

**Estudio de prefactibilidad para la exportación de café especial cultivado por los campesinos
de Quinchía, Risaralda**

Juan Daniel Arango González

Trabajo de grado para optar al título de Máster en Administración

Asesor temático: Francisco Javier Salazar Gómez

Asesor metodológico: Beatriz Uribe

Universidad EAFIT

Facultad de Administración

Maestría en Administración

Pereira

2022

Dedicatoria

A mi madre, abuelo y abuela por su apoyo incondicional, por respaldarme en todo y siempre querer lo mejor para mí, por sus consejos que me han ayudado a lograr todo lo que me he propuesto y estar donde estoy.

Contenido

Resumen.....	10
Abstract.....	11
Introducción	12
Planteamiento del problema.....	14
Definición del problema.....	14
Objetivos.....	17
Objetivo general	17
Objetivos específicos.....	17
Marco de referencia conceptual	18
Procedimiento metodológico	27
Metodología para un estudio de prefactibilidad	27
Estudio de prefactibilidad para la exportación de café especial cultivado por los campesinos de Quinchía, Risaralda.....	32
Estudio del entorno y sector	32
Político.....	32
Económico	33
Social	33
Tecnológico	34
Ecológico.....	35

Legal	35
Estudio de mercado	36
Producto.....	37
Precio	39
Plaza.....	42
Promoción.....	48
Estudio técnico	49
Localización.....	49
Macrolocalización.....	49
Microlocalización	51
Tamaño	53
Ingeniería.....	56
Técnica.....	56
Procesos.	60
Estudio administrativo y organizacional	64
Organigrama	64
Cargos y perfiles	65
Gastos generales	73
Estudio legal	75
Creación de la empresa ante la Cámara de Comercio de Pereira	76
Registro Invima	77

Registro de publicidad exterior.....	77
Evaluación financiera.....	78
Presupuestos	78
Ingresos.....	78
Costos.....	79
Gastos.....	80
Inversiones.....	82
Depreciaciones y amortizaciones.....	84
Financiación.....	87
Estados financieros proyectados.....	89
Estado de resultados y flujo de caja neto.....	89
Del proyecto.....	89
Del inversionista.....	92
Costo de capital	95
Criterios del valor presente neto - VPN y tasa interna de retorno – TIR	95
Escenarios	96
Conclusiones	101
REFERENCIAS.....	103

Lista de tablas

Tabla 1 Estudio de entorno y sector (PESTEL).....	28
Tabla 2 Estudio de mercado.....	28
Tabla 3 Estudio técnico.....	29
Tabla 4 Estudio administrativo y organizacional.....	30
Tabla 5 Estudio legal	31
Tabla 6 Precios de algunos tipos de café especial por 500 g. producido en Colombia	40
Tabla 7 Precios de algunos tipos de café especial por 250 g. producido en Colombia	40
Tabla 8 Total de exportaciones de café tostado de Colombia a Estados Unidos (2021)	43
Tabla 9 Proyección de captación del porcentaje de mercado en los primeros cinco años en Estados Unidos.....	43
Tabla 10 Total de exportaciones de café tostado de Colombia a Chile (2021)	44
Tabla 11 Proyección de captación del porcentaje de mercado en los primeros cinco años en Chile	44
Tabla 12 Total de exportaciones de café tostado de Colombia a Ecuador (2021).....	45
Tabla 13 Proyección de captación del porcentaje de mercado en los primeros cinco años en Ecuador	45
Tabla 14 Proyección de ingresos en el mercado de Estados Unidos, en los primeros cinco años	46
Tabla 15 Proyección de ingresos provenientes de la comisión recibida por la venta de café en el mercado de Chile, en los primeros cinco años.....	46
Tabla 16 Proyección de ingresos en el mercado de Ecuador, en los primeros cinco años	47
Tabla 17 Proyección de ingresos totales por año, en el mercado de cada país	47

Tabla 18 Proyección de inversión en promoción y publicidad a nivel nacional e internacional ..	48
Tabla 19 Estimación de área requerida para el local	54
Tabla 20 Distribución del personal administrativo en el local	55
Tabla 21 Distribución máximo de personas por dependencia y área.....	55
Tabla 22 Cotización arrendamiento de locales en Quinchía.....	55
Tabla 23 Muebles, enseres y equipos requeridos.....	56
Tabla 24 Presupuesto de remodelación.....	57
Tabla 25 Perfil del administrador	65
Tabla 26 Perfil del asesor comercial.....	67
Tabla 27 Perfil del recepcionista.....	68
Tabla 28 Perfil del publicista	69
Tabla 29 Perfil del asesor en seguridad y salud en el trabajo- SST	71
Tabla 30 Perfil del asesor legal.....	72
Tabla 31 Perfil del CEO.....	72
Tabla 32 Gastos por año	74
Tabla 33 Ingresos por año de cada país, tomados del estudio de mercado.....	78
Tabla 34 Proyección de gastos de la comercializadora internacional.....	80
Tabla 35 Inversiones	83
Tabla 36 Depreciaciones de equipos de la comercializadora internacional.....	84
Tabla 37 Financiación.....	87
Tabla 38 Información del crédito.....	88
Tabla 39 Amortizaciones	88
Tabla 40 Flujo de caja proyectado	90

Tabla 41 Flujo de caja del inversionista	92
Tabla 42 Escenario pesimista.....	95
Tabla 43 Escenario lo más probable	95
Tabla 44 Escenario optimista.....	96
Tabla 45 Escenario 1: Pesimista	97
Tabla 46 Escenario 2: Lo más probable.....	98
Tabla 47 Escenario 3: Optimista.....	99

Lista de figuras

Figura 1	Resumen análisis PESTEL	36
Figura 2	Empaque con estampado personalizado que se mantiene de pie	38
Figura 3	Bolsa con fondo plano, con bolsillo con cierre de cremallera.....	38
Figura 4	Bolsas blancas de papel de estraza con fuelle lateral e impresión personalizada	39
Figura 5	Localización de Colombia.....	50
Figura 6	Localización de Risaralda.....	51
Figura 7	Localización Quinchía, Risaralda.....	52
Figura 8	Localización oficina de la comercializadora	53
Figura 9	Configuración deseada de las oficinas	54
Figura 10	Distribución de la planta física de la comercializadora.....	60
Figura 11	Procesos de atención al usuario	61
Figura 12	Proceso de intermediación con el usuario	62
Figura 13	Proceso de pago de comisiones	62
Figura 14	Proceso de facturación electrónica	63
Figura 15	Proceso de contabilización	63
Figura 16	Organigrama de la comercializadora internacional de café especial.....	65

Resumen

Este proyecto de grado parte de la necesidad que tienen los caficultores de Quinchía, Risaralda de comercializar su café en mercados donde puedan obtener mayores beneficios económicos, acordes con la calidad de su producto. La comercializadora internacional de Quinchía se encargará de servir de intermediario entre el caficultor y los clientes en mercados internacionales, donde la calidad del café producido en la región, pueda ser mejor valorada y se logre una retribución económica mayor y por ende una mejor calidad de vida para los productores. Así, se tiene como propósito aumentar el número de clientes productores de café que estén dispuestos a utilizar sus servicios, al tiempo que se buscará conquistar nuevos mercados internacionales. En los últimos años los cafés especiales han tenido un gran auge, tanto en el mercado nacional, como internacional, destacándose el café especial producido en Colombia por su calidad y aroma. Por esta razón, se busca aprovechar esta oportunidad para ampliar el terreno en nuevos mercados a nivel internacional, que permitan llevar el café producido por los campesinos de Quinchía, Risaralda hacia nuevos horizontes.

Palabras clave: Estudio de prefactibilidad, comercializadora internacional, café especial, Quinchía

Abstract

This degree project is based on the need of the coffee growers of Quinchía, Risaralda to commercialize their coffee in markets where they can obtain greater economic benefits, in accordance with the quality of their product. The International Coffee Marketing Company of Quinchía will serve as an intermediary between the coffee grower and the clients in international markets, where the quality of the coffee produced in the region can be better valued and a greater economic retribution can be achieved and therefore a better quality of life for the coffee growers. Thus, the purpose is to increase the number of coffees producing clients that are willing to use its services, while at the same time seeking to conquer new international markets. In recent years specialty coffees have had a great boom, both in the national and international markets, with specialty coffee produced in Colombia standing out for its quality and aroma. For this reason, the company seeks to take advantage of this opportunity to expand its presence in new international markets that will allow the coffee produced by the farmers of Quinchía, Risaralda to reach new horizons.

Keywords: Prefeasibility Study, International Coffee Trading Company, Specialty Coffee, Quinchía

Introducción

En los últimos años ha venido creciendo la demanda de café especial, tanto en el mercado nacional, como en el internacional, en este sentido han surgido una serie de establecimientos dedicados a ofrecer café especial a sus clientes, los cuales cada vez son más exigentes a la hora de consumirlo. Este escenario se ha convertido en una oportunidad para que los campesinos puedan cosechar un café diferenciado por su aroma y sabor y al mismo tiempo recibir un mayor beneficio económico. En Colombia, los caficultores se enfrentan a situaciones muy complejas para la producción de manera sustentable, debido a los altos costos de los insumos agropecuarios y a los cambios culturales, donde cada vez se hace más difícil conseguir personas dispuestas a trabajar en el campo de manera informal. A esto se suma la baja contribución que reciben por su café, lo cual ha generado desmotivación para muchos productores, llevándolos incluso a remplazarlo por otros cultivos.

En este contexto cobra importancia la aparición de una empresa dedicada a la comercialización internacional de café, la cual brinde a nuestros caficultores la oportunidad de exportar un producto terminado y diferenciado, y que no solo venda un producto sino también la experiencia e historia de su origen. Colombia goza de una reputación muy alta a nivel internacional por la calidad de su café, y es apetecido en los mejores mercados del mundo, esto genera oportunidades para conquistar cada vez más territorios y aumentar las exportaciones. Es por este motivo que a lo largo de este proyecto se realizó el estudio de prefactibilidad de la comercializadora internacional de café especial producido por los campesinos de Quinchía, Risaralda.

Para lograr este propósito se llevó a cabo un estudio del entorno y del sector, mediante el análisis PESTEL, se exploraron los aspectos: político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal, lo cual brindó un panorama de la realidad del país y las condiciones para la puesta en marcha de la empresa. También se realizó un estudio de mercado, con el objetivo de evaluar e identificar ciertos factores con los que se verá enfrentada esta organización, conocer la competencia en el sector, además de identificar algunos elementos que le ayudarán a diferenciarse y a obtener una ventaja competitiva, para ello se utilizó la herramienta de las 4Ps del *marketing mix*. Por último, se procedió a realizar los diferentes estudios técnico, administrativo y organizacional, legal, y la evaluación financiera, con los cuales se obtuvo información valiosa en materia económica, de infraestructura y necesidades de talento humano necesario para la puesta en marcha de la comercializadora.

Planteamiento del problema

Definición del problema

Los campesinos en Colombia tienen muchas dificultades y barreras que les impiden exportar sus productos. Según *El Tiempo* (2015).

Para el exministro de Comercio Exterior Carlos Ronderos, los exportadores encuentran obstáculos de toda índole a la hora de querer comercializar sus productos en el exterior, unos por causas asociadas a políticas gubernamentales y otros, más por factores que les competen a ellos directamente. (párr. 2)

Es claro que se tienen unos Tratados de Libre Comercio - TLC firmados, los cuales reducen las barreras arancelarias, pero imponen otros requisitos que si generan barreras para exportar, como lo son los obstáculos técnicos al comercio - OTC (*El Tiempo*, 2015). Según la Ley 67 de 1979:

Una comercializadora internacional tiene por objeto principal efectuar operaciones de comercio exterior, también orienta sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos nacionales en el mercado internacional. Dentro de su objeto se incluye las importaciones de bienes e insumos para abastecer el mercado interno, o para transformarlos y exportarlos. (Universidad ICESI, 2022, párr. 3)

Debido a lo anterior, lo que se plantea como una oportunidad, se ha convertido en una problemática porque para los agricultores aún no ven claridad sobre el funcionamiento de los aspectos administrativos, logísticos, económicos, legales y ambientales. Además de las barreras que encuentran para exportar directamente, lo que les genera una pérdida de beneficios económicos. Si bien es cierto, que el departamento de Risaralda tiene gran potencial y trayectoria

cafetera, este mercado puede ser aprovechado por organizaciones emergentes interesadas en trabajar de forma articulada con los campesinos, como intermediación en un sector que cada día requiere mayor exigencia en estándares internacionales y políticas regulatorias que pueden ser abrumadoras.

Por estas razones este trabajo tiene como objetivo realizar un estudio de prefactibilidad, para determinar si es viable la exportación de café especial cultivado por los campesinos de Quinchía, Risaralda. A partir de allí, se obtendrían dos resultados, el primero es la exportación de cafés especiales y el segundo es la motivación para que los caficultores de Risaralda realicen la comercialización de sus productos, a través de la intermediación de una comercializadora internacional. Así el agricultor sería el principal beneficiario del proyecto porque a pesar de los limitados recursos económicos, administrativos y organizativos puede ingresar en los mercados internacionales.

Una estrategia de procesamiento y comercialización se convertiría para los cafeteros en una alternativa diferente a la forma de comercializar su café, con motivación y valor agregado. Aunque en Colombia no es tan valorado el café propio, en los mercados internacionales es muy apreciado, se caracteriza por ser aromático, de taza limpia y por supuesto suave, además de la forma en que es recolectado y procesado. Para el año 2021 Japón fue el principal importador de café verde en Asia, con importaciones por US\$1.183 millones; el país que ocupó el primer lugar en importaciones de café procesado (tostado, molido, soluble) fue Estados Unidos, cuya cifra rondó los US\$6.920 millones, y en el caso de Europa, Alemania es el principal importador de café verde y derivados, rondando los US\$4.530 millones, seguido por Francia con US\$3.309 millones. Así los cafés especiales, cafés de finca y cafés con sellos de sostenibilidad, cada vez ganan más clientes y son comercializados principalmente en *coffee shops* (2022).

En la actualidad viene creciendo la demanda de café especial en el mundo y Colombia se posiciona como uno de los principales países productores, tanto a nivel local, como internacional. Cada vez se hace más necesario impulsar la producción de este tipo de granos, por medio de la comercializadora internacional de café especial de Quinchía, que incentive la producción del producto y logre que los caficultores puedan llevar sus productos a otros países. Este proyecto pretende llevar a cabo un estudio de prefactibilidad para la exportación de café especial producido por los campesinos de Quinchía, Risaralda, con el objetivo de brindar mayor desarrollo del sector, facilitando a los campesinos la posibilidad de exportar un producto terminado.

Lo anterior, traerá grandes beneficios económicos y sociales para los habitantes de la región, teniendo en cuenta que esta localidad basa su economía principalmente en el café. En este orden de ideas, es importante realizar estudios e investigaciones que permitan tener un mayor análisis de la situación de los caficultores de Quinchía, Risaralda y conocer sus necesidades, con el propósito de darle un valor agregado a su café y de esta forma contribuir a su crecimiento económico. Para los caficultores y habitantes este trabajo servirá para impulsar el desarrollo económico del sector, brindando la oportunidad de obtener mayores beneficios de su cosecha.

Objetivos

Objetivo general

Realizar el estudio de prefactibilidad para la exportación de café especial cultivado por los campesinos de Quinchía, Risaralda.

Objetivos específicos

- Desarrollar el estudio del entorno y del sector, bajo la metodología PESTEL.
- Elaborar el estudio de mercado, considerando el producto, precio, plaza y promoción, teniendo en cuenta la oferta y la demanda.
- Realizar el estudio técnico en el que se determine la localización, tamaño, e ingeniería.
- Efectuar el estudio administrativo y organizacional.
- Levantar el estudio legal.
- Plantear la evaluación financiera del proyecto levantando los respectivos presupuestos, estados financieros proyectados, costo de capital y aplicación de los criterios del valor presente neto - VPN y tasa interna de retorno – TIR.

