

**Diplomado de Profundización para Tecnologías de Gestión del Marketing para el
Emprendimiento Social, Producción y Comercialización de Café Orgánico**

Presentado a:

Rhene Alberto Moreno Mojica

Presentado por:

María Angélica Salazar

Claudia Patricia Leon Vargas

Yeimy Liliana Daza Congo

Sandra Liliana Merchán

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios - ECACEN

Tunja

2022

Resumen

El café orgánico es uno de los productos más atraídos por los colombianos ya que contiene una serie de beneficios no solo para la salud si no al medio ambiente es por eso que decidimos emprender este proyecto que no solo busca ser rentable si no ayudar socialmente a la comunidad del municipio de Mongua razón por la cual damos a conocer una propuesta de emprendimiento social sostenible a través de una continua investigación y la selección del café como producto dándole como plus que sea una cosecha y comercialización orgánica amigable con el medio ambiente solucionando problemáticas sociales y económicas identificadas en el municipio de Mongua, estructurando una planeación técnica con proyecciones financieras para así poder dar un resultado exitoso y ayudar a dar solución a una problemática identificada, exponemos el gran valor social que atrae nuestra propuesta en el municipio de Mongua vereda la salina donde el clima ayuda grandemente para el cultivo del café orgánico que favorece altamente la salud . Reduce problemas gástricos de los consumidores que nos conlleva a la idea el grado de posicionamiento en cafeterías, tiendas y almadenes de cadena en el departamento de Boyacá. Dando como resultado de crecimiento de la economía y generando sostenibilidad

Palabras clave:

Abstract

Organic coffee is one of the products most attracted to Colombians since it contains a series of benefits not only for health but also for the environment, which is why we decided to undertake this project that not only seeks to be profitable but also to help the community socially.

Community of the municipality of Mongua, which is why we present a proposal for sustainable social entrepreneurship through continuous research and the selection of coffee as a product, giving it as a plus that it is an organic harvest and commercialization that is friendly to the environment, solving social problems and identified in the municipality of Mongua, structuring a technical planning with financial projections in order to give a successful result and help to solve an identified problem, we expose the great social value that our proposal attracts in the municipality of Mongua vereda La Salina where the climate helps greatly for the cultivation of organic coffee that favors health. Reduces gastric problems of consumers that leads us to the idea of the degree of positioning in cafeterias, stores and chain stores in the department of Boyacá. Resulting in economic growth and generating sustainability.

Keywords:

Tabla de Contenido

Introducción	8
Objetivos	9
Objetivo General.	9
Objetivos Específicos.	9
Identificación de la Problemática.....	10
Valor Social y Modelo de Negocio.....	11
Valor Social.	11
Modelo de Negocio.	11
Modelo de negocio Cafetería Orgánica.....	12
Herramientas Definición.....	13
Segmentación de Mercado.	13
Propuesta de Valor.	13
Estrategias de Mercadeo	16
Grupo Objetivo del Proyecto.....	17
Segmentación.	18
Alianzas Estratégicas.....	19
Estrategias	20
Estrategia de Comunicación.....	20

Estrategia de Posicionamiento.....	21
Estrategia de Diferenciación.....	21
Prototipos de los Contenidos a manejar en Redes Sociales.	21
Proyección Operativa y Financiera	23
Recursos Operativos.....	23
Disponibilidad de Insumos.....	24
Equipos.....	29
Capacidad de Producción e Infraestructura Instalada	35
Distribución de Áreas de Producción.....	36
Personal Punto de Venta y Administrativo.	36
Personal de Producción.	37
Descripción de Equipos de Oficina.	39
Procesos Pre -Operativos.....	39
Proyecciones de Ventas.....	40
Precio de Venta.....	44
Capital de Trabajo.	46
Inversiones.....	47
Conclusiones	48
Referencias Bibliográficas	49

Lista de Tablas

Tabla 1 Atributos y beneficios del producto	16
Tabla 2 Capacidad instalada del proyecto	24
Tabla 3 Disponibilidad de insumos	25
Tabla 4 Ficha técnica de los productos	28
Tabla 5 Descripción de maquinaria y elementos operativos	30
Tabla 6 Maquinaria y equipos para el proyecto	31
Tabla 7 Capacidad de producción e infraestructura instalada para el proyecto.....	35
Tabla 8 Distribución de las áreas para la producción.....	36
Tabla 9 Proyección y costo de empleados.....	36
Tabla 10 Personal y costos para la producción	37
Tabla 11 Proyección de costos de nómina	38
Tabla 12 Equipos de oficina o adicionales.....	39
Tabla 13 Proyección de ventas a corto plazo	41
Tabla 14 Cálculo de la demanda del producto	41
Tabla 15 Proyección de ventas anual	42
Tabla 16 Proyección de ingresos por ventas	43
Tabla 17 Cálculo de precio de venta	44
Tabla 18 Análisis financiero del proyecto.....	46
Tabla 19 Inversión total.....	47

Lista de Figuras

Figura 1 Modelo de negocio CANVAS.....	12
Figura 2 Marca, imagen y slogan del producto.....	17
Figura 3 Competencia en el mercado.....	19
Figura 4 Ejemplo de publicidad para el producto	20
Figura 5 Presentación del producto en el sitio web	22
Figura 6 Ficha técnica del producto.....	26
Figura 7 Ficha técnica tostadora a tambor para café.....	32
Figura 8 Ficha técnica de molino de disco para café	33
Figura 9 Ficha técnica máquina de envasado de café	33
Figura 10 Ficha técnica cafetera	34
Figura 11 Estructura orgánica circular del proyecto	37

Introducción

A continuación, presentaremos una propuesta para la creación de una marca de café orgánico propia en el municipio de Mongua, desarrollando el proceso desde la producción, comercialización y distribución en un establecimiento comercial denominado Cafetería Orgánica Mongua.

Esta investigación inicia desde el proceso de inicio del café, su producción su embalaje y las actividades y recursos necesarios que se deben tener en cuenta para realizar todo el proceso, reconociendo la calidad del café colombiano y demostrando que es un producto rentable y sostenible para el medio ambiente.

Objetivos

Objetivo General.

Realizar una propuesta de emprendimiento social sostenible a través de una continua investigación y la selección del café como producto base, cuyo plus se está en que proviene de una cosecha orgánica y una comercialización amigable con el medio ambiente, solucionando problemáticas sociales y económicas identificadas en el municipio de Mongua.

Objetivos Específicos.

Estructurar una planeación financiera y técnica para la creación de una marca propia de café orgánico atendiendo los criterios actuales de comercialización de este producto en el país.

Sustentar de manera clara cada uno de los pasos que se realizaron para el desarrollo de la propuesta.

Desarrollar un plan de mercadeo donde se pueda describir cada elemento de la gestión demarketing ajustadas en un proyecto de emprendimiento social como lo es la cafetería orgánica.

- Presentar las proyecciones operativas, financieras y una relación financiera ajustada al proyecto.

Identificación de la Problemática

Para dar inicio a nuestra propuesta de negocio tenemos que tener claro el problema que se está identificando para dar origen a la idea se logra notar qué es la baja rentabilidad y la presencia de personas insatisfechas con el café que lo que buscan es cubrir una necesidad nutricional que no han podido encontrar en el mercado deseando calidad innovación diversidad en los sabores sean un café 100% orgánico que contribuya con su salud para el consumo diario.

De aquí dependemos directamente de los sistemas de gestión para poder lograr una producción y comercialización eficiente y controlada para disminuir costos y obtener la rentabilidad es buscadas.

Actualmente en Colombia se está pasando por una situación económica en la que los altos costos de producción y bajos precios de venta antes favorecido la comercialización del café. Puesto que nuestro café es 100% orgánico implica que no debe tener ningún aditamento ni ningún pesticida esto obliga y nos lleva a la necesidad de utilizar abonos orgánicos que contribuyan al cuidado del medio ambiente y con esto poder ofrecer un producto 100% orgánico.

