

# COMERCIALIZADORA DE CAFÉ ESPECIAL LOANY TOY

*"Calidad en sus manos"*



YULY ANDREA MADRIGAL GUZMAN

1.110.175.980

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD  
TECNOLOGIA EN GESTION COMERCIAL Y DE NEGOCIOS  
PROYECTO DE GRADO  
2014

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN

INTRODUCCION

EL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

1.1 planteamiento del problema

1.2 formulación del problema

1.3 descripción de alternativas de solución

1.3.1 Selección y justificación de la mejor alternativa

1.3.2 planteamiento de la oportunidad de negocio

JUSTIFICACION Y TERMINOS DE REFERENCIA

2.1 RECONOCIMIENTO DEL ENTORNO

OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

3.2 objetivos específicos

PROCEDIMIENTOS METODOLOGICOS

4.1 Tipo de investigación

4.2 fuentes y técnicas para recolección de información

4.2.2 muestra

4.2.3 tipo de muestreo

4.2.4 técnicas o instrumentos a utilizar

4.2.5 fuentes de información: internas o externas (primarias o secundarias)

4.3 procesamiento de datos

ALCANCES DEL PROYECTO

5.1 Proyecciones

5.2 limitaciones

ESTUDIO DE MERCADO

EL PRODUCTO O SERVICIO

6.1.1 Características y usos

6.1.2 productos complementarios y/o sustitutos

6.1.3 análisis de precios del mercado

6.2 EL CONSUMIDOR

6.2.1 Segmentación del mercado y delimitación del área geográfica

6.2.2 características del usuario o consumidor

6.3 DETERMINACION DEL TIPO DE DEMANDA

6.3.1 Análisis de la demanda (histórica, actual, futura)

6.3.2 análisis de la oferta (histórica, actual, futura)

6.3.3 demanda insatisfecha, satisfecha o saturada

6.3.4 proyección de las cantidades a ofrecer

6.4EL COMPETIDOR U OFERENTE

6.4.1 Características de la competencia

estrategias de comercialización utilizadas por la competencia

6.5EL PROVEEDOR

- 6.5.1 Características del proveedor
- 6.5.2 análisis precios del producto
- 6.6 PLAN DE MERCADEO
  - 6.6.1 Canales de distribución a emplear
- 7. ESTUDIO TECNICO
  - 7.1 PROCESO PRODUCTIVO
    - 7.1.1 Descripción del proceso (flujo grama)
    - 7.1.2 materias primas o insumos a utilizar
    - 7.1.3 descripción de los bienes muebles e inmuebles a utilizar
    - 7.1.3 determinación de la mano de obra a utilizar
- 3. TAMAÑO DEL PROYECTO
  - 3.1 variables que determinan el tamaño del proyecto
  - 3.2 el tamaño del proyecto
- LOCALIZACION DEL PROYECTO
  - 3.3.2 Micro zona
- 3.4 ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y ADMINISTRATIVOS
  - 3.4.2 Tipo de sociedad a crear
  - 3.4.3 direccionamiento estratégico
  - 3.4.4 aspectos jurídicos
  - 3.4.5 aspectos ambientales
- 8 ESTUDIO FINANCIERO
  - 8.1 INVERSION INICIAL
    - 8.1.1 inversión en activos fijos
    - 8.1.2 inversión en Activos intangibles
  - 8.2 COSTOS OPERACIONALES
    - 8.2.1 Costos de producción
    - 8.2.2 gastos de administración anual, gastos de venta
- 4.4 CAPITAL DE TRABAJO
- 8.4 PRESUPUESTOS
  - 8.1.3 presupuesto de inversión
- 4.3 INGRESOS DEL PROYECTO
- 4.5 FUENTES DE FINANCIACION
- 4.6 PUNTO DE EQUILIBRIO
  - 4.6.1 determinación del punto de equilibrio
- 4.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTOS
- 5. EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO
  - 5.1 FLUJO DE FONDOS
  - TASA DE DESCUENTO
  - 5.3 CRITERIOS DE EVALUACION
    - 5.3.1 Valor presente neto
    - 5.3.2 tasa interna de retorno**
  - RELACION COSTOS BENEFICIO**
- CONCLUSION
- BIBLIOGRAFIA

## RESUMEN

El café ha sido la bandera de presentación ante el mundo por su calidad, aroma, textura, sabor e inigualables cualidades y nosotros queremos conservar ese legado, por otro lado la producción de café ha sido durante años la base de sustento de miles de familias que producen el grano en diferentes escalas: pequeños, medianos y grandes productores.

La gran cantidad de intermediarios que se ven al momento en que el caficultor vende su producto, los bajos precios que les ofrecen; han sido la motivación para trabajar en este proyecto que tiene como propósito disminuir los intermediarios y mejorar los precios para que ellos puedan cubrir sus necesidades y realizar inversiones en sus fincas.

Es por ello que les presentamos este proyecto en el que se analizan diversas variables entre ellas el problema u oportunidad, reconocimiento del entorno, objetivos, procedimientos metodológicos, alcances del proyecto entre otros; lo que se quiere es mostrar que un proyecto como este es viable y puede crecer año tras año.

## ABSTRACT

Coffee has been the flag presentation to the world for its quality , aroma , texture, flavor and unique qualities and we want to preserve that legacy , on the other hand the production of coffee has long been the basis of livelihood for thousands of families produce grain at different scales : small, medium and large producers.

The large number of intermediaries who are at the time the farmer sells his product , low prices offered ; have been motivated to work on this project that aims to relieve intermediaries and improve prices for them to meet their needs and invest in their farms.

That is why we present this project in which several variables including the problem or opportunity, recognition of the environment , objectives, methodological procedures , scope of the project among other analyzes ; what you want is to show that such a project is viable and can grow year after year.

## INTRODUCCION

El café llegó a Colombia a través de los jesuitas que trajeron el grano en el año 1730, el primer registro de la presencia del café se hace en las cercanías a la desembocadura del río meta en la Orinoquia, el café poco a poco se fue convirtiendo en un producto primordial dentro de las actividades comerciales colombianas además de tener gran acogida por los campesinos porque la siembra del café permitía alternar los cafetos con otros cultivos de pan coger.

Con el tiempo el café se convirtió en la bandera de Colombia ante el mundo, dado sus características únicas como su aroma, sabor, suavidad, textura entre otras, café que se cultiva y produce en el Tolima y en el municipio de Ortega.

