA	
Café águila roja	182
Sello rojo	21
La bastilla	21
Otro	70
No tiene preferencia	0

GRAFICO6 SELECCIÓN DE LA MARCA

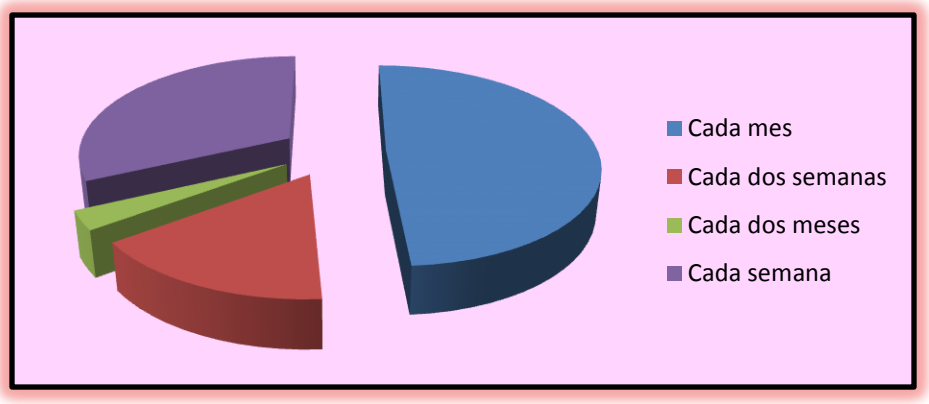


4. ¿Con qué frecuencia compra café tostado molido?

TABLA 14 CON QUE FRECUENCIA COMPRA EL CAFÉ

CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA EL CAFÉ		
Cada mes	144	49%
Cada dos semanas	47	16%
Cada dos meses	9	3%
Cada semana	94	32%

GRAFICO 7 CON QUE FRECUENCIA COMPRA EL CAFÉ

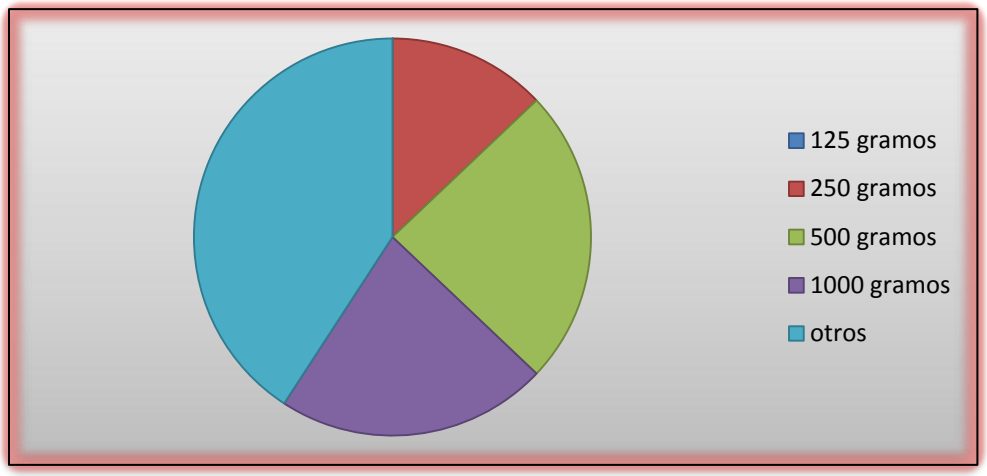


5. ¿Cuántocafé consume en el mes?

TABLA 15 CUANTO CAFÉ CONSUME EN EL MES

CUANTO CAFÉ CONSUME		
125 gramos	0	0%
250 gramos	38	13%
500 gramos	71	24%
1000 gramos	65	22%
otros	120	41%

GRAFICO 8 CUANTO CAFÉ CONSUME EN EL MES

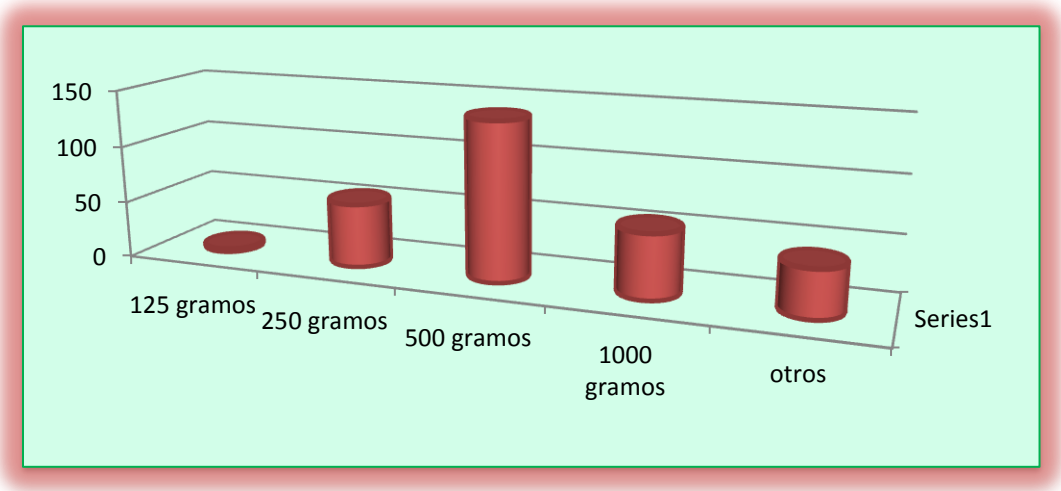


6. ¿Qué presentación de café compra normalmente (cantidad)?

TABLA 16 QUE PRESENTACIÓN DE CAFÉ COMPRA

QUE PRESENTACIÓN DE CAFÉ COMPRA	
125 gramos	3
250 gramos	56
500 gramos	138
1000 gramos	56
otros	41

GRAFICO9 QUE PRESENTACION DE CAFÉ COMPRA

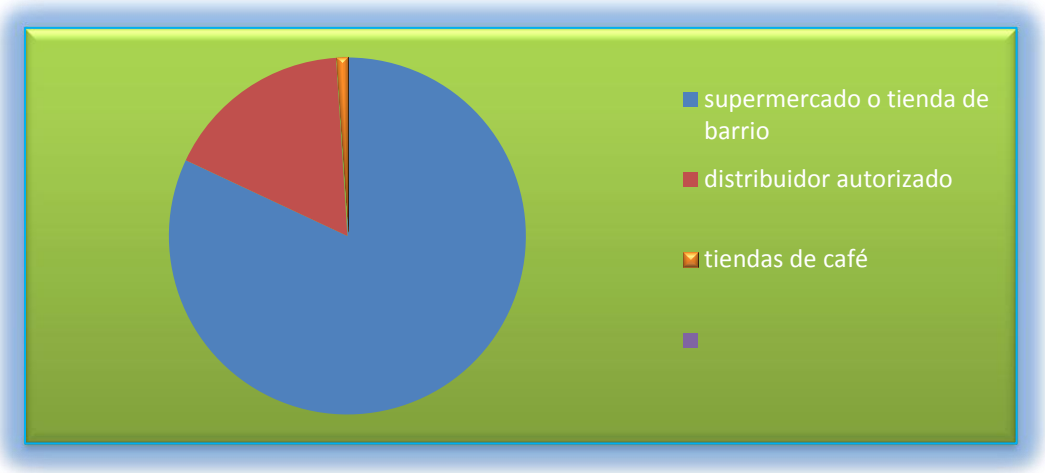


7. ¿Normalmente cuando usted compra café tostado molido, en que establecimiento lo hace?

TABLA 17 EN QUE ESTABLECIMIENTO COMPRA EL CAFÉ

EN QUE ESTABLECIMIENTO COMPRA EL CAFÉ		
Supermercado o tienda de barrio	241	82%
Distribuidor autorizado	50	17%
Tiendas de café	3	1%

GRAFICO10 EN QUE ESTABLECIMIENTO COMPRA EL CAFÉ

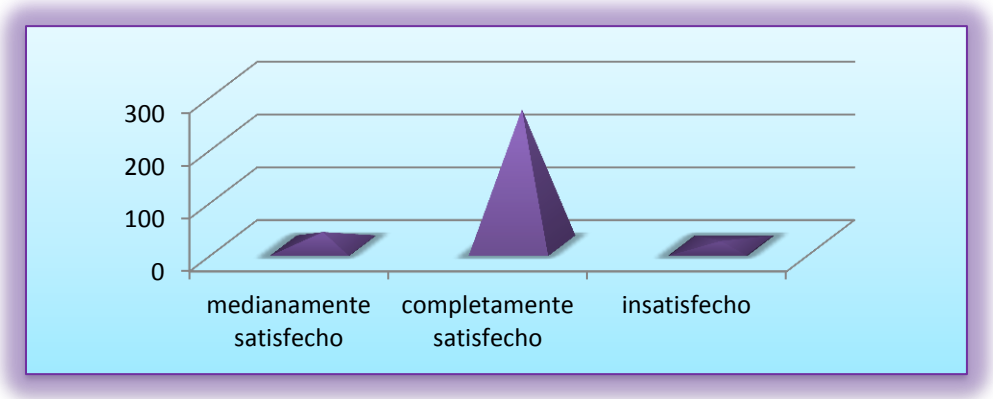


8. ¿Cuál es su grado de satisfacción (Sentimiento de bienestar o placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad) con el café que consume actualmente?

TABLA 18 GRADO DE SATISFACCIÓN

GRADO DE SATISFACCIÓN	
Medianamente satisfecho	26
Completamente satisfecho	259
Insatisfecho	9

GRAFICO11 GRADO DE SATISFACCIÓN

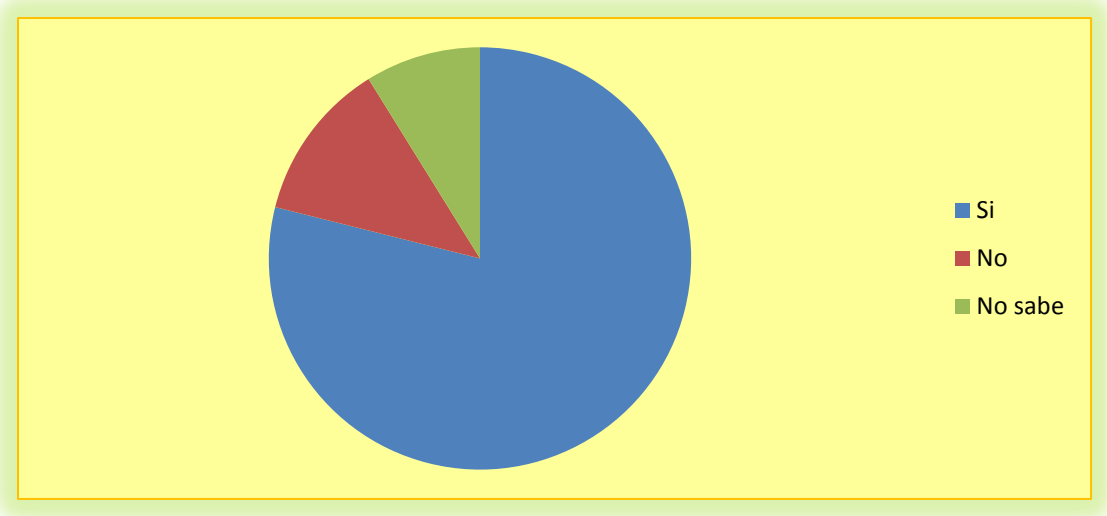


9. ¿Estaría usted dispuesto a cambiar la marca de café que consume actualmente por un café 100% puro, con un proceso artesanal, a un costo aproximado de $11.400 por libra?

TABLA 19ESTARÍA DISPUESTO A CAMBIAR LA MARCA DE CAFÉ

ESTARÍA DISPUESTO A CAMBIAR LA MARCA DE CAFÉ		
Si	232	79%
No	36	12%
No sabe	26	9%

GRAFICO 12 ESTARÍA DISPUESTO A CAMBIAR LA MARCA DE CAFÉ



7.2.2 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Las preguntas iban dirigidas a cuantificar el consumo de café molido, tanto en los hogares como en los establecimientos de los municipios de Bolívar, Roldanillo, La Unión y Zarzal.

En la pregunta 1, se tiene que el 85% de los consumidores de café lo compran molido, afirmando lo revelado por el programa toma café que expresa que de cada 100 kilos de café que se venden el 86% corresponde a este tipo.[77]

En la pregunta 2 se obtiene que un 63% de los consumidoresdan mayor importancia a la calidad en el momento de comprar el café. Siendo algo favorable debido a que el producto que se pretende elaborar será de alta calidad.

En la pregunta 3 se muestra el café Águila Roja como un fuerte competidor y el mayor comercializador del producto; en la pregunta 4 los hogares consumidores de café prefieren comprar el producto cada mes con un 44%, mientras que en los establecimientos se prefiere semanalmente lo que es positivo pues demuestra un mercado que está en constante movimiento.

En la pregunta 5 se muestra que la mayor cantidad consumida de café mensualmente son superiores a las presentaciones comúnmente mencionadas; es decir desde 2500 grs hasta 1 arroba.

En la pregunta 6 la presentación que más consume es la de 500 Gr.

En la pregunta 7 señala que el lugar más frecuente para la compra del café es el supermercado o tienda de barrio.