La ausencia del conocimiento en el mercado del consumo de un café orgánico genera que las empresas que se dedican a este producto no puedan llegar a la rentabilidad necesaria para poder mantenerse en el mercado por esta razón se necesita generar estrategias organizacionales para lograr la promesa básica de rentabilidad lo que nos puede hacer diferenciarnos entre todo el sector cafetero.

Valor Social y Modelo de Negocio

Valor Social.

En el municipio de Mongua. Vereda la salina cuenta con un clima donde los habitantes de la zona. Su principal razón es cultivar productos orgánicos bajo ninguna utilización de productos químicos ni pesticidas que lleva un control armónico en la naturaleza se cultiva bajo la sombra de la planta de aguate, guamo y plátano. Tiene un gran valor por ser un café orgánico a los consumidores que se cuiden en salud. Por ser un café de alta calidad y libre de todo químico que además protege el planeta y cuida la salud. Reduce problemas gástricos de los consumidores que nos conlleva a la idea el grado de posicionamiento en cafeterías, tiendas y almacenes de cadena en el departamento de Boyacá. Dando como resultado de crecimiento de la economía y generando sostenibilidad.

Modelo de Negocio.









Los consumidores actuales apuestan y creen en la preservación del medio ambiente por esto se brinda un producto orgánico respetando siempre el cuidado del planeta y asegurando una buena experiencia de nuestros clientes en un futuro.

Así surge el interés de generar un modelo de negocio sostenible para aprovechar la oportunidad de negocio respecto a la comercialización del café orgánico a través de diferentes estrategias implementando un plan de negocios que busque garantizar que el mercado fomenta el desarrollo de nuestra región sin olvidar los estándares de calidad y la finalidad que tiene un lustro producto en conservar el medio ambiente y la salud de los consumidores excluyendo de Gran manera los productos químicos.

Modelo de negocio Cafetería Orgánica.

Figura 1

Modelo de negocio CANVAS

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de café orgánico café salinas de Mongua. • Trabajadores de la región. • Distribuidoras a los puntos de venta. • Tostadora del municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de un buen proveedor que produzca el café a base de abonos orgánicos. • Servicio de maquinaria para el despulpado y el secado de café. • Servicio de transporte al municipio de Mongua. • Servicio de maquinaria para el proceso de tostión. • Posicionar una buena marca garantizando excelencia en calidad. • Traslado a todas las distribuidoras del departamento 	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente fresco, sano y cálido. • Comodidad para sentirse como en casa o en un amanecer campesino. • Atención personalizada. • Punto WIFI • Ofrecer un producto a base de abonos orgánicos, garantizando, sabor olor con una excelente presentación. Comprometiendo su desarrollo sostenible 	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Facebook • WhatsApp • Skype • Realizar actividades dando a conocer nuestro producto con su respectiva degustación. • Citas presenciales con nuestros clientes. • Invitación a la fiesta de la federación de los caficultores • Excelente atención pre y posventa. • Trato rápido y eficaz 	<ul style="list-style-type: none"> • Está dirigido al personal a partir de los 12 años hasta los 80 años. • Dirigido inicialmente las cafeterías y la plaza del municipio de Mongua. • Locales, oficinas y negocios aledaños. • Personas de cualquier parte del país y del mundo. 
RECURSOS CLAVE <ul style="list-style-type: none"> • PERSONAL (caja, meseros, cocineros, barista) • INFRAESTRUCTURA (local, mesas, sillas, barra, máquina de café) • INSUMOS (café, lácteos) • CAPITAL (aporte socios) 		CANALES <ul style="list-style-type: none"> • Directamente con la tostadora al servicio al detal y al mayor. • Canal directo a las Cafeterías. • Canal corto para la venta directa al consumidor de la ciudad de Sogamoso y a otros municipios del departamento. • Distribuciones a otros puntos de venta como supermercados, cafeterías en alianza directa con los socios. 		
ESTRUCTURA DE COSTOS <ul style="list-style-type: none"> • Costos variables (gastos para personal, insumos para cada proceso) • Costos fijos (agua, luz maquinaria para el procesamiento, transporte, empaques, gastos administrativos). 		FUENTE DE INGRESOS <ul style="list-style-type: none"> • Ingresos por unidad • Ingresos atreves de las distribuciones. • Ingresos por ventas al mayor • Pago atreves de: Transferencias bancarias • NEQUI • Efectivo+B2:G5 • Pagos con Tarjeta 		

Fuente: Autoría propia.

Herramientas Definición

Segmentación de Mercado.

Crear un producto exitoso con buen precio, diferentes ofertas y promociones que llene las expectativas de la comunidad de Mongua para así correr la noticia del excelente producto y ampliar el mercado a diferentes municipios y ciudades contando con la ayuda de redes sociales y un punto principal de atención en Mongua

Propuesta de Valor.

El proyecto de cafetería orgánica estará enfoca a brindar al cliente y el consumidor en nuestras cafeterías una nueva forma de tomar café. ofreciendo alternativas en el cuidado de nuestra salud. Involucrando las alternativas que el campo produce, base de abonos orgánicos dando a conocer su información de publicidad en carteleras dando a conocer empaque, diseño y marca calidad inigualable para único y llamativo en el departamento.

Canales

- En nuestros locales ofrecemos vendedores directores al consumidor.
- Publicaciones en las plataformas y redes sociales

Relaciones con los clientes.

- Saludo de bienvenida
- Dar a conocer la historia de nuestro producto
- Rapidez al atender al cliente
- Espacio cómodo y libre al medio ambiente
- Contará con los mejores equipamientos de tecnología avanzada que nos permita ofrecer un buen producto como: Tostadora de buena calidad INOXTRON DE 1,5 HP,

despulpadora IMSA de 7 HP, zaranda, despedregadora IMSA 7 HP, Separadora PINHALENSE 3,5 HP, Seleccionadora IMSA 7 HP, Piladora IMSA 7HP,

Fuentes de ingreso

- Fuentes operativos: por ventas del producto

Recursos claves

- Equipamiento (licuadora, molino y accesorios etc.).
- Cristalería y loza.
- Computadora y registradora
- Seguros.

Actividades claves

- Control de las operaciones.
- Mejorar los procedimientos.
- Capacitación al personal.
- Llevar una contabilidad.
- Mantener aseado el local.
- Recursos humanos.
- Café
- Producción
- Comercialización
- Bienestar
- Salud
- Cuidado al medio ambiente
- Costos, gastos

- Emprendimiento social
- Estrategias
- Abono orgánico natural
- Comunidad cafetera del municipio
- Fondo de garantía y agricultura sostenible en el departamento de Boyacá.
- Asociación de caficultores del departamento de Boyacá.

Estrategias de Mercadeo

Describir detalladamente los atributos y beneficios del producto, además de promociones a entregar, dirección de punto de venta y precios que se ofrecen del producto

Tabla 1

Atributos y beneficios del producto.

Producto	Precio	Punto de Venta	Promoción
Café orgánico: no contiene pesticidas, químicos o fertilizantes, contiene concentración de nutrientes que benefician al cuerpo, es un café a base de abonos orgánicos bajo el estricto control de calidad	Precios cómodos y accesibles al público 500 gr x tan solo 20.000	El punto de venta ubicado en el municipio de Mongua calle 3 N 10-12 Barrio san Antonio, también tendremos entregas a domicilio en los diferentes puntos de supermercados, cafeterías y almacenes de cadena para donde sea requerido el producto	Lleva dos libras de café orgánico y tendrás un descuento del 10%

Fuente: Autoría propia.

- Aporta antioxidantes y vitaminas.
- Contiene una aroma única y natural es un producto que cuenta con una buena certificación.
- Es un café que al cultivarlo disminuye la carga de nutrientes.
- Se comercializa aun precio justo beneficiando la economía.

Marca, Imagen y Slogan del Proyecto

Figura 2

Marca, imagen y slogan del producto.



Fuente: Autoría propia.

Grupo Objetivo del Proyecto.

Nuestra mayor propuesta es brindar un producto de café orgánico, producido en el municipio de Mongua contando con el proceso de producción, fabricación y comercialización contando con los mejores estándares de alta calidad. con el fin de extender al mercado interno y externo, garantizando un precio justo a los consumidores, logrando el beneficio del posicionamiento con la idea de ampliar cafeterías en el municipio y en departamento de Boyacá.