Lo que se busca con la creación de la comercializadora de café especial loany toy es crear un proyecto para formar una empresa competitivamente viable dedicada a la comercialización de café pergamino seco, con lo que se aprovecharan las ventajas de comercializar café especial (en excelentes condiciones), además al revisar el contenido se podrá visualizar los objetivos, el análisis de mercado que se realizó, el análisis de la competencia, se mostraran las diferentes estrategias que se usaran para el desarrollo del proyecto, asimismo se mostrara la ficha del producto, el plan de producción, factores que son de suma importancia para describir el desarrollo del proyecto.

La comercialización del café pergamino seco se ve afectada por factores logísticos y procesos tecnológicos, con la creación de esta empresa se ingresara a la cadena de abastecimiento de la comercialización del café teniendo como único intermediario la comercializadora de café especial loany toy ortega tol y las grandes comercializadoras.

## EL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

### 1.1 planteamiento del problema

El café es la base del sustento de miles de familias colombianas en este caso tolimenses y ortegunas quienes producen en diferentes escalas pequeños, medianos y grandes productores muchos con mano de obra familiar o contratada; al momento de la venta del producto la comercialización del grano se ha visto afectada por la cantidad de intermediarios a la hora de vender el producto.

### 1.2 formulación del problema

- ✓ Gran cantidad de intermediarios de café en el municipio de ortega que se quedan con las ganancias de las ventas
- ✓ Falta de una organización seria que de beneficios a los productores.

### 1.3 descripción de alternativas de solución

Crear y ser una comercializadora de café especial Loany toy de reconocido prestigio regional y departamental en el año 2016 buscando el desarrollo regional y la conquista de nuevos mercados evitando los intermediarios y a su vez se disminuirán los costos de comercialización y por ende el precio de compra será más favorable para los productores.

Lograr que los productores se asocien a la comercializadora para ir creciendo como empresa. Facilitar la comercialización

#### 1.3.1 Selección y justificación de la mejor alternativa

Creación de una comercializadora de café especial ya que con los conocimientos adquiridos durante mi proceso de aprendizaje puedo desempeñarme adecuadamente como la administradora de la comercializadora.

#### 1.3.2 planteamiento de la oportunidad de negocio

Prestar el servicio de compra a los productores de las veredas de ortega y venta de café especial y tipo federación, a precios competitivos, muy favorables para el productor, disminuyendo los intermediarios y ofreciendo a los clientes una atención personalizada garantizando así un buen manejo del producto que se adquiere.

## JUSTIFICACION Y TERMINOS DE REFERENCIA

### 2.1 RECONOCIMIENTO DEL ENTORNO

Mi padre es caficultor y siempre se ha sentido inconforme con el precio que le pagan por su producto, puesto que no le alcanza para satisfacer sus necesidades básicas, además observando las tendencias de las compras de café (intermediarios) en el municipio se observa que la mayoría están orientadas a generar beneficios para ellos mismos; son compras de café con un solo propietario quien se encarga de la administración y de todo el proceso que se maneja en el negocio, limitando así la capacidad de generación de empleo. Asimismo vemos que ninguna está interesada en generarle dividendos a los productores, ni a mejorar la calidad de vida y la calidad de producción de los productores en este caso los mismo vendedores.

Anteriormente hace unos 15 años solo existían dos compras de café y ellos eran quienes satisfacían a todos los productores de café; luego podemos ver el impacto que se generó hace 08 años cuando se fueron creando otras compras que ofrecían sus servicios solo en la temporada de producción y después cerraban las puertas a los productores, actualmente estas compras de temporada se consolidaron y ofrecen sus servicios durante todo el año. Es por ello que lo que se busca con la creación de comercializadora de café especial, es mostrarles a los mismos cafeteros los beneficios que se obtienen trabajando en una asociación que les brinda confianza y mejores oportunidades con el transcurso de los años, buscando satisfacer sus necesidades y comprándoles el café pergamino seco a un precio más justo.

## OBJETIVOS

### 3.1 Objetivo general

Analizar la viabilidad de crear una empresa comercializadora de café especial tipo federación en el municipio de ortega según la oferta de café de las veredas productoras.

### 3.2 objetivos específicos

- ✓ Determinar la oferta de café especial en el municipio.
- ✓ Adecuar la infraestructura de comercialización de café especial y la ingeniería requerida para su funcionamiento.

## 1. PROCEDIMIENTOS METODOLOGICOS

#### 4.1 Tipo de investigación

Investigación explicativa: Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto

#### 4.2 fuentes y técnicas para recolección de información

Fuentes primarias: compradores del grano

Fuentes secundarias: libros de las materias que he cursado como técnicas de investigación, contabilidad, legislación laboral entre otros.

Las técnicas que se usan son el cuestionario y la observación

##### 4.2.1 población

Compradores del grano 20 en total

##### 4.2.2 muestra

$$\text{Formula } n = \frac{t^2 * p (1-p)}{m^2}$$

n = tamaño de la muestra		?
t = nivel de confiabilidad (95%)		0.95
p= porcentaje de población que se estima aceptará el producto	90%	0.9
m= margen de error	<b>5%</b>	<b>0.05</b>

$$n = \frac{0.95^2 * 0.9 (1 - 0.9)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.09025}{0.0025} = 36.1$$

##### 4.2.3 tipo de muestreo

Muestreo aleatorio simple porque todos los participantes tienen la posibilidad de ser elegidos

##### 4.2.4 técnicas o instrumentos a utilizar

Se realizara un cuestionario tipo encuesta a la muestra seleccionada

##### 4.2.5 fuentes de información: internas o externas ( primarias o secundarias)



Fuentes primarias internas: compradores del grano

Fuentes secundarias: libros de las materias que he cursado como técnicas de investigación, contabilidad, legislación laboral entre otros.

#### 4.3 procesamiento de datos

Objetivo: conocer la opinión de nuestro mercado meta con respecto a la creación de la comercializadora de café especial loany toy.

A continuación se presenta la encuesta elaborada dentro del estudio de mercado, con el objetivo de medir la evolución histórica de la demanda del café pergamino seco, la situación actual de la oferta y la demanda; todo esto con el fin de usar esta información como base para la proyección del proyecto: comercializadora de café especial loanytoy.