En la pregunta 8 indica que actualmente el 88%de las personas se encuentran completamente satisfechos con el café que consumen actualmente; en la pregunta 9 seexpresa que el 79% de estos mismos encuestadossi estarían dispuestos a consumir un café elaborado artesanalmente.

[77] www.tomacafe.org/tomacafe/interna.php?idinterna=&iddetalle=32&idactual=135

Para concluir podemos decir que el producto (Café molido), tiene un alto porcentaje de consumo en los colombianos lo que representa un aspecto positivo para la comercialización y por consiguiente una alta demanda en el mercado debido a su calidad que es un factor importante, siendo esto un beneficio relevante porque los consumidores hoy en día prefieren calidad antes que economía; sin embargo en el mercado se encuentran marcas posicionadas lo cual representa una fuerte competencia para un producto que se está dando a conocer. El café molido es un producto que está en continua rotación en los consumidores y para su comercialización se tendrán en cuenta que los clientes potenciales serán las tiendas de barrio y los supermercados puesto que estos lugares son los más visitados por las personas para la compra del café, a la hora de introducir el producto en el mercado será algo complejo dado que las preferencias ya están establecidas por los consumidores y su fidelidad a algunas marcas, aunque algunos están dispuestos a cambiar sus marcas por un café elaborado artesanalmente.

La procesadora y comercializadora de café molido pretende laborar 1 turno de trabajo aunque tiene la posibilidad de funcionar 3 turnos durante el día debido a los resultados del estudio de mercado y a que la marca iniciara su lanzamiento en el mercado; se pretende en primera medida laborar solo un turno durante los tres primeros años para posicionarse y en los últimos dos años laborar el total de los turnos.

TABLA 20 DEMANDA ANUAL SEGUN LAS ENCUESTAS

AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL (LBS)	APROVECHAMIENTO DE LA CAPACIDAD
1	9.830	33%
2	9.830	33%
3	9.830	33%
4	19.660	67%
5	19.660	67%

CAFE LA MONTAÑA será la única procesadora y tostadora de café artesanal del Norte del Valle, debido a que la empresa más similar a esta se encuentra ubicada en otro departamento como lo es: Café Retiro (ANTIOQUIA).

Para concluir se puede destacar que CAFÉ LA MONTAÑA es un proyecto altamente viable para su ejecución y puesta en marcha debido a todos los puntos mencionados anteriormente y especialmente por la tendencia de crecimiento del consumo del café tanto en Colombia como en el exterior.

7.3 ANÁLISIS DE PRECIOS

La definición de los precios comerciales es un elemento clave, pues es útil para la basarse en el cálculo de los supuestos ingresos del proyecto en el futuro. De igual manera sirve como base para confrontar el precio comercial y el precio probable al que se quiera y se pueda vender en el mercado el producto, el cual se está estudiando, teniendo en cuenta todos los intermediarios que participa en la comercialización del mismo.

Como este plan de negocio pretende elaborar café molido con un proceso artesanal, se investigó y en el mercado no existe un producto con estas características, es por esto que se indago el precio de productos similares al nuestro.

Se tomó como referencia tres de las principales marcas mencionadas en el análisis de precio de la competencia.

TABLA 21 ANÁLISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA

NOMBRE	CANTIDAD	PRECIO2015
SELLO ROJO	500 GRM	$8.290
AGUILA ROJA	500 GRM	$8.400
LA BASTILLA	500 GRM	$7.340

CAFÉ LA MONTAÑA va a iniciar en el mercado con un precio de lanzamiento de $11.400 por un contenido 500 Gr.

El precio se da mediante el cálculo de los costos del producto como son la materia prima, la mano de obra más el correspondiente margen de utilidad.

Este debido a su factor diferenciador como lo es su proceso artesanal permite competir con sus características únicas a los otros productos debido a que no se utilizan componentes químicos que alteren su sabor, olor, color, textura y cuerpo.

Después del tiempo establecido en el lanzamiento CAFÉ LA MONTAÑA garantizará la calidad del producto por $11.400 libra con respecto a la competencia y la variación de este precio dependerá del alto y bajo precio del grano de café pergamino.

TABLA 22 PROYECCIÓN DE PRECIOS AL PUBLICO EN PESOS

AÑO	PRECIO	INFLACIÓN
1	11.400	
2	11.814	3,63%
3	12.107	2,48%
4	12.510	3,33%
5	12.909	3,19%

7.4ANÁLISIS DEL SECTOR

En el 2012 la industria global de alimentos procesados alcanzo un valor de producción de 4,657 miles de millones de dólares. Se estima que para el periodo 2012 a 2020 la industria presentará una tasa media de crecimiento anual del 7,5%.

La inversión en tecnología se ha incrementado, así como la automatización de los procesos productivos lo cual ha permitido que la industria sea de las más significativas para la economía en términos de producción y empleo.[78]

La agricultura orgánica es un sistema de producción que utiliza al máximo los recursos naturales con énfasis en la fertilidad del suelo y la actividad biológica. También busca minimizar el uso de recursos no renovables, reducir el uso de fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la población.

Los productos orgánicos que más se cultivan el mundo son el café, con una participación del 5,6% del total, aceitunas con el 4,75, chocolate con un 3,1%, uvas con el 2,4%, nueces con el 2% y té con una participación del 1,7%.

Ha sido tradicional que cuando las condiciones de la economía internacional son "optimistas", Colombia adquiere una mayor flexibilidad para la definición de su política económica.

El surgimiento de la economía cafetera en los últimos años es uno de los hechos esenciales en la historia económica colombiana. El café vinculó el país de manera estable y definitiva a la economía internacional; contribuyó a crear condiciones para el desarrollo de la región oriental, propició la ocupación de nuevas áreas del territorio y con ello la ampliación de la frontera agrícola; permitió el establecimiento de una red de transportes, especialmente de ferrocarriles, que no solo abrió el país a las corrientes de comercio externo, sino que comunicó internamente las regiones, ampliando de esta manera el mercado nacional. En 1962 nace el primer Convenio Internacional del Café, éste fue firmado en Nueva York por 32 países exportadores y veintidós países importadores, que representaban el 95% del comercio mundial de café.

De la recuperación de la producción de café en Colombia, dependerá la disponibilidad para los mercados internacionales del mejor café suave lavado del

[78]http://mim.promexico.gob.mx/work/sites/mim/resources/LocalContent/72/2/130704_DS_Alimentos_procesados_ES.pdf

mundo; el insumo para el abastecimiento de las nuevas tendencias y de la dinámica del consumo mundial. Vemos con mucho optimismo, pero con total prudencia, el comportamiento que viene teniendo la producción de café en Colombia durante el 2012. Sin duda alguna, la acertada inversión que vienen realizando las cerca de 563 mil familias cafeteras que residen en nuestro país, dejará a la caficultura colombiana en una posición estratégica de mayor disponibilidad de café y eficiencia frente a cualquier adversidad.[79]

En Colombia hay un gran número de familias que derivan su sustento a partir del negocio del café, en donde el tostador como eslabón final de la cadena productiva establece valores determinantes de variables fundamentales de la calidad final del café y de los mecanismos de distribución y venta del mismo.[80] Al ser Colombia un proveedor de materias primas para industrias extranjeras, existe un costo de oportunidad muy alto al dejar de percibir ganancias por no ser, como país de origen, quien agregue valor al producto hasta su consumo final. Además se corre el riesgo de que el consumidor reciba un producto que no sea 100% colombiano, pues cabe la posibilidad de que lo mezclen con otros orígenes se perciba como colombiano un café de menor calidad. Si esto sucediera, se deterioraría la imagen que con calidad se ha construido durante 82 años.

El desarrollo reciente más destacado en la materia de producción de café en Colombia ha sido el proceso de tecnificación de los cafetales que comenzó en la década de los 70 y ha llevado a que 73% del área en café sea tecnificada, es decir, con cultivos de alto rendimiento. Este cambio tecnológico explica por qué con un área cultivada que se ha mantenido prácticamente constante, la producción colombiana pasó de cerca de 7 millones de sacos, a mediados de los 70, a 15,6 millones de sacos como promedio de los últimos 3 años cafeteros. [81]

El impacto regional del café es evidente. La valoración del café que se logra por el ordenado proceso de comercialización internacional y el control de la oferta, ha

[79] aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/mod/resource/view.php?id.
[80] Fonseca, Luz Amparo. Escenario social, económico e institucional de la actual crisis cafetera. Cepal, Colombia. Bogotá 2003.
[81] http://www.redalyc.org/pdf/304/30415059009.pdf

generado precios externos que permiten un margen, luego de atender los costos directos de producción de grano. Gracias a los mecanismos institucionales que se han utilizado (fondo nacional del café, comités de cafeteros, etc.), ese margen se ha reinvertido en la zona cafetera en la forma de obras de infraestructura física y social. Este componente explica el mayor desarrollo relativo que se observa en toda la zona cafetera, y que contrasta con la mayor parte del sector rural colombiano.

Otras regiones han producido grandes riquezas, como la bananera en Urabá y la Magdalena, la petrolera en el Magdalena medio y ahora en Arauca y en el Casanare; sin embargo, desafortunadamente, no han contado con los mecanismos para hacer que esos recursos se conviertan en un desarrollo regional sólido y estable. Los indicadores de mortalidad infantil, escolaridad, calidad de vivienda y salud son mejores en la zona cafetera que en el resto del área rural y que en algunas áreas urbanas.

El dinamismo del sector industrial se asocia estrechamente con la vinculación de la economía colombiana a la economía mundial y es el segundo sector más importante dentro del PIB, después del agropecuario.
En el decenio de los años setenta, la industria creció en promedio a una tasa de 6.6%, comportamiento que reflejó avances significativos en las exportaciones manufactureras. En el decenio de los ochenta, el ritmo de crecimiento de la actividad disminuyó, registrando una tasa promedio de 2.4% en el periodo.

En 1990 el sector industrial creció en 4.3% y en 1991 a una tasa de -0.5%. Este hecho demuestra las dificultades enfrentadas por la actividad, como consecuencia de la reducción de la demanda doméstica. Esta situación se agudizó con el descenso en la inversión privada de maquinaria y equipo.
El buen desempeño de la industria. En 1992 fue la trilla la actividad industrial de mayor dinamismo con un crecimiento de 24%. El avance de 5% en el resto de actividades industriales permitió que en el total la actividad aumentara en 5.1%.
La política industrial en la actualidad se encamina, bajo el modelo de apertura económica, a apuntar a la reconversión industrial. Se espera una recuperación del

sector en función de la eficiencia y la productividad, con el fin de lograr un crecimiento alto y estable, así como el fortalecimiento del sector exportador.

La concentración geográfica de la industria de alimentos procesados coloca al Valle del Cauca con el 35 por ciento, a Bogotá con el 21 por ciento, a Antioquia con el 11 por ciento, a Atlántico con el 7 y al resto del país con el 26 por ciento.[82]

7.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En Colombia hay 96 empresas de tostado y molienda de café, en el Valle del Cauca se encuentran 15 empresas, en Bogotá 44, Antioquia 8, Cundinamarca 5, Quindío 5, Boyacá 3, Caldas 3, Atlántico 2, Córdoba 2, Nariño 2, Norte de Santander 2, Santander 2, Casanare 1, Cauca 1 y en el Magdalena 1 empresa.[83]

La empresa que tiene un producto con mayor similitud a CAFÉ MONTAÑA es Café Retiro (café tostado y molido) se encuentra ubicada en el departamento de Antioquia Vereda Nazareth.

Las marcas con mayor reconocimiento en mercado Colombiano son Casa Luker compañía manizaleña, Colcafé es la empresa tostadora más grande del país donde se producen las marcas Sello Rojo el más vendido en Colombia con un 60% de consumo, Colcafé (líder en café instantáneo) y la bastilla Águila Roja es la empresa que tiene el segundo lugar de participación (tostado, molido y soluble) con un 15% de consumo, Mariscal tiene una gran predilección en el eje cafetero, Nescafe procesadora de café instantáneo ofreciendo diferentes variedades, café Tiquesusa empresa de la ciudad de Manizales compite con productos como café tostado molido y café instantáneo y café Quindío empresa del Quindío compite con productos como café tostado y molido.

Una de las ventajas que tiene Colombia como productor de café es que el país tiene características ecológicas únicas donde se obtiene un café exótico por sus

[82]http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Cardenas%20-%20Industria%20del%20cafe%20en%20Colombia.pdf
[83]http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Estudios_Economicos/Estudios_Mercado/EstudiosectorialCafe.pdf

atributos, esto se da porque ecotopo cafetero es decir con alturas y procesos agroecológicos propios que le emprimen sabores y aromas particulares.[84]

Las marcas que más invierten en pautas en medios son café sello rojo y águila roja, la radio es el medio que más han invertido y la televisión nacional.

La Federación Nacional de Cafeteros es la única agremiación de cafeteros que existe en Colombia.

7.6ESTRATEGIAS DE MERCADEO

7.6.1CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

"CAFÉ LA MONTAÑA" para la elaboración de su producto, utiliza un grano pergamino de alta calidad sin , llevando a cabo un proceso artesanal sin químicos utilizando las tradiciones de nuestros antepasados en el momento de ejecutar la transformación del grano (trilladora, paila y molino); conservando a un más las características del producto sin alterarlas como lo son: su olor, color y sabor, debido a que el proceso industrial cambia totalmente sus propiedades siendo así más concentrado y más puro con referencias a otros productos.

