

PRACTICA DE GRADO VIABILIDAD EMPRENDIMIENTO “OLIMPO COFFEE” EN
MELBOURNE AUSTRALIA

DANIEL RICARDO GOMEZ FERNANDEZ

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

2021

PRACTICA DE GRADO VIABILIDAD EMPRENDIMIENTO “OLIMPO COFFEE” EN
MELBOURNE AUSTRALIA

ASESOR PRACTICA DE GRADO
HELDER MAURICIO CHACON VILLOTA

DANIEL RICARDO GOMEZ FERNANDEZ

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

2021

Tabla de contenido

1.Introducción	1
2.Justificación.....	2
3.Objetivos	3
3.1 Objetivo general	3
3.2 Objetivos específicos.....	3
4. Marco teórico	4
5. Marco legal	9
6. Marco Contextual.....	10
7. Metodología	11
7.1 Fase de factibilidad de mercados	11
8. Plan de negocios.....	15
8.1 Misión	17
8.2 Visión	17
8.3 Funciones del personal.....	18
8.4 Estrategia para ingresar al mercado	19
8.5 Análisis DOFA.....	19
Conclusiones	27
Recomendaciones.....	28
Bibliografía	29

Lista de tablas

Tabla 1 El posicionamiento de Colombia a nivel mundial en producción y exportación de café	7
Tabla 2 forma general el proceso inicial que aplica para producir cafés	14
Tabla 3 Puntuación café especial	15
Tabla 4 Análisis DOFA.....	19
Tabla 5 Carta de bebidas a base de cafés especiales de Olimpocoffe.....	20
Tabla 6 Inversión de Activos fijos	20
Tabla 7 Inversión inicial del proyecto.....	21
Tabla 8 Nómina personal de administración.....	22
Tabla 9 Presupuesto de ventas	22
Tabla 10 Presupuesto compras materias primas	23
Tabla 11 Presupuesto de mano de obra directa.....	23
Tabla 12 Presupuesto CIF	23
Tabla 13 Presupuesto final proyectado de materia prima	24
Tabla 14 Estado de costos presupuestado	24
Tabla 15 Estado de resultados proyectado	24
Tabla 16 Flujo de efectivo proyectado.....	25
Tabla 17 Estado de situación financiera proyectado	25
Tabla 18 Evaluación financiera.....	26
Tabla 19 Indicadores	26

Lista de figuras

Figura 1 Etapas de transformación de la cadena de valor del café	5
Figura 2 Coffe Summary	6
Figura 3 Macrolocalización.....	11
Figura 4 Microrlocalizacion	12
Figura 5 Carta de precios de ASS SPECIAL COFFEE.	13
Figura 6 Imagen corporativa	16
Figura 7 Estructura organizacional de la cafetería Olimpo coffee.....	17

1. Introducción

“**Olimpo Coffee**” es un proyecto que nace de la trayectoria en café de la familia Gómez en Buesaco Nariño, familia que se ha radicado en las fincas Guayacanas y el Paraíso, para llevar a cabo su actividad económica del cultivo de café en distintos varietales como son caturra, gesha, típica, entre otros. Destacándose en la región, por la calidad del grano debido a la entrega en cada proceso tanto en el cuidado de la planta como en la recolección.

Para la comercialización y exportación del café, la familia Gómez en asociación de terceros se ha organizado a través de la figura jurídica de cooperativa y es así como nace Coopespeciales, donde se reúnen más de dos mil (2000) productores de café para dar paso a este negocio familiar en conjunto de toda una población que ve en el café la razón de su proyecto de vida.

En la actualidad en estas fincas existe toda una infraestructura que permite llevar a cabo los procesos de beneficio, secado, trilla y catación del café con el fin de trabajar día a día en la obtención del mejor café de Colombia para el mundo.

De los reconocimientos regionales, nacionales e internacionales se destaca la mención de honor por el jurado Internacional al alcanzar el puntaje de 89,25 en taza, por parte de la Asociación Colombiana para la Excelencia del Café (ASECC) Y Alliance for Coffee Excellence (ACE) de Oregon EEUU, reconocimiento obtenido el 15 de octubre de 2020.

Según el Ministerio de Agricultura el café es uno de los mayores aportantes al Producto Interno Bruto (PIB) del agro, representando el 15% de este sector, siendo este el de mayor exportación. (Minagricultura, 2020). En 2020 se exportaron 12.519.000 sacos de 60kg cada uno de una producción de 13,9 millones de sacos, lo que implica una mayor demanda internacional que nacional. (Federación Nacional de Cafeteros, 2021)

El presente proyecto comprende el análisis de la viabilidad financiera a través del diseño de un plan de negocios para la instalación y puesta en marcha de una cafetería temática en Melbourne Australia basada en la venta de bebidas a base de cafés especiales, los cuales son diferenciados por

características de origen, preparación o sostenibilidad en su producción, y dado que Coopespeciales se ha centrado en la producción para su comercialización y exportación de este tipo de cafés. (Federación Nacional de Cafeteros, 2021)

2. Justificación

La importancia de este proyecto radica en la posibilidad que brinda a Coopespeciales de abrir mercado en el continente oceánico, a través de la puesta en marcha de una cafetería que dé a conocer no solo calidad y excelencia de los cafés especiales que se producen en las fincas Guayacanas y el Paraiso en Buesaco Nariño, sino también toda la trazabilidad que existe alrededor de ello, una propuesta innovadora que está marcando tendencia en la comercialización del café y que es exigida de acuerdo a las normatividades en calidad como por ejemplo la ISO 22005 de 2017 y ISO 9001 de 2015