1. Se pregunta a las gerentes de las empresas exportadoras si estarían dispuestos a comprar el café de una empresa nueva en el mercado.

Opción de respuesta: **si** **no**

Esto se hace con el objeto de conocer la intención de compra del café

2. Se pregunta acerca de qué calidad de café que están dispuestos a comprar café pergamino seco de alta calidad tipo exportación.

Opción de respuesta: **si** **no**

Con el fin de conocer las exigencias que ellos presentan para la adquisición.

3. Se les pregunta acerca del precio que estarían dispuestos a pagar por nuestro producto.

Opción de respuesta: **3% mas alto que el precio base.** **Según el precio base**

Se desea determinar los precios del mercado para nuestro producto

4. Se les pregunta que cantidad de café pergamino seco estarían dispuestos a comprar.

Opción de respuesta: **mas de 200 kilos** **menos de 200 kilos**

Se pretende conocer el tamaño del mercado potencial

5. Se les pregunta como prefiere el empaque.

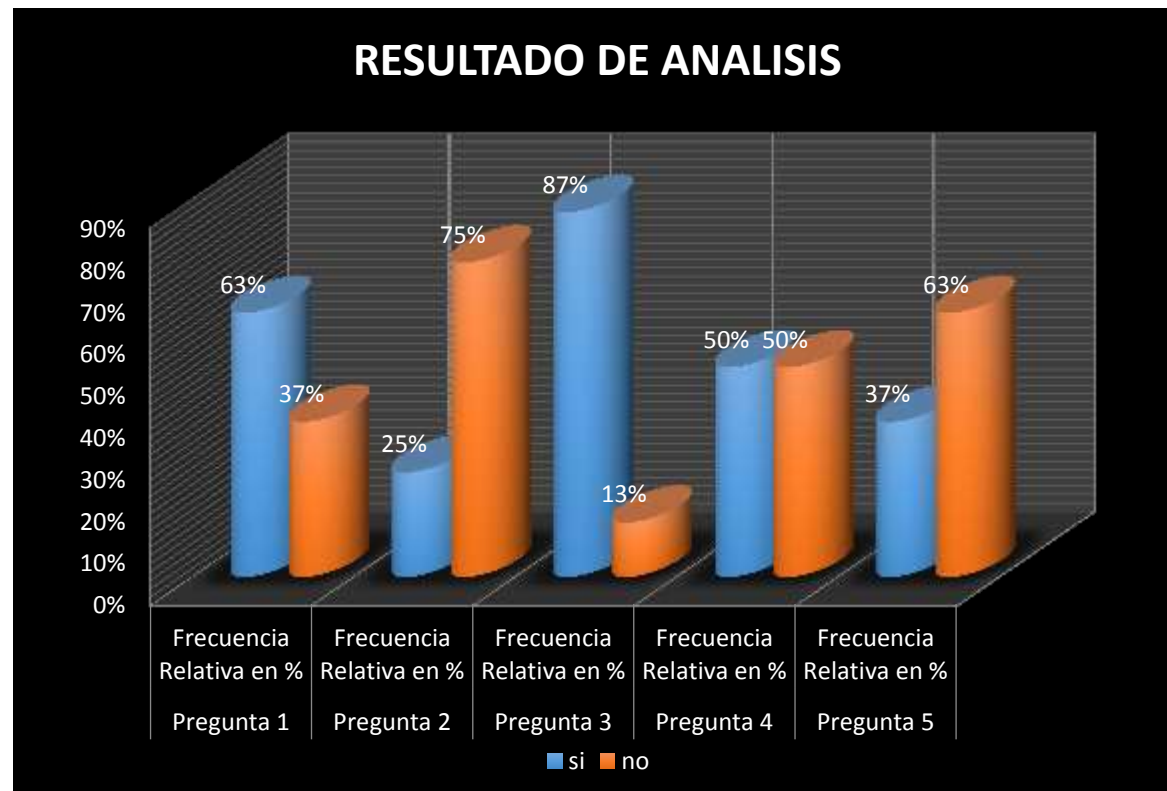
Opción de respuesta: **con capacidad de 62 kilos** **con capacidad menor a 62 kilos**

Se tendrá información acerca de cuál es el mercado potencial y las preferencias en cuanto a la presentación del café pergamino seco.

Se les agradece por su disposición y tiempo dedicado a resolver nuestras inquietudes; también con su colaboración con el crecimiento y creación de nuevas empresas en el mercado

<b>Total de la Población: 20</b>	
<b>Tamaño Muestral: 8</b>	

PREGUNTAS	PREGUNTA 1		PREGUNTA 2		PREGUNTA 3		PREGUNTA 4		PREGUNTA 5	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa en %	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa en %	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa en %	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa en %	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa en %
si	5	63%	2	25%	7	87%	4	50%	3	37%
no	3	37%	6	75%	1	13%	4	50%	5	63%
Total	8	100%	8	100%	8	100%	8	100%	8	100%



## 5 ALCANCES DEL PROYECTO

### 5.1 Proyecciones

- ❖ Existe solamente la comercializadora regional
- ❖ Mercado en crecimiento y en evolución.
- ❖ Posibilidad de acceder a líneas de crédito bancarias
- ❖ Precios competitivos
- ❖ Alta calidad del producto
- ❖ Poco personal involucrado en la operación
- ❖ Contar con socios muy productivos y activos
- ❖ Apoyo por parte del ministerio para los microempresarios

### 5.2 limitaciones

- Imagen de empresa nueva que enfrenta a competidores reconocidos con clientes fidelizados
- Falta de un musculo financiero para pagar de contado las cosechas a los asociados.
- Falta de confianza en las agremiaciones sociales
- ✓ Dineros oscuros que llegan a la comercialización del café ( lavado de dineros)
- ✓ Incertidumbre económica y social.
- ✓ Creciente rivalidad en el sector.
- ✓ Olas de calor y de invierno en la zona que afectan directamente el producto

## 6 ESTUDIO DE MERCADO

### 6.1 EL PRODUCTO O SERVICIO

ITEMS	CAFÉ ESPECIAL	CAFÉ TIPO FEDERACION
unidad de compra y de venta	kilogramo	Kilogramo
Tamaño, talla	Granos bien desarrollados, enteros, sanos, libres de daños	Granos bien desarrollados, enteros, sanos, libres de daños
Grado de maduración	Café seco de trilla	Café seco de trilla
Condiciones de calidad	Humedad entre el 10% y el 12%, 0% de infestaciones de broca viva, contenido de defectos máximo 6% (defectos mayores 2% otros defectos 4%) factor de rendimiento máximo 91 kg, merma máxima del 19%.	Humedad entre el 10% y el 12%, 0% de infestaciones de broca viva, contenido de defectos máximo 6%