Obteniendo un producto final que se pude consumir, en bebidas con diferentes presentaciones (granizado, expreso, capuchino, energizante entre otros) en bases para elaboración de alimentos (postres, carnes, arroz, entre otras) se emplean en reuniones, eventos, empresas, colegios, cafeterías, panaderías, hoteles, restaurantes, casinos entre otras.

El empaque lleva una válvula que hace que el olor se conserve más y a la hora que sea adquirido por los clientes al presionarla se siente su aroma a tradición.

7.6.2LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

1. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES: En el mercado existen muchas empresas que ofrecen café molido procesado industrialmente,mientras que

[84]http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/2163/1/6581186132C824.pdf

Café la Montaña brinda un producto elaborado artesanalmente y con un grano de alta calidad, dando así a los consumidores un producto diferente.

2. AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES: La amenaza no es tan alta debido a que en el mercado no se existen una gran cantidad de empresas que realicen este proceso; sin embargo los costos de producción son elevados y la publicidad deberá ser agresiva.
3. AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS: Hay empresas que ofrecen otros tipos de bebidas como lo son el té y los energizantes, que pueden ser sustitutivos al café y representan una fuerte competencia.
4. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES: Los proveedores tienen un alto poder de negociación debido a que estos tienen varias opciones de venta porque es un producto básico de la canasta familiar. Esto ocasiona a Café la Montaña competir en precios al momento de la compra.
5. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES: El poder de los clientes es alto ya que el producto que ofrece Café la Montaña es diferenciador dado a que brinda beneficios a la salud sin químicos, siendo un factor que interesa mas al consumidor que el mismo precio.

Marca del Producto

“CAFÉ LA MONTAÑA”

Slogan

CON AROMA A TRADICIÓN

Logotipo



7.6.3ESTUDIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Los puntos que se examinarán a continuación son la definición de los canales más convenientes para la distribución del producto, la elección de distribuidores y las propuestas de publicidad.

Para escoger el canal de distribución se tiene en cuenta los resultados de las encuestas donde arrojó que el principal canal para la distribución del producto son los supermercados o tiendas de barrio para el consumo de los hogares confirmando lo dicho por el estudio realizado que dice que 8,8 Kl de cada 10 Kl de café se venden en tiendas, en el caso de los establecimientos como:

Los hoteles que se clasifican con cuatro estrellas.

Los hoteles que se clasifican con cinco estrellas.

Mega mercados
Supermercado o tienda tradicional
Restaurantes de primera (cuatro tenedores)

Restaurantes de segunda (tres tenedores)

Casinos

Funerarias

Clubes basados en una actividad en común

Panaderías

Se presenta mejor su distribución directa.

7.6.4ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Se van a desarrollar diferentes estrategias de promoción mencionadas a continuación:

Un obsequio por la compra de nuestro producto, como lo son: por la compra 500 Gr, 50 Gr adicionales del café sin subir el costo, esta promoción será válida en el mes de junio durante 10 días para incentivar a los clientes.

Dar a conocer nuestro producto por medio de stands (desarmables en guadua, costales, 1 greca, un molino), en las épocas de mayor concentración de personas en cada una de las regiones:

En Norte del valle:

Bolívar: Del 28 de octubre al 01 de noviembre. Fiestas del agua

Roldanillo: Del 2 al 6 de febrero. Fiestas patronales.

Zarzal: Del 14 al 18 de junio. Fiestas cívicas.

La Unión: 14 de Octubre. Fiesta del vino.

Pautas publicitarias en radio, Tuluá (Radio Uno, La Cariñosa, CristalEstero),

7.6.5 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Los costos de las pautas publicitarias en radio son:

TABLA 23 DE COSTOS DE LAS PAUTAS PUBLICITARIAS

CIUDAD	NOMBRE	30”	20”	15”
TULUÁ	RADIO UNO	138.000	104.000	83.000
TULUÁ	LA CARIÑOSA	24.000	18.000	15.000
TULUÁ	CRISTAL STEREO	44.000	33.000	27.000

En las regiones destinadas a ser distribuido se promocionara el producto con un gran lanzamiento al mercado dando degustaciones de su delicioso sabor y aroma por medio de (STAND 1) con un presupuesto de $ 2.000.000.

Estos $2.000.000 de cada stand incluye la elaboración de la infraestructura desarmable y los elementos necesarios mencionados anteriormente.

7.6.6 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Con la línea de atención al cliente estará en contacto con los diferentes proveedores y clientes del producto para poder satisfacer la necesidad de los consumidores oportunamente.

Se establecerá en el punto de venta un buzón de sugerencias.

8. ESTUDIO TÉCNICO

8.1LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA

Una de las principales restricciones de la planta es la disponibilidad de materia prima, (Café en grano). De acuerdo a las oportunidades que presenta la región, un factor importante es la ubicación de la planta en un lugar estratégico productor de café; en el Norte del Valle existen dos municipios con estas características:Roldanillo y Bolívar.

A continuación se mencionaran las principales particularidades de cada uno, y estos datos que ayudarán de base para aplicar dos métodos de localización.

* DATOS GENERALES DEL MUNICIPIO DE ROLDANILLO

Superficie: 21.147 hectáreas

Clima cálido: 24°C

Principales centros educativos: Universidad Antonio Nariño, INTEP, SENA[85]

Corregimientos: Cáceres, Mateguadua, Cascarillo, La Armenia y Paramillo.[86]

* DATOS GENERALES DEL MUNICIPIO DE BOLIVAR

Superficie: 780Km|2

Clima cálido:25°C

Principales centros educativos: No hay

Corregimientos: Aguas Lindas, Betania, Cerro Azul, Ricaurte, La Tulia, Naranjal, Primavera, San Fernando, San Antonio de Guare, La Herradura, El Catre, Rio Dovio.[87]

[85]https://es.m.wikipedia.org/wiki/Roldanillo
[86]https:Comité Municipal de Cafeteros de Roldanillo
[87]https://es.m.wikipedia.org/wiki/Bolivar_(Valle_del_Cauca)

8.1.1 METODO DE LOCALIZACION POR PUNTOS PONDERADOS

Para ejecutar este método se deben nombrar determinados factores, que contribuyan o perjudiquen la ubicación de la planta en la empresa, y asignarles un peso.

TABLA 24 FACTORES SELECCIONADOS Y LOS PESOS ASIGNADOS

FACTOR	**PESO**
1.Disponibilidad de materia prima	0.12
2.Cercanía a los clientes	0.40
3.Existencia de otras empresas procesadoras de café	0.30
4.Vías de comunicación adecuadas	0.18

La materia prima tiene la menor ponderación porque se encuentra disponible en los dos municipios. A continuación se muestra la calificación ponderada:

TABLA 25 CALIFICACION PONDERADA

FACTOR	**PESO**	**CALIFICACION**		**CALIFICACION PONDERADA**	
		ROLDANILLO	**BOLIVAR**	**ROLDANILLO**	**BOLIVAR**
1	0.12	9	10	1.08	1.2
2	0.4	10	9	4	3.6
3	0.3	10	10	3	3
4	0.18	10	10	1.8	1.8
TOTAL	1			9.88	9.6

Se observa en la tabla que tanto en Roldanillo como en Bolívar son puntos estratégicos para la ubicación de la planta; sin embargo Roldanillo obtuvo la mejor calificación ponderada debido a que es un factor muy relevante la cercanía a los clientes.

8.1.2DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

1. Se realiza un listado de la materia prima que vamos a utilizar en la elaboración del producto para ser entregado a los proveedores.

2. Las materias primas son recibidas en la bodega por el encargado y se procede hacer una inspección visual de su calidad y almacenamiento del grano.

3. Se realiza el pesado que se refiere a la cantidad que se procesara en un lote de producción.

4. Se ingresan las materias al sistema para que queden cargados al inventario.

5. Se hacen órdenes de salida de la bodega y se descargan del sistema

6. Se llevan al departamento de producción.

7. Se realiza el Trillado que consiste en quitar la cascarilla del grano utilizando la maquina trilladora durante 1 hora por 60 kilos, considerando las mermas propias del proceso al pesar la cantidad inicial de materia prima para el lote.

8. Al terminar el trillado se procede a ubicar el grano en una tostadora adecuada a las necesidades de la empresa, a una temperatura inicial de 150°C hasta 200°C,durante 1 hora.

9. Se realiza el proceso de molido en un molino durante 30 minutos.

10. Se empaca inmediatamente después de ser molido en bolsas herméticas que estén equipadas con una válvula desgasificadora, con la bolsa llena y sellada, se introduce en cajas de cartón dependiendo del requerimiento del cliente.

11. El producto es llevado a la bodega para ser distribuido a los clientes mayoristas y minoristas y se da por terminado el proceso productivo.

8.1.3 OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO Y DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LA PLANTA

Los materiales utilizados para el proceso no solo son las materias primas, sino también la maquinaria, mano de obra, servicios como la energía electica, entre otros, necesarios para poder elaborar el café molido. La prioridad es investigar si lo que se necesita se encuentra disponible en el mercado. En este caso el proceso de producción es muy sencillo, con materia prima disponible todo el año en la cantidad que se requiere y de buena calidad, la cual es el CAFÉ.

DIAGRAMA 1 DE BLOQUES DEL PROCESO

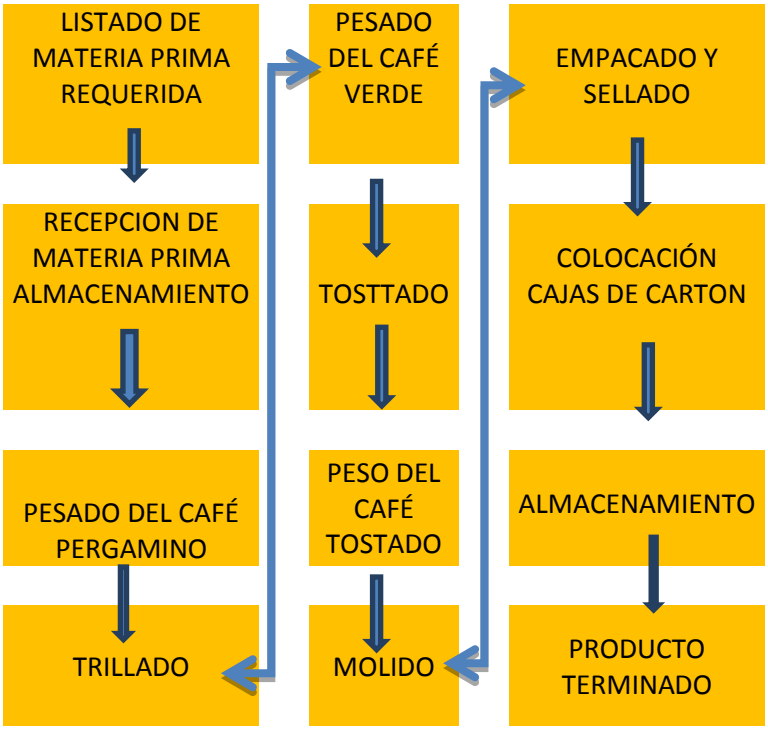


DIAGRAMA 2 FLUJO DE PROCESO

1 Listado de materia prima requerida

2 cepción de materia prima

1 Inspección de calidad

1 macenamiento

3 Pesado café pergamino

2 Ingreso materia prima se cargan al inventario

3 Ordenes de salida se descargan del sistema

1 Se lleva al departamento de producción

4 realiza el trillado que consiste en quitar la cascarilla del grano, proceso Quedurante 1 hora por 60 Kl.

5 sado café verde

2 cación del grano en la tostadora

6 tion a una temperatura inicial de 150°C hasta 200°C durante 1 hora

3 deposita en un recipiente amplio

7 sado café tostado

8 Molido durante 30minutos, por arroba

9 Empaque y sellado en bolsa hermética desgasificadora

10 Colocación manual en cajas de cartón

4 Llevado a la bodega producto terminado

3 Almacenamiento para la venta

mina proceso.

El café que es la única materia prima que se puede conseguir durante todo el año especialmente en mayo-junio en las fincas aledañas a la plantase puede adquirir con los siguientes proveedores:

TABLA 26 DE PROVEEDORES

PROVEEDORES	AREA CULTIVADA EN CAFÉ * HECTAREA
Finca la tesalia	40,7
Finca la estrella	12,8
Finca el pino	38,4
Finca la maría	48.3
Finca la armenia	60,7

Aun precio establecido por la bolsa de valores de Nueva York, para el día correspondiente de la compra.[88]

Ya identificadas las operaciones que se deben ejecutar para obtener la transformación de la materia prima en producto terminado, para lo cual se necesita de distintos equipos, con disposición en el mercado, las creadoras del proyecto pretenden buscar una inversión de mínima cantidad de dinero para la instalación de la planta, de manera que se busca encontrar equipos que ayuden agilizar los procesos en la planta.