Marco de referencia conceptual

Con el propósito de darle contexto a este proyecto de grado es primordial presentar los conceptos principales. Primero se hace referencia al proyecto, el cual se define como: “el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo” (Definición.De, s.f., párr. 1). Estas actividades se encuentran interrelacionadas y se desarrollan de manera coordinada. Es de vital importancia para cualquier tipo de proyecto, realizar una correcta planificación y estudios, con el propósito de tener una mirada más amplia y profunda de todo lo que podría llegar a incidir, tanto de forma positiva, como negativa en un futuro.

Con respecto al ciclo de vida de los proyectos, Stsepanets (2022) se refiere a las diferentes etapas que atraviesa, desde el momento que aparece la idea, hasta que se lleva a cabo: iniciación, planificación, ejecución, control y finalización. Comprender estas fases facilita a los gerentes tener una mejor gestión y control, para lograr resultados más efectivos, al conocer cómo actuar y que se espera en cada una de estas etapas. Es muy importante seguir este paso a paso en la realización de un proyecto, lo cual ayuda a reducir la incertidumbre propia de cualquier tipo y permite lograr resultados mucho mejores en la puesta en marcha de la empresa, además propicia una correcta inversión de los recursos y optimiza el nivel de ingresos.

Dentro del ciclo de vida de un proyecto, se encuentra la etapa de prefactibilidad y factibilidad. La prefactibilidad es una visión inicial del alcance del proyecto, expone la importancia de llevarlo a cabo y una proyección financiera que facilite vislumbrar las inversiones. En la factibilidad se entiende que el proyecto pasó la primera etapa de aprobación, aquí se detalla la información concerniente a tiempos de ejecución, etapas, viabilidad financiera,

recursos necesarios, flujo de trabajo, situación del mercado (Legis, 2022). etc. Es de suma importancia realizar este estudio antes de iniciar cualquier tipo de proyecto, con el fin de poder tomar mejores decisiones y reducir el nivel de incertidumbre a la hora de hacer uso de recursos monetarios, clarificando el panorama del sector en el cual se va a incursionar.

También es importante dentro del desarrollo de un proyecto los estudios para verificar su viabilidad: de mercado, técnico, organizacional, legal, impacto ambiental, financiero, y evaluación social. Desde el punto de vista cuantitativo, todo estudio debe arrojar un resultado, concerniente a inversión, egresos e ingresos, el cual es la base del estudio financiero. Ahora bien, la aprobación o rechazo de un proyecto también está ligada a aspectos cualitativos como el estudio legal u organizacional. El aspecto más importante a la hora de evaluar un proyecto público está ligado a la evaluación social, el cual define si el proyecto mejora o no la calidad de vida de la comunidad (Sinatra, 2022).

Realizar este tipo de estudios es de vital importancia para invertir en un proyecto, conocer el entorno y los factores que pueden afectarlo o beneficiarlo ayuda a tomar las mejores decisiones. Hacer un uso adecuado de los recursos, tanto financieros, como humanos, permite conocer diversos aspectos que pudieran poner en riesgo su ejecución, lo cual es sumamente importante conocer antes de incursionar en un negocio, y que les brinda mayor confianza a los inversionistas.

El primer estudio que se debe realizar dentro del ciclo de vida de un proyecto es el del entorno y el sector, el cual permite identificar las fortalezas y debilidades, algo fundamental para el desarrollo de su planificación estratégica y su puesta en marcha. Se trata de una herramienta de suma importancia a la hora de elaborar un plan de marketing, ayuda a establecer la posibilidad de crecimiento real de la empresa y los factores tanto internos como externos que inciden en ella,

ayudando de esta forma a identificar las debilidades y fortalezas, con el fin de elaborar un plan de acción que permita sacar el mayor provecho de las fortalezas y abordar las dificultades que puedan presentarse (Unir, 2022).

Otro estudio que se debe tener en cuenta, es el de mercado, que consiste en un conglomerado de acciones realizadas por parte de entidades comerciales, con el propósito de obtener información sobre un segmento determinado del mercado, en el cual pretenden incursionar, con el fin de conocer a profundidad este nicho y su grado de rentabilidad. Realizar este estudio brinda a las organizaciones una serie de insumos de gran importancia, como: conocer el público objetivo y sus necesidades, identificar cuáles son los precios más competitivos, conocer la rentabilidad del sector de mercado, desplegar mejores estrategias para la toma de decisiones, conocer las debilidades y fortalezas de la organización, medir campañas y estrategias de marketing (Da Silva, 2021).

Se debe conocer la población a la cual se le quiere ofrecer el producto o servicio, con el propósito de tener un enfoque más claro de quienes serán los futuros usuarios o compradores, y así poder satisfacer los requerimientos que estos desean, con el objetivo de lograr un nivel mayor de fidelización y concentración de la oferta en un determinado nicho. Después de contar con el estudio de mercado se continua con el estudio técnico que según Gastón (2021):

Determinar la función de producción óptima que alcance la utilización más efectiva de los recursos que se disponen para la producción de bienes o servicios y, de esta manera, adquirir información sobre el capital, la mano de obra y los recursos materiales necesarios para la puesta en marcha del proyecto. (párr. 2)

Este estudio se entrelaza con los demás, por ejemplo, el estudio de mercado le aporta información sobre las características del producto esperado por la demanda, el estudio legal le

especifica si existen impedimentos para la ubicación geográfica del proyecto, y el estudio financiero le precisa si existen los recursos monetarios necesarios para acceder a la tecnología necesaria para la puesta en marcha de la compañía (Schiliro, 2021).

Otro estudio que se debe considerar es el administrativo y organizacional que de acuerdo con Segatore (2019): “El estudio organizacional para un proyecto consiste en el análisis tanto de la capacidad de la empresa que lo llevara a cabo, como así también la evaluación de sus competencias administrativas” (párr. 1). Además, el autor señala que, determinar la capacidad operativa de la compañía permite comprender y evaluar las fortalezas y debilidades con que se cuentan, y facilita el diseño de la de la estructura de la empresa para el manejo de las fases de inversión, operación y mantenimiento.

Este estudio permite definir la estructura óptima que requiere la organización para poner en marcha el proyecto sin retrasos o eventualidades y se deben llevar a cabo una serie de etapas como definir los objetivos generales, confeccionar una lista de actividades administrativas determinantes para el logro de los objetivos, determinar cuáles de estas actividades se harán de forma directa y cuales se subcontratarán. En cuanto a las actividades que se realizarán de forma directa, se deben agrupar las tareas y actividades relacionadas en subsistemas, establecer las funciones específicas que debe satisfacer cada subsistema, establecer las necesidades de recursos humanos de cada subsistema, designar funciones y determinar cargos para cada grupo de trabajo, diseñar el organigrama, especificar las funciones de cada cargo (Segatore, 2019).

Luego de contar con todos los estudios anteriores, se procede con el estudio legal que según Bocher (2019), todo proyecto que se pretenda llevar a cabo debe tener en cuenta los aspectos legales de cada país, que determinará las restricciones o limitaciones para su funcionamiento, es decir, debe estar bajo los lineamientos de la constitución, leyes, reglamentos,

decretos y usos o costumbres que precisen los permisos o prohibiciones que afectan directa o indirectamente el proyecto.

Además, Bocher (2019) señala que, en un estudio legal se pretende identificar las restricciones legales a la realización de una inversión, por tal motivo se debe llevar a cabo en las fases iniciales de la formulación y preparación, debido a que un proyecto sumamente rentable, puede ser no factible por un asunto legal. Se deben considerar también algunos aspectos como el tipo de empresa que se pretende crear, formación del marco jurídico que la constituye, requisitos legales y de operación de la misma. Ya entrando en la etapa final del estudio de prefactibilidad, se procede con la evaluación financiera del proyecto, en la que según Rodríguez (2022) realizar una evaluación financiera de proyectos, es de vital importancia para comprender si una idea de negocio podrá perdurar en el tiempo, y si la inversión no se convertirá en pérdida. Además, el autor señala ocho pasos para llevarla a cabo: “Realizar un estudio de mercado, identificar variables financieras, estructurar la información recopilada, calcular el punto de equilibrio, definir las metas de ventas, calcular el punto de partida, proyectar los flujos de caja, evaluación financiera del proyecto” (párr. 3).

En este último paso, se calculan los siguientes indicadores económicos, los cuales arrojarán como resultado la viabilidad o no del proyecto: valor actual neto (VAN), valor presente neto (VPN), tasa interna de retorno (TIR) (Rodríguez, 2022). En el contexto del producto del estudio de esta prefactibilidad, es importante conocer lo relacionado con el café especial. Este es uno de los productos agrícolas de mayor consumo a nivel mundial, del cual dependen más de setenta y cinco millones de caficultores, pertenecientes, en su mayoría, a países en vía de desarrollo (Pendergrast, 2014). En el país se cultiva diversidad de café los cuales se identifican

por sus diferentes procesos y variedad de características que permiten degustar multiplicidad de aromas y sabores.

La Federación Nacional de Cafeteros (2022) define los cafés especiales de la siguiente manera: “son cafés diferenciados por características de origen, preparación o sostenibilidad en su producción” (párr.2). “Estas características están dadas por el origen del café (categoría origen), por su producción en armonía con el medio ambiente (categoría sostenible) y su compromiso con el desarrollo social de las comunidades (categoría social)” (Latina International Commerce, 2021, párr. 3). Para lograr que un café sea especial requiere de ciertos procedimientos que debe realizar el caficultor, esta caracterización se la da un catalizador el cual evaluará la categoría en que se encuentra el grano, por medio de un puntaje asignado, se dice que a partir de ochenta y cuatro puntos se considera un café especial, por lo tanto, tiene un mercado más acotado, es más exigente con el producto y tiene un mayor valor agregado.

Estos procesos implican inversión y tiempo por parte del campesino, pero que a la larga se verá recompensado con el precio al cual puede vender su producto en los diferentes mercados, Esto se debe a que los clientes tanto nacionales, como internacionales, cada vez valoran más estas características especiales y están dispuestos a pagar un valor más alto por este. El proceso para que un café sea especial empieza desde su siembra hasta su cosecha, lo cual requiere cierta capacitación del caficultor para lograr los resultados esperados, los cuales varían dependiendo del clima y otros factores en donde se encuentre ubicado el cultivo, y que dará como resultado, cafés con diferentes sabores y aromas muy particulares.

Según *Semana rural* (2021) “Desde hace años Colombia ha sido pionera en la industria global de los cafés especiales, al apostar por un origen único de café 100 % colombiano, y al promover la gran variedad de granos especiales altamente diferenciados que produce” (párr. 5).

Esta revista también señala que, a partir del año 1986 la Federación Nacional de Cafeteros emprendió un programa llamado “Cafés especiales de Colombia” con el propósito de apoyar el café de origen producido en nuestro país, el cual cuenta con ciertas características diferenciales que le dan valor agregado al producto, como por ejemplo su acidez, cuerpo, balance y su sabor. Estos se clasifican en tres grupos:

Cafés de origen: a esta categoría pertenecen los cafés de finca, cafés regionales, y los exóticos. Cafés de Preparación: a esta categoría pertenecen los cafés supremos, cafés selectos y cafés caracol. Cafés Sostenibles: Aquí hacen parte los cafés con certificado orgánico, cafés de conservación, cafés de comercio justo (Latina International Commerce. (2021). La región objeto de este trabajo es el municipio de Quinchía, ubicado en el departamento Risaralda. Según Colombia Turismo Web (2023):

Quinchía es un municipio localizado en el departamento de Risaralda, a 110 km de la capital risaraldense, limita con los municipios de Riosucio, Caldas por el norte, por el sur con Anserma, Caldas, con Guática por el occidente y con Neira y Filadelfia por el oriente. Posee un total de 81 veredas, 4 corregimientos, y 12 barrios; cuenta con todos los climas, desde las altas temperaturas del corregimiento de Irra, hasta las bajas de la vereda la Ceiba. Su principal renglón económico es el café, seguido del plátano y la minería.

Este municipio basa su economía principalmente en la agricultura y minería, se caracteriza por la excelente calidad y variedad de café que producen sus tierras, gracias a la idoneidad de sus climas en donde podemos encontrar zonas con temperaturas altas, templadas y bajas. Quinchía está situada a una altura máxima de 2.400 metros sobre el nivel del mar y la temperatura promedio del municipio es de 18 grados centígrados; su territorio posee todos los climas, desde el cálido de Irra, hasta el frío de la Ceiba⁵⁴ (PDM, 2012).

Otro aspecto a considerar es lo relacionado con la exportación en el que según Montes (2015): “Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización” (párr. 1) señala que una exportación se refiere básicamente a todo bien o servicio que un país productor o emisor despache hacia otro territorio para su compra o utilización. La entidad encargada de este trámite es la aduana de cada país, normalmente se suelen presentar dificultades para el traslado de mercancías de una nación a otra por temas legales y fiscales que varían de un lado a otro.

Existen varios tipos de exportación, por ejemplo, hacerlo desde la compañía base hacia una sucursal en otra nación, también se pueden realizar como una transacción hacia clientes independientes o hacia el comprador directo a través de una organización intermediaria como lo es el caso de Amazon, y otro caso muy común es exportar materia prima o bienes semiacabados para que una compañía importadora los termine de manufacturar para su posterior venta al consumidor (Montes, 2015). Los dieciséis acuerdos comerciales que tiene el país actualmente con otras naciones, entre tratados de libre comercio y acuerdos de alcance parcial, permiten tener una mayor facilidad de exportar café y encontrar mercados potenciales, sumado al gran reconocimiento que tiene nuestro grano a nivel internacional.

El municipio de Quinchía es una localidad que basa su economía principalmente en la producción de Café, la mayor parte de su población reside en zonas rurales y en fincas productoras, lo que garantiza la producción de café en épocas de cosecha. Actualmente viene creciendo una tendencia a nivel nacional e internacional por el consumo de un café de mayor calidad y diferenciado, donde los consumidores de este grano cada vez son más exigentes y Colombia toma la ventaja gracias a las cualidades y reconocimiento, acompañado de la tendencia de producir este tipo de granos por parte de los caficultores nacionales.

Según Definición ABC (2022): “El cultivo es la acción de trabajar la tierra en función de que haya y crezcan especies vegetales. El término también se utiliza para describir los procesos utilizados en la agricultura para la plantación de alimentos” (párr. 1). Los cultivos a gran escala aparecen hace unos 11.000 años, Al final de la época del Paleolítico, las comunidades nómadas transitaron de la recolección de alimentos a la agricultura; con la domesticación de los cereales, germinaron de forma conjunta los sistemas agrícolas y los asentamientos humanos, el trigo, el maíz y el arroz fueron los primeros cultivos.

El municipio de Quinchía siempre se ha caracterizado por tener vocación campesina y basar su economía principalmente en el sector agropecuario, especialmente los cultivos de café, plátano, y en los últimos años el incremento de producción de aguacate Hass. Por lo que se evidencia la necesidad de dar un paso más adelante en la industrialización de este sector, con el propósito de vender no solo materia prima, sino también un producto terminado que refleje la historia del café producido en esta zona.

Procedimiento metodológico

Metodología para un estudio de prefactibilidad

Según Euroinnova (2023): “El estudio de prefactibilidad se lleva a cabo con el mero objetivo de contar con una información veraz sobre el proyecto que se va a realizar, mostrando así alternativas y condiciones que respalden al mismo” (párr. 5). Además, este tipo de análisis se respaldan por diferentes estudios, tales como: Estudio de mercado, en el que se pretende proyectar sus valores a un futuro, prediciendo cambios que puedan favorecer el proyecto, en cuanto a aumento de ventas, captación de clientes nuevos, análisis del sector y la competencia, lograr mayor expansión en el mercado. Estudio tecnológico que permite contar con información, con el propósito de cuantificar el valor de las inversiones y costos necesarios para una eficiente operación de la empresa, mediante la implementación de herramientas tecnológicas modernas. Estudio financiero: No es posible llevar a cabo un estudio de prefactibilidad sin antes organizar sistémicamente la información monetaria que fue suministrada en las etapas previas, a través de cuadros analíticos y antecedentes anteriores se determina la posible rentabilidad del proyecto (Euroinnova, 2023).