	Taza limpia con características organolépticas y sensoriales de fragancia, aroma, acidez, buen cuerpo y sabor residual consistente.	(defectos mayores 2% otros defectos 4%). Taza limpia
Condiciones de entrega	Granos de café pergamino seco	Granos de café pergamino seco
Empaque	Sacos de fique de 63 kg	Sacos de fique de 63 kg
Sitio de entrega	Bodegas de los clientes	Bodegas de los clientes

### 6.1.1 Características y usos

Capacidad: es un bien de consumo y un servicio comercial

Cualidades: El pergamino del café o cascarilla es la parte que envuelve el grano inmediatamente después de la capa mucilaginosa, y representa alrededor de 12% del grano de café en base seca.

Diseño, tamaño: se puede ver el diseño es simple lo que conlleva a la facilidad del uso, es confiable ya que los sacos son revisados antes de usarlos y tiene calidad puesto que es seguro y da confianza al trasportarlos y almacenarlos

#### 6.2.1 productos complementarios y/o sustitutos

El café no tiene productos que los sustituyan, por lo que en este caso el consumidor debe aceptar el precio que se ponga si quiere disfrutar del producto, se dice entonces que la demanda es inelástica con respecto al precio.

#### 6.1.3 análisis de precios del mercado

Para la comercialización del café pergamino seco se hace necesario hacer la fijación de precios iniciales basándonos en los precios competitivos que se manejan en el mercado actual y teniendo en cuenta el análisis hecho a la competencia. Sin olvidar que el precio internacional es fijado por la bolsa de nueva york y varia diariamente; afectando de manera directa el precio interno del grano.

## 6.3 EL CONSUMIDOR

### 6.2.1 Segmentación del mercado y delimitación del área geográfica

VARIABLES DE INFLUENCIA:

El sexo y la edad tienen poca relevancia en los consumidores puesto que a cualquier edad se puede deleitar una deliciosa taza de café; en cuanto a los clientes podemos notar que la mayoría son hombres los que exigen calidad en el producto, que el producto sea de la mejor calidad y que no tenga comparación, y serán los principales demandantes del producto ya que son los propietarios.

Geográficos: al respecto podemos decir que con la creación de nuestro proyecto y puesta en marcha del mismo estaremos beneficiando a muchos productores que quieren dar a conocer su producto en otros países pero por su incapacidad de cumplimiento individualmente no pueden hacerlo; por otro lado podemos decir que son muchos los beneficios que se pueden obtener ya que no hay otra asociación con este objetivo en el municipio.

#### 6.2.2 características del usuario o consumidor

El proyecto está dirigido a favorecer a los productores del grano y se dedicará a la (compra y venta) comercialización de café especial pergamino seco (calidad extrema), como bienes de consumo en diferentes lugares del mundo.

CONSUMIDORES: en su mayoría personas que buscan satisfacer el deseo de tomarse un delicioso tinto con aroma a Colombia y con la calidad y sabor que identifica a Colombia.

CLIENTES: Propietarios de diferentes empresas que se dedican a la comercialización y exportación del café, su objetivo es mostrarle lo mejor de Colombia en el mundo en cuanto al grano.

### 6.4 DETERMINACION DEL TIPO DE DEMANDA

#### 6.3.1 Análisis de la demanda (histórica, actual, futura)

Los grandes exportadores de café siempre han buscado que el producto sea de calidad, cada día se va expandiendo debido a que la población aumenta y que cada vez son más las personas que consumen el producto, actualmente la demanda para el municipio de Ortega es de 61.000 kilos de lo que la comercializadora de café especial Loany Toy les suplirá con el 50%

#### 6.3.2 análisis de la oferta (histórica, actual, futura)

Los cafeteros del municipio de Ortega han estado y están inconformes con el precio al que venden su café, puesto que ellos trabajan duro para poder cosecharlo con el ánimo de suplir las necesidades de sus hogares; es por ello que con la creación de la comercializadora ellos estarán dispuestos a vender el café ya que obtendrán un mejor precio y mejores beneficios

### 6.3.3 demanda insatisfecha, satisfecha o saturada

Se puede notar que la mayoría de los compradores del producto se sienten insatisfechos porque no les entregan el producto en las fechas indicadas.

### 6.3.4 proyección de las cantidades a ofrecer

Proyección de ventas para 5 años

Año 1 : 24.000 kl

Año 2 : 26.040 kl

Año 3 : 28.080 kl

Año 4 : 30.120 kl

## 6.5 EL COMPETIDOR U OFERENTE

### 6.4.1 Características de la competencia

Las empresas competidoras son compras de café que:

No están organizados

No cuentan con las certificaciones exigidas,

Su comercialización está basada en la experiencia empírica.

Solo compra café en la época de la cosecha

### 6.4.2 estrategias de comercialización utilizadas por la competencia

Hace préstamos en efectivo a los vendedores (productores) fieles

Les prepara café para darles la bienvenida

Ofrece el 2% de utilidad frente a las otras compras de café

## 6.6 EL PROVEEDOR

### 6.5.1 Características del proveedor

ITEMS	CAFÉ ESPECIAL	CAFÉ TIPO FEDERACION
unidad de compra y de venta	kilogramo	Kilogramo
Tamaño, talla	Granos bien desarrollados, enteros, sanos, libres de daños	Granos bien desarrollados, enteros, sanos, libres de daños
Grado de maduración	Café seco de trilla	Café seco de trilla
Condiciones de	Humedad entre el 10% y el 12%, 0% de	Humedad entre el 10% y el

calidad	infestaciones de broca viva, contenido de defectos máximo 6% (defectos mayores 2% otros defectos 4%) factor de rendimiento máximo 91 kg, merma máxima del 19%. Taza limpia con características organolépticas y sensoriales de fragancia, aroma, acidez, buen cuerpo y sabor residual consistente.	12%, 0% de infestaciones de broca viva, contenido de defectos máximo 6% (defectos mayores 2% otros defectos 4%). Taza limpia
Condiciones de entrega	Granos de café pergamino seco	Granos de café pergamino seco
Empaque	Sacos de fique de 63 kg	Sacos de fique de 63 kg
Sitio de entrega	Bodegas de los clientes	Bodegas de los clientes

Estas características se basan en los criterios de calidad que presenta la federación nacional de cafeteros y almacafe

La materia prima se adquirirá principalmente en el tiempo de cosecha y a lo largo del año, también se almacenara en un centro de acopio que cuenta con las condiciones adecuadas para su conservación. Esto les permitirá ofrecer productos que respondan a las exigencias crecientes de calidad, costo, entrega y servicio de los clientes, y a la vez usar los recursos de la organización de manera más efectiva.