Dentro de los llamados equipos claves que son los que nos ayudan a determinar el tamaño óptimo, estos equipos son costosos y no se fabrican en las capacidades que uno dispone estas vienen en capacidades estandarizadas; se tienen en cuenta dependiendo de cada uno de los requerimientos del proceso de producción a ejecutar por ejemplo para el café molido necesitamos de:

[88]http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/precio_cafe.pdf

TABLA 27 EQUIPOS CLAVES

EQUIPOS DE CAPACIDAD ESTANDARIZADA	EQUIPOS FABRICADOS SEGÚN NECESIDADES
Trilladora	Tostadora
Molino	
Selladora	

Para iniciar la optimización de la planta se parte del hecho que se empacará café molido (100% de la producción) en presentación de 125 Gr, 250 Gr, 500 Gr, 1000 Gr y 1500 Gr, de manera que se deberá averiguar las capacidades mínimas disponibles en el mercado de la trilladora, los otros elementos requeridos en el proyecto se pueden fabricar en la capacidad que solicite el consumidor.

Las capacidades de los equipos claves que se encontraron el mercado son:

TABLA 28 CAPACIDAD DE LOS EQUIPOS CLAVES

EQUIPO CLAVE	CAPACIDAD DISPONIBLE ANUAL
Trilladora	15.394.8 Lb
Molino	9.830 Lb
Selladora	9.830 Lb

Una característica fundamental del proceso es que la producción se hace mediante lotes, esto se observa cuando dentro del proceso existen tres equipos de procesamiento, estos llevan una secuencia que inicia con el trillado, se debe reunir la cantidad de materia prima que cumpla con la capacidad requerida con el proceso, tanto la tostadora, como el molino.

En la imagen 3 se presenta un balance de materia prima para un lote de producción de 26 libras, donde se consideran las capacidades de todos los equipos que intervienen en el proceso.

IMAGEN 3 CANTIDADES NECESARIAS DE MATERIA PRIMA Y CAPACIDAD DE LOS EQUIPOS

Pesar 42,76 Lb de café pergamino



Trillado para quitar la cascarilla se obtiene
32,50LbCafé verde 24% merma
Tiempo total 1 hora capacidad 60 Kl





Tostion del café verde se obtiene 27,3 Lb
De café tostado 16% merma
Tiempo total 1 hora capacidad 50 Kl





Molido del café tostado
Temperatura inicial 150º hasta 200º
Tiempo total 1 Hora capacidad de 50 Kl



Empaque y sellado



Se almacenan 27 Lb de café molido
En sus diferentes presentaciones según
El requerimiento.



8.1.4 SELECCIÓN DE LA MAQUINARIA

TABLA 29SELECCIÓN DE LA MAQUINARIA

NUMERO	PROVEEDOR	DIRECCION
1	Maquinaria Mavimar	Taminango Nariño /Barrio Kennedy Calle 2 N° 5-153 Bogotá
2	Magra	Crucero de Colombia Villa Leticia Pereira
3	Fabrica Promaquinasrg	Cra 18 N°16-34 Bucaramanga
4	Salón Emprendedor.Co.Colombia	Salonemprendedor@yahoo.com

TABLA 30EQUIPO NECESARIO

ACTIVIDAD	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	EQUIPO NECESARIO
1	Listado de materia prima requerida	Ninguno
2	Recepción de la materia prima	Bascula capacidad 400 Lb
3	Inspección de calidad	Ninguno
4	Almacenamiento	Transportador Móvil Manual
5	Pesado café pergamino	Ninguno se efectúa con la misma báscula
6	Ingreso de materia prima se carga al inventario	Ninguno
7	Orden de salida se descarga al sistema	Ninguno
8	Se lleva al departamento de producción	Recipiente plástico

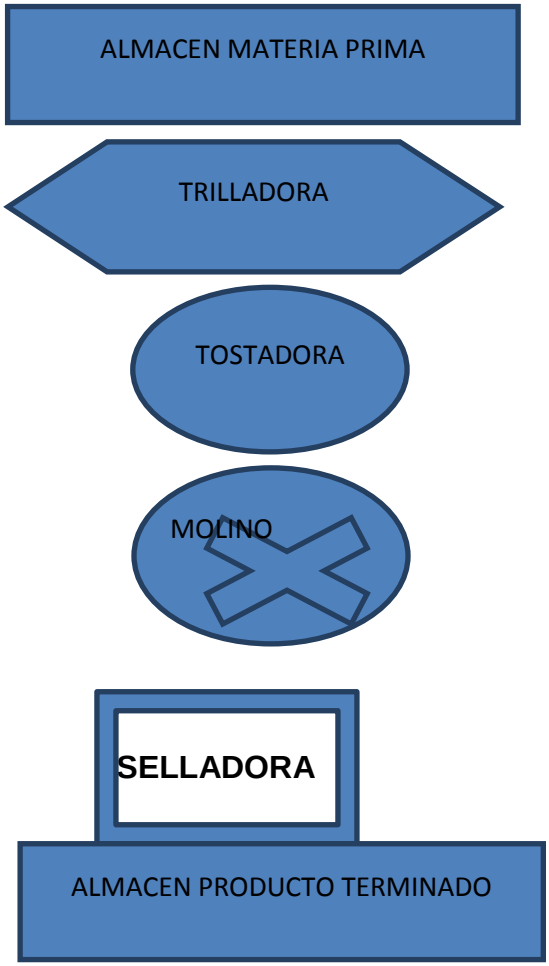
	manualmente	
9	Se realiza el trillado quitar la cascarilla del grano pergamino	Trilladora con capacidad de 60 Kl Recipiente de acero inoxidable
10	Pesado del café verde	Ninguno se efectúa con la misma báscula
11	Tostión a una temperatura de 150°C a 200°C	Tostadora capacidad de 50 Kl
12	Pesado de café tostado	Ninguna se efectúa con la báscula
13	Molido del café tostado	Molino capacidad 50 Kl Recipiente de acero inoxidable.
14	Pesado, empaque y sellado del producto	Selladora
15	Colocación en cajas de cartón	Ninguno
16	Llevado a la bodega de producto terminado	Ninguno con el mismo transporte móvil manual
17	Almacenamiento	Ninguno

TABLA 31 CANTIDAD DE EQUIPO REQUERIDO

EQUIPO	CANTIDAD
Gramera	1
Transportador manual (Diablo)	1
Recipientes plásticos	3
Recipiente de acero	2

inoxidable	
Trilladora	1
Tostadora	1
Bandeja en acero inoxidable	1
Molino de café TKS	1
Bascula AND FG-KL	1
Selladora	1
Chuzo muestreador	1

DIAGRAMA 3DISTRIBUCIÓN DEL EQUIPO EN EL AREA DE PRODUCCIÓN



8.1.5CALCULO DE LA MANO DE OBRA NECESARIA

Se determinó los cálculos de cada proceso y se hacen los cálculos de la mano de obra a emplear. Iniciando se tomará el tiempo que tardará en producirse un lote de 27.3 Lb, para proyectarse a producir dos o 3 lotes diarios en un turno de 8 horas, pero al iniciar el proyecto solo se hará un turno de 4 horas diarias, por consiguiente el cálculo de la mano de obra por día es el resultado de multiplicarlo por 7 con excepción de la actividad 1, 2,3 y 4 que se harán una vez a la semana. En las 4 horas del día se necesitara 1 trabajadorque realiza las actividades y tendrá 1 hora de comida.

TABLA 32 TIEMPO DE CAPACIDAD-FRECUENCIA

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	TIEMPO DE OPERACION	CAPACIDAD DE EQUIPO	FRECUENCIA	TIEMPO TOTALIDAD
1	Listado de M.P requerida	Serealizó el pedido de M.P una vez cada 7 días.	N.N	1 día a la semana	30 Minutos
2	Recepción de M.P y pesado	Se reciben 320 lbs de M.P	Bascula 400 Lb	1 día a la semana	1 Hora
3	Inspección de calidad	Inspección visual de la M.P	N.N	1 día a la semana	30 minutos
4	Almacenamiento	Organizar adecuadamente en la bodega	Transportador movil 330Lb	1 día a la semana	15 minutos

5 10 12	Pesado de café	Pesar 42.76 lbs para la producción	Bascula 400 Lb	Diario	30 minutos
6	Ingreso de M.P se cargue al inventario	Se hace el ingreso de 320.73 Lbs de café	N.N	1 día a la semana	Auxiliar
7	Orden de salida se descarga del sistema	Se retiran del sistema 42.76lbs de café	N.N	Diario	Auxiliar
8	Se lleva al departamento de producción manualmente	Se retiran de la bodega para así comenzar su proceso	Manual	Diario	10 minutos
9	Se realiza el trillado	Se ingresa el café pergamino manualmente a la trilladora	Trilladora 60lbs	Diario	1 hora
10	Se realiza el proceso de Tostion a una temperatura de 150°C a 200°C	Se ingresa el café verde manualmente a la tostadora	Tostadora 50lbs	Diario	1hora

13	molido del café tostado	Se ingresa el café tostado manualmente al molino	Molino 50 Kg	Diario	1 Hora
14	Empaque y sellado del producto		Selladora	Diario	25 minutos
15	Colocación Manual en cajas de cartón	Colocar 25 Libras en 3 cajas de carton	Manual	Diario	15 minutos
16	Llevar a la bodega de producto terminado en el transportador móvil.	Se incluye dentro del tiempo de la anterior actividad	Manual	Diario	15 minutos
17	Almacenar				5 minutos

Notas: N.N. No necesario

M.P: Materias primas

8.1.6JUSTIFICACIÓN DE LA CANTIDAD DE EQUIPO COMPRADO

Se está proponiendo que se adquiera 1 trilladora, 1 tostadora, 1 molino, y 1 selladora.

La trilladora con capacidad mínima de 60 Kl porque es una herramienta fundamental para el proceso que se va a implementar, además cumple con las características necesarias para el proceso que se busca llevar a cabo, la inversión no es tan significativa debido a que solo se utilizan 2 horas diarias, la tostadora que se adaptará con una capacidad de 50 kg iniciará inmediatamente termine el

proceso de trillado con 27.3 Kg por lote esta será acondicionada según los requerimientos del proceso artesanal que se pretende realizar, siendo este el factor diferenciador del plan de negocio. El molido se justifica en la necesidad de darle terminación a la elaboración del producto, sin esta herramienta el proceso no sería óptimo.

El proceso de empacado será manual y la selladora es útil para darle la presentación final del producto. Cada equipo con su tamaño y capacidad nos permite cubrir la demanda sin llegar al exceso de producción.

8.1.7PRUEBAS DE CONTROL DE CALIDAD

En la actualidad es necesario tener un control de calidad para que el producto tenga permanencia en el mercado. El producto que se está estudiando al ser un alimento debe cumplir con unos parámetros establecidos por la secretaria de salud como se muestra a continuación.

TABLA 33 CONTROL DE CALIDAD

TIPO DE PRUEBA	EQUIPO REQUERIDO	FRECUENCIA DE LA PRUEBA
Microbiológica se debe verificar la completa ausencia de todo tipo de bacterias.	Contador Automático del número más probable de bacterias o equipos manuales que tengan el mismo frio.	Al menos una vez al mes
Peso Neto	Báscula	Al menos una prueba por lote
Contenido Proteico	Equipo Kjeldnal	Una vez cada 6 meses

De acuerdo a las necesidades expuestas no se tiene la capacidad económica y el espacio adecuado para instalar un laboratorio en la planta, además la prueba del peso neto no necesita instrumentos especializados ni personal capacitado pues es

muy sencilla y lo puede ejecutar cualquier empleado encargado de la producción, para las pruebas microbiológicas y contenido proteico se ´pueden llevar a un laboratorio comercial, debido a estos factores no se justifica un laboratorio propio.

8.1.8MANTENIMIENTO QUE SE APLICARA POR LA EMPRESA

En el mantenimiento de la maquinaria de la empresa se puede observar que existe un equipo que será adaptado a las necesidades de la empresa (tostadora) llamándole equipo especializado para su mantenimiento se pretende contratar su servicio directo del proveedor cada vez que este lo requiera de manera correctiva y preventiva.

En el caso de los equipos sencillos como son la trilladora, molino y selladora es más fácil contratar los servicios de una persona capacitada para el buen funcionamiento de los equipos en su cuidado y corrección.

8.1.9DETERMINACIÓN DE LAS AREAS CDE TRABAJO NECESARIAS

A continuación se relacionarán las áreas que se considera deben tener la empresa.