“El estudio de prefactibilidad comprende el análisis Técnico – Económico de las alternativas de inversión que dan solución al problema planteado” (Universidad Militar Nueva Granada, 2023, párr.3). Los objetivos del estudio se efectuarán por medio de la preparación y evaluación de proyectos que posibiliten disminuir los márgenes de incertidumbre, gracias a la estimación de los indicadores de rentabilidad socioeconómica que permiten acceder a la mejor decisión de inversión. A continuación, se presentan los procesos de la etapa de prefactibilidad.

Tabla 1*Estudio de entorno y sector (PESTEL)*

Objetivo	Fuente	Ubicación
Establecer el marco en el cual se encuentra la comercialización de café especial producido en Colombia, con el fin de caracterizar los diferentes escenarios con los que se verá enfrentado el proyecto de llevarse a cabo.	Artículo: “Monómeros”.	✓ https://www.larepublica.co/monomeros
	Artículo: “Gobierno colombiano subsidiará los fertilizantes que se utilicen para producir alimentos, anunció el presidente Gustavo Petro”.	✓ https://www.infobae.com/america/colombia/2022/11/01/gobierno-colombiano-subsidiara-los-fertilizantes-que-se-utilicen-para-producir-alimentos-anuncio-el-presidente-gustavo-petro/
	Artículo: “Acuerdos TLC Colombia”.	✓ https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente
	Artículo: “Hito para el café colombiano: alcanza precio más alto de su historia”.	✓ https://www.portafolio.co/economia/precio-del-cafe-en-colombia-supera-el-mas-alto-de-la-historia-570000
	Artículo: “El café en Colombia”	✓ http://www.coffeebehindthescenes.com/es/country/colombia
	Artículo: “Cenicafé”	✓ https://federaciondecafeteros.org/wp/glosario/cenicafe/

Tabla 2*Estudio de mercado*

Objetivo	Fuente	Ubicación
Definir el entorno de mercado en el que estará	Artículo: “Empiece a tostar su propio café”	✓ https://perfectdailygrind.com/es/2019/05/03/empaque-del-cafe-tostado-tipos-de-bolsas-para-

Objetivo	Fuente	Ubicación
localizada la Comercializadora Internacional de Café Especial, identificando los competidores, el mercado actual, la demanda y oferta, tipos de café y el cliente objetivo.	Artículo: “10 ventajas de vender en Internet” Artículo: “¿Cómo vender café online y qué necesitas para lanzar una tienda?” Artículo: “Empaque del café tostado: tipos de bolsas para elegir” Artículo: “MtPak” Artículo: “Shop, Federación Nacional de Cafeteros de Colombia”	elegir/ ✓ https://www.expacioweb.com/10-ventajas-de-vender-en-internet/ ✓ https://www.shopify.com/co/blog/vender-cafe-desde-casa ✓ https://perfectdailygrind.com/es/2019/05/03/empaque-del-cafe-tostado-tipos-de-bolsas-para-elegir/ ✓ https://mtpak.com/products/coffee-bags/ ✓ https://comprocafedecolombia.com/?post_type=product&s=

Tabla 3*Estudio técnico*

Objetivo	Fuente	Ubicación
Determinar la ingeniería requerida para el proyecto propuesto, y a su vez definir la localización,	Artículo: “Colombia” Ubicación: “Ubicación de Colombia” Artículo: “Risaralda”	✓ Colombia.co (2023): ✓ https://goo.gl/maps/K9XcizHzychAXpZ27 ✓ Colombia Turismo Web (2023) https://goo.gl/maps/5XwauB9AuSvKNQhBA ✓ Colombia Turismo Web (s.f.).

Objetivo	Fuente	Ubicación
tamaño y talento humano necesario para su puesta en marcha	Ubicación: “ <i>Risaralda</i> ” Artículo: “ <i>Quinchía</i> ” Ubicación: “ <i>Ubicación de Quinchía</i> ” Ubicación: “ <i>Ubicación de la comercializadora</i> ” Artículo: “ <i>Datos obligatorios que debe tener una factura electrónica</i> ”	http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/RISARALDA/risaralda.html ✓ Colombia Turismo Web (s.f.) ✓ https://goo.gl/maps/YcLKP6bm7Vqpj7fZ7 ✓ https://goo.gl/maps/8e2Ah2YL8rpV21KL7 ✓ https://loggro.com/blog/articulo/datos-obligatorios-que-debe-tener-una-factura-electronica/

Tabla 4*Estudio administrativo y organizacional*

Objetivo	Fuente	Ubicación
Definir el organigrama, además de determinar las necesidades de personal en cuanto a cargos y perfiles requeridos para el correcto	Página web Open HR, para consultar las ventajas de contar con un organigrama en la organización.	https://www.openhr.cloud/blog/organigrama-de-una-empresa

Objetivo	Fuente	Ubicación
funcionamiento de la organización.		

Tabla 5*Estudio legal*

Objetivo	Fuente	Ubicación
Consultar y determinar las normas existentes en Colombia, que se deberán tener en cuenta, para el registro de una empresa legalmente constituida	Página web de la Cámara de Comercio de Pereira, requisitos para la creación de una empresa	https://www.camarapereira.org.co/es/documentospararegistrarsuempresaa
	Portal web del Invima, pasos para realizar el registro sanitario	https://www.invima.gov.co/sabes-como-inscribir-tu-establecimiento-de-alimentos-ante-el-invima
	Portal web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, registro de publicidad exterior	https://www.colombiaagil.gov.co/tramites/intervenciones/registro-de-publicidad-exterior-en-pereira

Estudio de prefactibilidad para la exportación de café especial cultivado por los campesinos de Quinchía, Risaralda

Estudio del entorno y sector

Político

La incertidumbre en el sector debido al cambio de un gobierno de derecha al primero de izquierda que ha tenido el país, está generando desconfianza en cuanto a la inversión extranjera, sumado a la desestabilización del sector empresarial, debido a políticas económicas y sociales, y que está produciendo un incremento considerable del precio del dólar y una posible recesión. Según La República (2022): “El embajador de Colombia en Venezuela, Armando Benedetti anunció la llegada de un buque con más de 16.000 toneladas de urea, a US\$600 cada una” (párr. 1). El restablecimiento de la relaciones con Venezuela, da origen a la normalización de las operaciones de la empresa Monómeros Colombo Venezolanos S.A., ayudando de esta forma a la disminución de precios de los productos agrícolas como fertilizantes y otros, importantes para la reducción de los costos de producción del café.

Otro aspecto importante a tener en cuenta y que beneficia la producción de café en el país, es la decisión del presidente Gustavo Petro de subsidiar el 100% de los fertilizantes utilizados para producir alimentos, con el propósito de que no afecten los precios de la canasta familiar (Infobae, 2022). En la actualidad los acuerdos comerciales firmados por el gobierno con otras naciones, se facilita la posibilidad de llevar el café colombiano a países como Estados Unidos, Corea del Sur y la Unión Europea, sin embargo no es tan fácil como parece, debido a que existen otro tipo de normas técnicas que se deben cumplir a la hora de exportar un producto;

actualmente se vienen tramitando otros acuerdos con países como los Emiratos Árabes Unidos, Turquía y Japón (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).

Económico

La inflación producto de políticas monetarias establecidas en Estados Unidos, sumado a factores políticos internos, está generando una inestabilidad económica en el país, acompañada de un incremento considerable del precio del dólar, que genera encarecimiento de los insumos necesarios para cultivar el café. Las reformas tributarias que viene tramitando el país actualmente pueden afectar notablemente el proyecto, al aumentar los impuestos para las empresas. Aunque no todo es negativo, debido a los altos precios del dólar se está favoreciendo la exportación del café colombiano durante el presente año, así marcó un hito histórico, al alcanzar el miércoles 24 de agosto del 2022 el precio más alto de compra en el mercado interno, logrando un valor de \$2.530.000 pesos la carga de 125 Kg. (*Portafolio*, 2022). Según *Coffee behind the scenes* (2018):

El sector cafetero es sumamente importante para la economía de Colombia. Representa el 22% del PIB agrícola del país y representa la principal fuente de ingresos para más de 550.000 familias. Más del 25% de la población rural del país es cafetera. (párr.1)

Social

En la última década ha venido creciendo la tendencia de consumir café especial no solo a nivel nacional sino internacional, los consumidores cada día se vuelven más exigentes, y se fijan en ciertos aspectos como el aroma y el sabor, factores fundamentales por lo que no les importa pagar un precio más alto a cambio de experimentar estos atributos. Muchos consumidores, de hecho lo han adoptado dentro de su vida diaria, por lo que sienten la necesidad de tomarse una buena taza de café durante el transcurso de cada día.

Alrededor de la producción, transformación y comercialización del café, se han venido conformando asociaciones en el municipio de Quinchía, permitiendo esto mejorar las oportunidades de las familias caficultoras al lograr mayor acceso y participación en el sector. Así, han recibido apoyo de entidades nacionales e internacionales como ONG, que brindan asesoría técnica en todo el proceso requerido por el café, lo que conlleva al aumento de unidades productivas y formalización de empleo.

Tecnológico

En la actualidad existen herramientas tecnológicas que ayudan a mejorar los procesos, por ejemplo el *Machine Learning* que aporta al análisis de muestreos de información referente a la calidad del café que se pretende exportar. Además de utilizarlo en el proceso de gestión de calidad del producto, con el fin de poder segmentar los tipos de café que se van a exportar hacia cada cliente, y minimizar los puntos críticos de control del sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control – HACCP. La Federación Nacional de Cafeteros (2022) cuenta con el Centro Nacional de Investigaciones de Café – Cenicafé, el cual tiene como objetivo “estudiar los aspectos relacionados con la producción y la calidad del café, las plagas y las enfermedades, y la conservación de los recursos naturales de la zona cafetera colombiana” (párr.1).

Este centro brinda la posibilidad a los campesinos de producir un café de calidad. También existe maquinaria que facilita ciertas labores en la producción del grano, como la cosechadora de café la cual permite la reducción en los costos de cosecha ayudando en la recolección del mismo, y también la tecnología módulo de beneficio ecológico de café - BECOLSUB la cual está enfocada en disminuir el impacto ambiental.

Ecológico

El municipio cuenta con diversidad de climas propicios para la producción de este tipo de café, el cual requiere de algunas condiciones medio ambientales, un piso térmico adecuado.

Además, cuenta con suelos ricos en nutrientes, lo que ayuda a disminuir los costos de producción, en cuanto a aplicación de fertilizantes, factor determinante a la hora de exportar debido a los controles que tienen algunos países en el ingreso de alimentos. Se cuenta con una variedad de cafés suaves, que es la principal característica del grano colombiano, y que lo diferencia de otros a nivel internacional, entre estos encontramos el Caturra y el Castillo.

Un factor importante que puede afectar la producción de café en este sector y por ende la disminución del producto a exportar, es el cambio climático, lo cual viene afectando de manera constante las cosechas, ya sea por inviernos extendidos a lo largo del año o el verano. Además de aspectos fitosanitarios como la roya y la broca, los cuales son enfermedades muy comunes en estos cultivos y que son generadas, en parte debido a los cambios climáticos

Legal

Las reformas que se vienen tramitando actualmente, como lo es la tributaria y la laboral, generan una sensación de incertidumbre, de las cuales no se sabe quiénes serán los beneficiados y los más afectados, sin embargo son factores a tener en cuenta a la hora de implementar un proyecto. Existen programas en el mercado de acompañamiento y asistencia que busca certificar las unidades productivas en buenas prácticas agrícolas – BPA, y certificaciones internacionales, pero que compromete al productor en el cumplimiento de algunas normas del código sustantivo del trabajo, como por ejemplo la no contratación de menores de edad, jornada laboral de cuarenta y ocho horas semanales, normas de seguridad y salud en el trabajo – SST, y pago de salarios

acordes a la ley laboral. A continuación, en la Figura 2 se aprecia la conclusión de cada uno de los puntos tratados en el PESTEL

Figura 1

Resumen análisis PESTEL



Estudio de mercado

A continuación se presenta lo relacionado al estudio de mercado realizado con el propósito de evaluar e identificar ciertos factores con los que se verá enfrentada esta organización, conocer la competencia en el sector, además de identificar algunos elementos que le ayudaran a diferenciarse y tener una ventaja competitiva. En este estudio se expone la presentación y tipos de empaque que tendrá el café especial cultivado por los campesinos de Quinchía Risaralda que se va a comercializar a nivel internacional, además el precio que tendrá este producto como resultado de un estudio de competencia. Así mismo, los lugares a los cuales se exportará y los medios por los cuales se promocionará su venta a los diferentes países.

Producto

El café especial ofrecido por esta comercializadora internacional tendrá una presentación diferenciadora, que llame la atención de los compradores a través de las diferentes plataformas digitales y redes sociales. Esta le brindará a los campesinos de Quinchía, Risaralda la posibilidad de vender la historia de la procedencia del producto, y la cual estará reflejada en sus empaques. Lo anterior, permite tener un diferencial muy valorado por los importadores a nivel internacional, los cuales buscan no solo comprar simplemente un producto, sino también una experiencia.

También cubrirá la necesidad de los caficultores del municipio de tener un apoyo para llevar sus productos, no solo como materia prima, sino ahora como un producto terminado, que genere mayor rentabilidad para estos y les permita lograr un mayor desarrollo. En este sentido, Perfect Daily Grind (2019) afirma que:

No subestimes la importancia de tus bolsas para café tostado. El diseño que elijas tendrá un efecto en la frescura del café, en tu eficiencia en las operaciones, en cómo sobresale (¡o no!) tu producto en los estantes y en cómo está posicionada tu marca. (Párr. 1)

Por esta razón es de suma importancia recomendar a los clientes la selección de un empaque que no solo agrade visualmente, sino que también conserve de mejor forma las características del café que se va a comercializar. Las dos tipologías en las que se va a comercializar el café será molido y en grano. Para el primer caso, inicialmente lleva un proceso de tostión para posteriormente ser llevado a un molino industrial, y por último ser empacado en presentaciones de 250 g. y 500 g. Según Perfect Daily Grind (2019), existe una gran variedad de bolsas para café, entre las que menciona este sitio están las tres que se relacionan a continuación, y que esta comercializadora recomendará a los caficultores de Quinchía.

Figura 2

Empaque con estampado personalizado que se mantiene de pie



Nota. Fuente: Mtpak (s.f.)

Figura 3

Bolsa con fondo plano, con bolsillo con cierre de cremallera



Nota. Fuente: Mtpak (s.f.).

Figura 4

Bolsas blancas de papel de estraza con fuelle lateral e impresión personalizada



Nota. Fuente: Mtpak (s.f.).

Precio

Los precios de venta que se efectuarán para la comercialización del café especial producido por los campesinos de Quinchía oscilará entre los \$ 25,000.00 COP y \$ 50,000.00 COP por libra, dependiendo de la calidad del grano. Este precio toma como referencia los precios que se manejan a nivel local y también en algunas comercializadoras que ofrecen el mismo servicio a nivel nacional. Para definir el precio que tendrá el grano exportado por esta comercializadora, se hizo un estudio de competencia a tres empresas, a las cuales se les expuso el peso, tipología y precio, para posteriormente encontrar el valor promedio en el mercado. En la tienda de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia se puede evidenciar los siguientes precios:

Tabla 6*Precios de algunos tipos de café especial por 500 g. producido en Colombia*

Marca	Peso (g)	Tipología	Precio (COP)	Tipología	Precio (COP)
Café Ocamón	500	Grano	\$ 26,500.00	Molido	\$ 26,500.00
Café El Recuerdo	500	Grano	\$ 25,000.00	Molido	\$ 25,000.00
Café Montaña	500	Grano	\$ 30,000.00	Molido	\$ 30,000.00

Nota. Fuente: Elaboración propia, basada en datos de la Federación Nacional de Cafeteros (2023).

Precios de algunos tipos de café especial producido en Colombia. Teniendo en cuenta esta información se obtienen los siguientes indicadores: Precio mínimo (COP): 25,000.00; precio máximo (COP): 30,000.00; precio promedio (COP): 27,166.00. El precio sugerido para la venta de café especial por 500g es de 27,000.00 COP aproximadamente, es decir 54 pesos/g. (Federación Nacional de Cafeteros, 2023).