Por otro lado, un mayor volumen de exportación trae consigo desarrollo a la región e inversión para el estudio de técnicas en el tratamiento del café para la obtención de este tipo de cafés. El café de Nariño es reconocido por sus características únicas, que seduce por su suavidad, notas dulces y una exquisita acidez, motivo por el cual para el año de 2011 la Superintendencia de Industria y Comercio expidió la resolución No. 06093, por medio de la cual se protege la denominación de origen del café de Nariño (Voces de Nariño, 2018). Es decir, el origen del café que oferta Coopespeciales tiene una ventaja competitiva en el mercado y que se une a estrategias de marketing a través de la trazabilidad.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Analizar la viabilidad financiera a través del diseño de un plan de negocios para la instalación y puesta en marcha de una cafetería temática en Melbourne Australia basada en la venta de bebidas a base de cafés especiales.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar los procesos del modelo de negocio propuesto a través del plan de negocio para el análisis de la viabilidad financiera a través del diseño de un plan de negocios para la instalación y puesta en marcha de una cafetería temática en Melbourne Australia basada en la venta de bebidas a base de cafés especiales.
- Identificar los aspectos legales, operativos, y financieros para la elaboración del plan de negocios.
- Realizar la proyección financiera del plan de negocios
- Identificar las estrategias comerciales, operativas del plan de negocios.

4. Marco teórico

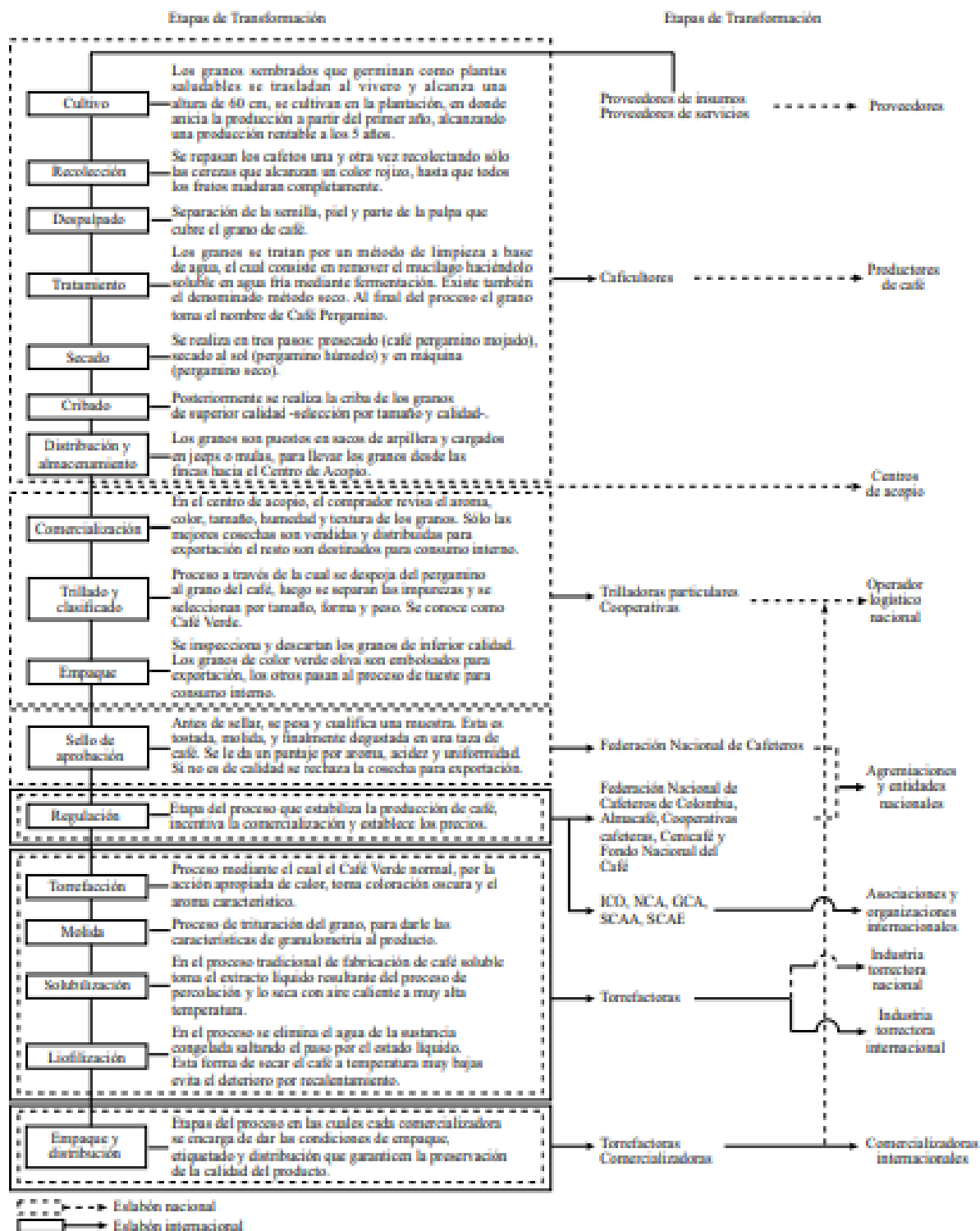
El desarrollo del café a través del tiempo en Colombia tanto en producción como en su comercialización se ha realizado a través de los tipos de innovación que propone Shumpeter, la introducción al mercado de un nuevo producto, o de un nuevo nivel o característica de la calidad de un producto tradicional, la introducción de un nuevo método o proceso de producción, la apertura de un nuevo mercado, la conquista de una nueva fuente de suministro de materias primas, y la adopción de una nueva organización industrial o sectorial de cara a su estructura competitiva, como por ejemplo fusiones, adquisiciones o alianzas productivas o de comercialización. (Cano, 2007)

A lo largo de la historia se han producido cambios entorno al café, no solo a nivel micro, sino macro, hoy en día el país cuenta con toda una industria y organizaciones que se vinculan a uno de los productos insignia de reconocimiento nacional e internacional.