* Sitio de recepción de materias primas
* Bodega de materia prima
* Producción
* Sanitario producción
* Sanitario oficina
* Oficina Administrativa
* Almacén de producto
* Terminado
* Empaque y selladora

TABLA 34 BASE DE CÁLCULO PARA CADA UNA DE LAS AREAS DE LA EMPRESA

AREA	BASE DE CALCULO	MTS ^{2} Largo * Ancho
Sitio de recepción Materia Prima	Área suficiente para que maniobre una camioneta de 1 tonelada	5* 3,90
Bodega de M.P	Se reciben 840 Kl 1 vez a la semana	5* 3
Área de producción	Espacio suficiente para la trilladora, tostadora, molino y un espacio razonable para el cumplimiento de los labores de los 2 operarios	8 * 5
Sanitario producción	1 sanitario y 1 lavamanos con agua caliente para dos operarios	2,50 * 3
Sanitario oficina	Un sanitario con su respectivo lavamanos para el funcionamiento administrativo y sus visitantes	1,30 * 3
Oficina administrativa	Espacio amplio y como para el funcionamiento y equipos de oficina que se ubiquen en el área	3,70 * 13
Almacén de producto terminado	Área suficiente para el almacenamiento del producto final	3 * 3
Corredor de despacho del producto terminado	Espacio apto para la salida del producto final o su	5 * 2

	comercialización	
Zona verde	Espacio destinado para ornamentación de la empresa	5 * 4.10
Empaque y selladora	Espacio amplio para que el manipulador pueda desempeñar bien su labor	2,50 * 3

Hay que destacar que el proceso de trillado arroja cierta cantidad de cascarilla que corresponde a 10.26 Lb por lote de 27.3 Lb que será vendida para diferentes usos, entonces se está hablando de 42,76 Lb de café en grano procesados diariamente con una merma de 24% por día, lo cual no es un problema de contaminación ya que esta cantidad es vendida, por esto no es necesario tener un área asignada para los desechos sólidos.

La suma de las áreas de la planta arroja un total d 144 mts^2, es necesario comprar un terreno de esta dimensión.

Esta superficie es el área total cultivada que se requiere, el terreno que se adquiera dependerá disponibilidad de dinero siempre y cuando se adapten a las condiciones requerida aunque lo más recomendable es que tengaun área de 8 mts de frente por 18 mts de fondo. Es importante que una gran ´parte de la superficie esté destinada al tránsito de personas y materiales.

En la tabla 35 se presenta un resumen de las diferentes áreas de la empresa

AREA	**M^2**
Terreno	144
Sitio de recepción M.P	19,5
Bodega de M.P	15
Producción	40
Sanitario	11,41

Almacén producto terminado	9
Oficina Administrativa	11,1
Empaque y sellado	7,5
Corredor	20,5
Zona verde	10

8.1.10DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

En este punto se muestra el diseño de la planta en cuanto a la distribución de las áreas del terreno disponible, de manera que los recorridos de la materia prima sean más cortos y que brinden seguridad y bienestar para los empleados.

En la distribución se deben tener en cuenta todos los espacios disponibles en la planta, no solo la producción.

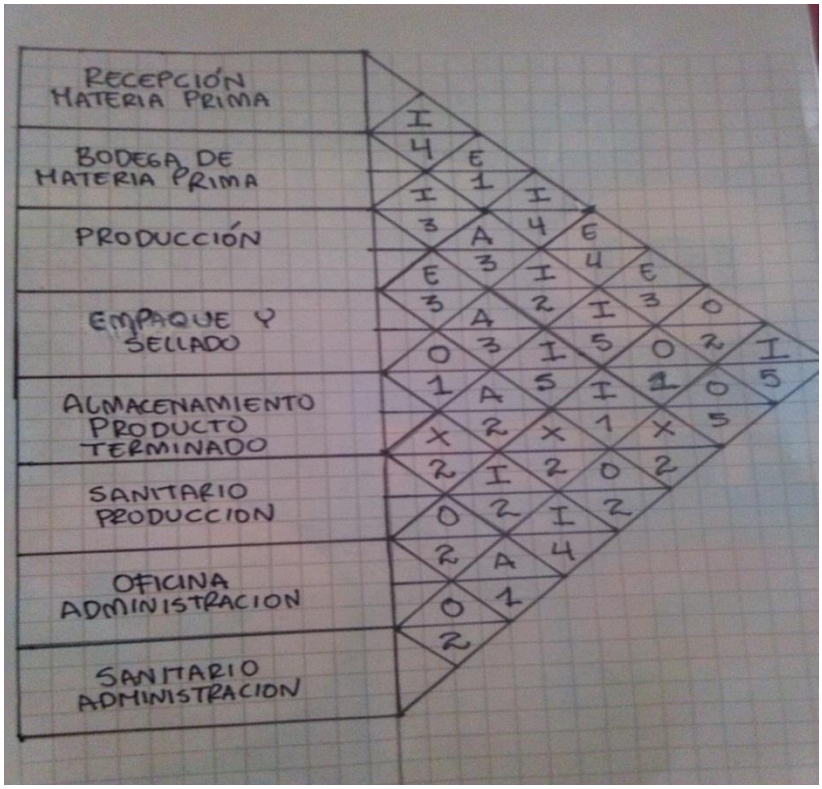
Para llevar a cabo la distribución se usó el método de distribución sistemática de las instalaciones de la planta o SLP, del cual se obtiene del diagrama de actividades que están sustentados con códigos de cercanía (letras y líneas) que representan la cercanía de un área con la otra y código razones (números) representa porque un área está lejos de la otra.

TABLA 36 CODIGO DE CERCANIA

LETRA	CERCANIA	NUM. DE LINEAS
A	Absolutamente necesario	
E	Especialmente importante	
I	Importante	
O	Común	
U	Sin importancia	

X	Indeseable	/\/\/\/

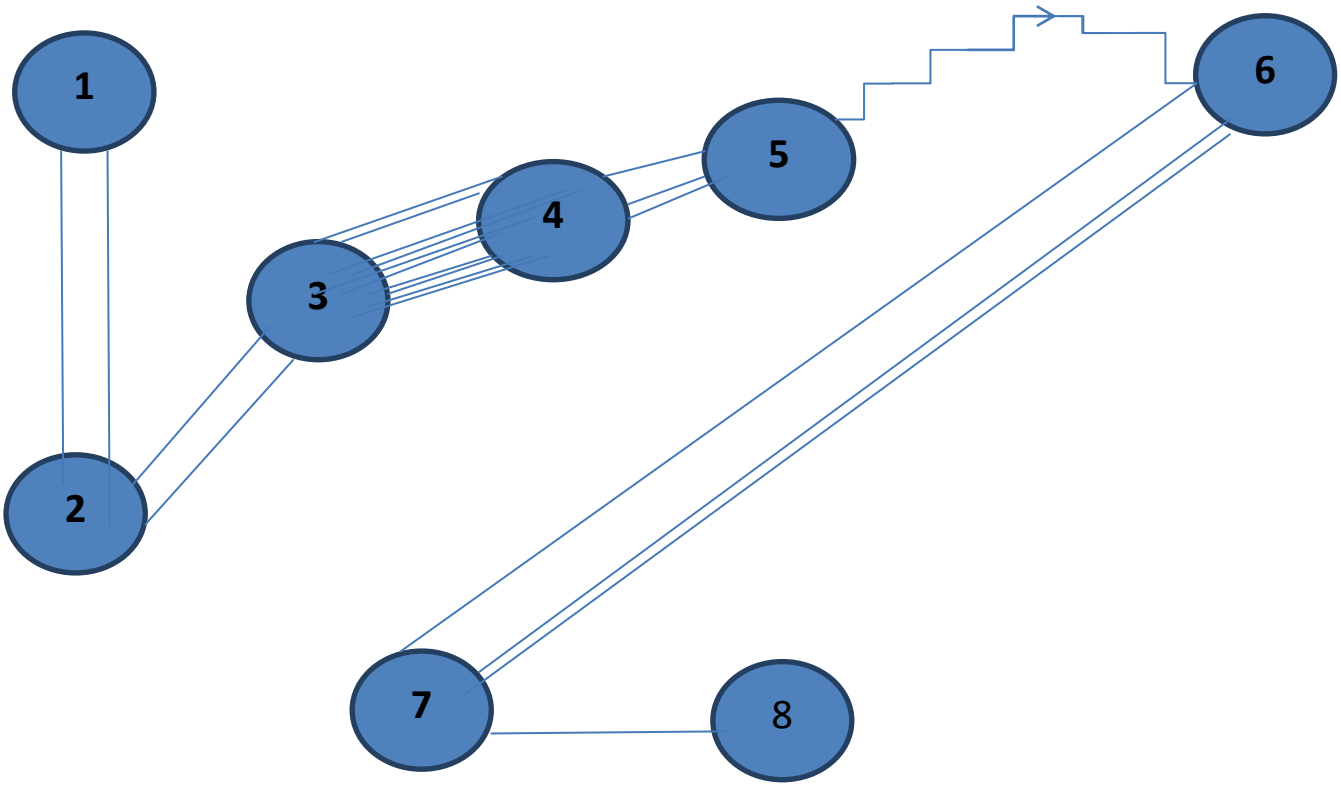
DIAGRAMA 5 DE RELACIÓN DE ACTIVIDADES DEL AREA DE PRODUCCION



Elaborados todos los diagramas se procede hacer un plan a escala de todas las áreas que muestre su distribución.

En el plano que se observa en diagrama 5 vemos que la planta ha sido diseñada para ampliar su capacidad de producción pues cuenta con espacios amplios que permiten en un futuro ingresar equipos de producción de mayor tamaño y capacidad sin que se tenga la necesidad de ampliar la planta.

DIAGRAMA 6 DE HILOS DE LA EMPRESA



8.1.11 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA (ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO)

Seplanteó desde el inicio que el fin de este proyecto es diseñar una micro empresa, y un factor relevante es que por su tamaño cuenta con poco personal.

Determinados puestos que se encuentra en el organigrama son multifuncionales, es decir una misma persona lo realiza, por ejemplo:

La Gerente General tendrá funciones: Dirigir la empresa, salir a vender el producto, realizar los cobros y entregar el producto entre otras, se contará con una auxiliar contable que a su vez desempeñará el rol de secretaria y apoyo a la gerencia y en caso que se requiera un contador para aspectos legales.

Se solicita su intervención o la prestación de honorarios, esto se hace porque representa menos gastos para la empresa que tener un contador propio.

A continuación se relaciona el personal total a contratar:

GERENTE GENERAL:

Gerente de producción que se encargará:

* Proceso del producto a fabricar, desempeñando las mismas funciones del operario.

LIDER DE VENTAS:

Es el mismo gerente general.

Para el caso del personal técnico se solicitan 1 operario a su vez serán los responsables de la limpieza de la planta y almacenar el producto.

Las funciones de control de calidad y mantenimiento serán realizadas por despacho externo a la empresa, con esta información se obtuvo el organigrama mostrado en el diagrama 5.

Se ha mencionado el personal mínimo para el normal funcionamiento de la empresa, si la demanda del producto aumenta se verá en la obligación de aumentar el personal en cada una de las áreas que lo requieran para su buen funcionamiento.

DIAGRAMA 7 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

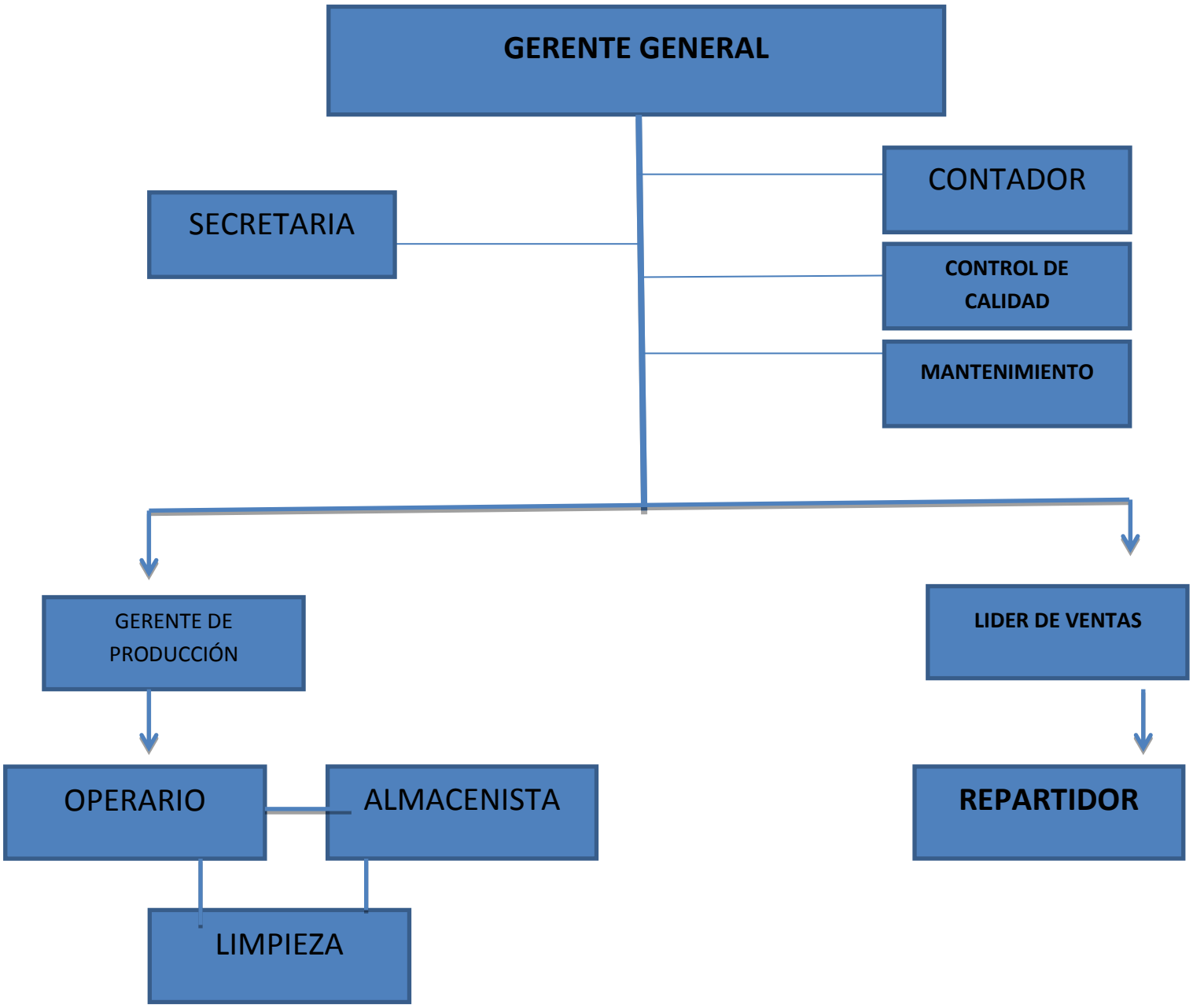
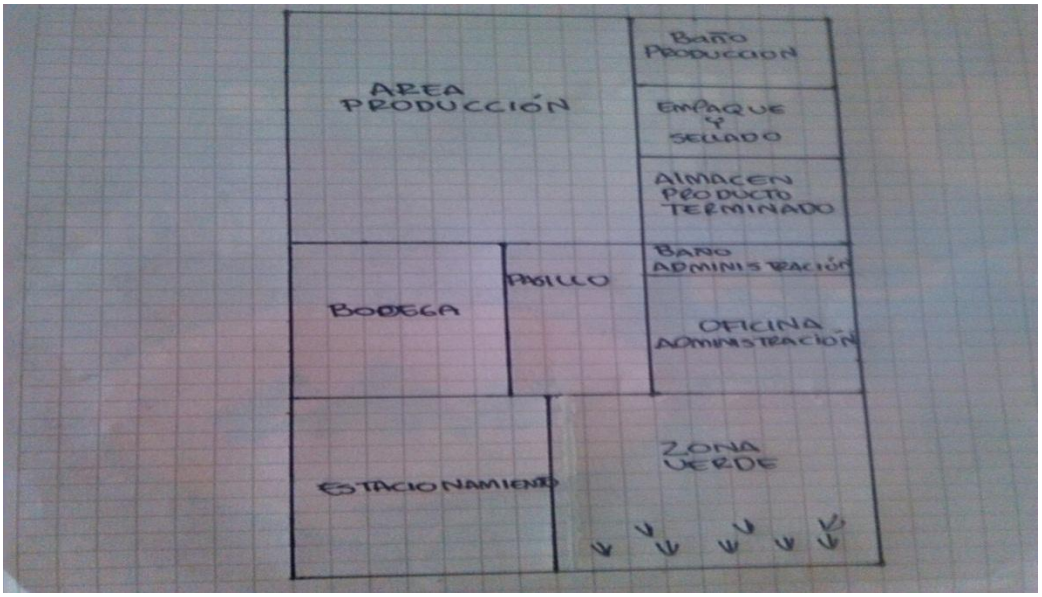