Tabla 7*Precios de algunos tipos de café especial por 250 g. producido en Colombia*

Marca	Peso (g)	Tipología	Precio (COP)	Tipología	Precio (COP)
Café Ocamón	250	Grano	\$ 15,000.00	Molido	\$ 15,000.00
Café El Recuerdo	250	Grano	\$ 15,000.00	Molido	\$ 15,000.00
Café	250	Grano	\$ 16,000.00	Molido	\$ 16,000.00

Montaña

Roja

Nota. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros ().

A continuación se presentan algunos precios de Café Especial por 250 g, producido en algunas zonas del país. Teniendo en cuenta esta información se obtienen los siguientes indicadores: Precio mínimo (COP): 15,000.00; precio máximo (COP): 16,000.00; precio Promedio (COP): 15,333.00. El precio sugerido para la venta de café especial por 250g es de 15,300.00 COP aproximadamente, es decir 61.2 pesos/g. El precio sugerido por gramo en general es de $(54+61.2)/2= 57.6$ COP/g. Cabe resaltar que esta comercializadora al ser un intermediario, no comprara café sino que obtendrá un porcentaje de la venta de los productos al importador de 15%.

Plaza

Los clientes a nivel internacional encontrarán exhibidos los productos a través de diferentes plataformas digitales y redes sociales como *e-commerce* y sitios en internet, donde tendrán la posibilidad de hacer sus pedidos en diferentes cantidades. Las inversiones se harán en publicidad a través de estos medios y no se contará con plantas físicas. Según Expacioweb (2019):

La limitación geográfica de una tienda física también desaparece con la simple apertura de un tienda on-line. Y estás empezando, esto te supondrá una gran ventaja para tu negocio, pues tu público objetivo pasa de cientos de miles a millones. (párr.3)

Teniendo en cuenta que esta es una empresa que pretende llevar sus productos a lugares y clientes ubicados en zonas muy lejanas, es de vital importancia hacer uso de plataformas *on-line* que acerquen la oferta a la demanda. Según Portafolio (2022) los compradores más importantes a nivel mundial de café de origen tostado molido, fueron Estados Unidos, Chile, Ecuador, Panamá, Paraguay, Brasil y Polonia. En el caso del café tostado en grano aparecen Estados Unidos, Chile Corea del Sur, China, Argentina, Alemania, Ecuador, Paraguay, España y Taiwán. Por tal motivo

se decide escoger los siguientes destinos para realizar las exportaciones de café especial producido por los campesinos de Quinchía, Risaralda: Estados Unidos, Chile y Ecuador; teniendo en cuenta que son unos de los principales compradores a nivel internacional

Para este estudio, se toma como referente de captura de mercado, los siguientes porcentajes por año en dichos mercados: Año 1: 1%; Año 2: 2%; Año 3: 3%; Año 4: 4%; Año 5: 5% . Según la Federación Nacional de cafeteros (2022) las exportaciones realizadas a países como Estados Unidos, Chile y Ecuador para el año 2021, se relacionan a continuación en las diferentes tablas: Basados en los registros de la Tabla 7 y las proyecciones de captura por año, se proyecta las siguientes cantidades por gramo a exportar por año.

Tabla 8

Total de exportaciones de café tostado de Colombia a Estados Unidos (2021)

Año	Sacos 70 Kg	Sacos 60 Kg	Kg	g
2021	9,701,431.00	11,315,084.00	1,358,005,210.00	1,358,005,210,000.00

Nota. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (2023).

Tabla 9

Proyección de captación del porcentaje de mercado en los primeros cinco años en Estados Unidos

Año	Captación de mercado (%)	Sacos 70 Kg	Sacos 60 Kg	Kg	g
1	1.00%	97,014.31	113,150.84	2,101.65	2,101,651.50
2	2.00%	194,028.62	226,301.68	8,406.61	8,406,606.00
3	3.00%	291,042.93	339,452.52	18,914.86	18,914,863.50
4	4.00%	388,057.24	452,603.36	33,626.42	33,626,424.00

5	5.00%	485,071.55	565,754.20	52,541.29	52,541,287.50
---	-------	------------	------------	-----------	---------------

Nota. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (2023).

Tabla 10

Total de exportaciones de café tostado de Colombia a Chile (2021)

Año	Sacos 70 Kg	Sacos 60 Kg	Kg	g
2021	9,663,896.00	11,271,214.00	1,352,745,560.00	1,352,745,560.00

Nota. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (2023).

Se proyecta captar los siguientes porcentajes del mercado por año:

Tabla 11

Proyección de captación del porcentaje de mercado en los primeros cinco años en Chile

Año	Captación de mercado (%)	Sacos 70 Kg	Sacos 60 Kg	Kg	g
1	1.00%	96,638.96	112,712.14	2,093.51	2,093,511.00
2	2.00%	193,277.92	225,424.28	8,374.04	8,374,044.00
3	3.00%	289,916.88	338,136.42	18,841.60	18,841,599.00
4	4.00%	386,555.84	450,848.56	33,496.18	33,496,176.00
5	5.00%	483,194.80	563,560.70	52,337.78	52,337,775.00

Nota. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (2023).

Tabla 12*Total de exportaciones de café tostado de Colombia a Ecuador (2021)*

Año	Sacos 70 Kg	Sacos 60 Kg	Kg	g
2021	1,337,419.00	1,560,235.00	187,233,430.00	187,233,430,000.00

Nota. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (2023).

Se proyecta captar los siguientes porcentajes del mercado por año:

Tabla 13*Proyección de captación del porcentaje de mercado en los primeros cinco años en Ecuador*

Año	Captación de mercado (%)	Sacos 70 Kg	Sacos 60 Kg	Kg	g
1	1.00%	13,374.19	15,602.35	289.77	289,765.40
2	2.00%	26,748.38	31,204.70	1,159.06	1,159,061.60
3	3.00%	40,122.57	46,807.05	2,607.89	2,607,888.60
4	4.00%	53,496.76	62,409.40	4,636.25	4,636,246.40
5	5.00%	66,870.95	78,011.75	7,244.14	7,244,135.00

Nota. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (2023).

A partir de estos resultados se proyecta tener los siguientes ingresos por año por cada país:

Estados Unidos:

Tabla 14*Proyección de ingresos en el mercado de Estados Unidos, en los primeros cinco años*

Año	Peso (g)	Precio del g (COP)	Ingreso por venta (COP)	Comisión	Ingreso por comisión 15% (COP)
1	2,101,651.50	57.6	\$ 121,055,126.40	15.00%	\$ 18,158,268.96
2	8,406,606.00	57.6	\$ 484,220,505.60	15.00%	\$ 72,633,075.84
3	18,914,863.50	57.6	\$ 1,089,496,137.60	15.00%	\$ 163,424,420.64
4	33,626,424.00	57.6	\$ 1,936,882,022.40	15.00%	\$ 290,532,303.36
5	52,541,287.50	57.6	\$ 3,026,378,160.00	15.00%	\$ 453,956,724.00

Nota. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (2023).

- Chile

Tabla 15*Proyección de ingresos provenientes de la comisión recibida por la venta de café en el mercado de Chile, en los primeros cinco años*

Año	Peso (g)	Precio del g (COP)	Ingreso por venta (COP)	Comisión	Ingreso por comisión 15% (COP)
1	2,093,511.00	57.6	\$ 120,586,233.60	15.00%	\$ 18,087,935.04
2	8,374,044.00	57.6	\$ 482,344,934.40	15.00%	\$ 72,351,740.16
3	18,841,599.00	57.6	\$ 1,085,276,102.40	15.00%	\$ 162,791,415.36
4	33,496,176.00	57.6	\$ 1,929,379,737.60	15.00%	\$ 289,406,960.64
5	52,337,775.00	57.6	\$ 3,014,655,840.00	15.00%	\$ 452,198,376.00

Nota. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (2023).

Ecuador

Tabla 16*Proyección de ingresos en el mercado de Ecuador, en los primeros cinco años*

Año	Peso (g)	Precio del g (COP)	Ingreso por venta (COP)	Comisión	Ingreso por comisión 15% (COP)
1	289,765.40	57.6	\$ 16,690,487.04	15.00%	\$ 2,503,573.06
2	1,159,061.60	57.6	\$ 66,761,948.16	15.00%	\$ 10,014,292.22
3	2,607,888.60	57.6	\$ 150,214,383.36	15.00%	\$ 22,532,157.50
4	4,636,246.40	57.6	\$ 267,047,792.64	15.00%	\$ 40,057,168.90
5	7,244,135.00	57.6	\$ 417,262,176.00	15.00%	\$ 62,589,326.40

Nota. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (2023).

Proyección de ingresos totales por año:

Tabla 17*Proyección de ingresos totales por año, en el mercado de cada país*

Año	Estados Unidos (COP)	Chile (COP)	Ecuador (COP)	Valor total de ingreso (COP)
1	\$ 18,158,268.96	\$ 18,087,935.04	\$ 2,503,573.06	\$ 38,749,777.06
2	\$ 72,633,075.84	\$ 72,351,740.16	\$ 10,014,292.22	\$ 154,999,108.22
3	\$ 163,424,420.64	\$ 162,791,415.36	\$ 22,532,157.50	\$ 348,747,993.50
4	\$ 290,532,303.36	\$ 289,406,960.64	\$ 40,057,168.90	\$ 619,996,432.90
5	\$ 453,956,724.00	\$ 452,198,376.00	\$ 62,589,326.40	\$ 968,744,426.40

Nota. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (2023).

Promoción

El cliente potencial de esta compañía serán los importadores mayoristas de los diferentes países con los cuales el país tenga acuerdos comerciales, Estados Unidos, Chile, Ecuador lo que facilite llevar el producto hacia estas naciones. Se hará *marketing* tradicional a través de radio, perifoneo y volantes, y digital a través de sitios web, mensajes de texto y redes sociales. Esto con el propósito de poder llegarle a los dos tipos de clientes, tanto el productor a nivel local, como el importador a nivel internacional. La mayoría de comercializadoras de café tienen un enfoque digital para promocionar sus productos, este es el medio más efectivo para llegar a los clientes potenciales a nivel internacional. Según Golan (2020):

Cuando se trata de café, el marketing de nichos pasa a ocupar el lugar más importante en tu estrategia de marketing. Es necesario que encuentres una comunidad de conocedores de café y que te esfuerces por diferenciar tu marca de las demás. (Párr. 77)

Además, el autor señala que una de las maneras de posicionar la marca de un producto depende de sí mismo, pero que existen algunos puntos en común que unen a cualquier comunidad de conocedores de café: Presencia en las redes sociales, es importante que la imagen y el contenido de vídeo sean atractivos para los apasionados por el café, publicar de forma constante, ser amable. Se proyecta un presupuesto anual en promoción y publicidad, como se relaciona en la Tabla 18.

Tabla 18

Proyección de inversión en promoción y publicidad a nivel nacional e internacional

Año	Nacional (COP)	Internacional (COP)
1	\$ 5,000,000.00	\$ 10,000,000.00

Año	Nacional (COP)	Internacional (COP)
2	\$ 7,000,000.00	\$ 12,000,000.00
3	\$ 8,000,000.00	\$ 15,000,000.00
4	\$ 10,000,000.00	\$ 17,000,000.00
5	\$ 12,000,000.00	\$ 20,000,000.00

Estudio técnico

A continuación, se presenta el estudio técnico realizado con el propósito de definir las especificaciones de localización, tamaño, ingeniería y procesos que tendrá la comercializadora internacional de café especial cultivado por los campesinos de Quinchía, Risaralda.

Localización

El proyecto tendrá como lugar de localización Colombia, específicamente en el municipio de Quinchía, Risaralda, esto teniendo en cuenta que es una región cafetera, y donde el café conforma uno de los principales renglones económicos del sector.

Macrolocalización.

El proyecto tendrá como lugar de localización el país de Colombia, Según Colombia.co (2023): Este país ocupa la cuarta posición de países más extensos de Sur América, con una área aproximada de 1'139,000 kilómetros cuadrados, además de ser el único país de este sector que cuenta con dos océanos, Pacífico y Atlántico. Cuenta además, con tres ramificaciones de la cordillera de los Andes, y variedad de pisos térmicos. Posee 32 departamentos y 1102 municipios, 46 millones de habitantes y el 10% de la biodiversidad existente en el mundo. Esta nación cuenta con privilegiadas condiciones geográficas y culturales, y le está apostando fuertemente a potenciar todos sus sectores económicos, los cuales vienen en constante crecimiento como lo es el turismo y las exportaciones. Además, este portal señala que el país

cuenta con variedad de climas a lo largo de su territorio, no cuenta con estaciones, la forma típica de diferenciarlos es a través de los Pisos Térmicos, en el piso cálido las temperaturas están por encima de los 24 °C, aunque la mayoría de la población vive en el piso templado, donde varían entre 17 y 24 °C, en la tierras frías oscilan entre los 11 y 17 °C.

Figura 5

Localización de Colombia

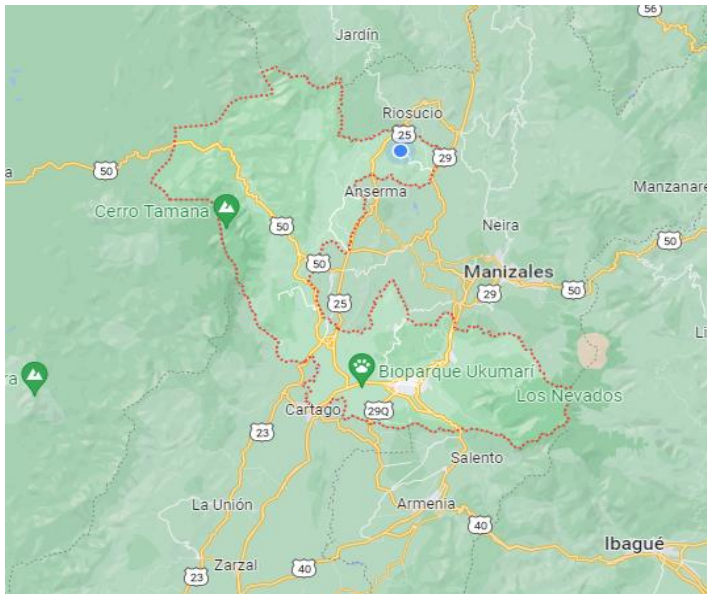


Nota. Fuente: Googlemaps (2023).

El proyecto estará ubicado en el departamento de Risaralda, se trata de uno de los 32 departamentos que componen el país, su capital es la ciudad de Pereira. Esta localizado en el centro – Oeste del territorio, y hace parte de la región Andina. Posee una superficie de 4.140 Km², y 14 municipios. Limita por el norte con los departamentos de Caldas y Antioquia, por el sur con el Valle del Cauca y Quindío, por el oeste con el Chocó, y al este con los territorios de Tolima y Caldas, según el DANE, cuenta con 957.254 habitantes (TodaColombia, 2019).

Figura 6

Localización de Risaralda



Nota. Fuente: Googlemaps (2023).

Microlocalización

Como se mencionaba anteriormente, la microlocalización de la comercializadora es el municipio de Quinchía, según Colombia Turismo Web (s.f.) es un municipio localizado en el departamento de Risaralda, a 110 km de la capital, limita con los municipios de Riosucio, Caldas por el norte, por el sur con Anserma, Caldas, con Guática por el occidente y con Neira y Filadelfia por el oriente. Posee un total de 81 veredas, 4 corregimientos, y 12 barrios; cuenta con todos los climas, desde las altas temperaturas del corregimiento de Irra, hasta las bajas de la vereda la Ceiba. Su principal renglón económico es el café, seguido del plátano y la minería, esta microlocalización se puede apreciar en la Figura 7.