A los proveedores se les cancelara en efectivo ya que son diferentes productores los que nos abastecerán con el producto.

### 6.5.3 análisis precios del producto

Precio en el mercado local

Precio actual promedio pagado en la zona kilo \$7.300

Precio establecido con la creación de la empresa \$8.000

## 6.7 PLAN DE MERCADEO

### 6.6.2 Canales de distribución a emplear

Lo que se quiere lograr es brindarles este beneficio a nuestros clientes entregándole el producto en su sitio de acopio, manejando la mezcla de mercados:

Producto: como se mencionó anteriormente el producto contara con unas características especiales.

Precio: se cubrirán los costos totales de producción, en cuanto a la distribución el producto se dejara en la bodega de cada uno de los clientes.

Servicio: se dará a conocer la calidad de nuestro producto.

El canal de distribución será

PRODUCCION-----CONSUMIDOR.



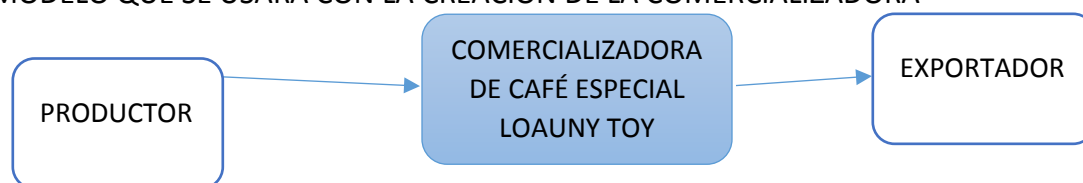
En este caso el consumidor sería las empresas comercializadoras dado que es a quienes le entregamos el producto.

Las alternativas de distribución que se establece para el café pergamino seco es una comercialización corta porque lo que se hará es comprar la materia prima (café pergamino seco) a los productores y distribuirlo a las diferentes empresas comercializadoras.

#### MODELO QUE USAN LAS EMPRESAS EXISTENTES



#### MODELO QUE SE USARÁ CON LA CREACIÓN DE LA COMERCIALIZADORA

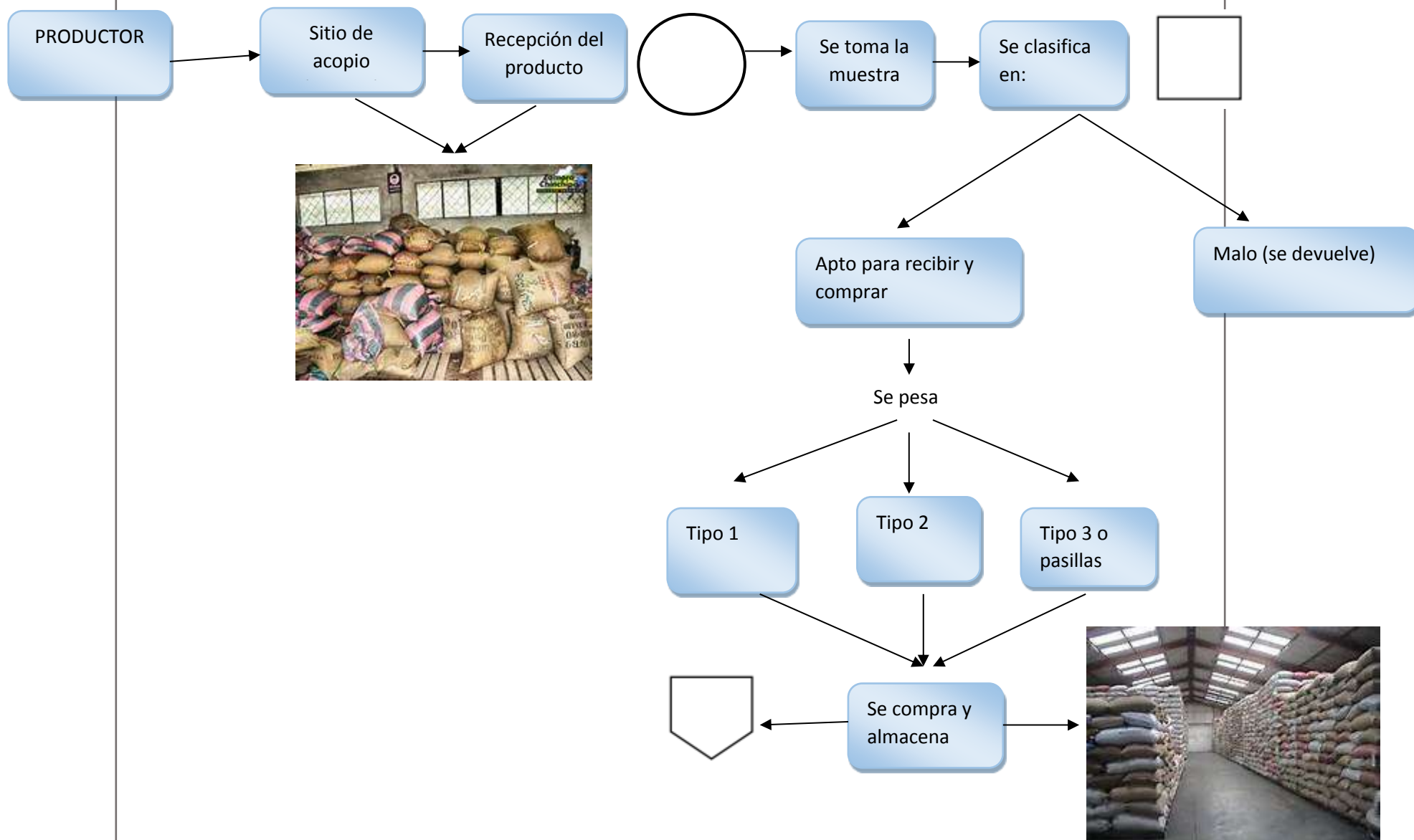


## 7 ESTUDIO TÉCNICO

### 7.2 PROCESO PRODUCTIVO

#### 7.1.1 Descripción del proceso (flujo grama)

## Descripción del Proceso.



### 7.2.1 materias primas o insumos a utilizar

Se van a tener compromisos de 2.000 kl mensuales La capacidad instalada es de 40.000 kilos anuales.