DIAGRAMA 8 PLANO DE LA PLANTA DE LA EMPRESA



9. EXPLICACIÓN DEL CÁLCULO DE LA DEMANDA

- Mediante los resultados de la muestra piloto se obtuvo

TABLA 38 MUESTRA PILOTO

NIVEL DE CONFIANZA	80%
ERROR	29%
DESVIACION ESTANDAR	3.50%

CONSUMO PROMEDIO 7.7 KL ESTABLECIMIENTO Y HOGARES POR CRITERIO SE TUVO UNA DESVIACION ESTÁNDAR DE 3,5%

TABLA 39 FORMULA DE LA MUESTRA PILOTO

n=	$Z^2\sigma^2$	$1.28^2*3.5^2$	239
	E^2	0.29^2	

294 FUE EL RESULTADO QUE ARROJO PARA DESCUBRIR LA DEMANDA DE LA ZONA OBJETIVO.

TABLA 40HOGARES PROMEDIO SEGÚN PLAN DESARROLLO

HOGARES PROMEDIO SEGÚN PLAN DESARROLLO	
ROLDANILLO	10109
ZARZAL	5810
LA UNION	11034
BOLIVAR	3455

TABLA 41 LAS ENCUESTAS SE REALIZARON ASI, PARA UN TOTAL DE 294.

98	ENCUESTA ROLDANILLO: DE LOS CUALES 7 SON ESTABLECIMIENTOS -91 HOGARES
55	ENCUESTA ZARZAL DE LOS CUALES 8 SON ESTABLECIMIENTOS -47 HOGARES
107	ENCUESTA ZARZAL DE LOS CUALES 9 SON ESTABLECIMIENTOS -98 HOGARES
34	ENCUESTA BOLIVAR DE LOS CUALES 1 SON ESTABLECIMIENTO – 33 HOGARES

- De los resultados arrojados a la pregunta del consumo mensual de café se obtuvo lo siguiente:

TABLA 42 CONSUMO MENSUAL

consumo establecimiento según encuestas	1828	LBS*MES
consumo hogares según encuestas	220	LBS*MES
TOTAL CONSUMO SEGUN ENCUESTAS	2048	LBS*MES

El 79 % (232) de los encuestados estarían dispuestos a consumir un café con el proceso artesanal, de este se tomó que el 40 % compraría nuestro producto arrojando una demanda mensual así:

TABLA 43LBS DE CAFÉ PRODUCIDAS MENSUALMENTE

2048	40		819.2	LBS PRODUCIDAS MENSUALMENTE PARA UN TOTAL ANUAL DE 9830 LBS

10. ESTUDIO FINANCIERO

10.1 INVERSION INICIAL

Para la creación de le empresa se necesitara un capital de trabajo que despliega en activos fijos, intangibles y costos pre operativo de la siguiente manera:

TABLA 44 ACTIVOS FIJOS

RUBRO	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
TERRENOS	10.000.000	1	**10.000.000**
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	30.000.000	1	**30.000.000**
MAQUINARIA Y EQUIPO			**17.463.400**
TRILLADORA	4.700.000	1	4.700.000
MOLINO	4.700.000	1	4.700.000
TOSTADORA	6.000.000	1	6.000.000
SELLADORA	199.000	1	199.000
GRAMERA	47.000	1	47.000
BASCULAS	616.000	1	616.000
RECIPIENTES PLASTICOS	22.500	3	67.500
RECIPIENTES ACERO INOXIDABLE	30.000	2	60.000
MESA ELEVADORA	1.000.000	1	1.000.000

LEVANTACARGA MANUAL			
BANDEJAS ACERO INOXIDABLE	73.900	1	73.900
MUEBLES Y ENSERES			**1.300.262**
ESCRITORIO	449.000	1	449.000
SILLA OFICINA GERENTE	154.687	1	154.687
ARCHIVADOR METALICO	396.575	1	396.575
SILLAS OFICINA	150.000	2	300.000
EQUIPO DE OFICINA			**2.481.906**
COMPUTADOR	1.798.906	1	1.798.906
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	599.000	1	599.000
CALCULADORA	60.000	1	60.000
COSEDORA	12.000	1	12.000
PERFORADORA	12.000	1	12.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**61.245.568**

TABLA 45 ACTIVOS INTANGIBLES

Certificación ICONTEC –Proceso artesanal	**2.500.000**

TABLA 46 COSTOS PRE OPERATIVOS PARA 2 MESES

CONCEPTO	**COSTO MENSUAL**	**P/CION MENSUAL LBS**	**CANT MESES**	**COSTO TOTAL 2 MESES**
Materia prima	2.685	1282,9	2	6.890.199

PLANTA	**NUMERO DE**	**TURNOS**	**SUELDO**	**SUELDO 2**

	EMPLEADOS		MENSUAL	MESES
Empleados	1	1	322.175	644.350

OTROS COSTOS DE FABRICACIÓN

MANTENIMIENTO: Se dijo en el estudio técnico que la empresa contratará con servicios externos para el mantenimiento de los equipos que lo requieren como:

- Trilladora
- Tostadora
- Molino

El costo que se dispuso para esto anualmente de $1.000.000 es decir $166.667para los dos meses.

TABLA 47 PRESTACIONES SOCIALES DEL OPERARIO

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	%	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL 2 MESES
Pensión	322.175	12	38.661	77.322
Salud	322.175	8,5	27.385	54.770
ARL	322.175	0,522	1.682	3.364
Prima	322.175	8,33	26.837	53.674
Cesantías	322.175	8,33	26.837	53.674
Interés	322.175	1	3.222	6.444
Vacaciones	322.175	4,17	13.435	26.869
Total				**276.117**

ENERGÍA ELECTRICA: el gasto atribuible a la producción para la energía eléctrica que consumirá la trilladora, molino y selladora usadas en el proceso. Es igual a:

TABLA 48 CONSUMO DE ENERGÍA

CONCEPTO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO 2 MESES
Energía	150.000	300.000

EMPAQUE:

TABLA 49 COSTO DEL EMPAQUE

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL POR 2 MESES
Empaque	476.920	953.840

GAS NATURAL

El único gasto de combustible atribuible a la producción es el gas que Consumirá la tostadora acondicionada al proceso. Su costo es igual:

TABLA 50 CONSUMO DEL GAS

CONCEPTO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO 2 MESES
GAS	56.350	112.700

TABLA 51 CONTROL DE CALIDAD

CONCEPTO	CADA CUANTO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL POR 2 MESES

MICROBIOLOGICA	2	100,000	200.000
CONTENIDO PROTEICO	1	300,000	300.000
TOTAL			500.000

TABLA 52 FLETES MATERIA PRIMA

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL POR 2 MESES
FLETES	200.000	400,000

TOTAL OTROS COSTOS DE FABRICACIÓN POR 2 MESES: $ 2.709.324

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN POR 2 MESES

TABLA 53 SUELDO SECRETARIA

PLANTA	SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDO POR 2 MESES
SECRETARIA	322,175	644,350

A este total anual hay que agregarle un 42.85% de prestaciones que incluyen el pago, servicio de salud pensión, cesantías, primas, intereses sobre cesantías y vacaciones.

TABLA 54 PRESTACIONES SOCIALES DE LA SECRETARIA

CONCEPTO	SUELDO	%	VALOR	VALOR

	MENSUAL		MENSUAL	TOTAL
Pensión	322,175	12	38,661	77,322
Salud	322,175	8.5	27,385	54,770
ARL	322,175	0.522	1,682	3,364
Prima	322,175	8.33	26,837	53,674
Cesantías	322,175	8.33	26,837	53,674
Interés	322,175	1	3,222	6,444
Vacaciones	322,175	4.17	13,435	26,869
TOTAL				**276,117**

TABLA 55OTROS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:

CONCEPTO	CTO MENSUAL	CTO TOTAL
HONORARIOS CONTADOR POR IMPREVISTOS QUE SE PRESENTEN (FIRMA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS)		300,000
PAPELERIA	100,000	200,000
CELULAR UN PLAN EMPRESARIAL CON UN COSTO MENSUAL	90,000	180,000
INTERNET CON UN COSTO MENSUAL DE	50000	100,000
TOTAL		**780,000**

TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN: $ 1.700.467

GASTOS DE VENTAS

TABLA 56 SUELDO GERENTE GENERAL

PLANTA	SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDO 2 MESES
GERENTE GENERAL	644,350	1,288,700

A este total anual hay que agregarle un 42.85% de prestaciones que incluyen el pago, servicio de salud pensión, cesantías, primas, intereses sobre cesantías y vacaciones.

TABLA 57PRESTACIONES SOCIALES DEL GERENTE

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	%	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Pensión	644,350	12	77,322	154,644
Salud	644,350	8.5	54,770	109,540
ARL	644,350	0.522	3,364	6,727
Prima	644,350	8.33	53,674	107,349
Cesantías	644,350	8.33	53,674	107,349
Interés	644,350	1	6,444	12,887
Vacaciones	644,350	4.17	26,869	53,739
TOTAL				**552,234**

TABLA 58COMISIONES EN VENTAS

TOTAL VENTAS MENSUAL	**5.00%**	**TOTAL COMISIONES POR 2 MESES**
9,336,600	466,830	**933,660**

TABLA 59 FLETES DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

CONCEPTO	**COSTO MENSUAL**	**COSTO PARA LOS DOS PRIMEROS MESES**
FLETES	240,000	480,000

TOTAL GASTOS DE VENTAS $ 3.254.594

COSTOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

La solicitud de PRE-RUT, es un trámite enteramente gratuito.

Teniendo en cuenta que se desea constituir una compañía, tipo S.A.S, no es necesario que los estatutos consten en escritura pública, con lo que sólo deberá ser autenticada en la notaría más cercana. El valor de una autenticación es de $3.450 por firma y huella.

El registro de la empresa en cámara de comercio, genera un impuesto de registro con cuantía que corresponde al 0.7% sobre el valor del capital suscrito.

Los derechos de inscripción corresponden a $32.000 por el registro del documento.

Si se vincula a los beneficios de la Ley 1429, el costo de la matrícula del primer año es gratuito.

El formulario de Registro Único Empresarial: $4.000.

La apertura de la cuenta en un banco, requisito fundamental para establecer el RUT como definitivo, no genera costos.

Tanto para la entidad bancaria, como para la cámara de comercio es necesario contar con certificados originales de existencia y representación legal, el valor de éstos es de aproximadamente $4.300.