Figura 7

Localización Quinchía, Risaralda

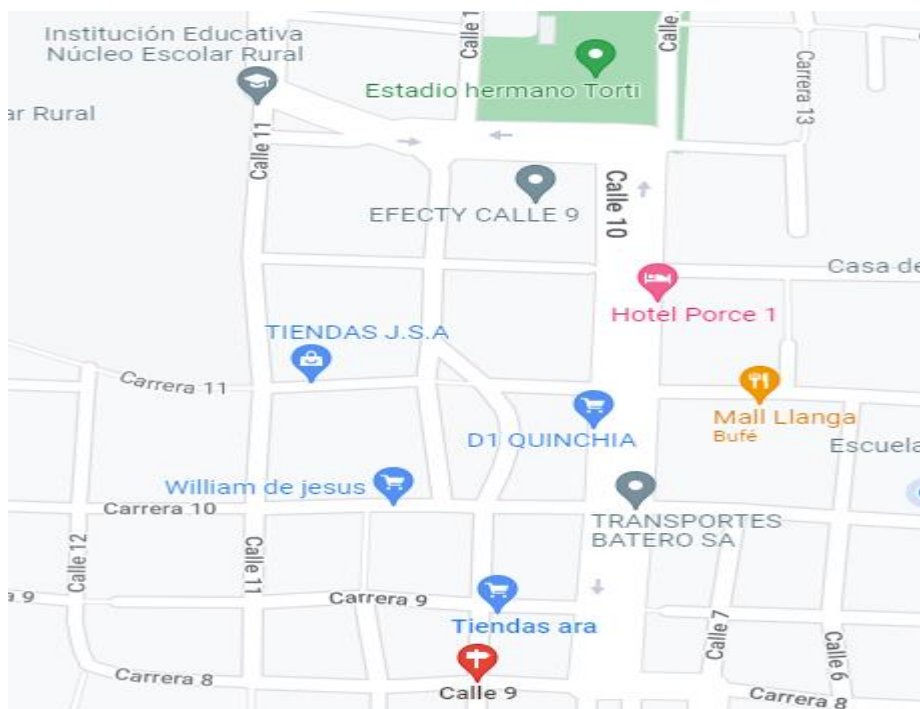


Nota. Fuente: Googlemaps (2023).

Con el propósito de reducir costos, la comercializadora no tendrá bodegas. Además, opera bajo la intermediación entre los dos tipos de clientes, tanto el campesino que desea hacer uso de los servicios, como del importador a nivel internacional. Así, el producto saldrá directamente desde la finca, hacia su destino final. Se contará con una oficina física ubicada en el barrio El Jardín de dicho municipio, el cual es una zona de alto flujo de personas, allí se encuentran los principales supermercados de la localidad. En la Figura 8 se puede apreciar el punto donde funcionarán las oficinas

Figura 8

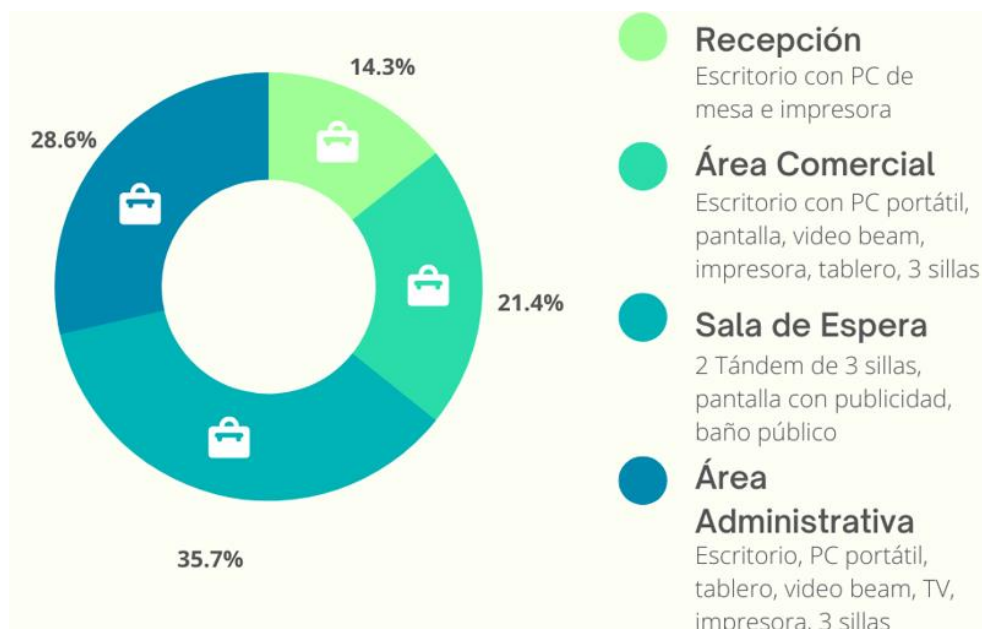
Localización oficina de la comercializadora



Nota. Fuente: Googlemaps (2023).

Tamaño

La comercializadora solo necesitará un local con oficinas para atender los socios o clientes potenciales, bastara con área de 70 m² y su distribución porcentual se puede apreciar en la Figura 9.

Figura 9*Configuración deseada de las oficinas*

El local tendrá un área de 70 m² y la oficina contará con un administrador, un recepcionista y un gestor comercial.

Tabla 19*Estimación de área requerida para el local*

Dependencia	Unidad m ²
Área Administrativa	20.02
Área comercial	14.98
Recepción	10.01
Sala de espera	17.99
Baños	7

Tabla 20*Distribución del personal administrativo en el local*

Dependencia	N.º de Personas
Área Administrativa	1
Área Comercial	1
Recepción	1

Tabla 21*Distribución máximo de personas por dependencia y área*

Dependencia	N.º de personas
Área administrativa	3
Área comercial	3
Recepción	2
Sala de espera	9

En la Tabla 22 se presenta el barrido de cotizaciones de arrendamiento de locales con un área aproximada a la requerida.

Tabla 22*Cotización arrendamiento de locales en Quinchía*

Locales	Tamaño (m ²)	Valor (COP)	Valor unitario COP/ m ²
1	60	1,000,000.00	16,000.00
2	50	800,000.00	16,000.00
3	80	1,500,000.00	18,750.00

4	60	1,200,000.00	20,000.00
---	----	--------------	-----------

Después de realizar cálculos, el valor promedio de arrendamiento del m² para locales en el barrio el Jardín del municipio de Quinchía es de \$17,800.00 COP/m² pesos aproximadamente, por lo tanto se estima un costo de arrendamiento por valor de \$1,246,000.00 COP/mes, lo que equivale a \$14,952,000.00 anual.

Ingeniería

Técnica.

En este punto se presenta el valor de los muebles y enseres, equipo de oficina, y demás elementos que se van a necesitar para el funcionamiento de la comercializadora.

Tabla 23

Muebles, enseres y equipos requeridos

Equipo	Cantidad	Valor (COP)	Valor total (COP)
Escritorio	3	3,000,000.00	9,000,000.00
Sillas	4	150,000.00	600,000.00
Sillas secretariales	2	600,000.00	1,200,000.00
Silla gerencial	1	700,000.00	700,000.00
Tandem de sillas x3	2	1,000,000.00	2,000,000.00
Televisor	3	800,000.00	2,400,000.00
Impresora	3	600,000.00	1,800,000.00
Computador de mesa	1	2,000,000.00	2,000,000.00
Computador portátil	2	3,000,000.00	6,000,000.00

Equipo	Cantidad	Valor (COP)	Valor total (COP)
Video beam	2	2,500,000.00	5,000,000.00
Pantalla led	2	3,000,000.00	6,000,000.00
Tablero acrílico	2	800,000.00	1,600,000.00
Cuadro decorativo	4	300,000.00	1,200,000.00
Repisa	2	1,500,000.00	3,000,000.00
Nevera	1	1,000,000.00	1,000,000.00
Horno Microondas	1	400,000.00	400,000.00
Vajilla	1	300,000.00	300,000.00
Canecas de basura (reciclaje)	4	30,000.00	120,000.00
Dotación de personal	3	250,000.00	750,000.00
Mesa redonda	2	700,000.00	1,400,000.00
Celular	3	2,000,000.00	6,000,000.00
Total			52,470,000.00

De acuerdo con el presupuesto que realizó el oficial de obra para la remodelación de un local de 70 m², con las especificaciones requeridas para el funcionamiento de la sede administrativa de la comercializadora, se relaciona en la siguiente Tabla 24.

Tabla 24

Presupuesto de remodelación

Actividad	Unidad	Cantidad	Valor unitario (COP)	Valor total (COP)
-----------	--------	----------	-------------------------	----------------------

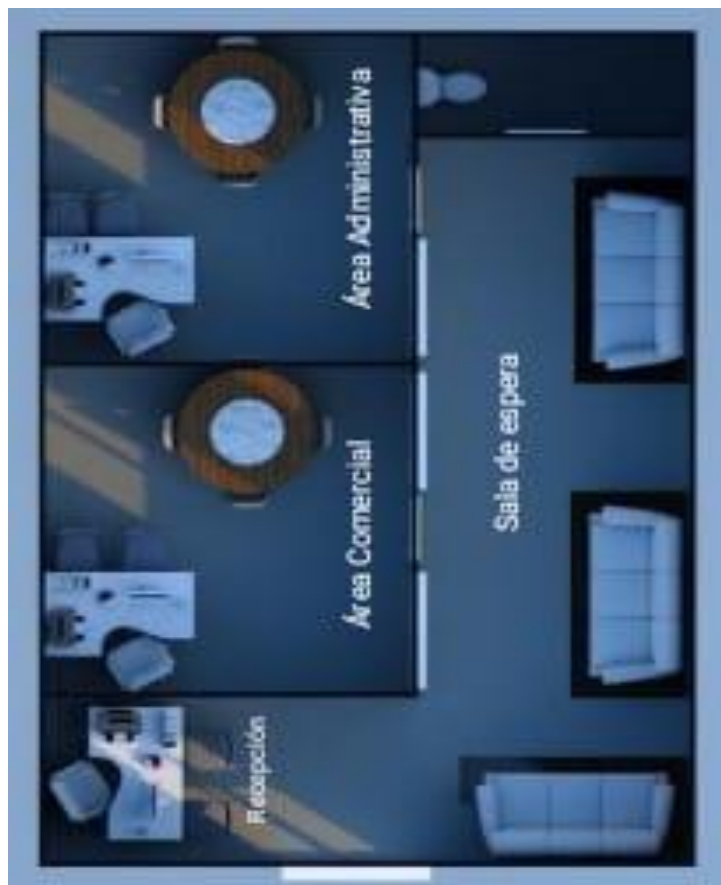
Actividad	Unidad	Cantidad	Valor unitario (COP)	Valor total (COP)
Demoliciones y				
aseo				
Demolición de obra existente	m2	70	\$15,000.00	\$1,050,000.00
Retiro de escombros obra gris	Viaje	1	\$80,000.00	\$80,000.00
Cargue de pisos	m2	70	\$35,000.00	\$2,450,000.00
Pañetes de muros	m2	71	\$25,000.00	\$1,775,000.00
Mortero seco enchapes	Bulto	7	\$20,000.00	\$140,000.00
Enchape de pisos	m2	70	\$40,000.00	\$2,800,000.00
Impermeabilización	m2	70	\$30,000.00	\$2,100,000.00
Inst. eléctricas				

Actividad	Unidad	Cantidad	Valor unitario (COP)	Valor total (COP)
Adecuación de redes eléctricas	Global	1	\$2,000,000.00	\$2,000,000.00
Inst. hidráulicas				
Adecuación de redes hidráulicas	Global	1	\$3,000,000.00	\$3,000,000.00
estuco y pintura				
Estuco y pintura a dos manos	m2	90	\$10,000.00	\$900,000.00
			Total	\$16,295,000.00

A continuación se presenta un plano esquemático de cómo quedarían las oficinas.

Figura 10

Distribución de la planta física de la comercializadora

**Procesos.**

En este apartado se pretenden dejar establecidos los diferentes procesos de atención al cliente, intermediación, cobros de comisión, facturación, y contabilización de la comercializadora, con el propósito de estandarizar y evitar los reprocesos.

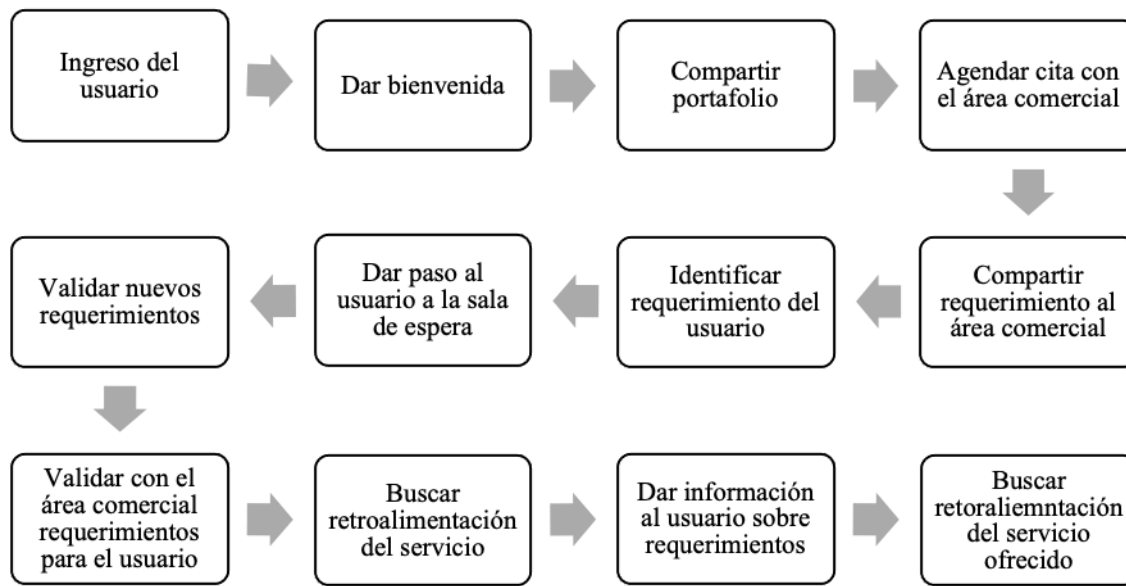
*Proceso de atención al usuario***Figura 11***Procesos de atención al usuario*