Por tanto, nuevas formas de emprendimiento alrededor del café aportan a que esta industria pueda fortalecerse, y sea el café uno de los pilares que impulse la economía colombiana. La industria del café empieza desde la implementación de centros de acopia hasta el estudio e implementación de nuevas formas de producción y comercialización, se trata de la reinvención de la actividad innovando métodos, destinos y fuentes, dentro de un marco de agregación de valor. (Cano, 2007)

Y en tema de agregación de valor, también influye toda la cadena de valor existe en los procesos del café, desde el cultivo hasta la comercialización, y los agentes que interviene en él. A continuación, se presenta un gráfico sobre procesos y agentes:

Figura 1 Etapas de transformación de la cadena de valor del café



Fuente: (García Cáceres & Olaya Escobar, 2006)

Cada paso se convierte en un elemento fundamental para obtención de un café de excelente calidad, ahora bien, el cultivo de café se lleva a cabo aproximadamente en 70 países, principalmente en la región llamada entre el trópico de Cáncer y el trópico de Capricornio, donde se encuentran los países que están en vía de desarrollo, por ejemplo: Brasil, Vietnam, Indonesia, Colombia, Honduras y Etiopía, los mayores productores de café a nivel mundial. (Velásquez Agudelo & Trávez Velásquez, 2019)

El café tiene dos grupos en cuanto a la variedad de la mata, unos son de tipo arábigo y los otros son de tipo robusta, la producción en Colombia es en su totalidad del tipo arábigo, variedad que es reconocida a nivel mundial por su suavidad en la boca.

Figura 2 Coffe Summary

Thousand 60-Kilogram Bags						
	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21	Jun 2021/22
Arabica Production						
Brazil	45,600	39,500	40,700	42,000	40,700	35,000
Colombia	14,600	13,825	13,870	14,100	14,300	14,100
Ethiopia	6,943	7,055	7,350	7,475	7,600	7,620
Honduras	7,510	7,600	7,515	5,600	6,236	5,500
Peru	4,225	4,375	4,390	3,925	3,369	3,950
Guatemala	3,400	3,600	3,520	3,515	3,200	3,340
Mexico	3,100	3,800	3,100	3,150	3,000	3,050
Nicaragua	2,600	2,700	2,900	2,675	2,550	2,700
China	1,800	1,925	2,200	1,900	1,800	1,800
Costa Rica	1,300	1,525	1,250	1,466	1,472	1,485
India	1,583	1,583	1,583	1,450	1,400	1,360
Indonesia	1,300	1,000	1,300	1,250	1,300	1,280
Vietnam	1,100	1,026	1,064	1,100	1,000	1,150
Uganda	1,100	1,200	1,050	1,025	925	950
Kenya	850	720	850	750	700	750
Other	4,025	3,790	4,102	3,856	3,542	3,699
Total	101,036	95,224	105,644	95,237	102,094	87,734

Tomado de: (United States Department of Agriculture, 2021)

En la siguiente tabla, se evidencia como Colombia es uno de los principales productores de café arábigo en el mundo, manteniéndose ya hace algunos años atrás en esta posición solo por debajo de Brasil, país que es el principal productor de café en el mundo.

Tabla 1 El posicionamiento de Colombia a nivel mundial en producción y exportación de café

Robusta Production						
Vietnam	25,600	28,274	29,336	30,200	28,000	29,680
Brazil	10,500	12,600	16,800	18,500	20,200	21,300
Indonesia	9,300	9,400	9,400	9,450	9,400	9,350
Uganda	3,775	3,400	3,600	4,450	5,075	5,000
India	3,617	3,683	3,742	3,517	3,750	4,050
Malaysia	2,100	2,100	2,100	1,900	2,000	2,000
Cote d'Ivoire	1,090	1,250	2,000	1,725	1,060	1,470
Tanzania	500	550	600	600	650	650
Thailand	800	700	650	700	600	550
Mexico	200	200	450	550	530	540
Other	2,461	2,433	2,302	2,487	2,452	2,515
Total	59,943	64,590	70,980	74,079	73,717	77,105
Production						
Brazil	56,100	52,100	66,500	60,500	69,900	56,300
Vietnam	26,700	29,300	30,400	31,300	29,000	30,830
Colombia	14,600	13,825	13,870	14,100	14,300	14,100
Indonesia	10,600	10,400	10,600	10,700	10,700	10,630
Ethiopia	6,943	7,055	7,350	7,475	7,600	7,620
Uganda	4,875	4,600	4,650	5,475	6,000	5,950
Honduras	7,510	7,600	7,515	5,600	6,236	5,500
India	5,200	5,266	5,325	4,967	5,150	5,410
Peru	4,225	4,375	4,390	3,925	3,369	3,950
Mexico	3,300	4,000	3,550	3,700	3,530	3,590
Guatemala	3,570	3,780	3,770	3,645	3,330	3,470
Nicaragua	2,625	2,730	2,950	2,755	2,630	2,780
Malaysia	2,100	2,100	2,100	1,900	2,000	2,000
China	1,800	1,925	2,200	1,900	1,800	1,800
Costa Rica	1,300	1,525	1,250	1,466	1,472	1,485
Cote d'Ivoire	1,090	1,250	2,000	1,725	1,060	1,470
Tanzania	1,050	1,150	1,300	1,250	1,350	1,400
Kenya	850	720	850	750	700	750
Papua New Guinea	1,115	810	965	825	700	715
Thailand	800	700	650	700	600	550
El Salvador	600	660	654	510	519	528
Venezuela	530	575	585	550	480	500
Cameroon	500	425	450	475	500	475
Philippines	475	450	425	450	425	450
Laos	410	450	375	440	400	425
Other	2,111	2,043	1,950	2,233	2,060	2,161
Total	160,979	159,814	176,624	169,316	175,811	164,839