Los trámites ante la DIAN se atienden de forma gratuita.

La inscripción de los libros obligatorios, que son, el libro de actas, y de accionistas tiene un costo de $10.300 por cada libro que desee registrar sin importar el número de hojas.

El impuesto de industria y comercio no se liquida debido a que no está en funcionamiento la planta ya que estos se liquidan sobre los ingresos brutos anuales.

VALOR

Autenticación notaria. 3 Socios

$10.350

Registro en Cámara de comercio. Base $80.000.000

$560.000

Formulario de registro

$4000

Derecho de inscripción

$32.000

Matricula, Primer año

$0

Certificados de existencia 2

$8.600

Inscripción de los libros

$10.300

TOTAL COSTOS LEGALE: $ 625.250

OTROS GASTOS IMPREVISTOS: $ 430.248.

TOTAL CAPITAL DE INVERSIÓN INICIAL: $80.000.000.00

TABLA 60 FUENTES DE FINANCIACIÓN

FUENTES DE FINANCIACIÓN			
SOCIO 1	FANNY AGUIAR	$ 20,000,000.00	25%
SOCIO 2	LUZ AYDE LOTERO	$ 20,000,000.00	25%
SOCIO 3	MILSAN VEGA	$ 20,000,000.00	25%
BANCO AGRARIO		$ 20,000,000.00	25%
	TOTAL	$ 80,000,000.00	100%

PROYECCIÓN ANUAL

COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUAL

TABLA 61 CAFÉ EN GRANO

PRECIO CARGA PROMEDIO $	KLS	VALOR KL	VALOR LB
671,250	125	5,370	2,685

TABLA 62 COSTO

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	P/CION MENSUAL LBS	CANT MESES	COSTO TOTAL ANUAL
Materia prima	2,685	1282.9	12	41,341,195.92

TABLA 63MANO DE OBRA DIRECTA

SUELDO MENSUAL	LBS PRODUCIDAS	COSTO LB M.O.D	LBS PRODUCIDAS ANUALES	COSTO TOTAL ANUAL
322,175	819	393	9,830	3,866,887

TABLA 64OTROS COSTOS DE PRODUCCIÓN

MANTENIMIENTO	1,000,000

TABLA 65PRESTACIONES SOCIALES OPERARIO

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	%	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Pensión	322,175	12	38,661	463,932.00
Salud	322,175	8.5	27,385	328,618.50
ARL		0.522		

	322,175		1,682	20,181.04
Prima	322,175	8.33	26,837	322,046.13
Cesantías	322,175	8.33	26,837	322,046.13
Interés	322,175	1	3,222	38,661
Vacaciones	322,175	4.17	13,435	161,216.37
Total	**1,656,701**			

TABLA 66ENERGIA

CONCEPTO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL
Energía	150,000	1,800,000
	Total	**1,800,000**

TABLA 67EMPAQUE

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Empaque	476,920	5,723,040.96

TABLA 68GAS

CONCEPTO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL
GAS	56,350	676,200
	Total	**676,200**

TABLA 69CONTROL DE CALIDAD

CONCEPTO	FRECUENCIA ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
MICROBIOLOGICA	12	100,000	1,200,000
CONTENIDO PROTEICO	2	300,000	600,000
			1,800,000

TABLA 70FLETES

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL
FLETES	200,000	2,400,000

TOTAL OTROS COSTOS DE PRODUCCIÓN: 15.055.942.13

GASTOS DE VENTAS:

TABLA 71PERSONAL

PLANTA	SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDO ANUAL
GERENTE DE VENTAS	644,350	7,732,200

TABLA 72PRESTACIONES SOCIALES

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	%	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Pensión	644,350	12	77,322	927,864
Salud	644,350	8.5	54,770	657,237
ARL	644,350	0.522	3,364	40,362.08
Prima	644,350	8.33	53,674	644,092.26
Cesantías	644,350	8.33	53,674	644,092.26
interés	644,350	1	6,444	77,322
Vacaciones	644,350	4.17	26,869	322,432.74
Total				**3,313,402**

TABLA 73COMISIONES SOBRE LAS VENTAS

TOTAL VENTAS MENSUAL	5.00%	TOTAL COMISIONES
9,336,600	466,830	**5,601,960**

TABLA 74FLETES PARA DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

CONCEPTO		COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
FLETES		240,000	**2,880,000**

TABLA 75PUBLICIDAD

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO
Stand	1	2,000,000

TABLA 76PROMOCIÓN 50 Gr de café adicional para el mes de junio

CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL
27 LBS	3078.7	83,125

TOTAL GASTOS DE VENTAS: $ 21.610.687

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:

TABLA 77PERSONAL

PLANTA	SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDO ANUAL
SECRETARIA	322,175	3,866,100

TABLA 78PRESTACIONES SOCIALES

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL	%	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Pensión	322,175	12	38,661	463,932
Salud	322,175	8.5	27,385	328,618.50
ARL	322,175	0.522	1,682	20,181.04
Prima	322,175	8.33	26,837	322,046.13
Cesantías	322,175	8.33	26,837	322,046.13
interés	322,175	1	3,222	38,661
Vacaciones	322,175	4.17	13,435	161,216.37
Total				**1,656,701**

TABLA 79 GASTOS

CONCEPTO	CTO MENSUAL	CTO ANUAL
HONORARIOS CONTADOR POR IMPREVISTOS QUE SE PRESENTEN (FIRMA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS)	-	300,000
CELULAR UN PLAN EMPRESARIAL CON UN COSTO MENSUAL	90,000	1,080,000
INTERNET CON UN COSTO MENSUAL DE	50,000	600,000
PAPELERIA	100,000	1,200,000
TOTAL:		3,180,000

TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN: $ 8.702.801

TABLA 80 PROYECCIONES ANUALES

Costos Variables Unitarios		2015	2016	2017	2018	2019
Materia Prima (Costo Promedio)	$ / unid.	2,685.4	2,762.9	2,848.7	2,934.5	2,934.0
Mano de Obra (Costo Promedio)	$ / unid.	393.4	404.8	417.3	429.9	442.8
Materia Prima y M.O.	$ / unid.	3,078.7	3,167.7	3,266.0	3,364.3	3,376.8
Otros Costos de Fabricación						
Otros Costos de Fabricación	$	15,055,942	15,492,564	15,972,834	16,452,019	16,945,580
Costos Producción Inventariable						
Materia Prima	$	26,397,089	27,159,012	28,002,230	57,691,680	57,682,440
Mano de Obra	$	3,866,925	3,979,066	4,102,417	8,450,980	8,704,509
Materia Prima y M.O.	$	30,264,014	31,138,078	32,104,647	66,142,660	66,386,949
Depreciación	$	4,122,857	4,242,420	4,373,935	4,505,153	4,640,307
Agotamiento	$	0	0	0	0	0
Total	$	34,386,871	35,380,498	36,478,581	70,647,813	71,027,256
Margen Bruto	$	69.31%	69.53%	69.35%	71.28%	72.01%

Gastos Operacionales		2015	2016	2017	2018	2019
Gastos de Ventas	$	21,610,687	22,237,397	22,926,756	23,614,559	24,322,996
Gastos Administación	$	8,702,801	8,955,182	9,232,793	9,509,777	9,795,070
Total Gastos	$	30,313,488	31,192,579	32,159,549	33,124,336	34,118,066

TABLA 81 BALANCE GENERAL

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
BALANCE GENERAL						
Activo Corriente						
Efectivo	18,754,432	46,075,683	57,228,395	67,839,190	169,070,099	214,655,315
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	586,602	603,534	622,272	1,282,037	1,281,832
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	382,076	393,117	405,318	784,976	789,192
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	1,200,000	2,507,844	3,890,570	5,363,098	6,915,118	8,513,699
Amortización Acumulada	-1,200,000	-2,507,844	-3,890,570	-5,363,098	-6,915,118	-8,513,699
Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	**18,754,432**	**47,044,361**	**58,225,045**	**68,866,779**	**171,137,112**	**216,726,339**
Terrenos	10,000,000	10,300,000	10,598,700	10,927,260	11,255,077	11,592,730
Construcciones y Edificios	30,000,000	30,900,000	31,796,100	32,781,779	33,765,232	34,778,189
Depreciación Acumulada Planta		-1,545,000	-3,179,610	-4,917,267	-6,753,046	-8,694,547
Construcciones y Edificios Neto	30,000,000	29,355,000	28,616,490	27,864,512	27,012,186	26,083,642
Maquinaria y Equipo de Operación	17,463,400	17,987,302	18,508,934	19,082,711	19,655,192	20,244,848
Depreciación Acumulada		-1,798,730	-3,701,787	-5,724,813	-7,862,077	-10,122,424
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	17,463,400	16,188,572	14,807,147	13,357,897	11,793,115	10,122,424
Muebles y Enseres	1,300,262	1,339,270	1,378,109	1,420,830	1,463,455	1,507,359
Depreciación Acumulada		-267,854	-551,243	-852,498	-1,170,764	-1,507,359
Muebles y Enseres Neto	1,300,262	1,071,416	826,865	568,332	292,691	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Depreciación Acumulada		0	0	0	0	0
Equipo de Transporte Neto	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	2,481,906	2,556,363	2,630,498	2,712,043	2,793,404	2,877,207
Depreciación Acumulada		-511,273	-1,052,199	-1,627,226	-2,234,724	-2,877,207
Equipo de Oficina Neto	2,481,906	2,045,091	1,578,299	1,084,817	558,681	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Agotamiento Acumulada		0	0	0	0	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Agotamiento Acumulada		0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	**61,245,568**	**58,960,078**	**56,427,501**	**53,802,819**	**50,911,751**	**47,798,796**
Total Otros Activos Fijos	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVO	**80,000,000**	**106,004,439**	**114,652,546**	**122,669,598**	**222,048,862**	**264,525,134**
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	10,858,709	11,719,277	11,922,554	47,156,103	49,537,699
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	20,000,000	16,000,000	12,000,000	8,000,000	4,000,000	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingen	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	**20,000,000**	**26,858,709**	**23,719,277**	**19,922,554**	**51,156,103**	**49,537,699**
Patrimonio						
Capital Social	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000	60,000,000
Reserva Legal Acumulada	0	0	1,734,573	3,606,613	5,511,125	13,043,853
Utilidades Retenidas	0	0	6,938,292	14,426,453	22,044,501	52,175,414
Utilidades del Ejercicio	0	17,345,730	18,720,404	19,045,118	75,327,282	79,131,649
Revalorizacion patrimonio	0	1,800,000	3,540,000	5,668,859	8,009,851	10,636,520
TOTAL PATRIMONIO	**60,000,000**	**79,145,730**	**90,933,269**	**102,747,044**	**170,892,759**	**214,987,435**
TOTAL PAS + PAT	**80,000,000**	**106,004,439**	**114,652,546**	**122,669,598**	**222,048,862**	**264,525,134**

TABLA 82 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A 5 AÑOS

ESTADO DE RESULTADOS	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	112,062,000	116,131,620	119,011,810	245,946,600	253,790,940
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	30,264,014	31,138,078	32,104,647	66,142,660	66,386,949
Depreciación	4,122,857	4,242,420	4,373,935	4,505,153	4,640,307
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	15,055,942	15,492,564	15,972,834	16,452,019	16,945,580
Utilidad Bruta	**62,619,187**	**65,258,558**	**66,560,395**	**158,846,769**	**165,818,104**
Gasto de Ventas	21,610,687	22,237,397	22,926,756	23,614,559	24,322,996
Gastos de Administración	8,702,801	8,955,182	9,232,793	9,509,777	9,795,070
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	1,271,844	1,309,998	1,351,921	1,391,128	1,391,128
Utilidad Operativa	**31,033,855**	**32,755,980**	**33,048,925**	**124,331,305**	**130,308,911**
Otros ingresos					
Intereses	2,903,827	2,323,061	1,742,296	1,161,531	580,765
Otros ingresos y egresos	-2,903,827	-2,323,061	-1,742,296	-1,161,531	-580,765
Revalorización de Patrimonio	-1,800,000	-1,740,000	-2,128,859	-2,340,992	-2,626,669
Ajuste Activos no Monetarios	1,910,411	1,939,052	2,173,540	2,209,150	2,315,943
Ajuste Depreciación Acumulada	0	-119,563	-263,030	-393,654	-540,618
Ajuste Amortización Acumulada	-36,000	-72,727	-120,608	-160,893	-207,454
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	74,411	6,762	-338,957	-686,389	-1,058,798
Utilidad antes de impuestos	**28,204,439**	**30,439,681**	**30,967,672**	**122,483,386**	**128,669,348**
Impuestos (35%)	10,858,709	11,719,277	11,922,554	47,156,103	49,537,699
Utilidad Neta Final	**17,345,730**	**18,720,404**	**19,045,118**	**75,327,282**	**79,131,649**