Año	Programa de producción kilos	Capacidad instalada
2015	24.040 kl	50%
2016	26.080 kl	60%
2017	28.120 kl	70%
2018	30.160 kl	80%

### 7.1.3 descripción de los bienes muebles e inmuebles a utilizar

<b>NOMBRE DE HERRAMIENTA Y MOBILIARIO</b>	<b>FUNCIÓN EN LA PRODUCCIÓN O SERVICIO</b>
BODEGA DE ALMACENAJE	él café pergamino seco de buena calidad se conserva con humedad del 10 al 12% se conserva almacenado hasta por 6 meses
EQUIPO DE CÓMPUTO CON IMPRESORA	Llevar una contabilidad de los gastos y las adquisiciones que se hagan de café.
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA (SILLAS, ESCRITORIO Y ARCHIVADORES)	Las sillas para la buena atención al cliente, escritorio del computador y los archivadores para llevar una evidencia en físico de cada gasto e inversión que se haga.
FACTUREROS	Para llevar una guía de ventas y compras
RASTRILLO DE MADERA (20)	Para el manejo correcto del café.
COSTALES DE FIQUE (100)	Es un material biodegradable que permite la respiración del grano y lo protege de la humedad y el polvo es resistente al momento de transportarlo.
ESTIBAS DE MADERA (10)	Para el transporte del café de un sitio a otro y almacenaje evitando que la humedad del piso afecte el grano.
BASCULA	Con capacidad para 500 kg sirve para pesar el producto

TELEFONO
----------

MUEBLES Y ENSERES
-------------------

IMPRESORA
EQUIPO DE COMPUTO
SUMINISTRO DE OFICINA

7.2.2 determinación de la mano de obra a utilizar

MANO DE OBRA	SUELDO BASE
GASTOS DE PERSONAL (GERENTE)	\$1.100.000
Operario 1	\$580.500
Operario 1	\$580.500
TOTAL	\$2.261.000

7.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

7.2.1 variables que determinan el tamaño del proyecto

Son variables externas ya que todo depende de la demanda de producto que hagan los exportadores, asimismo también tiene variables internas puesto que se debe tener en cuenta la capacidad de producción de los cafeteros.



### 7.3.1 el tamaño del proyecto

Será una comercializadora que empezara con una capacidad de almacenamiento de 40.000 kilos la que ira aumentando según la oferta y demanda del producto.

## 7.4 LOCALIZACION DEL PROYECTO

### 3.3.2 Microzona

Se determinó que será una microzona ya que empezara a trabajar en el municipio de Ortega con las veredas cafeteras.

## 3.4 ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y ADMINISTRATIVOS

### 3.4.2 Tipo de sociedad a crear

Siguiendo los lineamientos del gobierno colombiano y la normatividad impuesta por el derecho comercial, debe constituirse legalmente la empresa que se va a crear, de forma que se evidencie y se garantice la legalidad de todos sus funcionamientos La forma jurídica para la conformación de la comercializadora será la de una sociedad limitada., esta se deberá constituir por escritura pública que debe contener todos los estatutos de la sociedad. Legalmente será constituida por dos socios, uno estudiante emprendedor y un familiar que será el socio capitalista de la empresa.

### 3.4.3 direccionamiento estratégico

Nuestra empresa está creada con ánimo de lucro.

Es una organización formal con organización lineal puesto que es una empresa pequeña y existen líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad; y es una empresa centralizada. Lo que se quiere es lograr una utilidad

Tiene como actividad la comercialización de productos alimenticios en este caso café pergamino seco.

Se realiza un organigrama horizontal puesto que todos los miembros de la comercializadora tendrán el mismo trato e importancia.



#### 3.4.4 aspectos jurídicos

Para desarrollar el aspecto legal se tendrá como base principal la página Web de la Cámara de Comercio<sup>32</sup>, donde se puede encontrar los requisitos necesarios para la constitución y formalización de las empresas, los cuales son:

- Verificación del nombre o razón social Consulta de nombre: Ante la Cámara de Comercio del Espinal Tolima, se verifica que el nombre Comercializadora de café especial LOANY TOY se encuentre disponible.
- Consulta de la actividad económica: Al determinar la actividad que pretende desarrollar como persona jurídica<sup>33</sup>, La Comercializadora de café de la región es importante identificar el código de la actividad empresarial, la cual se categoriza de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), que agrupa todas las actividades económicas similares por categoría. El código CIIU para COLESAB es el I604200 que describe la actividad: Transporte intermunicipal de Carga por Carretera.
- La inscripción del RUT<sup>34</sup>: Proceso que se realiza ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, para esto se tendrá en cuenta la Página Web esta Institución.
- Elaboración de los estatutos por los cuales se registrará: para la elaboración de este documento se tomarán los requerimientos legales expresos en el Código de Comercio de Colombia<sup>35</sup> en lo que respecta a las sociedades comerciales y sus obligaciones.
- Realizar el documento de escritura pública.

El diligenciamiento de formularios y permisos necesarios para el funcionamiento como lo son los requerimientos tanto del Distrito (permiso de Sanidad) como el del Departamento de Bomberos, se tendrá de referencia las páginas Web de estas instituciones.

- El diligenciamiento de formularios pertinentes ante el ministerio de transporte, presentación de documentos y cancelación de registro mercantil, se realizará teniendo en cuenta las solemnidades exigibles que se encuentran en la página Web de la Cámara de Comercio
- Una vez finalizado el proceso, se debe cancelar el impuesto de registro que constituye el 0.7% del valor del capital de la sociedad.
- Para las obligaciones tributarias, como lo es declaración de renta, facturación, se tendrá en cuenta el portal de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, los decretos: 2788 del 31 de agosto de 2004, 1165 de 1996 y la ley 863 de 2003.