Coffee marketing year for producer countries begins either in October (Colombia), April (Indonesia) or July (Brazil), as examples. Coffee marketing year for non-producer countries begins in October. To access a complete dataset for each country, please visit: <http://apps.fas.usda.gov/psdonline/psdQuery.aspx>

Tomado de: (United States Department of Agriculture, 2021)

La anterior tabla indica el posicionamiento de Colombia a nivel mundial en producción y exportación, indicando que el Café de Colombia es competitivo a nivel mundial. El factor trazabilidad es uno de los impulsores a que Colombia se mantenga en estos posicionamientos, ya que implica dar a conocer el origen y toda la cadena de valor que existe tras esta industria, se sabe que aspectos como gráficos de las fincas en los empaques del café llaman la atención al consumidor final y tiene un doble propósito, por una parte ser un producto más atractivo y por otra atraer a los consumidores extranjeros al visita de los lugares de origen del café que compran promoviendo así el turismo.

El caso de Colombia es un ejemplo de agricultura sostenible frente a los cultivos intensivos de otros grandes países productores como Brasil y Vietnam. Es el principal productor de café arábico lavado del mundo. La economía cafetera en Colombia proporciona 741.000 empleos directos y 1,4 millones de indirectos, según datos de la Federación Nacional de cafeteros (FNC) (Bonka, 2021). Por tanto la trazabilidad que conoce el consumidor final da origen que la industria de las cafeterías se acople a estas nuevas dinámicas, no solo se trata de pensar en procesos sostenibles de producción, sino también en procesos sostenibles del consumo del café.

La innovación en que se sirve el café en las nuevas cafeterías, marca tendencia por los métodos filtrados, y por el origen del café en las bebidas tradicionales, es trasladar la historia desde el cultivo, hasta la mesa de quien busca en una cafetería una pausa de la apresurada agenda de su día a día o concretar ese negocio que lleva tiempo esperando que se dé.

Ahora bien, la rentabilidad de un negocio de café se basa en el hecho de que una taza de expreso es uno de los productos más económicos y con una ganancia superior al de cualquier alimento preparado; así que al diseñar tu proyecto de cafetería puedes crear un menú que te arroje ganancias por arriba del 60 %. (EMCEBAR, 2015)

5. Marco legal

Australia en cuanto a requisitos, el gobierno federal a través de la FSANZ responsable de regular el código de normas alimentaria de Australia y Nueva Zelanda, el estándar general para la seguridad alimentaria, Normas alimentarias de Australia y Nueva Zelanda (FSANZ). El Código de Normas Alimentarias se rige por los departamentos estatales y territoriales. En Victoria, este es el Departamento de Salud y Servicios Humanos.

Para poder abrir un establecimiento de comercio del tipo que se pretende en el proyecto “Olimpo Coffee”, se requiere de la capacitación en inocuidad alimentaria se cubre en la Norma 3.2.2 sobre prácticas de inocuidad alimentaria y requisitos generales que establece que: “Una empresa alimentaria debe garantizar que todas las personas que realizan o supervisan las operaciones de manipulación de alimentos tienen las habilidades necesarias en materia de seguridad e higiene alimentaria”;

El modelo de negocio que se estima seguir es el de partnership, el cual tiene como características, capital dividido por acciones, las cuales pueden venderse, y los socios no deberán de responder de forma personal, por las deudas que adquiera Olimpo Coffee.

El objeto social el cual no debe ser contrario las leyes, se establecerá en la junta de socios. Otro ente que interviene en el marco legal son los consejos locales, quienes son responsable del registro de las empresas alimentarias, supervisar el cumplimiento, brindar educación y asesoramiento, y tomar medidas de cumplimiento cuando sea necesario. (Australian Institute of Food Safety, sf)

En cuanto a Colombia, el negocio se realizará a cargo de miembro de la familia quienes responderán por activos en el exterior y demás normas aplicables establecidas en el estatuto tributario, la persona a cargo de la dirección del negocio deberá tramitar la visa para radicarse en Australia y será quien tenga al tanto de la evolución del negocio a la familia Gómez como principal inversionista, otro socio relacionado será Coopespeciales.

6. Marco Contextual

Australia país escogido como el lugar ideal para iniciar este proyecto, la cultura cafetera ha venido en un crecimiento exponencial que se ha hecho notar desde hace 30 años atrás, en donde su consumo de 1,2 kilos per cápita aumento en más del doble pasando a 2,6 kilos y más de mil millones de tazas de café consumidas en el año.

Además de esto para los Australianos y los residentes en este país, consumir café de calidad se ha vuelto un estilo de vida, ya que han desarrollado un gusto particular por los cafés de calidad y de diferentes orígenes, dando paso así a un mercado que se ha vuelto competitivo en las principales ciudades como Melbourne, Brisbane y Sidney. Datos que para este estudio son importantes dado que las ganancias a esta industria cafetera han sido el 80% aportada por Queensland, Victoria, y Nueva Gales del Sur (Forúmcafé, 2015). Además de ser reconocido como uno de los países con mayor cultura de café en el mundo, según el blog Portalmedia desde 2016. Hay un mercado creciente en Australia para diferentes tipos de consumidores de café que siguen las tendencias de cafés especiales, practicidad y consumo ocasional.

Melbourne es la sede del campeonato mundial de baristas para el año 2022 “the Specialty Coffee Association has announced that the 2022 World Barista Championship (WBC) and World Brewers Cup (WBrC) will be hosted at the Melbourne International Coffee Expo (MICE)” (Clarke, 2021) . Y para los profesionales en el tema también es de su completo agrado estar presentes en esta ciudad.