TABLA 83 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO A 5 AÑOS

FLUJO DE CAJA	2015	2016	2017	2018	2019
Flujo de Caja Operativo					
Utilidad Operacional	31,033,855	32,755,980	33,048,925	124,331,305	130,308,911
Depreciaciones	4,122,857	4,242,420	4,373,935	4,505,153	4,640,307
Amortización Gastos	1,271,844	1,309,998	1,351,921	1,391,128	1,391,128
Agotamiento	0	0	0	0	0
Provisiones	0	0	0	0	0
Impuestos	0	-10,858,709	-11,719,277	-11,922,554	-47,156,103
Neto Flujo de Caja Operativo	**36,428,556**	**27,449,689**	**27,055,503**	**118,305,032**	**89,184,242**
Flujo de Caja Inversión					
Variacion Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0
Variacion Inv. Materias Primas e insumos	-586,602	-16,932	-18,738	-659,766	205
Variacion Inv. Prod. En Proceso	0	0	0	0	0
Variacion Inv. Prod. Terminados	-382,076	-11,040	-12,201	-379,658	-4,216
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobra	0	0	0	0	0
Otros Activos	-1,234,800	-1,273,079	-1,311,271	-1,350,609	-1,350,609
Variación Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios	0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos	0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	-2,203,478	-1,301,051	-1,342,210	-2,390,033	-1,354,620
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	**-2,203,478**	**-1,301,051**	**-1,342,210**	**-2,390,033**	**-1,354,620**
Flujo de Caja Financiamiento					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	-4,000,000	-4,000,000	-4,000,000	-4,000,000	-4,000,000
Intereses Pagados	-2,903,827	-2,323,061	-1,742,296	-1,161,531	-580,765
Dividendos Pagados	0	-8,672,865	-9,360,202	-9,522,559	-37,663,641
Capital	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	**-6,903,827**	**-14,995,926**	**-15,102,498**	**-14,684,090**	**-42,244,406**
Neto Periodo	**27,321,251**	**11,152,712**	**10,610,795**	**101,230,909**	**45,585,216**
Saldo anterior	**18,754,432**	**46,075,683**	**57,228,395**	**67,839,190**	**169,070,099**
Saldo siguiente	**46,075,683**	**57,228,395**	**67,839,190**	**169,070,099**	**214,655,315**

TABLA 84 CALCULOS DE LA TMAR, LA TIR Y EL VPN

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	30%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	38.18%
VAN (Valor actual neto)	14,088,433
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1.58
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	25.00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	36 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes

AMORTIZACIÓN DEL PAGO DE LA DEUDA BANCARIA

TABLA 85 DE PAGO DE LA DEUDA

(PESOS)

Año	Interés	Anualidad	Pago a Capital	Deudas después de pago
0				**20.000.000**
1	2.903.827	6.903.827	4.000.000	16.000.000
2	2.323.061	6.323.061	4.000.000	12.000.000
3	1.742.296	5.742.296	4.000.000	8.000.000

4	1.161.531	5.161.531	4.000.000	4.000.000
5	580.767	4.580.767	4.000.000	-

10.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS

El negocio genera utilidades desde el primer año, aun cuando en los primeros 2 meses del año 1 solo se causan gastos.

Existe disponibilidad presupuestal para cubrir todos los compromisos financieros debido a que setiene un endeudamiento bancario del 25% del total del capital y no se corre con el riesgo de quedarse ilíquida.

Teniendo en cuenta que la evaluación del proyecto sedesempeña a cabalidad abarcando los años donde la producción es baja, y los ingresos cubren los costos y gastos produciendoutilidades desde el primer año, se visualiza viable la puesta en marcha de este negocio.

Esta información también se puede verificar con los resultados obtenidos en laTIR, equivalente al 38.18%.

Evaluando el VAN del proyecto a 5 años el negocio sería rentabledado queproyecta un efecto positivo concerniente a $14.088.433.

Por otra parte la factibilidad del proyecto está sometido a variables internas como que los costos de producción se conserven en condiciones normales a las definidas en flujo de caja y que el precio de la libra de café correspondan a los del estudio de mercado desarrollado.

Las variables no controlables en el proyecto como las plagas que afectan las plántulas de café, puedan perjudicar los niveles de producción debido a que esto genera que la calidad del grano no sea la requerida por la empresa y por ende reducirla rentabilidad del proyecto.

10.3ANALISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS

RAZON CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE	47,044,361	4.33
	PASIVO CORRIENTE	10,858,709	

INTERPRETACIÓN

La empresa tiene una razón corriente de 4.33, esto quiere decir que por cada peso que el ente debe, cuenta con un 4.33 para cubrir sus obligaciones corrientes. Teniendo ciertos margen de seguridad para prevenir alguna reducción o perdida de los activos.

PRUEBA ACIDA	ACTIVO CORRIENTE-INVENTARIOS	47,044,361	968678	46,075,683	4
	PASIVO CORRIENTE		10,858,709	10,858,709	

INTERPRETACIÓN

La empresa por cada peso que debe en el corto plazo se cuenta para su cancelación con 4 pesos en activos corrientes de fácil realización sin tener que recurrir a la venta de los inventarios.

CAPITAL NETO DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE-PASIVO CORRIENTE	47,044,361	10,858,709	36,185,652

INTERPRETACIÓN

Una vez la empresa cancele el total de sus obligaciones corrientes, le quedaran 36.185.652 para atender las obligaciones que surgen en el normal del desarrollo de su actividad económica.

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO TOTAL	PASIVO TOTAL CON TERCEROS	26,858,709	0.253	25.3
	ACTIVO TOTAL	106,004,439		

INTERPRETACIÓN

Podemos concluir que la participación de los acreedores es del 25.3% sobre el total de los activos de la compañía, lo cual no es un nivel muy riesgoso.

AUTONOMIA	PASIVO TOTAL CON TERCEROS	26,858,709	0.339
	PATRIMONIO	79,145,730	

INTERPRETACIÓN

Se determinó que la empresa no presenta un nivel de endeudamiento alto con sus acreedores, es decir que el 33.9% de su patrimonio está comprometido con sus acreedores.

INDICE DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	PASIVO CORRIENTE	10,858,709	0.404
	PASIVO TOTAL CON TERCEROS	26,858,709	

INDICE DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	PASIVO NO CORRIENTE		16,000,000	0.596
	PASIVO TOTAL CON TERCEROS		26,858,709	

INTERPRETACIÓN

Esto representa para la empresa que el 40.40% de sus obligaciones son a corto plazo lo que no representa un riesgo notable puesto que el 59.60% de los compromisos son a largo plazo. No ocasionando problemas financieros para el desarrollo normal del objeto social.

RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	UTILIDAD NETA	17,345,730.0	100	15.5
	VENTAS NETAS X 100	112,062,000.0		

INTERPRETACIÓN

Como se puede observar las ventas de la empresa generaran el 15.5%.

MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	UTILIDAD BRUTA	31,033,855.0	100	27.7
	VENTAS NETAS X 100	112,062,000.0		

INTERPRETACIÓN

De lo anterior podemos inferir que la utilidad bruta obtenida después de descontar los costos de venta fue de 27.7%, en otras palabras de cada peso vendido 28 centavos se generaron de utilidad.

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	UTILIDAD NETA / ACTIVO TOTAL	17,345,730.0 / 106,004,439.0	100	16.4

INTERPRETACIÓN

Significa que la utilidad neta, con respeto al activo total correspondió al 16.4%, o lo que es igual que de cada peso invertido en el activo total se generaron 16.4 centavos de utilidad neta.

RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO	UTILIDAD NETA / PATRIMONIO	17,345,730.0 / 79,145,730.0	100	21.9

INTERPRETACIÓN

Significa que las utilidades netas correspondieron al 21.9% del patrimonio, esto representa que los socios de la empresa obtuvieron un rendimiento sobre su inversión de dicho porcentaje.

CONTRIBUCIÓN MARGINAL	INGRESOS OPERACIONALES-COSTOS Y GASTOS VARIABLES	112,062,000	26,397,089	21,610,687	64,054,224

INTERPRETACIÓN

Demuestra en acceso de ingresos por 64.054.224 que deberán cubrir los costos fijos y la utilidad para los socios.

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	CONTRIBUCIÓN MARGINAL / VENTAS	64,054,224 / 112,062,000	0.57

INTERPRETACIÓN

Se demuestra que de cada peso de las ventas realizadas 57 centavos se destinan para cubrir los costos y gastos fijos.

PUNTO DE EQUILIBRIO	COSTOS FIJOS	27,625,668.0	48,330,733.2
	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	0.57	

INTERPRETACIÓN

Significa que para alcanzar el punto de equilibrio se deben tener unas ventas de 48.330.733 como minino para cubrir todos los costos y gastos, para así comenzar a obtener ganancias.

CONCLUSIONES

Se determinó que el producto tiene aceptación en el mercado debido a que este cuenta con unas características diferenciadoras a otras marcas de café, siendo atractivo para los consumidores sin interesarles pagar un costo más alto por un mayor beneficio a su bienestar.

Se analizó el proceso productivo y se pauto la duración de cada una de las fases, para tener una mayor optimización de los equipos y de esta manera darle una mayor agilidad a la transformación del producto.

Se observó que para la creación de la empresa se necesita una inversión por un valor de $ 80.000.000 para poder cubrir los requerimientos necesarios.

Teniendo en cuenta que la realización del proyecto se desempeñe a cabalidad se visualiza viable este plan de negocio.

CIBERGRAFIA

Cafedecolombia.com/particular/es/sobre_el/_cafe/el_cafe/el_cafe/

http://academic.uprm.edu/mmonroig/id45.htm

http://blogs.eltiempo.com/viaje-ha-sido/2014/12/08/cafe-colombiano-de-la-basura-a-su-mesa/

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrientos_m_e/capitulo2.pdf

http://correo.cafedecolombia.com/productivo/Inscripc.nsf/792337e17cf5a4f605256d51008185f3/3cd364569ea70ead052576e1007e0cd8?OpenDocument

http://infusionistas.com/cata-de-cafe/

http://es.scribd.com/doc/58307982/NTC-512-1-Rotulado-o-Etiquetado-Normas-Generales#scribd

http://es.slideshare.net/jpdrada/evaluaciondeproyectosgabrielbacaurbinacorregido-41785704

https://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9

http://es.wikipedia.org/wiki/Coffea_arabica

http://es.wikipedia.org/wiki/Federaci%C3%B3n_Nacional_de_Cafeteros_de_Colombia

http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9_org%C3%A1nico

http://es.wikipedia.org/wiki/Paila

http://es.wikipedia.org/wiki/Molinillo_de_caf%C3%A9

http://es.wikipedia.org/wiki/Roldanillo

https://es.wikipedia.org/wiki/Subregi%C3%B3n_del_Norte_(Valle_del_Cauca)

http://m.latarde.com/noticias/economica/129802-en-aumento-el-consumo-de-cate-por-los-colombianos

http://m.portafolio.co/economía/crece-el-consumo-café-colombia

http://mim.promexico.gob.mx/work/sites/mim/resources/LocalContent/72/2/130704_DS_Alimentos_procesados_ES.pdf

http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/5112/NietoErika2013.pdf?sequence=3

http://repository.ean.edu.co/handle/10882/5112

http://shuqush.com/joomla1.5/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=36&Itemid=61

http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22654/Capitulo1.pdf

http://valle.federaciondecafeteros.org/fnc/nuestro_cafe/category/118

http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337

http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1299

http://www.bosquelya.com/es/blog?pg=17

http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre_el_cafe/el_cafe/el_cafe/

http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/el_cafe_de_colombia/una_bonita_historia/

http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre_el_café/el_cafe/industrialización/tostacion_/

http://www.cenicafe.org/es/publications/avt04142.pdf

http://www.definicionabc.com/general/cafe.php

http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/valle-cauca-aumento-su-produccion-cafetera-ultimo-ano

http://www.federaciondecafeteros.org/clientes/es/nuestra_propuesta_de_valor/portafolio_de_productos/nuestro_cafe_especial/

http://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/sala_de_prensa/detalle/positivo_balance_cafetero_en_2014/

http://www.federaciondecafeteros.org/pergaminofnc/index.php/comments/positivo_balance_para_la_caficultura_colombiana

http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/precio_cafe.pdf

http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/precio_cafe.pdf

http://www.infocafes.com/descargas/biblioteca/24.pdf

http://www.jmestrada.com/beneficio-seco/trilladoras

http://www.nuevogramalote.org/Documentos_Publicos/componente_3/Actividad%203/trimestre4/01_PN_ASOPA_CAFE-%20SAN%20ISIDRO.pdf

http://www.portafolio.co/negocios/produccion-cafe-colombia-2013-0

http://www.portafolio.co/economia/se-ampliaria-el-area-cultivo-cafe-colombia

http://www.revistapym.com.co/destacados/verdad-acerca-cafe-colombia-oferta-demanda-publicidad-consumo

http://www.redalyc.org/pdf/304/30415059009.pdf

http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/2163/1/6581186132C824.pdf

http://www.taringa.net/post/ciencia-educacion/9821455/Colombia-Y-Su-Cafe.html

http://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/Hector_Robles_Cafe_Monografia_14.pdf

PLAN DE DESARROLLO MUNICIPIO DE ROLDANILLO 2012-2015

www.baque.com/escueladecaféid.php/el_cafe_historia_y_origen/id_escuela_cafe/
www.tomacafe.org/tomacafe/interna.php?idinterna=&iddetalle=32&idactual=13

BIBLIOGRAFIA

GABRIEL BACA URBINA EVALUACION DE PROYECTOS 4ª EDICION