Segmentación.

La empresa café Mongua es nueva inicio a finales de año 2018 con el objetivo de producir café orgánico y comprar el producto a los cafeteros de la misma región que trabajen con el café orgánico con el fin de llevar un proceso de tostado molido y empacado para ser despachado a los consumidores del departamento de Boyacá y distintas distribuidoras. Garantizando el cuidado de salud de los clientes en el exceso de cafeína bajo su condición producto único y natural. Nuestro propósito es poner en funcionamiento cada una de las actividades propuestas darle estricto cumplimiento mejorado las condiciones de salud, sostenibilidad económica y empleo. Ya que puede ser cambiante en la organización.

Cabe resaltar que uno de los principales competidores que en encontramos en la región es la marca de Café Simoza de Mongua es un principal competidor que ha logrado un buen trabajo con la federación nacional de caficultores. De esta forma se reitera que hay otros competidores cerca de la región y que también satisfacen la misma necesidad de extender el producto. Así como se demuestra a continuación en la siguiente figura.

Figura 3

Competencia en el mercado.

POSIBLES COMPETIDORES	MUNICIPIO
<p style="text-align: center;">Café Sismoza</p> 	<p style="text-align: center;">Es muy reconocido en el municipio de Mongua y en algunos departamentos; producto 100% natural.</p>
<p style="text-align: center;">Café el Llanero</p> 	<p style="text-align: center;">Es producido en el municipio de Labranza Grande.</p>
<p style="text-align: center;">Café Manta Real Rondón</p> 	<p style="text-align: center;">Este café es producido y fabricado en el municipio de Pisba.</p>

Fuente: Autoría propia.

Uno de los principales aliados claves de nuestro modelo de negocio son los proveedores y clientes.

Alianzas Estratégicas.

- Fondo Nacional del Ahorro.
- Convenio con las cooperativas agropecuarias.
- Asociarse con la Federación Colombiana de Caficultores.

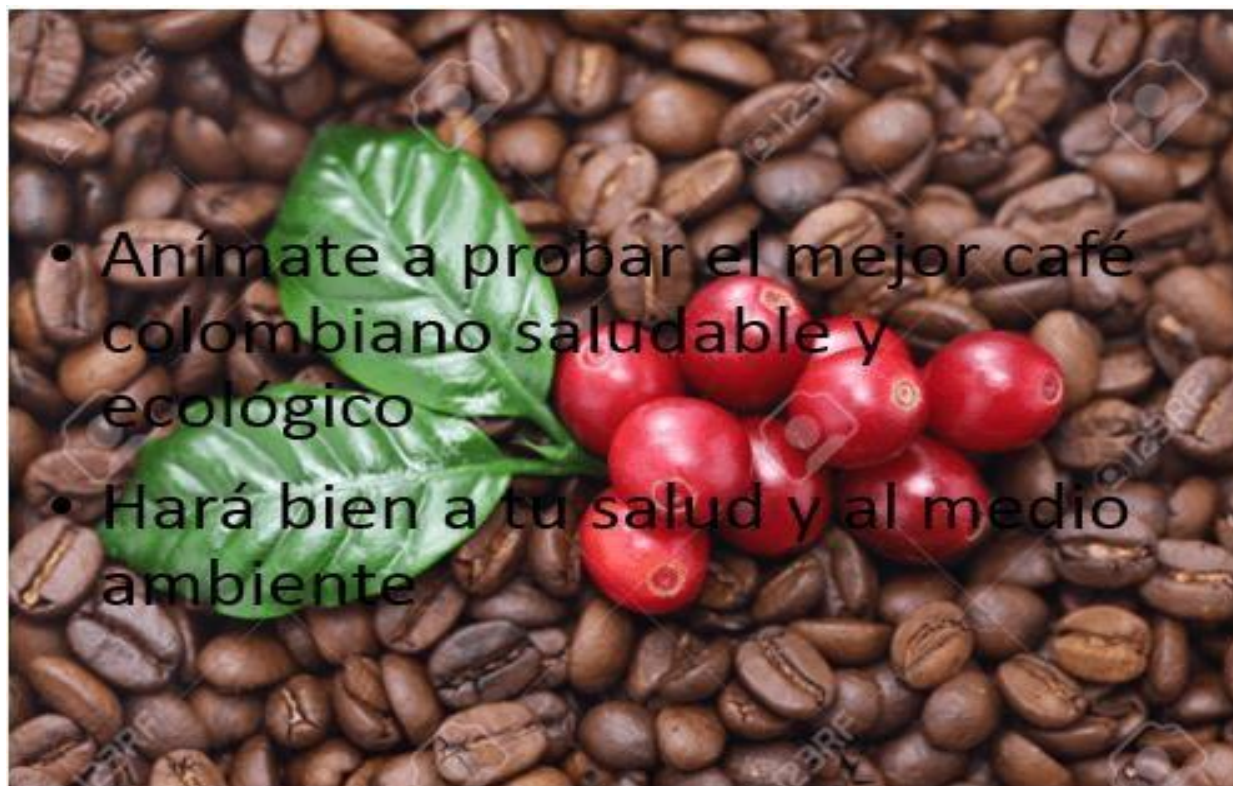
Estrategias

Estrategia de Comunicación.

Inicialmente se realizará una estrategia de lanzamiento para dar a conocer nuestro producto en el mercado, en esta estrategia de lanzamiento daremos nuestra primera impresión por lo tanto estará bien estructurada para garantizar una buena imagen por lo cual se entregarán volantes con la información necesaria para que la comunidad conozca el producto.

Figura 4

Ejemplo de publicidad para el producto.



Fuente: Autoría propia.

Estrategia de Posicionamiento.

Realizar encuestas en los municipios aledaños para conocer opiniones y pensamientos acerca del café orgánico y así conocer en qué posición vamos a estar y brindar toda la información necesaria sobre el producto

Estrategia de Diferenciación.

Realizaremos jornadas de información en diferentes puntos de Boyacá dando a probar el producto con las características y beneficios, informado desde la siembra hasta su consumo mostrando ventajas y desventajas de café orgánico vs café tradicional