“Melbourne es una ubicación fantástica para el Campeonato Mundial del Café, y estamos encantados de estar alojados en MICE una vez más” (Winterbottom s,f). Además de esto, el país australiano es una opción interesante para emprender, ya que tiene varias cosas a su favor como su alto respaldo gubernamental para emprender en su país, tiene más variables como, ser un país acogedor, innovador, con una ubicación estratégica cerca de Asia, y al ser anglosajón tiene unas muy buenas relaciones con el mercado estadounidense.

Los requisitos para poder iniciar un emprendimiento en este país no requieren mayores esfuerzos, comprenden tener un visado, en este caso sería visa de estudiante, un ABN (australian Buisness number) que es para todo negocio que quiera iniciar a operar de forma independiente y un buen manejo de inglés.

7. Metodología

7.1 Fase de factibilidad de mercados

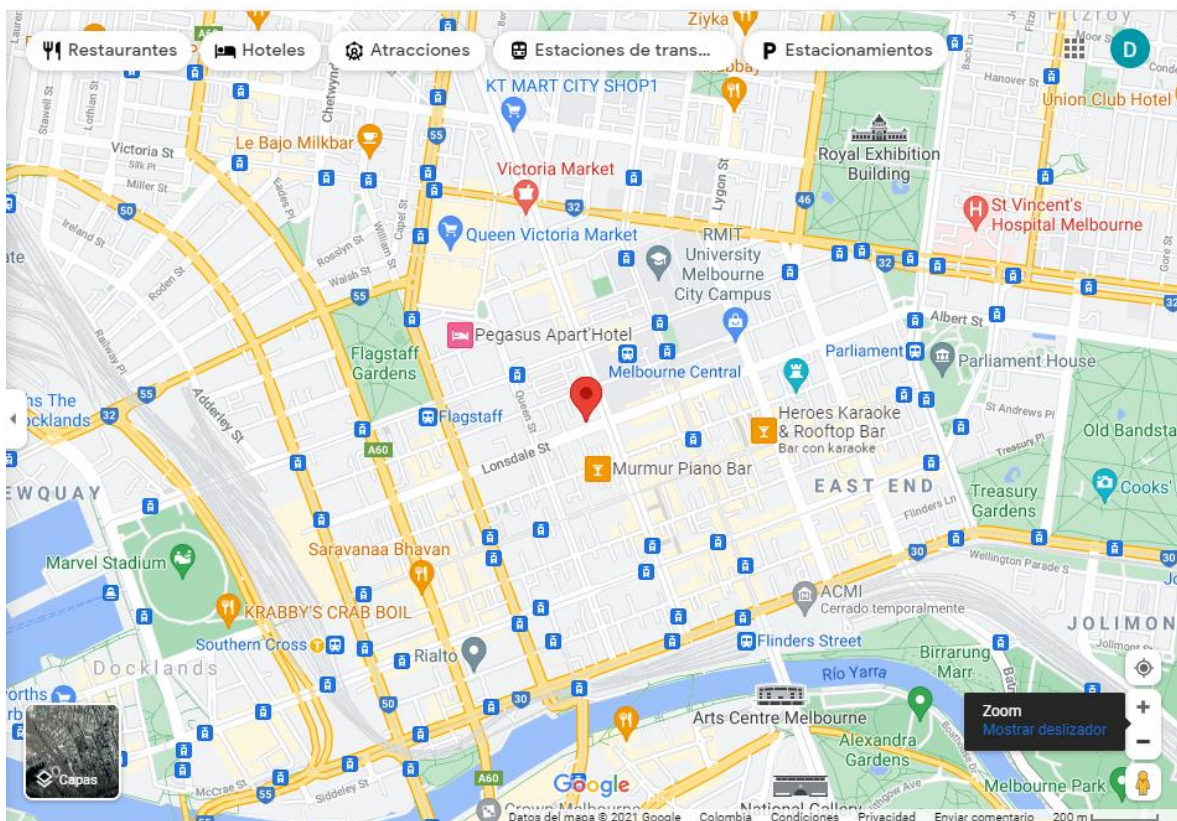
En la fase de factibilidad de mercados se identificó que los clientes potenciales son los habitantes Melbourne en su conjunto, como macrolocalización del proyecto, para su micro localización se ha establecido la calle Elizabeth ST, 273 VIC 3000, una ubicación estratégica de la ciudad, donde confluyen distintos sectores económicos, que permiten interactuar con la idea de negocio “OlimpoCoffe”.

Figura 3 Macrolocalización



Tomado de: (Australian Way, 2021)

Figura 4 Microrlocalizacion



Fuente: (Google maps, s.f.)

De acuerdo con la experiencia de “Coopespeciales” se ha podido obtener referencia de los precios de los productos a ofrecer, los cuales oscilan entre los 4AUD, los cuales se confirman de acuerdo a la siguiente carta de precios de ASS SPECIAL COFFEE.

Figura 5 Carta de precios de ASS SPECIAL COFFEE.

COFFEE		
Reverence	latte	4
Lion Tamer	flat white	4
our unique little blend crafted to go deliciously paired with milk	cappuccino	4
	piccolo	4
soy +0.5	mocha	4
almond +0.7	short macchiato	4
extra shot +0.3	long macchiato	4
	magic	4.3
<hr/>		
Single Origin Espresso	short black	3.8
beans originating from a single estate	long black	4
ask our friendly staff for the beans of the day	double espresso	4
+0.3	single ristretto	3.8
	double ristretto	4
<hr/>		
Batch Brew		4.5
smooth tea like brew made from a single origin filter roast		
Cold Brew		

SPECIAL	
Hash Hot Chocolate	
dark Even Darker Blend	
served with a cloud of	
Matcha Flossy	
creamy matcha served with	
of flossy	
Spiced Iced Chocolate	
vegan iced chocolate, topped	
soy chai foam, finished with	
dried raspberries	

TEA	
Harney & Sons	english breakfast
premium quality teas and tisanes from around the world	earl grey
	citron green
	sencha
	peppermint
	raspberry
	vanilla

La mayoría de cartas de consultas de cafés presentan la mismas bebidas, por tanto “Olimpo Coffe” le apuesta a presentar una carta con características similares pero con el plus de que sus bebidas provienen de una producción con certificación y de la mejor calidad en taza.