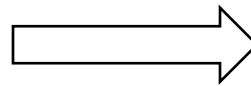
### 3.4.5 aspectos ambientales

#### MANEJO HIGIENICO APLICADO A LOS RESIDUOS SOLIDOS

Nuestra empresa tiene como política ambiental reciclar en esta caneca Gris únicamente papel usado, limpio y seco, puede ser escrito, impreso y roto. Sin mezclas con otros materiales o grasa, agua, sustancias alimentos u otros cuerpos extraños diferentes que lo contaminan, esto imparte hacer buen uso del medio ambiente y tener unos ingresos extra de lo que vayamos a reciclar.



Nuestra empresa tiene como política ambiental reciclar en esta caneca Blanca únicamente botellas y frascos de vidrio verde, ámbar y transparente, procuramos que los embaces estén vacíos, evitamos el ingreso a esta caneca como, bombillos, ni vidrio plano, botellas azules, ni recipientes con tóxicos o veneno. Todos estos residuos van a la caneca de la basura.



Nuestra empresa tiene como política ambiental reciclar en esta caneca únicamente todos los residuos (diferentes al papel, metal y vidrio) que no son recuperados por nuestra empresa para reciclar como: plásticos, servilletas, papel higiénico, restos de comida, colillas, chicles.



Nuestra empresa tiene como política ambiental reciclar en esta caneca Azul, únicamente, van plástico, las latas de gaseosa y otros envases de bebidas que sean de aluminio, enlatados de hojalata, otros metales como cobre, acero; verificamos que estas latas no hayan tenido en su contenido, pinturas, venenos o tóxicos, además si podemos compactar las latas con un golpe antes de depositarlas.



## 8 ESTUDIO FINANCIERO

### 8.1 INVERSION INICIAL

#### 8.1.1 inversión en activos fijos

##### Cuadro DE PLAN DE INVERSION

COSTOS DE PRODUCCION		AÑO DE LA INVERSION	MONTO DE LA INVERSION
	Estibas de madera	AÑO 1	\$800.000
	Costales de fique (100)	AÑO 1	\$300.000
	MAQUINARIA Y EQUIPO DE OPERACION	AÑO 1	\$1.000.000
GASTOS DE ADMINISTRACION Y GASTOS DE VENTAS	TELEFONO	AÑO 1	\$150.000
	SUMINISTRO DE OFICINA	AÑO 1	\$300.000
TOTAL INVERTIDO			\$2.550.000

#### 8.1.2 inversión en Activos intangibles

##### CUADRO DE GASTOS PREOPERATIVOS

CONCEPTO VALOR	CONCEPTO VALOR
Registro Mercantil	\$300.000
Asistencia técnica y capacitación	\$200.000
TOTALES	\$500.000



## 8.2 COSTOS OPERACIONALES

### 8.2.1 Costos de producción

#### CUADRO DE COSTOS DE PRODUCCION

COSTOS DE PRODUCCION				
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL AÑO
MATERIA PRIMA (mercancía: café pergamino seco)	MENSUAL 2.000kl	\$8.000	24.000 KILOS	\$ 163.200.000
MANO DE OBRA DIRECTA	SUELDO BASE		TOTAL MES	COSTO TOTAL AÑO
Operario 1	\$580.500		\$580.500	\$6.966.000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL AÑO
SERVICIO DE ENERGIA	MENSUAL	\$45.000	12	\$ 540.000
SERVICIO DE AGUA	MENSUAL	\$25.000	12	\$ 300.000
TOTALES				\$ 840.000
				\$171.846.000

8.2.2 gastos de administración anual 8.2.3 gastos de venta

#### CUADRO DE GASTOS DE ADMINISTRACION

**Los gastos de administración y de ventas se incluirán en la misma tabla ya que las personas que se harán cargo de estos puestos deben desempeñarse adecuadamente en los dos.** En esta tabla estarán descritos los gastos en cuanto a gastos administrativos y gastos de ventas; puesto que el administrador estará a cargo de las dos dependencias. El 40% de sus funciones están encaminadas a desarrollar actividades administrativas y el 60% para desarrollar actividades relacionadas con las ventas

<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	SUELDO BASE	PRIMAS 53%	TOTAL MES	COSTO TOTAL AÑO
ADMINISTRADOR	\$1.100.000		\$1.100.000	\$13.200.000
Operario 1	\$580.500		\$580.500	\$6.966.000
	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL AÑO
ARRENDAMIENTO DE COSNTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	MENSUAL	\$450.000	12	\$5.400.000
TELEFONO	MENSUAL	\$20.000	12	\$240.000
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES (EQUIPO DE OFICINA)	MENSUAL	\$20.000	12	\$240.000
GASTOS DE VIAJE (PASAJES TERRESTRES)	MENSUAL	\$100.000	12	\$1.200.000
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	MENSUAL	\$15.000	12	\$180.000
<b>TOTALES</b>				<b>\$9.420.000</b>
				<b>\$27.426.000</b>

#### 4.4 CAPITAL DE TRABAJO

Activo corriente \$20.000.000 banco Davivienda ahorrados

– pasivo corriente \$10.000.000 se le debe al banco Bogotá por crédito

= \$10.000.000

#### 8.4 PRESUPUESTOS

##### 8.1.3 presupuesto de inversión

En el mes pretendo compra 2.000 kilos a \$8.000 lo que posteriormente me generaría recursos para pagar los costos de producción y los gastos de administración y ventas. Lo que se hará es rotar la inversión inicial mensualmente.