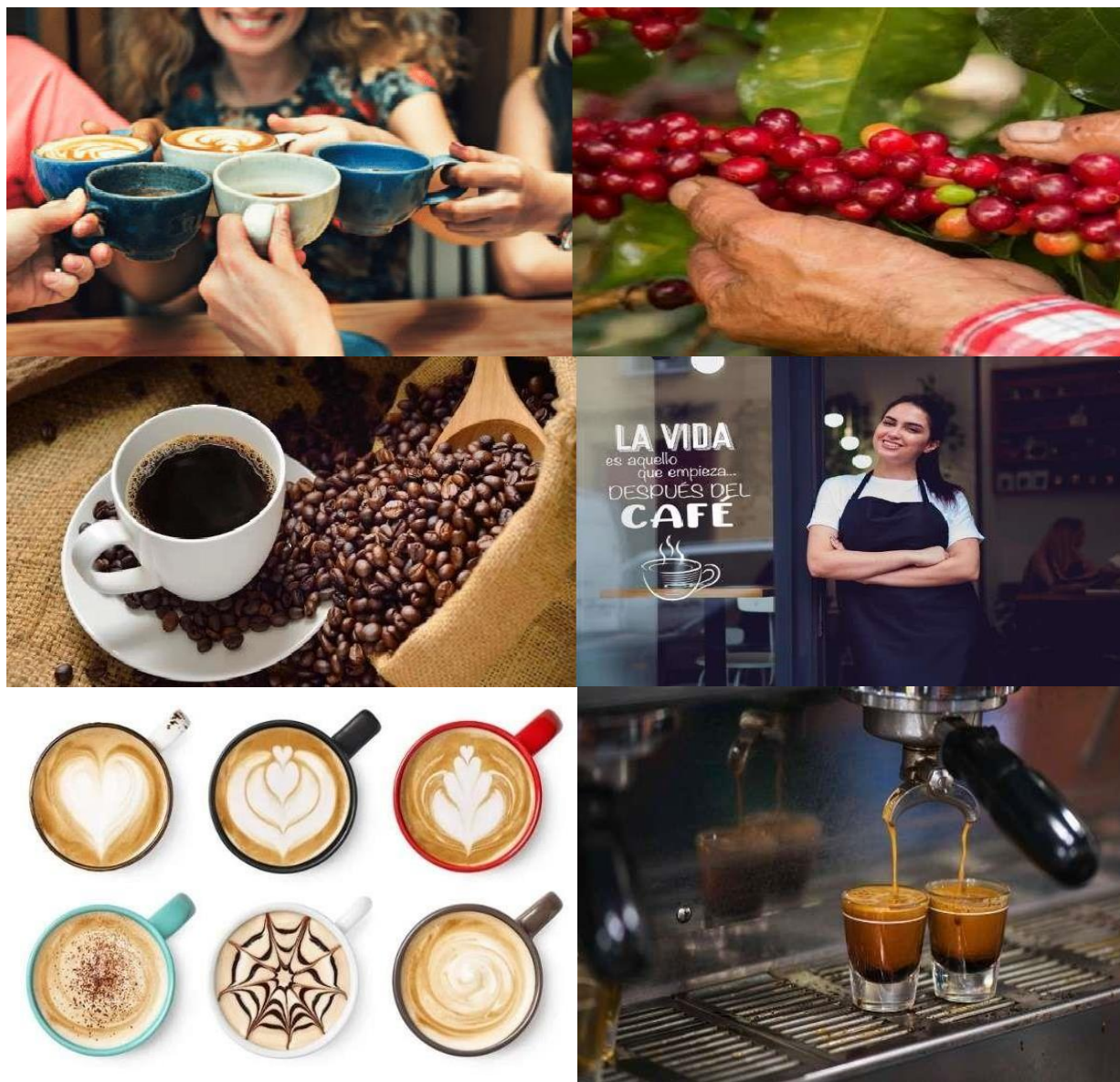
Prototipos de los Contenidos a manejar en Redes Sociales.

Facebook e Instagram: crear estrategias de posicionamiento, promoción y venta de los productos, exponer la oferta de la empresa y acercarnos al público.

A través de estas dos redes sociales se dará a conocer las instalaciones, la forma armónica como los clientes entablan una conversación acompañado de un buen café, el proceso de recolección de café y su proceso de transformación, el servicio al cliente y la buena atención que se le da a los clientes.

Figura 5

Presentación del producto en el sitio web.



Fuente: Autoría propia.

El siguiente, es el Link de atención al cliente o Link de compras y pagos en línea:

<https://auxadmmontiel.wixsite.com/cafe-organico>

Proyección Operativa y Financiera

Recursos Operativos.

Tamaño del Proyecto.

Se va a contar con un terreno arrendado ubicado en el municipio de Mongua de aproximadamente 8300 m², distribuidos como se evidencia en la Tabla 2:

Terreno de cosecha: se va a destinar un terreno fértil de tierra de 6300 en las cuales se va tener diferentes tiempos y procesos de cosecha con el fin de tener recogida en diferentes periodos del año.

Casa: la fina posee una casa de 120 mts en donde se da alojamiento a los jornaleros y seda su alimentación la cual queda ubicada muy cerca de los cultivos.

Bodega: contamos con una bodega de 60 m² donde se guarda los granos de café después de la recogida y se mantiene para iniciar el proceso de secado y trillado.

Almacén de herramientas: contamos con una bodega donde se van a guardar las herramientas de trabajo recogida e implementos necesarios para la producción del café

Tostadora: se dispone de un predio en el pueblo donde se va a utilizar como tostadora con la maquinaria necesaria para este proceso de nuestro café.

Puntos de venta: para dar inicio a el proyecto se va a contar con dos puntos de venta, uno en el municipio de Mongua y otro en la ciudad de Sogamoso siendo este un punto estratégico por la dimensión de la ciudad para dar a conocer el producto.

El área se determina de 300 m², dado a que la cafetería tendrá un espacio de 80 m² para el público, donde se consumirá o estarán los clientes, 50 m² para un espacio de almacenamiento, 150 m² para la sección de producción y empaado, 40 m² del espacio de vitrina y servicio de barista.

Las unidades de bolsas empacadas se realizan en dos presentaciones, tales que la producción será de 50% para cada una. Teniendo en cuenta los diferentes tipos demolidos que se hagan, según el comportamiento de los consumidores

Las tazas de café estiman 16 ya que es la capacidad máxima promedio que la maquina puede entregar café en una hora. Finalmente, la producción del café procesado este dadopor la capacidad de las máquinas de cada proceso.

Tabla 2

Capacidad instalada del proyecto.

Conceptos	Área	% de Espacio Utilizado	Unidad de Medida
Terreno total	8300	100%	Metros cuadrados
Cosecha	6300	75,9%	Metros cuadrados
Casa	120	0,14%	Metros cuadrados
Bodega	60	0,7	Metros cuadrados
Almacén de herramientas	30	0,35	Metros cuadrados
Tostadora	60		Terreno aparte
Puntos de venta Cafetería Mongua	50		
Punto de venta Sogamoso	90		

Fuente: Autoría propia.

Disponibilidad de Insumos.

La materia prima que vamos a utilizar principalmente van hacer las semillas de café las cuales se van a comprar directamente en la asociación nacional de cafeteros ya que ellos ofrecen la posibilidad de comprar semillas totalmente orgánica así con esto ofrecer la garantía de que nuestro producto no contiene ningún tipo de fermentación ni de fumigo los cuales puedan afectar la calidad del producto se va a contar con un stock de producción de aproximadamente 25 bultos que van a ser guardados en la bodega y con esto poder tener el

insumo necesario para poder contar con el producto fresco para la cafetería y poder siempre ofrecer el mejor producto a nuestros clientes,

La cafetería orgánica nos da la posibilidad de cada término arreglo rotación constante ya que el producto es muy apetecido en la región de acuerdo al estudio del mercado que se ha realizado, más sin embargo en la finca de producción se va a tener un inventario el cual se va a rotar cada seis meses que es el tiempo de cosecha para que la semilla esté siempre fresca y podamos utilizar los mejores productos y la mejor materia prima.

Tabla 3

Disponibilidad de insumos.

Insumos	Proceso	Cantidad Procesada	Rotación	Inventario
Grano de café secado	Tostado	30 kg	10 kg	120 kg
Bolsas de empaque	Empacado	4200 und	70 und	2100 und
Leche	Cafetería/ productos preparados	10 L	1L	9L
Agua	Cafetería/ productos preparados	10L	1L	9L
Azúcar	Cafetería/ productos preparados	1kg	0,1 kg	1 kg
productosCacao polvo	Cafetería/ productos preparados	2kg	0,5kg	2kg
Crema de lecha	Cafetería/ productos preparados	10 L	1L	9L
Elementos de compañía	Cafetería/ productos preparados	No se procesa, son comprados por terceros por no ser el foco de la compañía. Pero se deja un inventario diario de 10 und de diferentes panes.		

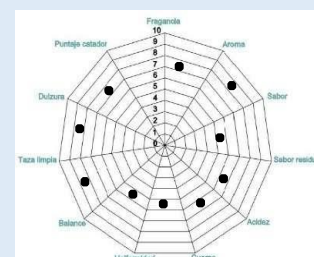
Fuente: Autoría propia.

A continuación, se presenta de manera detallada una ficha técnica del producto base del presente proyecto.

Figura 6

Ficha técnica del producto.