Ya que al ingresar en un mercado el cual ya está establecido en la ciudad, se debe entrar con un producto estrella el cual llame la atención de los consumidores de café, para que de esta forma esa demanda tan alta que tienen los australianos a nivel de consumo de café, sea usada para beneficio de la cafetería, es por esta razón que se debe asegurar un producto de la más alta calidad.

A continuación, se describe de forma general el proceso inicial que aplica para producir cafés con un diferencial.

Tabla 2 forma general el proceso inicial que aplica para producir cafés

Fecha de recoleccion	Codigo	variedad	tipo de beneficio	Kilos recolectados	Precio por kilo recolectado	Precio recolección total	kilos fermentables	Kilos de flote	kilos secos	%	puntaje en taza
22/02/2021	103	Castillo	Natural	204	700	142.800	183	21	48,2	26,3%	83
23/02/2021	104	Castillo	Natural	445	700	311.500	403	42	117,2	29,0%	84
24/02/2021	106	Castillo	Natural	375	700	262.500	335	40	119,9	36,0%	84
25/02/2021	107	Geisha	Natural	157	800	125.600	150	7	20,4	13,6%	84
25/02/2021	108	Geisha	Natural	111	800	88.800	95	16	30,8	32,4%	85,5
26/02/2021	109	Geisha	Natural	204	800	163.200	180	24	53,5	29,7%	85
15/03/2021	111	Castillo	Natural	88	700	61.600	81	7	21	26,0%	83
16/03/2021	112	Castillo	Natural	256	700	179.200	232	24	66	28,4%	84
17/03/2021	113	Castillo	Natural	157	700	109.900	141	16	40	28,4%	84,5
18/03/2021	115	Castillo	Natural	155	700	108.500	143	12	41	28,6%	84
19/03/2021	116	Geisha	Natural	151	800	120.800	137	14	40,5	29,5%	85,5
22/03/2021	117	Geisha	Natural	131	800	104.800	118	13	39,9	33,8%	86
23/03/2021	118	Geisha	Natural	209	800	167.200	209	0	52,9	25,3%	86
24/03/2021	119	Geisha	Natural	133	800	106.400	119	14	40	33,6%	84
25/03/2021	120	Geisha	Natural	74	800	59.200	66	8	20,4	30,9%	86
15/04/2021	506	Castillo	Natural	100	700	70.000	87	13	30	34,4%	82
17/04/2021	508	Geisha	Natural	121	800	96.800	109	12	40	36,7%	87
23/04/2021	101	Geisha	Natural	157,8	800	126.240	134	23,8	32	23,8%	86
24/04/2021	102	Geisha	Natural	157,8	800	126.240	138	19,8	34	24,6%	86,5
25/04/2021	114	Geisha	Natural	236	800	188.800	212	24	80	37,7%	87
8/05/2021	121	Geisha	Natural	61	800	48.800	45	16	14	31,1%	85

Fuente: Elaboración propia

Beneficio del café especial

En la tabla de procesos 1, se observan los costos iniciales de la mano de obra, en los cuales se debe incurrir para hacer los diferentes perfiles de café especial, se comienza desde una adecuada recolección del grano más maduro e ideal para iniciar el proceso de fermentación, después de cumplir el tiempo necesario, va directo sitio de secado, donde el proceso va a ir terminando y el grano de café madurará las notas especiales en taza, dichas cualidades son detectadas en el laboratorio de análisis físico y sensorial del café.

Basados en los parámetros dictados por Specialty Coffee Association of America. (2015). SCAA, los cafés especiales son puntuados en taza de la siguiente forma.

Tabla 3 Puntuación café especial

< 80,0	Calidad corriente	CAFÉ CORRIENTE
81,0 – 84,9	Calidad muy bueno	CAFÉ ESPECIAL
85,0 – 89,9	Calidad excelente	
90 - 100	Calidad excepcional	

Comparando los rangos anteriores con los obtenidos en el laboratorio de Coopespeciales, se identifica que a calidad del café se encuentran en los rangos de cafés especiales, por tanto, la materia prima que se exporta es una ventaja competitiva en el mercado internacional y nacional.

8. Plan de negocios

Presentación del proyecto

“Olimpocoffee” es un proyecto de la familia Gomez y Coopespeciales, que buscan darse a conocer en uno de los mercados extranjeros con mayor demanda de café por su consumo per cápita en Melbourne Australia, y de esta manera conquistar Oceanía y los continentes vecinos posicionándose por su calidad y experiencia a través de una cafetería y tienda concepto a base de bebidas de cafés especiales.

Se pretende instalar en el centro de la ciudad, donde las oficinas, negocios y demás dinámicas confluyen, y que puedan encontrar en “Olimpocoffee” un lugar diferente y lleno de historias para contar de acuerdo con los productos que se ofrecen.

La inversión inicial se realizará con recursos propios, provenientes de los ahorros de los interesados en sacar en adelante este proyecto.

Figura 6 Imagen corporativa



Logo. Representado por un grano de café sobre una taza de café y en medio de una corona de hojas de laurel que representan la corona de los dioses griegos, se quiere sugerir a los clientes que se encuentran en un lugar donde tanto servicios y productos son de la más alta calidad, digna de ser disfrutados por dioses.