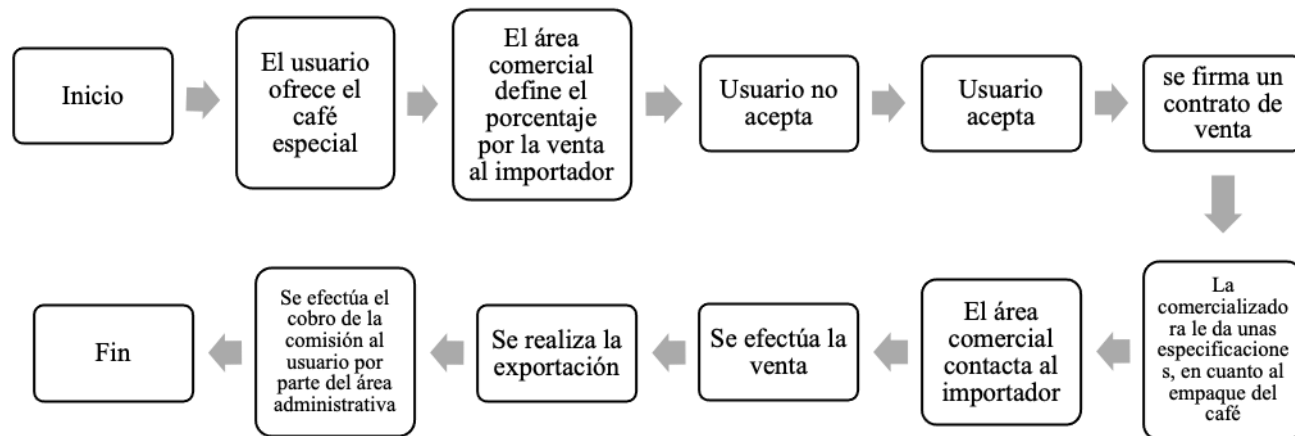
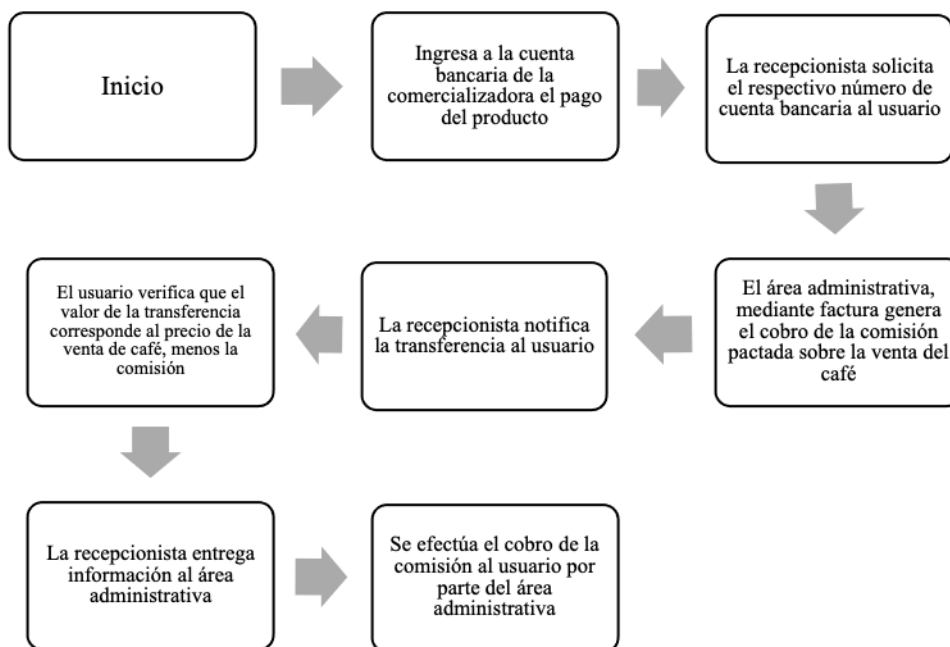
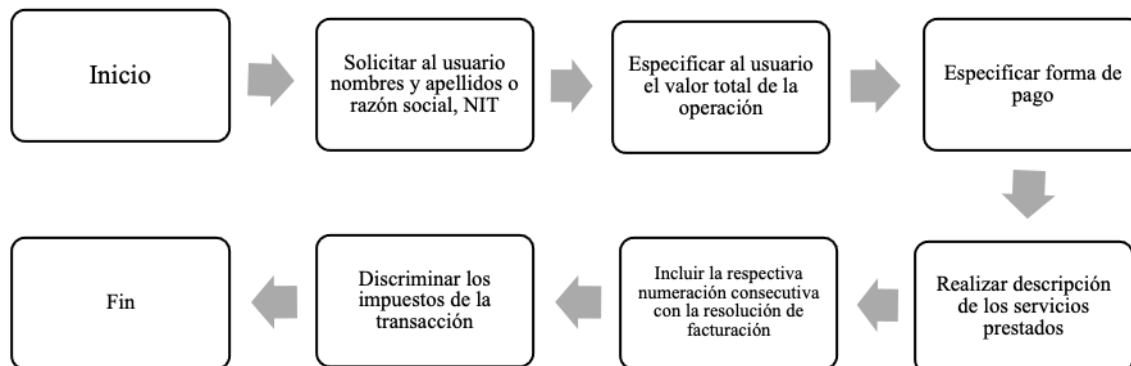
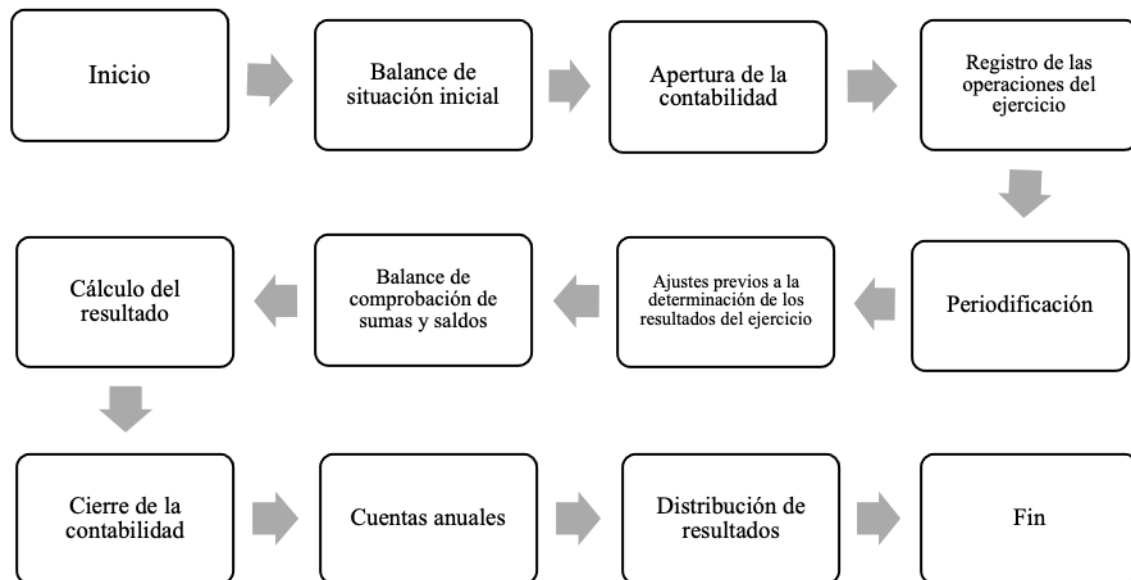
Figura 12*Proceso de intermediación con el usuario***Figura 13***Proceso de pago de comisiones*

Figura 14*Proceso de facturación electrónica***Figura 15***Proceso de contabilización*

Estudio administrativo y organizacional

Organigrama

Contar con una estructura organizacional correctamente diseñada, contribuye al eficiente desarrollo de los objetivos planteados por la empresa, así mismo, permite una mayor optimización de costos, lo que genera una mejor rentabilidad del proyecto. Según el portal [Open HR (2022)], “Un organigrama permite conocer información esencial y coordinar distintos aspectos del negocio y los proyectos que se estén llevando a cabo. Gracias a ese conocimiento, podrás dividir el trabajo y desarrollar proyectos que permitan a la empresa crecer y asentarse”

Los procesos que deben hacer parte de esta organización son los siguientes:

Área administrativa: Realizar un manejo eficiente de los recursos tanto humanos como financieros de la organización, generar las facturas, velar por el cuidado de la instalaciones, y el suministro de elementos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Área comercial: Ejecutar las negociaciones con los dos tipos de clientes que tiene la empresa, tanto el importador como el campesino que desea hacer uso de la intermediación, definir en conjunto con el área administrativa el valor del cobro de la comisión por venta.

Recepción: Garantizar una atención acorde a los objetivos organizacionales, realizar el primer acercamiento con el campesino que desea hacer uso de los servicios de la empresa, agendar citas con las demás áreas, realizar compras de papelería y demás insumos necesarios, informar las diferentes notificaciones a los demás procesos.

Partiendo del compromiso de contar con una estructura organizacional ligera y flexible, es de suma importancia tercerizar algunos procesos como lo son Marketing Digital, contaduría, seguridad y salud en el trabajo - SST, legal, ambiental, entre otros., con el fin de optimizar costos

y enfocarse en el *Core* del negocio. A continuación se presenta el organigrama que sintetiza lo descrito anteriormente.

Figura 16

Organigrama de la comercializadora internacional de café especial



Cargos y perfiles

Continuando con el estudio organizacional y administrativo, a continuación se relacionan los perfiles de cargo de cada uno de los mencionados en el organigrama anterior

Tabla 25

Perfil del administrador

Nombre	Administrador
Jornada laboral	Lunes a viernes: 8 am - 6 pm

Nombre	Administrador
Lugar de trabajo	Local – Comercializadora Internacional
Relación con otros departamentos	Trabajar en conjunto con el CEO para para asegurar el cumplimiento de los objetivos organizacionales.
Supervisor directo y subordinados	CEO
Propósito	Velar por el cumplimiento y ejecución de los objetivos organizaciones.
Funciones y responsabilidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar estrategias para atraer clientes potenciales 2. Velar por el uso eficiente de los recursos humanos y financieros de la organización. 3. Garantizar el suministro de los insumos y activos necesarios para la operación de la organización. 4. Supervisar los demás procesos de la organización. 5. Agendar capacitaciones para el personal cuando así se requiera. 6. Buscar convenios con diferentes entidades tanto públicas como privadas.
Experiencia profesional previa	Experiencia en cargos estratégicos en empresas del sector agrícola, además de conocimientos en comercio exterior.
Competencia y habilidades	Pensamiento estratégico, orientación al cambio, liderazgo, orientación al servicio.
Formación	Profesional en administración de empresas, ingeniería industrial,

Nombre	Administrador
	negocios internacionales, o afines.
Rango salarial (COP)	\$ 4,000,000.00

Tabla 26*Perfil del asesor comercial*

Nombre	Asesor comercial
Jornada laboral	Lunes a viernes: 8 am - 6 pm
Lugar de trabajo	Local – comercializadora internacional
Relación con otros departamentos	Trabajar en conjunto con el área de marketing digital, con el propósito de buscar las mejores alternativas comerciales en cuanto a la captación de clientes potenciales.
Supervisor directo y subordinados	Supervisor directo: Administrador Subordinados: Publicista y recepcionista
Propósito	Propender por el aumento de la captación de clientes potenciales, con el propósito de incrementar los ingresos de la organización.
Funciones y responsabilidades	- Diseñar en conjunto con el área de marketing digital, las estrategias idóneas para llegar a los 2 tipos de clientes potenciales. - Brindar una correcta asesoría a los diferentes tipos de clientes de la organización. - Buscar alianzas con diferentes tipos de empresas y clientes

Nombre	Asesor comercial
	potenciales. - Realizar visitas a las diferentes fincas del sector o clientes potenciales. - Cumplir las metas definidas por la administración - Propender por la realización de estrategias comerciales en conjunto con el área administrativa y el publicista.
Experiencia profesional previa	Experiencia en mercadeo y ventas, conocimiento del sector agro y comercio exterior.
Competencia y habilidades	Orientación al servicio, trabajo en equipo, pensamiento estratégico, dominio del inglés.
Formación	Mercadólogo, ingeniero industrial, negociador internacional, o afines.
Rango salarial (COP)	\$ 2,000,000.00

Tabla 27*Perfil del recepcionista*

Nombre	Recepcionista
Jornada laboral	Lunes a viernes: 8 am - 6 pm
Lugar de trabajo	Local – comercializadora internacional
Relación con otros departamentos	Trabajar en conjunto con el administrador y el asesor comercial, garantizando una atención excelente hacia los clientes.
Supervisor directo y	Supervisor directo: Administrador y Asesor Comercial

Nombre	Recepcionista
subordinados	
Propósito	Propender por brindar una atención oportuna, amable y cálida hacia los clientes.
Funciones y responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Atender y brindar información a los clientes que se acerquen a la comercializadora. - Agendar citas de los clientes con los diferentes procesos - Agendar citas con los diferentes empresarios del sector. - Realizar llamadas a los clientes para brindar información. - Recibir y realizar facturas a los clientes, y pasarlas al proceso encargado.
Experiencia profesional previa	Experiencia en atención al cliente, preferiblemente con conocimientos en el sector agro.
Competencia y habilidades	Orientación al servicio y trabajo en equipo.
Formación	Técnico en servicio al cliente
Rango salarial (COP)	\$ 1,800,000.00

Tabla 28

Perfil del publicista

Nombre	Publicista
Jornada laboral	Lunes a viernes: 8 am - 6 pm
Lugar de trabajo	Remoto – Visitas esporádicas a la comercializadora internacional

Nombre	Publicista
Relación con otros departamentos	Trabajar en conjunto con el área comercial y administrativa.
Supervisor directo y subordinados	Supervisor directo: Administrador, Asesor Comercial
Propósito	<p>Realizar un efectivo manejo de las diferentes redes sociales y plataformas de la organización, con el propósito de atraer clientes potenciales, además de participar en el diseño de estrategias comerciales con los demás procesos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gestión de las redes sociales y plataformas de la organización. 2. Participar en el diseño de estrategias comerciales con los demás procesos. 3. Remitir a la recepcionista los contactos de los clientes potenciales que se contactan por las diferentes plataformas.
Funciones y responsabilidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestión de las redes sociales y plataformas de la organización. 2. Participar en el diseño de estrategias comerciales con los demás procesos. 3. Remitir a la recepcionista los contactos de los clientes potenciales que se contactan por las diferentes plataformas.
Experiencia profesional previa	Experiencia como <i>community manager</i> .
Competencia y habilidades	Manejo de redes sociales y estrategias comerciales .
Formación	Profesional en publicidad o afines.
Rango salarial (COP)	\$ 900,000.00

Tabla 29*Perfil del asesor en seguridad y salud en el trabajo- SST*

Nombre	Asesor en seguridad y salud en el trabajo – SST
Jornada laboral	Lunes a viernes: 8 am - 5 pm
Lugar de Trabajo	Remoto - Visitas programadas a la comercializadora internacional
Relación con otros departamentos	Trabajar en conjunto con todos los procesos, con el propósito de identificar riesgos.
Supervisor directo y subordinados	Supervisor directo: Administrador
Propósito	Identificar riesgos existentes en las rutinas diarias de los colaboradores.
Funciones y responsabilidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el nivel de riesgo en las actividades diarias del personal 2. Realizar planes de mejora con el propósito de mitigar los riesgos
Experiencia profesional previa	Experiencia en seguridad y salud en el trabajo
Competencia y habilidades	Trabajo en equipo, planeación
Formación	Profesional en Seguridad y Salud en el trabajo – SST, o afines
Rango salarial (COP)	\$ 600,000.00

Tabla 30*Perfil del asesor legal*

Nombre	Asesor legal
Jornada laboral	Lunes a viernes: 8 am - 6 pm
Lugar de Trabajo	Remoto - Visitas programadas a la comercializadora internacional
Relación con otros departamentos	Trabajar en conjunto con el CEO y administrador.
Supervisor directo y subordinados	Supervisor directo: Administrador
Propósito	Asesorar a la organización en cuanto a la repercusiones legales que traen las decisiones tomadas, con el fin de actuar bajo la normatividad vigente
Funciones y responsabilidades	Asesorar la organización en cuanto a la toma de decisiones
Experiencia profesional previa	Experiencia en asesorías legales en el sector Agro
Competencia y habilidades	Trabajo en equipo y pensamiento estratégico.
Formación	Profesional en Derecho
Rango salarial (COP)	\$ 700,000.00

Tabla 31*Perfil del CEO*

Nombre	CEO
--------	-----

Nombre	CEO
Jornada laboral	Lunes a viernes: 8 am - 6 pm
Lugar de Trabajo	Remoto - Visitas programadas a la comercializadora internacional
Relación con otros departamentos	Trabajar en conjunto con los demás procesos de la organización.
Supervisor directo y subordinados	Subordinados: Todos los procesos
Propósito	Supervisar el correcto funcionamiento de la organización y tomar decisiones cuando sea pertinente con el propósito de buscar la mejora continua.
Funciones y responsabilidades	Supervisar y tomar decisiones a nivel macro dentro de la organización.
Experiencia profesional previa	Gerencia de empresas, especialmente del sector agro
Competencia y habilidades	Planeación, trabajo en equipo, pensamiento estratégico
Formación	Ingeniería industrial, administrador de empresas, o afines
Rango salarial (COP)	\$ 6,000,000.00

Gastos generales

		Periodo					
Actividad	Total	0	1	2	3	4	5
Elementos							
de aseo y cafetería	\$7,300,0 00	\$1,000, 000	\$1,200, 000	\$1,500, 000	\$1,700, 000	\$1,900, 000	
Útiles y papelería	\$7,000,0 00	\$1,100, 000	\$1,300, 000	\$1,400, 000	\$1,500, 000	\$1,700, 000	
0.50%	Gastos bancarios	\$13,320, 236	\$242,18 6	\$968,74 4	\$2,179, 675	\$3,874, 978	\$6,054, 653
0.30%	Comisiones	\$7,992,1 42	\$145,31 2	\$581,24 7	\$1,307, 805	\$2,324, 987	\$3,632, 792
0.40%	Impuesto GMF 4 x mil	\$10,656, 189	\$193,74 9	\$774,99 6	\$1,743, 740	\$3,099, 982	\$4,843, 722
	\$-						
	Total gastos	\$1,342,9 20,566	\$244,03 3,247	\$254,32 4,987	\$268,83 1,220	\$280,99 9,946	\$294,73 1,166

Estudio legal

A continuación se presentaran los pasos que se deberán seguir para llevar a cabo ante los diferentes entes gubernamentales, el registro de una empresa legalmente constituida.