Fecha: 27/11/2022		CAFÉ ORGANICO MONGUA		
DATOS DEL PRODUCTOR	Nombre (Productor)	CAFÉ MONGUA		
	Nit	NO ASIGNADO AUN		
	Departamento	BOYACA		
	Municipio	MONGUA-SOGAMOSO		
ANÁLISIS FÍSICO	Vereda/Predio	Corregimiento Bilbao		
	Variedad	ORGANICO ARABICA		
	Humedad	% 11,8		OBSERVACIONES Café Mongua se caracteriza por ser un café certificado y 100% orgánico cultivado bajo estándares de calidad con cuidado de medio ambiente y con 0 aditivos o pesticidas
	Malla	#14-1	8	
	Almendra total	g245	,3	
	Almendra sana	g231	,2	
	Broca	g2.5		
		% 1.01		
	Pasilla	g5,8		
		% 2,3		
Tostión	Media			
Molienda	Media			
ANÁLISIS SENSORIAL	Fragancia Aroma	dulce, caramelo, chocolate y frutos rojos.		
	Sabor	Dulce, panela, chocolate, avellanas, almendra		
	Acidez	Acidez cítrica media		
	Cuerpo	Delicado		
CARACTERISTICAS DEL PROCESO PRODUCTIVO	<p>El proceso productivo lo iniciamos con una Elección de la variedad del café, siempre teniendo en cuenta la calidad que se quiere obtener, exigiéndonos que el suelo sea el apropiado, la siembra del cultivo se realiza en las fechas programadas, el sombreado del café debe ser el adecuado, así como la fertilización siempre tiene que ser orgánica con productos de la misma finca, los cuidados son especiales y la cosecha como tal tiene un proceso de pos cosecha como el despulpado y fermentado, luego lavado y la clasificación después de esto seguimos con un proceso de secado para que quede el café pergamino o el grano verde después de tener el grano verde se realiza el proceso de tueste del café en dónde se sintetizan y se escoge el producto de la mejor calidad para que esté ya sea distribuido a la cafetería después de la molienda y realizar la comercialización a los puntos de venta y la distribución general a Mongua y a Sogamoso, dónde va a llegar a las cafeterías y allí se va a ofrecer en diferentes presentaciones y preparaciones.</p>			



<p>CARACTERISTICAS FINALES DEL PRODUCTO</p>	<p>Empaque: sacos de yute. Peso: 45 Kg/saco. Almacenamiento: 18-25°C, 60-75% H.R. Olor: característico libre de olores extraños ajenos al producto. Limpieza: grano</p>	
<p>PRODUCTO FINAL</p>	<p>En nuestra cafetería vamos a ofrecer diferentes presentaciones de café: Tinto Tinto colonial Postres Galletería Frape Helado Café molido</p>	   
<p>INSTALACIONES</p>	<p>Queremos darle a nuestro consumidor final un ambiente sano y básicamente que todo el ambiente se sienta orgánico por esta razón vamos a utilizar una temática ambiental en donde se incluyan muchas plantas que la presentación de nuestros productos se identifique por tener productos biodegradables los estantes y las vitrinas van hacer en madera con poca utilización de vidrio, sino que los productos van a estar al alcance de la mano de los clientes. Como referencia vamos a tomar fuente de ideas la cafetería cafeto muy reconocida en el país fuente: (CAFETO, s.f.)</p>	

Fuente: (Café Mesa de los Santos, 2022)

Tabla 4*Ficha técnica de los productos.*

Producto	Insumos	Cantidad por Unidad	Costo	
Bolsa de café 250gr molino fino	Grano de café	250 gr	\$ 3950	\$23.450
	Procesado por maquinas		\$ 8000	
	Insumos de servicio		\$ 11500	
Bolsa de café 250gr molino mediano	Grano de café	250 gr	\$ 3950	\$23.450
	Procesado por maquinas		\$ 8000	
	Insumos de servicio		\$ 11500	
Bolsa de café 250gr molino grueso	Grano de café	250 gr	\$ 3950	\$23.450
	Procesado por maquinas		\$ 8000	
	Insumos de servicio		\$ 11500	
Bolsa de café 500gr molino fino	Grano de café	500 gr	\$ 7900	\$41.100
	Procesado por maquinas		\$ 14000	
	Insumos de servicio		\$ 19200	
Bolsa de café 500gr molino mediano	Grano de café	500 gr	\$ 7900	\$41.100
	Procesado por maquinas		\$ 14000	
	Insumos de servicio		\$ 19200	
Bolsa de café 500gr molino grueso	Grano de café	500 gr	\$ 7900	\$41.100
	Procesado por maquinas		\$ 14000	
	Insumos de servicio		\$ 19200	
Cappuccino	Agua	30 ml	\$ 20	\$1722
	Café	3 gr	\$270	
	Crema de leche	40 ml	\$776	
	Leche	150 ml	\$656	
Mocaccino	Agua	30 ml	\$20	\$1589
	Café	3 gr	\$270	
	Leche	200 ml	\$874	
	Cacao	5 gr	\$425	
Late	Agua	60 ml	\$40	\$1634
	Café	8 gr	\$720	
	Leche	200 ml	\$874	
Expreso	Agua	30 ml	\$20	\$290
	Café	3 gr	\$270	
Americano	Agua	180 ml	\$120	\$1200
	Café	12 gr	\$1080	
Flat	Agua	160 ml	\$105	\$1669
	Café	15 gr	\$1350	
	Leche	50 ml	\$214	

Fuente: Autoría propia.

Esta tabla entrega el costo de producir una taza lo que equivale a 240 ml de alguna de los productos, Este es el costo de producción sin tener en cuenta, el costo de mano de obra

Sabemos que el proceso de cultivo y producción del café orgánico para su comercialización en nuestras cafeterías en el municipio de Mongua tiene que ver un 70% con producción manual es decir que la mano de obra de los cultivadores y cosechadores es la más importante, ya que esto garantiza que el proceso sea orgánico, más sin embargo en la empresa se va tecnificar los procesos para minimizar costos en el precio final de nuestro producto dándole siempre calidad al cliente para esto se hace necesario adquirir la siguiente maquinaria:

Equipos.

- Maquina despulpadora
- Zaranda
- Tanque de fermentación
- Fermentador
- Maquina tostadora
- Molinos de discos
- Tanques de agua lluvias residuales y potables
- Tubería agua y gas
- “Herramientas como palas, picadoras, palines, estacas de madera, machetes, etc” (Arcila, 2010, p. 85)

Tabla 5*Descripción de maquinaria y elementos operativos.*

Conceptos	Cantidad	Valor Total
Despedregador: maquina diseñada para retirar residuos de los granos de café.	1	3'105.815
Seleccionadora gravimétrica: se usa para seleccionar por gravedad los granos de café de mejor calidad de la cosecha.	1	3'702.453
Beneficiadora: diseñada para realizar el proceso de beneficiado de café.	1	5'211.616
Despulpadora: salida se usa para realizar el proceso de beneficiado de café.	1	3'193.550
Separador de café: máquina que separa los granos verdes del café con los granos secos del mismo haciendo recirculación.		2'930.324
Lavadora de café: máquina que limpia el grano de café de las impurezas.	1	5'255.487
Secadora de café: máquina que seca el grano del café después del lavado.	1	8'133.424
Pulidora y piladora: máquina encargada de pulir los granos de café para su posterior proceso de tueste y empaçado.	1	4'079.970
Tostadora: máquina tostadora de granos de café.	1	7'580.650
Enfriadora de café: máquina que enfría los granos de café para su empaçado posterior.	1	6'411.166.
Molino empacador de café: máquina que muele y envasa al vacío tanto el café molido como el café en grano tostado.	1	6'468.732
Total de la Inversión		56,073,187

Fuente: Autoría propia.

Tabla 6*Maquinaria y equipos para el proyecto.*

Conceptos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tostador de tambor	1	\$ 19.350.000,00	\$ 19.350.000,00
Molino de disco	3	\$ 8.777.973,00	\$ 26.333.919,00
Envasadora vertical	1	\$ 5.250.000,00	\$ 5.250.000,00
Máquina de café	2	\$ 5.409.000,00	\$ 10.818.000,00
Licuada industrial	1	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00
Nevera	1	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00
Batidora	2	\$ 219.000,00	\$ 438.000,00
Horno	1	\$ 365.415,00	\$ 365.415,00
Total			\$ 68.131.334,00

Fuente: Autoría propia.***Tostado.***

En este proceso se calienta el grano de café, para obtener su color característico. Se otorga su aroma y sabor particular. Ya sea con sabores fuertes o suaves.

A continuación, se presenta la ficha técnica del equipo que se utilizaría para este proceso en el proyecto.