8.1 Misión

Ofrecer una experiencia completamente nueva y garantizada a nuestros clientes, llevándoles a su mesa los mejores cafés de especialidad del mercado Colombiano para de esta forma incluir la trazabilidad que incluyen nuestros diferentes perfiles de café, donde se plasmara la historia que hay detrás de ese grano de café para generar conexión con el cliente, y con una preparación adecuada potencializar sus notas en taza para que sea de su completo agrado el café que se ofrece.

8.2 Visión

Olimpocoffee para 2025 será el lugar ideal para resaltar la calidad del café colombiano, ofreciendo variedad de sabores y perfiles a nuestros clientes de forma garantizada para poder posicionarnos en el mercado del café de calidad a mediano plazo y a largo plazo con más sucursales a nivel del continente oceánico y europeo.

Figura 7 Estructura organizacional de la cafetería Olimpo Coffee.



Se presenta una estructura orgánica en forma de panal, de manera que se dé a entender que se trata de un trabajo colaborativo, donde todos están guiados a un mismo fin, hacer de Olimpocoffee el mejor lugar para disfrutar de un buen café.

8.3 Funciones del personal.

ADMINISTRADOR: Encargado de tener de manera correcta la organización del negocio, revisar y realizar el pago de nóminas y necesidades de la cafetería para su correcto funcionamiento, como también de su apertura y cierre diario, a través de la información recopilada por la persona encargada de la contabilidad generar estrategias para un plan de marketing eficaz y posicionamiento en la ciudad.

AUXILIAR ADMINISTRATIVO: Es la persona encargada de apoyar las funciones del administrador y del contador, al igual de estar pendiente de las compras, requerimientos del personal en otras funciones afines.

CONTADOR: Persona encargada de llevar de la forma más adecuada la contabilidad ajustándose a los requerimientos legales del país en el que va a funcionar la cafetería de igual forma estar pendiente con tener el pago de los aranceles de importación, de igual forma debe analizar las proyecciones que se han hecho realizando así un seguimiento para ver el comportamiento real y con el equipo de trabajo se observe la operación del negocio y de ser necesario hacer correcciones pertinentes.

BARISTA: Es el encargado de tener en orden el puesto de las bebidas, también de realizar los pedidos que se hagan en los tiempos estimados y su correcta presentación, de igual forma debe llevar de la manera más ordenada cuánto café se usa en el día y tener de esta forma listo todo para el funcionamiento de los días siguientes, tener la habilidad para guiar a los clientes a una experiencia única con respecto a la trazabilidad de los perfiles de café que se van a ofrecer.

MESEROS: Deben de estar con una buena disposición y a tiempo para atender a las personas que ingresen a la cafetería olimpo coffee, tomar su orden y tener en las condiciones ideales los sitios que se habilitaran para la atención al público.

8.4 Estrategia para ingresar al mercado

Se hará una publicidad llamativa y enfocada a los amantes del buen café, con publicidad radial, entrega de folletos con los perfiles de café que se van a ofrecer en Olimpo coffee, una ambientación con pantallas que proyecten la historia del café que se consume.

Lanzamiento por redes sociales y una decoración que genere en el público la tranquilidad y ganas de estar un excelente lugar, Además de promocionar los productos provenientes de Coopespeciales.

8.5 Análisis DOFA

Tabla 4 Análisis DOFA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Contamos con cafés especiales garantizados (ganadores a nivel internacional y nacional). - Variedad de diferentes perfiles de café. - Plantas de proceso de café lo que nos garantiza un costo de materia prima favorable - Se tiene la exportadora de café a disposición para los envíos de materia prima necesaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado meta con una cultura cafetera alta. - Clientes potenciales con un poder adquisitivo bastante alto. - Apoyo gubernamental para la apertura de nuevos negocios. - Contactos de tostadores ya establecidos en la ciudad.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Cafetería nueva en el mercado. - Costo de mano de obra elevado. - Licencias y permisos legales para operar de costo elevado. - Oferta de comidas como desayunos o acompañantes fuertes para el café. 	<ul style="list-style-type: none"> - Locales con mejor ubicación estratégica - Competencia en los precios bajos. - Cafeterías ya reconocidas por la clientela y su fidelidad hacia ellas.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 Carta de bebidas a base de cafés especiales de Olimpocoffe

CARTA	PRECIO AUD
latte	\$ 4,00
capuccino	\$ 4,00
mocca	\$ 4,20
ristreto	\$ 4,00
dopio	\$ 4,00
expreso	\$ 4,00
lungo	\$ 4,00
frapuccino	\$ 4,20
afogato	\$ 4,00
chemex	\$ 4,80
v60	\$ 4,50
aeropress	\$ 4,20
prensa francesa	\$ 4,20

Fuente: Elaboración propia

La carta base de los productos insignia de Olimpocoffe son bebidas de café tradicionales a base de cafés especiales y bebidas que se realizan por métodos filtrados.

Tabla 6 Inversión de Activos fijos

MAQUINARIA Y EQUIPO						
ITEM	SUBTOTAL	VALOR UNITARIO TOTAL	CANTIDAD	VALOR TOTAL	TRMAUD	VALOR PESOS
MOLINO	AUD 1.695,00	AUD 1.864,50	1	AUD 1.864,50	AUD 2.816,03	\$ 5.250.480,10
MAQUINA EXPRESSO	AUD 8.149,50	AUD 8.964,45	1	AUD 8.964,45	AUD 2.816,03	\$ 25.244.122,48
DISPENSADOR AGUA CALIENTE	AUD 1.600,00	AUD 1.760,00	1	AUD 1.760,00	AUD 2.816,03	\$ 4.956.205,41
REFRIGERADOR	AUD 2.699,00	AUD 2.968,90	1	AUD 2.968,90	AUD 2.816,03	\$ 8.360.499,00
ENJUGADORA DE JARRA	AUD 202,00	AUD 222,20	1	AUD 222,20	AUD 2.816,03	\$ 625.720,93
TOSTADORA	AUD 400,00	AUD 440,00	1	AUD 440,00	AUD 2.816,03	\$ 1.239.051,35
HERVIDOR DE AGUA	AUD 450,00	AUD 495,00	1	AUD 495,00	AUD 2.816,03	\$ 1.393.932,77
UTENCILIOS DE COCINA (VAJILLA)	AUD 763,00	AUD 839,30	1	AUD 839,30	AUD 2.816,03	\$ 2.363.490,45
UTENCILIOS DE COCINA (ACCESORIOS)	AUD 380,00	AUD 418,00	1	AUD 418,00	AUD 2.816,03	\$ 1.177.098,78
KIOSKO DE LECHE	AUD 147,00	AUD 161,70	1	AUD 161,70	AUD 2.816,03	\$ 455.351,37
TOTAL						\$ 51.065.952,66