Creación de la empresa ante la Cámara de Comercio de Pereira

Según la Cámara de Comercio de Pereira (2023), para la creación de la empresa se deben tener en cuenta los siguientes requisitos

Documentos necesarios para persona natural: Presentar cedula original y 2 copias, Documento de constitución de la sociedad, Formulario para efectuar matricula mercantil, Formulario del Registro Único Empresarial y Social RUES, Este se puede adquirir en cualquier Cámara de Comercio del país.

Según la Cámara de Comercio (2023) se debe tener en cuenta también lo siguiente:

Cuando la persona natural ya tenga NIT deberá adjuntar la fotocopia del certificado de formalización en el Registro Único Tributario - RUT, el cual debe ser actualizado (En caso de requerirlo) después de efectuar el registro en la Cámara de Comercio de Pereira.

-”Recuerde que para quedar formalizado ante la DIAN deberá obtener el certificado original del RUT, que podrá ser solicitado por primera vez, en la Cámara de Comercio de Pereira tanto para personas naturales y jurídicas.

Tanto en las sociedades constituidas bajo el amparo de la ley 1014 de 2006 como en las Sociedades por Acciones Simplificadas, cuando los activos destinados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Según Bizlatin Hub (2022) para formar una empresa S.A.S en Colombia se requiere lo siguiente:

Elegir el nombre de la empresa y recopilar los documentos requeridos por la Cámara de Comercio, inscripción en la Cámara de Comercio, obtener una cuenta de ahorros, obtención del RUT, registro ante la DIAN, firma digital. (párr. 3)

Registro Invima

Según el Invima (2019), estos son los pasos para realizar el trámite de registro sanitario: Ingresar a www.invima.gov.co, seleccionar Trámites y Servicios - Requisitos trámites, seleccionar en grupo alimentos, seleccionar en trámite una de las siguientes opciones: registro sanitario, permiso sanitario, notificación sanitaria. Seleccionar formatos y seleccionar: Formato único de Inscripción de establecimientos de la Dirección de alimentos y bebidas Web. (párr.1)

Registro de publicidad exterior

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023) en Colombia, el uso de publicidad exterior visual demanda inscribir el medio masivo, en el caso de Pereira, este trámite se realiza ante la Alcaldía Municipal, actualmente el formulario de inscripción se descarga, se diligencia y se radica de manera presencial. Según la Federación Nacional de Cafeteros (2023):

Con base en lo previsto en el Decreto 1714 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, reglamentados en la Resolución 05 de 2015 del Comité Nacional de Cafeteros, las personas naturales o jurídicas que quieran exportar café verde o procesado deben registrarse como tal en el Registro Nacional de Exportadores de Café que administra la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (párr. 5)

A partir del 2023 el proceso de registro y renovación para obtener el Registro de Exportador de Café activo se realizará únicamente a través de la Plataforma web de Registro dispuesta por la Federación Nacional de Cafeteros (2023):

Se debe diligenciar el formulario y anexar la siguiente documentación en PDF:

Certificado de Existencia y Representación Legal de la persona jurídica o del Certificado de Registro Mercantil de la persona natural solicitante, expedido por la correspondiente

Cámara de Comercio con una antelación no superior a treinta (30) días calendario a la fecha de presentación de la solicitud. Registro Único Tributario (RUT). Documento de identidad de la persona natural o, para personas jurídicas, del Representante Legal de la Compañía. Certificación bancaria expedida con una antelación no superior a treinta (30) días calendario a la fecha de presentación de la solicitud. De ser el caso, original del poder que el solicitante hubiere otorgado para la suscripción y presentación de la solicitud, junto a la copia del documento de identificación del apoderado. (párr. 6)

Evaluación financiera

Con el objetivo de evaluar el proyecto desarrollado, y concluir sobre su viabilidad, es fundamental hacer una revisión de algunos aspectos que brindan información determinante para la toma de decisiones futuras. A continuación, se revisarán en detalle estos aspectos:

Presupuestos

Ingresos.

Referente a los ingresos del proyecto se han definido 3 escenarios: Pesimista: Corresponde al 75% de los ingresos proyectados en el estudio de mercado. Lo más probable: corresponde al 100% de los ingresos proyectados en el estudio de mercado. Optimista: Corresponde al 125% de lo proyectado en el estudio de mercado.

Tabla 33

Ingresos por año de cada país, tomados del estudio de mercado

		Periodo					
Actividad	Total	0	1	2	3	4	5
Estados	\$						
Unidos	998,704,79	\$18,158,268	\$72,633,075.	\$163,424,42	\$290,532,303	\$453,956,72	

Actividad	Total	Periodo				
		0	1	2	3	4
	3	.96	84	0.64	.36	4.00
Chile	\$	\$18,087,935	\$72,351,740.	\$162,791,41	\$289,406,960	\$452,198,37
	994,836,42	.04	16	5.36	.64	6.00
	7					
Ecuador	\$	\$2,503,573.	\$10,014,292.	\$22,532,157	\$40,057,168.	\$62,589,326
	137,696,51	06	22	.50	90	.40
	8					
Total		38,749,777	154,999,108		619,996,433	
ingresos	2,131,237,7			348,747,994		968,744,426
(COL)	38					

Costos.

Los costos aquí relacionados fueron traídos del estudio técnico realizado, suponiendo unas estimaciones año por año producto de la inflación.

Tabla 34

Proyección de costos de la comercializadora internacional

Actividad		Periodo				
		0	1	2	3	4
Publicidad		\$	\$	\$	\$	\$
Digital	116,000,0	15,000,00	19,000,00	23,000,00	27,000,00	32,000,00
	00	0	0	0	0	0
Diseño y		\$	\$	\$	\$	\$
montaje de la	72,765,00	68,765,00	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000

sede	0	0				
Administrativa						
Total Costos (COP)	188,765,000	83,765,000	20,000,000	24,000,000	28,000,000	33,000,000
Participación Costos / Ingresos	7.09%	172.94%	10.32%	5.51%	3.61%	2.73%

Gastos.

Los gastos aquí proyectados, se toman a partir de los estudios de mercado, técnico, y administrativos realizados.

Tabla 35

Proyección de gastos de la comercializadora internacional

Actividad	Total	Periodo				
		0	1	2	3	4
Salarios	\$990,000,000	\$192,000,000	\$195,000,000	\$198,000,000	\$201,000,000	\$204,000,000
Servicios públicos	\$13,400,000	\$2,400,000	\$2,600,000	\$2,700,000	\$2,800,000	\$2,900,000

Actividad	Total	Periodo				
		0	1	2	3	4
Servicio						
contaduría	\$73,000,000	\$10,000,000	\$12,000,000	\$15,000,000	\$17,000,000	\$19,000,000
		00	00	00	00	00
Mantenimiento						
Equipos y Computadores	\$14,800,000	\$2,000,000	\$2,600,000	\$3,000,000	\$3,500,000	\$3,700,000
		0	0	0	0	0
Arrendamiento, construcciones y edificaciones						
	\$79,452,000	\$14,952,000	\$15,300,000	\$16,000,000	\$16,200,000	\$17,000,000
		00	00	00	00	00
Servicio de Aseo						
	\$126,000,000	\$20,000,000	\$22,000,000	\$26,000,000	\$28,000,000	\$30,000,000
	0	00	00	00	00	00
Elementos de aseo y cafetería						
	\$7,300,000	\$1,000,000	\$1,200,000	\$1,500,000	\$1,700,000	\$1,900,000
		0	0	0	0	0
Útiles y papelería						
	\$7,000,000	\$1,100,000	\$1,300,000	\$1,400,000	\$1,500,000	\$1,700,000
		0	0	0	0	0
0.50 Gastos		\$242,186	\$968,744			

Actividad	Total	Periodo					
		0	1	2	3	4	5
% bancarios	\$13,320,236				\$2,179,67	\$3,874,97	\$6,054,65
					5	8	3
0.30 Comisiones	\$7,992,142	\$145,312	\$581,247				
%				\$1,307,80	\$2,324,98	\$3,632,79	
				5	7	2	
0.40 Impuesto GMF		\$193,749	\$774,996				
% 4 x mil	\$10,656,189			\$1,743,74	\$3,099,98	\$4,843,72	
				0	2	2	
	\$-						
Total gastos							
	\$1,342,920,	\$244,033,	\$254,324,	\$268,831,	\$280,999,	\$294,731,	
	566	247	987	220	946	166	

Inversiones.

La inversión inicial estimada para la puesta en marcha de la comercializadora Internacional de Café Especial, es de \$ 58,670,000.00, la cual comprende la dotación necesaria de la planta administrativa, además de otros imprevistos. Adicional a este presupuesto se contempla una inversión en capital de trabajo por \$ 81,891,437, correspondiente a salarios y gastos del personal para los 3 primeros meses de la puesta en marcha del proyecto, para un total de \$ 140,561,437.00.

Tabla 36*Inversiones*

Inversión inicial	Inversiones \$
Escritorio	\$8,000,000.00
Sillas	\$600,000.00
Sillas secretariales	\$1,200,000.00
Silla gerencial	\$700,000.00
Tándem de sillas x3	\$2,000,000.00
Televisor	\$2,400,000.00
Impresora	\$1,800,000.00
Computador de mesa	\$2,000,000.00
Computador portátil	\$6,000,000.00
Video beam	\$5,000,000.00
Pantalla led	\$6,000,000.00
Tablero acrílico	\$1,600,000.00
Cuadro decorativo	\$1,200,000.00
Repisa	\$3,000,000.00
Nevera	\$1,000,000.00
Horno microondas	\$400,000.00
Vajilla	\$300,000.00
Canecas de basura (reciclaje)	\$120,000.00
Dotación de personal	\$750,000.00
Mesa redonda	\$1,400,000.00
Celular	\$6,000,000.00

Inversión inicial	Inversiones \$
Imprevistos	\$4,000,000
Otros	\$3,200,000
Total	\$58,670,000

Depreciaciones y amortizaciones.

Se lleva a cabo una depreciación en línea recta por 5 años, de todos los equipos adquiridos por la empresa para su puesta en marcha, obteniendo como resultado \$ 11,734,000.00 de gasto de depreciación anual.

Tabla 37

Depreciaciones de equipos de la comercializadora internacional

Actividad	Total	Periodo					
		0	1	2	3	4	5
Escritorio	\$8,000,00 0.00		\$1,600,00 0	\$1,600,00 0	\$1,600,00 0	\$1,600,00 0	\$1,600,00 0
Sillas	\$600,000. 00		\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000
Sillas secretariales	\$1,200,00 0.00		\$240,000	\$240,000	\$240,000	\$240,000	\$240,000
Silla gerencial	\$700,000. 00		\$140,000	\$140,000	\$140,000	\$140,000	\$140,000

Actividad	Total	Periodo					
		0	1	2	3	4	5
Tándem de sillas x3	\$2,000,00 0.00		\$400,000	\$400,000	\$400,000	\$400,000	\$400,000
Televisor	\$2,400,00 0.00		\$480,000	\$480,000	\$480,000	\$480,000	\$480,000
Impresora	\$1,800,00 0.00		\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000
Computador de mesa	\$2,000,00 0.00		\$400,000	\$400,000	\$400,000	\$400,000	\$400,000
Computador portátil	\$6,000,00 0.00		\$1,200,00 0	\$1,200,00 0	\$1,200,00 0	\$1,200,00 0	\$1,200,00 0
Video beam	\$5,000,00 0.00		\$1,000,00 0	\$1,000,00 0	\$1,000,00 0	\$1,000,00 0	\$1,000,00 0
Pantalla led	\$6,000,00 0.00		\$1,200,00 0	\$1,200,00 0	\$1,200,00 0	\$1,200,00 0	\$1,200,00 0
Tablero acrílico	\$1,600,00 0.00		\$320,000	\$320,000	\$320,000	\$320,000	\$320,000
Cuadro decorativo	\$1,200,00		\$240,000	\$240,000	\$240,000	\$240,000	\$240,000

Actividad	Total	Periodo					
		0	1	2	3	4	5
	0.00						
Repisa			\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000	\$600,000
	\$3,000,00						
	0.00						
Nevera			\$200,000	\$200,000	\$200,000	\$200,000	\$200,000
	\$1,000,00						
	0.00						
Horno			\$80,000	\$80,000	\$80,000	\$80,000	\$80,000
microondas	\$400,000.						
	00						
Vajilla			\$60,000	\$60,000	\$60,000	\$60,000	\$60,000
	\$300,000.						
	00						
Canecas de			\$24,000	\$24,000	\$24,000	\$24,000	\$24,000
basura	\$120,000.						
(reciclaje)	00						
Dotación de			\$150,000	\$150,000	\$150,000	\$150,000	\$150,000
personal	\$750,000.						
	00						
Mesa redonda			\$280,000	\$280,000	\$280,000	\$280,000	\$280,000
	\$1,400,00						
	0.00						
Celular							
	\$6,000,00		\$1,200,00	\$1,200,00	\$1,200,00	\$1,200,00	\$1,200,00
	0.00		0	0	0	0	0
Imprevistos			\$800,000	\$800,000	\$800,000	\$800,000	\$800,000

Actividad	Total	Periodo					
		0	1	2	3	4	5
	\$4,000,00						
	0						
Otros			\$640,000	\$640,000	\$640,000	\$640,000	\$640,000
	\$3,200,00						
	0						
Total							
depreciación	\$58,670,0		\$11,734,0	\$11,734,0	\$11,734,0	\$11,734,0	\$11,734,0
	00		00	00	00	00	00

Financiación

Esta financiación se calcula mediante una opción facilitada por Bancóldex, y será del 50% (\$ 70,280,718 COP), con una tasa EA del 18%, con amortizaciones a un periodo de 5 años, y una con comisión del 3%;

Tabla 38

Financiación

Flujo del crédito	
Inversión inicial	58,670,000
Capital de trabajo	81,891,437
Total a financiar	140,561,437
Financiación	\$ Dist.%
Patrimonio	70,280,718 50%

Flujo del crédito		
Deuda	70,280,718	50%
Total a financiar		100%

Tabla 39*Información del crédito*

Información del crédito	
Préstamo	\$70,309,781
Tasa EA	18%
Periodo	5 años
Comisión	3%

Tabla 40*Amortizaciones*

Periodo	Saldo	Amortización a K	Interés	Cuota \$	Cuota final + Comisiones
0					
1	\$60,482,031	\$9,827,749	\$12,655,761	\$22,483,510	\$23,158,015
2	\$48,885,287	\$11,596,744	\$10,886,766	\$22,483,510	\$23,158,015
3	\$35,201,129	\$13,684,158	\$8,799,352	\$22,483,510	\$23,158,015
4	\$19,053,822	\$16,147,307	\$6,336,203	\$22,483,510	\$23,158,015

Periodo	Saldo	Amortización a K	Interés	Cuota \$	Cuota final + Comisiones
5	\$-	\$19,053,822	\$3,429,688	\$22,483,510	\$23,158,015

Estados financieros proyectados

Estado de resultados y flujo de caja neto.

Del proyecto.