Figura 7

Ficha técnica tostadora a tambor para café.

Ficha Técnica	
Nombre Máquina	Tostadora a Tambor
Peso	500 kg
Capacidad de grano procesar	10 kg
Tiempo de tueste	10 – 15 min
Modelo	ING-NMR-12
Dimensiones	Largo: 1900mm Ancho: 1075mm Alto: 1810 mm
Producción	40kg/h
Consumo	Consumo eléctrico: 0,8 a 1 Kw/h Consumo gas natural: 1 a 1,5 m3/h Consumo gas butano: 0,7 a 1,3 kg/h



Fuente: (DISCAF-TN-8 PLUS, 2022)

Molido.

En el proceso de molido, se determina el cómo será consumido el café por los clientes. Quienes tengan prensas francesas, cafeteras de grano grueso o simplemente con el uso de papel filtro y goteo. Por lo tanto, se realizan tres molidos en la producción, cada uno en una máquina. Es decir, se tendrán tres máquinas en esta parte del proceso.

- Molido fino
- Molido grueso
- Molido mediano

A continuación, se presenta la ficha técnica del equipo que se utilizaría para este proceso en el proyecto.

Figura 8

Ficha técnica de molino de disco para café.

Ficha Técnica		
Nombre Máquina	Molino de Disco	
Peso	240 kg	
Capacidad de grano procesar	7 kg	
Tiempo de molido	10 – 15 min	
Modelo	DM&NBSP;400	
Dimensiones	Largo: 630 mm Ancho: 520mm Alto: 1050 mm	
Producción	30 kg/h	
Consumo	Consumo eléctrico: 1,8 a 2 Kw/h	


Fuente: (El molino de discos DM 400 - Retsch: potente molienda y diseño robusto, 2022)

Empacado.

Sera teniendo en cuenta que las bolsas son solicitadas de un proveedor externos ya marcadas y etiquetadas. Donde solo se encarga del envasado y sellado por el tipo de molido.

Figura 9

Ficha técnica máquina de envasado de café.

Ficha Técnica		
Nombre Máquina	Envasadora Vertical De Café	
Peso	800 kg	
Dimensiones de Bolsa	L 80-400mm A 80-250mm	
Voltaje	220 v	
Modelo	SF-2.0T	
Dimensiones	Largo: 530 mm Ancho: 620mm Alto: 1800 mm	
Tiempo por bolsa	70 por min	
Consumo	Consumo eléctrico: 4 a 5 Kw/h	

Fuente: (Envasadoras Verticales De Cafe, 2022)

A continuación, se presenta una serie de maquinaria o equipos necesarios para realizar la preparación de bebidas al interior de la cafetería:

Cafetera

Figura 10

Ficha técnica cafetera.

Ficha Técnica		
Nombre Máquina	Cafetera Espresso	
Peso	10,5 kg	
Capacidad de Agua	2l	
Tiempo de Taza	3 – 10 min	
Modelo	BES870	
Dimensiones	Largo: 380 mm Ancho: 315mm Alto: 404 mm	
Taza	2	
Consumo	Consumo eléctrico: 4 a 5 Kw/h	

Fuente: (Cafetera Breville The Barista Express, 2022)

Otros Utensilios diferentes a la Capacidad Instalada de Producción.

Son necesarios para la preparación, pero no afectan a la capacidad o volumen de elaboración de la cafetería. Ya que no son constante en la actividad, sino que funcionan bajo el pedido de los clientes y estos se trabajan transversal a las elaboraciones principales.

- Licuadora industrial: tiene un costo de \$576.000; es de gran utilidad al momento de elaborar preparaciones frías, ya que permite el triturado del hielo y de igual manera nos brinda la ventaja de preparar productos a base de café u otros ingredientes, como jugos naturales, granizados, postres, entre otros tantos, al igual que permite elaborar estos en grandes cantidades para la atención eficaz y rápida de nuestros clientes.

- Nevera: tiene un valor de \$5.000.000 la cual nos permite el almacenamiento, refrigeración y preservación de productos elaborados a base de café, al igual de productos perecederos que se utilicen en la elaboración de estos.

Capacidad de Producción e Infraestructura Instalada.

Tabla 7

Capacidad de producción e infraestructura instalada para el proyecto.

Conceptos	Unidad de medida	Valores
Área	Metros cuadrados	300 m ²
% de espacio utilizado	Porcentaje	74%
Bolsas empacadas de 250kg	Unidades x hora	2100
Bolsas empacadas de 500kg	Unidad x hora	2100
Taza de café	Unidad x hora	16
Café procesado	Kilogramos x hora	30 kg

Fuente: Autoría propia.

Se debe tener en cuenta que para la implementación de la finca productora de café se debe adecuar de una fuente hídrica que sea favorable para mantener las cosechas, por esta razón se va a implementar un sistema de riego y de tratamiento de agua reciclable a través de la recolección en tanques y debido proceso de tratamiento de aguas, por esta razón se da un valor aproximado de 18.000.000 para su debida instalación y materiales.

Adicional, nos percatamos de relacionar y tener en cuenta los valores en mano de obra y obreros que se van a encargar de las adecuaciones de sistemas hídricos eléctricos y de gas.

Distribución de Áreas de Producción.

Tabla 8

Distribución de las áreas para la producción.

Zonas dentro de Finca de Cosecha	Área de cada Zona (m ²)
Recepción	6
Almacén de materia prima	120
Terreno de cosecha	6300
Bodega herramientas	80

Fuente: Autoría propia.

Personal Punto de Venta y Administrativo.

Tabla 9

Proyección y costo de empleados.

Cargo	Costo Unitario	Cantidad	Costo Real	Tipo Mano de Obra
Barista	\$ 1.732.579,99	2	\$ 3.465.159,98	Directa
Cajero	\$ 1.976.607,99	1	\$ 1.976.607,99	Directa
Administrador	\$ 2.815.073,52	1	\$ 2.815.073,52	Directa
Operario	\$ 1.527.237,45	7	\$ 10.690.662,15	Directa
Auxiliar administrativo	\$ 2.048.895,45	1	\$ 2.048.895,45	Directa
Auxiliar de bodega	\$ 1.864.341,21	1	\$ 1.864.341,21	Directa

Fuente: Autoría propia.

Personal de Producción.

Tabla 10

Personal y costos para la producción.

Cargo	Costo Unitario	Cantidad	Costo Real	Tipo Mano de Obra
Plantadores	\$ 1.00.000,00	10	\$ 10.00.000,00	Directa
Cosechadores	\$ 1.00.000,00	1	\$ 10.00.000,00	Directa
Degustador	\$ 2.815.073,52	1	\$ 2.815.073,52	Directa
Curador y personal de tueste	\$ 1.527.237,45	3	\$ 10.690.662,15	Directa
Operarios de empaçado	\$ 1.000.000,00	5	\$ 5.000.000,00	Directa
Analista de calidad	\$ 1.864.341,21	1	\$ 1.864.341,21	Directa
Conductor	\$ 1.000.000,00	1	\$ 1.000.000,00	Directa
Distribuidor	\$ 1.000.000,00	1	\$ 1.000.000,00	Directa

Fuente: Autoría propia.

Para tener los procesos eficientes se propone una estructura orgánica circular para hacer énfasis en el proceso de talento humano y proponiendo una estructura de alta gerencia como parte para leer a a las otras áreas no como parte céntrica o principal

Figura 11

Estructura orgánica circular del proyecto.



Fuente: Autoría propia.