#### 4.3 INGRESOS DEL PROYECTO

10.000.000 propios producto del ahorro

10.000.000 créditos que se hizo al banco Bogotá

#### 4.5 FUENTES DE FINANCIACION

FINANCIAMIENTO	VALOR
CREDITO	\$10.000.000
APORTE PROPIO	\$10.000.000
TOTAL	\$20.000.000

AMORTIZACION DEL PRESTAMO				
CAPITAL	\$10.000.000			
INTERESES	12.77%			
TIEMPO	5 AÑOS	PAGO ANUAL	1	
		CUOTAS	5	
ANUAL	CAPITAL	INTERES	AMORTIZACION	CAPITAL REDUCIDO
0	0.00	0.00	0.00	\$10.000.000
1	\$2.000.000	\$1.277.000	\$3.277.000	\$8.000.000
2	\$2.000.000	\$1.021.600	\$3.021.600	\$6.000.000
3	\$2.000.000	\$766.200	\$2.766.200	\$4.000.000
4	\$2.000.000	\$510.800	\$2.510.800	\$2.000.000
5	\$2.000.000	\$255.400	\$2.255.400	0.00
TOTAL	\$10.000.000	\$3.831.000	\$13.831.000	0.00

#### 4.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

GANANCIA UNITARIA = CU\*% DE UTILIDAD= \$ 8.019\*0.18= \$1443

PRECIO DE VENTA = CU + GU= \$ 8.019+\$1443 = \$9462

PUNTO DE EQUILIBRIO = CTP/PV = \$2.935.000/\$9462= 310 KILOS

VENTA TOTAL = No UNIDADES VENDIDAS \* PV = 1.700 KL\*\$9462= \$18.924.000

GANANCIA EN VENTA = GU \* No UNIDADES VENDIDAS=\$1443\*2.000KL = \$2.886.000

GANANCIA REAL = No UNIDADES VENDIDAS – No unidades PUNTO DE EQUILIBRIO = 2.000KL - 310 KL = 1.690 KL\*\$9462= \$15.990.780

UNIDADES EN INVENTARIO = NUC- NUV = 2.000 KL – 2.000KL = 0

##### 4.6.1 determinación del punto de equilibrio

El punto de equilibrio para mi empresa es de 310 kl mensuales; con una ganancia en venta de \$2.886.00 y una ganancia real de \$ 15.990.780

#### 4.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTOS

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS DE LA COMERCIALIZADORA DE CAFÉ ESPECIAL  
LOANY TOY**

Entre 1ro de enero y 31 de diciembre de:	Proyectado 2015	Proyectado 2016	Proyectado 2017
Crecimiento en venta: 10% por año	\$193.024.800	\$212.327.280	\$231.629.760
Resultado operacional			
Ingresos de explotación	\$193.024.800	\$212.327.280	\$231.629.760
Costos de explotación 10% por año	<b>\$163.587.600</b>	<b>\$179.946.360</b>	<b>\$196.305.120</b>
Margen de explotación	\$29.437.200	\$32.380.930	\$35.324.640
Gastos de administración 5% por año	<b>\$2.935.000</b>	<b>\$3.228.500</b>	<b>\$3.522.000</b>
<b>Resultado operacional</b>	\$26.502.200	\$29.152.430	\$31.802.640
<b>Resultado no operacional</b>			
Gastos financieros (préstamo a 12.77% de interés)	-\$3.277.000	-\$3.021.600	-\$2.766.200
<u>UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO</u>	<u>\$23.225.200</u>	<u>\$26.130.830</u>	<u>\$29.036.440</u>

## 5. EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

### 5.1 FLUJO DE FONDOS

Pagando la inversión inicial, la materia prima del primer mes y los gastos preoperativos, servicios y empleados tenemos que el

Saldo inicial es de \$20.000.000 +

Ingresos que son la ganancia en venta \$2.886.000 –

Pagos (materia prima, inversión) \$20.800.500

**Flujo de fondos \$ 2.085.500 MENSUAL**

### 5.2 TASA DE DESCUENTO

Decimos que el precio del café es muy inestable el precio al que se está ofreciendo es de \$9.462 pero el año entrante con las negociaciones que se están llevando a cabo con el gobierno y con la calidad que estamos ofreciendo lo más viable es que quede en \$10.400 Entonces tenemos la siguiente formula:

Tasa de descuento es **d**

Valor nominal esperado **A**

Entidad tomadora es **B**

$$A = \frac{B}{1 - D}$$

$$A = \frac{\$10.400 - \$9.462}{\$10.400} = 0.09 \text{ osea el } 9\%$$

### 5.3 CRITERIOS DE EVALUACION

#### 5.3.1 Valor presente neto

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
Año de operación	Ingresos totales	INVERSIONES PARA EL PROYECTO				Flujo neto de efectivo
		Egresos totales	Fija	Diferida	Cap. de trabajo	
0						0.00
1	\$193.021.800	\$163.587.600	\$2.550.000	\$500.000	\$20.166.000	\$6.218.200
2	\$212.372.280	\$179.994.360				\$32.377.920
3	\$231.629.760	\$196.305.120				\$35.324.640

**Valor presente neto**

**5.3.2 tasa interna de retorno**

**RELACION COSTOS BENEFICIO**

Año de la operación	Costos totales (\$)	Beneficios totales (\$)	Factor de actualización 10.0%	Costos actualizados (\$)	Beneficios actualizados (\$)	Flujo neto de efectivo (\$)
0			1.000			0.00
1	\$176.637.600	\$193.021.800	0.909	\$160.563.578	\$175.456.816	\$ 14.893.238
2	\$179.994.360	\$212.372.280	0.826	\$148.675.341	\$175.419.503	\$ 26.744.162
3	\$196.305.120	\$231.629.760	0.751	\$147.425.145	\$173.953.949	\$ 26.528.804
<b>TOTALES</b>	<b>\$552.937.080</b>	<b>\$637.023.840</b>		<b>\$456.664.064</b>	<b>\$524.830.268</b>	<b>\$68.166.204</b>

<b>VAN</b>	<b>\$68.166.204</b>
<b>TIR</b>	<b>78%</b>
<b>RCB</b>	<b>1,1492</b>

## CONCLUSION

En conclusión, los análisis de indicadores de liquidez o de solvencia demuestran la sostenibilidad de la empresa donde la fuente es el capital obtenido de obtiene netamente del rendimiento de la operación de la compañía y siendo su principal uso el funcionamiento operativo y administrativo de la empresa.

Los principales controles deben realizarse sobre el presupuesto de gastos en la operación que fueron dimensionados en el análisis económico y que representa en mayor proporción los gastos administrativos de personal. Como herramienta se plantea la opción de acudir a beneficios tributarios en la contratación de personal con características de viudez y huerfanidad de héroes de guerra y por su puesto de buscarle un beneficio al productor.



## BIBLIOGRAFIA

<http://www.slideshare.net/ppalberto/anlisis-de-flujo-de-fondos>

<http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml>

<http://www.agroproyectos.org/2011/06/calculo-van-vpn-tir-beneficio-costos.html>