Tabla 41*Flujo de caja proyectado*

		Flujo de caja proyectado						Promedio	Participación %
		Periodo							
		0	1	2	3	4	5		
+	Ingresos		48,437,221	193,748,885	435,934,992	774,995,541	1,210,930,533	532,809,435	
-	Costos operativos		83,765,000	20,000,000	24,000,000	28,000,000	33,000,000	-	0.0%
=	=Utilidad Bruta		(35,327,779)	173,748,885	411,934,992	746,995,541	1,177,930,533	495,056,435	92.9%
-	Gastos		244,033,247	254,324,987	268,831,220	280,999,946	294,731,166	268,584,113	50.4%
=	Utilidad Operativa		(279,361,025)	(80,576,101)	143,103,772	465,995,595	883,199,367	226,472,321	42.5%
-	Depreciación		11,734,000	11,734,000	11,734,000	11,734,000	11,734,000	11,734,000	2.2%
=	UAI			(92,310,101)					40.3%

Flujo de caja proyectado		Periodo					
		(291,095,025)	131,369,772	454,261,595	871,465,367	214,738,321	
-	Intereses préstamos						0.0%
=	UAI	(92,310,101)					40.3%
		(291,095,025)	131,369,772	454,261,595	871,465,367	214,738,321	
-	Impuestos	-	-				19.1%
			45,979,420	158,991,558	305,012,878	101,996,771	
=	Utilidad Neta	(92,310,101)					21.2%
		(291,095,025)	85,390,352	295,270,037	566,452,488	112,741,550	
+	Depreciación	11,734,000			11,734,000		2.2%
		11,734,000	11,734,000	11,734,000		11,734,000	
+	Préstamo	-	-	-	-	-	0.0%
-	Amortización a K	-	-	-	-	-	0.0%
-	Inversiones	23,310,000					4.4%
						23,310,000	
=	Flujo	(80,576,101)					18.7%

		Flujo de caja proyectado					
		Periodo					
<i>Del</i>	de caja	(23,31	(279,361,	97,124,35	307,004,0	578,186,48	99,844,62
	por año	0,000)	025)	2	37	8	5
<i>inversio</i>	Flujo						
	de caja	(23,31	(302,671,	(383,247,127)	(286,122,	20,881,26	599,067,75
<i>nista.</i>	acumul	0,000)	025)	775)	2	0	75
	ado						

Tabla 42*Flujo de caja del inversionista*

		Flujo de caja del inversionista							
		Periodo							
		0	1	2	3	4	5	Promedio	Participación %
+	Ingresos	-	48,437,22	193,748,8	435,934,9	774,995,5	1,210,930,5	444,007,86	
			1	85	92	41	33	2	
-	Costos	-					33,000,000	31,460,833	5.9%
	operativ		83,765,00	20,000,00	24,000,00	28,000,00			
	os		0	0	0	0			
=	Utilidad								92.9%
	Bruta		(35,327,77	173,748,8	411,934,9	746,995,5	1,177,930,5	495,056,43	

Flujo de caja del inversionista								
Periodo								
	0	1	2	3	4	5	Promedio	Participación %
		9)	85	92	41	33	5	
-	Gastos	-						42.0%
		244,033,247	254,324,987	268,831,220	280,999,946	294,731,166	223,820,094	
=	Utilidad Operativa							42.5%
		(279,361,025)	(80,576,101)	143,103,772	465,995,595	883,199,367	226,472,321	
-	Depreciación					11,734,000	9,778,333	1.8%
		11,734,000	11,734,000	11,734,000	11,734,000			
=	UAI							40.3%
		(291,095,025)	(92,310,101)	131,369,772	454,261,595	871,465,367	214,738,321	
-	Intereses Préstamos					3,429,688	8,421,554	1.6%
		12,655,761	10,886,766	8,799,352	6,336,203			
=	UAI							38.7%
		(303,750,786)	(103,196,867)	122,570,420	447,925,391	868,035,679	206,316,768	
-	Impuestos							18.9%
		-	-	42,899,647	156,773,887	303,812,488	100,697,204	
=	Utilidad Neta							19.8%
		(303,750,786)	(103,196,867)	79,670,773	291,151,504	564,223,191	105,619,563	

		Flujo de caja del inversionista							
		Periodo							
	0	1	2	3	4	5	Promedio	Participación %	
+	Depreciación					11,734,000	11,734,000	2.2%	
		11,734,000	11,734,000	11,734,000	11,734,000				
		0	0	0	0				
+	Préstamo	70,309,781					70,309,781	13.2%	
-	Amortización a K		9,827,749			19,053,822	14,061,956	2.6%	
				11,596,744	13,684,158	16,147,307			
-	Inversiones	23,310,000					23,310,000	4.4%	
-	Capital de trabajo	-					-	0.0%	
=	Flujo de caja (miles)	46,999,781	(301,844,535)	(103,059,611)	77,720,615	286,738,198	556,903,369	93,909,636	17.6%
	Flujo de caja acumulado	46,999,781	(254,844,754)	(357,904,366)	(280,183,751)	6,554,447	563,457,816	657,367,452	

Costo de capital

Después de haber hecho varios análisis en páginas como Corficolombiana, Bancolombia, Davivienda, Bolsa de Valores de Colombia, la Federación Colombiana de Agricultores ICA, se pudo establecer que el costo de capital que demanda un proyecto de estas características, es del orden 22.3% anual, tasa que se utiliza como TIO (tasa interna de oportunidad), la cual se aplicara para los flujos de caja descontados, y para aplicación de los criterios de evaluación financiera, como es el VPN y el TIR

Criterios del valor presente neto - VPN y tasa interna de retorno – TIR

Tabla 43

Escenario pesimista

TIO	22.3%	
VPN	(242,529,006)	No viable
TIR	-9%	No viable
BAUE	(62,422,212)	No viable

La Tabla 43 muestra que con las proyecciones realizadas el proyecto planteado no es viable, debido a que se obtiene un VPN negativo y una Tasa de Retorno a la Inversión - TIR negativa, lo que indica que el proyecto no recuperara las inversiones, los costos y los gastos de operación necesarios, con los ingresos proyectados bajo este escenario.

Tabla 44

Escenario lo más probable

TIO	22.3%	
VPN	(69,333,110)	No viable

TIR	14%	No viable
BAUE	(17,844,983)	No viable

La Tabla 44 muestra que con las proyecciones realizadas el proyecto planteado no es viable, debido a que se obtiene un VPN negativo, y lo reafirma una tasa de retorno a la inversión que es inferior a la tasa interna de oportunidad (TIO), lo que indica que el retorno será menor a lo esperado por los inversionistas.

Tabla 45

Escenario optimista

TIO	22.3%	
VPN	96,035,042	Viable
TIR	33%	Viable
BAUE	24,717,537	Viable

La Tabla 45 muestra que con las proyecciones realizadas el proyecto planteado es viable, debido a que se obtiene un VPN positivo, y lo reafirma una tasa de retorno a la inversión que es superior a la tasa interna de oportunidad (TIO), lo que indica que el retorno será mayor a lo esperado por los inversionistas.

Escenarios

Tabla 46*Escenario 1: Pesimista*

		Periodo					
1	C	Total	C 1	2	3	4	5
75%	Estados Unidos	\$ 749,028,595	\$ 13,618,702	\$ 54,474,807	\$	\$ 217,899,228	\$ 340,467,543
						122,568,3	
						15	
75%	Chile	\$ 746,127,320	\$ 13,565,951	\$ 54,263,805	\$	\$ 217,055,220	\$ 339,148,782
						122,093,5	
						62	
75%	Ecuador	\$ 103,272,389	\$ 1,877,680	\$ 7,510,719	\$	\$ 30,042,877	\$ 46,941,995
						16,899,11	
						8	
	Total ingresos		\$29,062,333	\$116,249,331		\$464,997,325	\$726,558,320
	(COL)	\$1,598,428,30				\$261,560,	
		4				995	

Tabla 47*Escenario 2: Lo más probable*

2	C	Total	Periodo				
			0	1	2	3	4
100%	Estados Unidos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		998,704,79	18,158,26	72,633,076	163,424,4	290,532,30	453,956,7
		3	9		21	3	24
100%	Chile	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		994,836,42	18,087,93	72,351,740	162,791,4	289,406,96	452,198,3
		7	5		15	1	76
100%	Ecuador	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		137,696,51	2,503,573	10,014,292	22,532,15	40,057,169	62,589,32
		8			8		6
	Total ingresos						
	(COL)	\$2,131,237,	\$38,749,7	\$154,999,1	\$348,747,	\$619,996,4	\$968,744,
		738	77	08	994	33	426

Tabla 48*Escenario 3: Optimista*

		Periodo						
3	C	Total	0	1	2	3	4	5
125%	Estados Unidos	\$	\$		\$ 90,791,345	\$	\$	\$ 567,445,905
		1,248,380,991	22,697,83			204,280,526	363,165,379	
			6					
125%	Chile	\$	\$		\$ 90,439,675	\$	\$	\$ 565,247,970
		1,243,545,534	22,609,91			203,489,269	361,758,701	
			9					
125%	Ecuador	\$ 172,120,648	\$		\$ 12,517,865	\$	\$	\$ 78,236,658
			3,129,466			28,165,197	50,071,461	
0		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
0								
	Total ingresos							

		Periodo						
3	C	Total	0	1	2	3	4	5
	(COL)	\$2,664,047,17	\$48,437,2	\$193,748,88	\$435,934,99	\$774,995,54	\$1,210,930,53	
		3	21	5	2	1	3	

Conclusiones

El café especial colombiano viene con una demanda creciente de exportaciones, debido a su calidad y reconocimiento a nivel internacional, por lo que se concluye que es de suma importancia seguir incentivando a los campesinos a cultivar, y que vendan su café, no solo como materia prima, sino como producto terminado, lo cual les va a permitir tener mayores beneficios y así contribuir con el desarrollo del campo.

Se hace necesaria también, la existencia de una comercializadora internacional en el municipio de Quinchía, que promueva la exportación de café producido en esta población, y que contribuya a la generación de empleo. El estudio financiero permitió determinar, bajo los diferentes modelos de escenarios planteados y frente a los indicadores de decisión, que es necesario realizar algunos ajustes. Si bien el proyecto en el escenario optimista es viable, en los otros dos no lo fue, por lo que es de suma importancia revisar los costos y gastos en los que se está incurriendo, además de ajustar el porcentaje de comisión por la venta del producto. Por lo tanto, se debe buscar un aumento en la Tasa Interna de Retorno - TIR, y una paridad o superioridad con respecto a la Tasa Interna de Oportunidad - TIO.

A lo largo de este estudio de prefactibilidad se han conseguido identificar los diferentes factores que influyen en la viabilidad de la comercializadora internacional de café especial producido por los campesinos de Quinchía, Risaralda, y es la diferenciación de esta con respecto a las demás, la cual no compra el café a los campesinos, sino que actúa como intermediario, lo que le permite disminuir el riesgo de perder capital. El estudio de mercado permitió identificar los países que más están importando café especial producido en Colombia, lo que contribuye a tener una mayor visión y enfoque del proyecto, lo que facilita también la manera de penetrar en

estos mercados con un café especial diferenciado, que marcará una tendencia por su calidad e historia de su origen.

REFERENCIAS

- Agronegocios. (2015). El consumo de los cafés especiales colombianos sigue creciendo en países como Estados Unidos. <https://www.agronegocios.co/agricultura/el-consumo-de-cafes-especiales-sigue-creciendo-2621163>
- Bizlatin Hub. (2022). ¿Cómo crear/formar una empresa S.A.S en Colombia? <https://www.bizlatinhub.com/es/como-crear-formar-una-empresa-s-a-s-en-colombia/>
- Cámara de Comercio de Pereira. (s.f.). Documentos necesarios para registrar su empresa. <https://www.camarapereira.org.co/es/documentospararegistrarsuempresa>
- Coffee Behind the Scenes. (2023). El café en Colombia. <http://www.coffeebehindthescenes.com/es/country/colombia>
- Colombia turismo web. (s.f.). Quinchía. <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/RISARALDA/MUNICIPIO/S/QUINCHIA/QUINCHIA.htm>
- Colombia turismo web. (s.f.). Risaralda. <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/RISARALDA/risaralda.htm>
- Da Silva. D. (2021). Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>
- Definición.De. (s.f.). Proyecto. <https://definicion.de/proyecto/>
- Drucker, P. (1994). The Theory of the Business. Harvard Business Review Home. <https://hbr.org/1994/09/the-theory-of-the-business>
- Drucker, P. (2014). *La administración en una época de grandes cambios*. Penguin Random House.

Emprendedores. (2021). ¿Qué significa modelo de negocio?

<https://www.emprendedores.es/estrategia/que-significa-modelo-de-negocio>

Euroinnova. (2023). que es la prefactibilidad y factibilidad de un proyecto.

<https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-la-prefactibilidad-y-factibilidad-de-un-proyecto#:~:text=Responder%20qué%20es%20la%20prefactibilidad,convertirla%20en%20un%20respectivo%20proyecto>

Expacioweb. (2019). 10 ventajas de vender en internet. <https://www.expacioweb.com/10-ventajas-de-vender-en-internet/>

Federación Nacional de Cafeteros. (s.f.). Cenicafé.

<https://federaciondefcafeteros.org/wp/glosario/cenicafe/>

Gastón, D. (2021). Diseño, evaluación y gestión de proyectos.

<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos>

Golan, P. (2020). ¿Cómo vender café online y qué necesitas para lanzar una tienda?

<https://www.shopify.com/es/blog/vender-cafe-desde-casa>

Googlemaps. (2023). <https://www.google.com/maps/@4.645345,-74.3390061,5z?hl=es>

Infobae. (2023, 25 de febrero). Gobierno colombiano subsidiará los fertilizantes que se utilicen para producir alimentos, anunció el presidente Gustavo Petro. *Infobae*.

<https://www.infobae.com/america/colombia/2022/11/01/gobierno-colombiano-subsidiara-los-fertilizantes-que-se-utilicen-para-producir-alimentos-anuncio-el-presidente-gustavo-petro/>

Invima. (2019). ¿Sabes cómo inscribir tu establecimiento de alimentos ante el Invima?

<https://www.invima.gov.co/sabes-como-inscribir-tu-establecimiento-de-alimentos-ante-el-invima>

La República. (2023, 17 de febrero). MinComercio dice que se evalúa comprar la totalidad de las acciones de Monómeros. *La República*.

<https://www.larepublica.co/economia/mincomercio-dice-que-se-evalua-comprar-la-totalidad-de-las-acciones-de-monomeros-tras-alianza-comercial-con-venezuela-3548251>

Latina International Commerce. (2021). Cafés especiales de Colombia.

<https://latinaintrade.com/es/cafes-especiales-de-colombia/>

Legis. (2022). Factibilidad y prefactibilidad de un proyecto de construcción.

<https://blog.legis.com.co/construccion/factibilidad-y-prefactibilidad-proyecto-construccion>

Made in China. (s.f.). UV Printing Aluminum Foil Side Gusset Tea Coffee Bean Packaging Bag.

<https://cx-pack.en.made-in-china.com/product/nZvawITkkXVO/China-UV-Printing-Aluminum-Foil-Side-Gusset-Tea-Coffee-Bean-Packaging-Bag.html>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2023). Acuerdos TLC Colombia.

<https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2023). Registro de publicidad exterior en Pereira.

<https://www.colombiaagil.gov.co/tramites/intervenciones/registro-de-publicidad-exterior-en-pereira>

Mtpak. (s.f.). Soluciones en empaques para café de especialidad y diseño personalizado.

<https://mtpak.coffee/es/pagina-de-inicio/>

Open HR. (2022). Organigrama de una empresa: beneficios, tipos y ejemplos y claves.

<https://www.openhr.cloud/blog/tag/organigrama>

Perfect Daily Grind. (2019). Empaque del café tostado: tipos de bolsas para elegir.

<https://perfectdailygrind.com/es/2019/05/03/empaque-del-cafe-tostado-tipos-de-bolsas-para-elegir/>

Portafolio. (2022, 24 de agosto). Hito para el café colombiano: alcanza precio más alto de su

historia. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/economia/precio-del-cafe-en-colombia-supera-el-mas-alto-de-la-historia-570000>

ProColombia. (2022). ¿Qué es una comercializadora internacional?

<https://www.colombiatrader.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/que-es-una-comercializadora-internacional>

Ramírez, A. (2015). Por qué exportar en Colombia no es tan sencillo. *El Tiempo*

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16343283>

Segatore, N. (2019). La importancia del estudio organizacional.

<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/la-importancia-del-estudio-organizacional>

Significados. (s.f.). Exportación. <https://www.significados.com/exportacion/>

Sinatra, D. (2022). Diseño, evaluación y gestión de proyectos. Untref.

<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/la-1%C3%B3gica-de-los-estudios-en-la-evaluaci%C3%B3n-de-proyectos>

Stsepanets, A. (2022). Cómo hacer mejor la planificación y gestión a base de ciclo de vida de un

proyecto. Ganttpro. <https://blog.ganttpro.com/es/ciclo-vida-de-un-proyecto/>

Unir. (2022). El análisis del entorno de una empresa y su importancia.

<https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/analisis-del-entorno-empresa/>

Universidad ICESI. (2023). Consultorio de comercio exterior. Comercializadora internacional.

<https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/08/01/7/>