Tabla 11*Proyección de costos de nómina.*

Cargo	Ingresos			Seguridad social (Aportes Empresa)					Aportes Parafiscales			Provisión Prestaciones sociales (Empresa)				Pago Empleado	Costo Total empresa	
	Salario base mensual	Días liquid.	Salario	Subsidio de transporte	Salud	Pensión	Salud	Pensión	Accesos	Caja de compensac.	ICBF	Salud A	Cesantías	Intereses sobre las cesantías	Prima de servicios			Vacaciones
					4%	4%	8,50%	12%	0,522%	4%	3%	2%	8,33%	12%	8,33%	4,17%		
Barista	\$1.214.041	30	\$1.214.041	\$117.172	\$48.562	\$48.562	\$103.193	\$145.685	\$6.337	\$48.562	\$36.421	\$24.281	\$110.934	\$13.312	\$110.934	\$50.585	\$1.082.335	\$1.732.580
Cajero	\$1.399.818	30	\$1.399.818	\$117.172	\$55.993	\$55.993	\$118.985	\$167.978	\$7.307	\$55.993	\$41.995	\$27.996	\$126.416	\$15.170	\$126.416	\$58.326	\$1.230.027	\$1.976.608
Administrador	\$2.143.098	30	\$2.143.098	\$0	\$85.724	\$85.724	\$182.163	\$257.172	\$11.187	\$85.724	\$64.293	\$42.862	\$178.592	\$21.431	\$178.592	\$89.296	\$1.703.763	\$2.815.074
Operario	\$1.057.715	30	\$1.057.715	\$117.172	\$42.309	\$42.309	\$89.906	\$126.926	\$5.521	\$42.309	\$31.731	\$21.154	\$97.907	\$11.749	\$97.907	\$44.071	\$958.055	\$1.527.237
Auxiliar administrativo	\$1.454.850	30	\$1.454.850	\$117.172	\$58.194	\$58.194	\$123.662	\$174.582	\$7.594	\$58.194	\$43.646	\$29.097	\$131.002	\$15.720	\$131.002	\$60.619	\$1.273.778	\$2.048.895
Auxiliar de bodega	\$1.314.350	30	\$1.314.350	\$117.172	\$52.574	\$52.574	\$111.720	\$157.722	\$6.861	\$52.574	\$39.431	\$26.287	\$119.294	\$14.315	\$119.294	\$54.765	\$1.162.080	\$1.864.341

Fuente: Autoría propia.

Descripción de Equipos de Oficina.

Tabla 12

Equipos de oficina o adicionales.

Conceptos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Vitrina	1	\$ 5.940.000,00	\$ 5.940.000,00
Mesas	10	\$ 214.789,00	\$ 2.147.890,00
Sillas	40	\$ 115.000,00	\$ 4.600.000,00
Computador	1	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00
Máquina registradora	1	\$ 3.240.000,00	\$ 3.240.000,00
Impresora	1	\$ 750.000,00	\$ 750.000,00
Estantería	10	\$ 92.900,00	\$ 929.000,00
Carretilla	2	\$ 3.200.000,00	\$ 6.400.000,00
Canastillas de almacenamiento	72	\$ 49.500,00	\$ 3.564.000,00
Escaleras	1	\$ 470.000,00	\$ 470.000,00
Insumos de papelería	1	\$ 1.300.000,00	\$ 1.300.000,00
Silla de oficina	1	\$ 230.000,00	\$ 230.000,00
Mesa de oficina	1	\$ 432.000,00	\$ 432.000,00
Utensilios de cocina	1	\$ 12.000.000,00	\$ 12.000.000,00
Total			\$ 43.202.890,00

Fuente: Autoría propia.

Procesos Pre -Operativos.

Certificado de Uso del Suelo.

Cabe señalar que este se tramita en el Departamento Administrativo de Planificación Municipal, más estrictamente en la Subdirección de Ordenamiento Urbanístico.

Concepto o Licencia Ambiental.

La licencia ambiental avala que el beneficiario cumple con los requisitos y obligaciones que se establezcan ante la prevención, mitigación, corrección, indemnización y

funcionamiento de los efectos del medio ambiente del plan, obra o actividad autorizada; para profundizar en los requisitos al respecto, puede consultar el editorial Solicitud de licencia ambiental: es decir lo cual debería hacer para hacer el trámite.

Concepto Sanitario.

Una vez que se intente la venta de alimentos, es fundamental que el comerciante se acerque a la alcaldía de la metrópoli o municipio donde radica, pida la información que corresponde a los cursos de manipulación de alimentos y, de igual manera, solicite la visita del nosocomio zonal.

Para más información acerca del precio y los documentos a considerar para solicitarlo, puede consultar el editorial Certificación Sanitaria: documentos que las entidades tienen que considerar para su acreditación.

Certificado de Sayco & ACINPRO.

Este último aval debería ser tramitado una vez que en el establecimiento se pretenda hacer uso público de obras musicales o en clip de video, como costo añadido del comercio.

Proyecciones de Ventas.

Demanda: para la estimación de la demanda se establece la población de la ciudad, dato extraído del DANE. Esperando tener un impacto en el 30% de la población. Para proyectar esta demanda a los próximos años, se espera dependiendo del comportamiento del IPC un crecimiento.

Los costos variables fueron calculados por el costo de compra de un paquete normal de los insumos en supermercado Éxito, los cuales pueden variar al comprarse al por mayor.

Tabla 13*Proyecciones de venta a corto plazo.*

Productos	Año 1	Año2	Año 3	Participación (%)
Bolsa de café 250gr molino fino	8380	9402	10549	11%
Bolsa de café 250gr molino mediano	10707	12013	13479	14%
Bolsa de café 250gr molino grueso	8672	9730	10917	11%
Bolsa de café 500gr molino fino	8744	9811	11007	11%
Bolsa de café 500gr molino mediano	9136	10250	11501	12%
Bolsa de café 500gr molino grueso	8440	9470	10625	11%
Cappuccino	4624	5188	5821	6%
Mocaccino	3596	4035	4527	5%
Late	3083	3459	3881	4%
Expreso	4624	5188	5821	6%
Americano	6165	6917	7761	8%
Flat	2055	2306	2587	3%

*Fuente: Autoría propia.***Tabla 14***Cálculo de la demanda del producto.*

Cálculo de la Demanda para el Departamento de Boyacá - Colombia	
Población objetivo	1.278.107
Consumo promedio de café al día	2
Total consumo	2.556.214
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	30%
Total demanda potencial	766.864

Fuente: Autoría propia.

Tabla 15*Proyección de ventas primer año.*

Productos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Bolsa de café 250gr molino fino	5027	5557	6235	6814	7460	8061	8691	9303	9927	10542	11163	11781
Bolsa de café 250gr molino mediano	6252	7015	7870	8660	9492	10295	11117	11926	12744	13556	14371	15185
Bolsa de café 250gr molino grueso	5064	5682	6375	7014	7688	8339	9004	9660	10322	10980	11640	12299
Bolsa de café 500gr molino fino	5106	5729	6427	7072	7752	8407	9079	9739	10407	11070	11736	12401
Bolsa de café 500gr molino mediano	5335	5985	6716	7389	8099	8784	9486	10176	10874	11567	12263	12957
Bolsa de café 500gr molino grueso	4928	5530	6204	6827	7483	8116	8764	9401	10046	10686	11329	11970
Cappuccino	2700	3029	3399	3740	4099	4446	4801	5150	5504	5854	6207	6558
Mocaccino	2100	2356	2644	2909	3188	3458	3734	4006	4281	4553	4827	5100
Late	1800	2020	2266	2493	2733	2964	3201	3434	3669	3903	4138	4372
Expreso	2700	3029	3399	3740	4099	4446	4801	5150	5504	5854	6207	6558
Americano	3600	4039	4532	4987	5466	5928	6401	6867	7338	7806	8275	8744
Flat	1200	1346	1511	1662	1822	1976	2134	2289	2446	2602	2758	2915

Fuente: Autoría propia.

Tabla 16*Proyección de ingresos por ventas.*

Productos	Ingresos		
	año 1	Año2	Año 3
Bolsa de café 250gr molino fino	8380	9402	10549
Bolsa de café 250gr molino mediano	10707	12013	13479
Bolsa de café 250gr molino grueso	8672	9730	10917
Bolsa de café 500gr molino fino	8744	9811	11007
Bolsa de café 500gr molino mediano	9136	10250	11501
Bolsa de café 500gr molino grueso	8440	9470	10625
Cappuccino	4624	5188	5821
Mocaccino	3596	4035	4527
Late	3083	3459	3881
Expreso	4624	5188	5821
Americano	6165	6917	7761
Flat	2055	2306	2587

Fuente: Autoría propia.

Precio de Venta.

Tabla 17

Cálculo de precio de venta.

	Productos					
	Bolsa de café 250gr molino fino (11%)	Bolsa de café 250gr molino mediano (14%)	Bolsa de café 250gr molino grueso (11%)	Bolsa de café 500gr molino fino (11%)	Bolsa de café 500gr molino mediano (12%)	Bolsa de café 500gr molino grueso (11%)
	Total costos fijos	\$ 14.375.691,51	\$ 18.367.274,54	\$ 14.877.093,32	\$ 14.999.749,1	\$ 15.672.274,9
Total costos variables	\$ 196.511.303	\$ 251.075.022	\$ 203.365.313	\$ 359.369.952	\$ 375.482.592	\$ 346.893.947
Número de unidades	8380	10707	8672	8744	9136	8440
Costo total promedio unitario	\$ 25.165,47	\$ 25.165,47	\$ 25.165,47	\$ 42.815,47	\$ 42.815,47	\$ 42.815,47
Costo promedio unitario	\$ 1.715,47	\$ 1.715,47	\$ 1.715,47	\$ 1.715,47	\$ 1.715,47	\$ 1.715,47
Costo variable unitario	\$ 23.450	\$ 23.450	\$ 23.450	\$ 41.100	\$ 41.100	\$ 41.100
Precio de venta sin IVA	\$ 32.715,12	\$ 32.715,12	\$ 32.715,12	\$ 55.660,12	\$ 55.660,12	\$ 55.660,12
Precio de venta con IVA	\$ 38.930,99	\$ 38.930,99	\$ 38.930,99	\$ 66.235,54	\$ 66.235,54	\$ 66.235,54
Margen de utilidad promedio	30%	30%	30%	30%	30%	30%
Punto de equilibrio en unidades	929	1186	961	597	624	576

Continuación de la tabla.

	Productos					
	Cappuccino (6%)	Mocaccino (5%)	Late (4%)	Expreso (6)	Americano (8%)	Flat (3%)
Total costos fijos	\$ 7.932.230,05	\$ 6.169.512,26	\$ 5.288.153,37	\$ 7.932.230,05	\$ 10.576.306,74	\$ 3.525.435,58
Total costos variables	\$ 7.962.407	\$ 5.714.664	\$ 5.037.001	\$ 1.340.940	\$ 7.398.288	\$ 3.429.928
Número de unidades	4624	3596	3083	4624	6165	2055
Costo total promedio unitario	\$ 3.437,47	\$ 3.304,47	\$ 3.349,47	\$ 2.005,47	\$ 2.915,47	\$ 3.384,47
Costo promedio unitario	\$ 1.715,47	\$ 1.715,47	\$ 1.715,47	\$ 1.715,47	\$ 1.715,47	\$ 1.715,47
Costo variable unitario	\$ 1.722	\$ 1.589	\$ 1.634	\$ 290	\$ 1.200	\$ 1.669
Precio de venta sin IVA	\$ 4.468,72	\$ 4.295,82	\$ 4.354,32	\$ 2.607,12	\$ 3.790,12	\$ 4.399,82
Precio de venta con IVA	\$ 5.317,77	\$ 5.112,02	\$ 5.181,64	\$ 3.102,47	\$ 4.510,24	\$ 5.235,78
Margen de utilidad promedio	30%	30%	30%	30%	30%	30%
Punto de equilibrio en unidades	2206	1751	1491	2820	3195	988

Fuente: Autoría propia.

Capital de Trabajo.

Tabla 18

Análisis financiero del proyecto.

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos (\$)	1.719.501.441	1.926.048.819	2.161.026.775	2.376.015.154	2.603.932.734	2.823.037.819	3.047.937.388	3.268.936.703	3.492.520.079	3.714.373.458	3.937.376.968	4.159.612.290
Costo de producción	78.587.993	88.033.321	98.773.386	108.602.732	119.020.987	129.037.773	139.318.509	149.421.568	159.642.338	169.784.299	179.978.653	190.138.013
Total ingresos	1.640.913.448	1.838.015.498	2.062.253.389	2.267.412.422	2.484.911.747	2.694.000.045	2.908.618.878	3.119.515.135	3.332.877.741	3.544.589.159	3.757.398.315	3.969.474.277
Egresos (\$)												
Compra materia prima e insumos	1.032.919.079	1.156.988.540	1.298.141.142	1.427.282.953	1.564.193.450	1.695.808.909	1.830.906.046	1.963.659.688	2.097.965.987	2.231.232.803	2.365.190.686	2.498.686.997
Remuneración personal operativo	14.155.822	14.155.822	14.155.822	14.155.822	14.155.822	14.155.822	14.155.822	14.155.822	14.155.822	14.155.822	14.155.822	14.155.822
Gastos generales de operación	11.363.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Remuneración administrativos	8.704.918	8.704.918	8.704.918	8.704.918	8.704.918	8.704.918	8.704.918	8.704.918	8.704.918	8.704.918	8.704.918	8.704.918
Gastos de administración												
Gastos financieros												
Gastos de marketing	1.200.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Otros gastos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total egresos												
Flujo mensual (diferencia Ingresos y Egresos.)	572.570.628	657.866.218	740.951.506	816.968.729	897.557.557	975.030.395	1.054.552.092	1.132.694.707	1.211.751.014	1.290.195.615	1.369.046.888	1.447.626.540
Flujo mensual	572.570.628	657.866.218	740.951.506	816.968.729	897.557.557	975.030.395	1.054.552.092	1.132.694.707	1.211.751.014	1.290.195.615	1.369.046.888	1.447.626.540
Flujo mensual acumulado	1.068.342.819	495.772.191	162.094.026	903.045.533	1.720.014.262	2.617.571.818	3.592.602.214	4.647.154.305	5.779.849.012	6.991.600.026	8.281.795.641	9.650.842.529

Fuente: Autoría propia.

Inversiones.**Tabla 19***Inversión total.*

Rubro	Concepto	Valor
	Maquinaria y equipo	\$ 68.131.334,00
Activos fijos	Equipo de oficina	\$ 10.392.000,00
	Muebles y enseres	\$ 36.050.890,00
	Adecuación del local o espacio de producción	\$3.000000
Instalaciones y puesta en marcha	Marketing	\$ 12.000000
	Arriendo	\$ 12.300.000
	Sueldos	\$ 22.860.740,30
Capital de trabajo	Es la sumatoria de los flujos de caja negativo	\$ 1.564.115.011

Fuente: Autoría propia.

Conclusiones

Durante el proyecto emprendimiento de café orgánico desde la fase 1 a la fase 6 se ha realizado un estudio de mercado donde nos ha permitido relacionar la importancia de gestionar un proyecto para el emprendimiento de la sociedad generando sostenibilidad empleo y beneficios para los agricultores. se ha aprendido proyectar financieramente los costos los presupuestos para poner en marcha este negocio

Nos pudimos dar cuenta que el café orgánico es muy apetecido por los boyacenses por lo que nos llevaría al éxito la idea plantada

Referencias Bibliográficas

Arcila, S. (2010). Plan de negocio para la comercialización de café orgánico cultivado en el municipio de Anolaima Cundinamarca. Administración de Empresas, 126.

Café Mesa de Los Santos – Café Orgánico de Colombia. (2022). [Café Mesa de los Santos].
[//www.cafemesadelossantos.com/](http://www.cafemesadelossantos.com/)

Cafetera Breville The Barista Express. (2022). MercadoLibre.

<https://www.mercadolibre.com.co/cafetera-breville-the-barista-express-bes870-super-automatica-black-sesame-expreso-110v-120v/p/MCO14274966>

DISCAF-TN-8 PLUS. (2022, octubre 10).

Expertosencafe.

<https://www.expertosencafe.com/discap-tn8-plus>

El molino de discos DM 400—Retsch: Potente molienda y diseño robusto. (2022, octubre 12).<https://www.retsch.es/es/productos/molienda/molinos-de-discos/dm-400/>

Envasadoras Verticales De Cafe. (2022, octubre 12). <https://www.samfulles.com/envasadora-de-cafe/ground-coffee-vffs-machine.html>