EQUIPO DE COMPUTO						
	SUBTOTAL	VALOR UNITARIO TOTAL	CANTIDAD	VALOR TOTAL	TRMAUD	VALOR PESOS
PANTALLA DE TV	AUD 1.600,00	AUD 1.760,00	3	AUD 5.280,00	AUD 2.816,03	\$ 14.868.616,22
SONIDO	AUD 1.200,00	AUD 1.320,00	1	AUD 1.320,00	AUD 2.816,03	\$ 3.717.154,06
SISTEMA POS FACTURACIÓN E INVENTARIOS	AUD 855,00	AUD 940,50	2	AUD 1.881,00	AUD 2.816,03	\$ 5.296.944,53
TOTAL						\$ 23.882.714,81

EQUIPO DE OFICINA						
	SUBTOTAL	VALOR UNITARIO TOTAL	CANTIDAD	VALOR TOTAL	TRMAUD	VALOR PESOS
BARRA	AUD 159,62	AUD 175,58	1	AUD 175,58	AUD 2.816,03	\$ 494.443,44
MESAS Y SILLAS	AUD 120,00	AUD 132,00	6	AUD 792,00	AUD 2.816,03	\$ 2.230.292,43
OTROS	AUD 177,55	AUD 195,31	2	AUD 390,61	AUD 2.816,03	\$ 1.099.967,84
TOTAL						\$ 3.824.703,71

Fuente: Elaboración propia

En la anterior tabla se presenta el valor de los activos que se adquirirían para el montaje de la cafetería, se presenta en valor de dólar australiano y pesos colombianos.

Tabla 7 Inversión inicial del proyecto

INVERSION INICIAL DEL PROYECTO	
INVERSION FIJA	\$ 78.773.371
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 51.065.952,66
EQUIPO DE OFICINA	\$ 3.824.703,71
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 23.882.714,81
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 38.124.639
Estudios de factibilidad	\$ 3.200.000,00
Gastos de constitucion	\$ 1.550.600,00
Licencias y permisos	\$ 2.550.660,00
Gastos de inauguracion	\$ 10.000.000,00
Adecuaciones e instalaciones	\$ 15.000.000,00
Publicidad inicial	\$ 850.600,00
Software contable	-
Imprevistos	\$ 4.972.779
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 348.768.279

Fuente: Elaboración propia

En la anterior tabla muestra la inversión total que requiere el proyecto para iniciar operaciones, y el capital de trabajo necesario, que cubre las operaciones de 3 meses.

Requerimiento de Personal

El personal necesario de acuerdo con el presupuesto de ventas es:

- 2 baristas
- 3 meseros
- 1 administrador
- 1 contador
- 1 auxiliar administrativo

Para un total de una nómina de 8 personas, los salarios son ajustados a los pagos de acuerdo a la normatividad y tarifas en Australia.

Tabla 8 Nómina personal de administración

NOMINA PERSONAL DE ADMINISTRACION										
CARGO	CANTIDAD	SALARIO	DESCUENTO 19%	NETO A PAGAR	TOTAL MENSUAL	TOTAL AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RECEPCIONISTA	1	\$ 5.632.000	\$ 1.070.080	\$ 4.561.920	\$ 5.632.000	\$ 67.584.000	\$ 68.935.680	\$ 70.314.394	\$ 71.720.681	\$ 73.155.095
BARISTA	2	\$ 4.896.846	\$ 930.401	\$ 3.966.445	\$ 9.793.692	\$ 117.524.305	\$ 119.874.791	\$ 122.272.287	\$ 124.717.732	\$ 127.212.087
ADMINISTRADOR	1	\$ 9.500.000	\$ 1.805.000	\$ 7.695.000	\$ 9.500.000	\$ 114.000.000	\$ 116.280.000	\$ 118.605.600	\$ 120.977.712	\$ 123.397.266
CONTADOR	1	\$ 8.000.000	\$ 1.520.000	\$ 6.480.000	\$ 8.000.000	\$ 96.000.000	\$ 97.920.000	\$ 99.878.400	\$ 101.875.968	\$ 103.913.487
TOTAL	5	\$ 28.028.846	\$ 5.325.481	\$ 22.703.365	\$ 32.925.692	\$ 395.108.305	\$ 403.010.471	\$ 411.070.680	\$ 419.292.094	\$ 427.677.936

NOMINA PERSONAL DE VENTAS										
CARGO	CANTIDAD	SALARIO	DESCUENTO 19%	NETO A PAGAR	TOTAL MENSUAL	TOTAL AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MESERO	3	\$ 5.632.000	\$ 1.070.080	\$ 4.561.920	\$ 16.896.000	\$ 202.752.000	\$ 203.089.920	\$ 207.151.718	\$ 211.294.753	\$ 215.520.648
TOTAL	8	\$ 33.660.846	\$ 6.395.561	\$ 27.265.285	\$ 49.821.692	\$ 597.860.305	\$ 606.100.391	\$ 618.222.399	\$ 630.586.847	\$ 643.198.584

VERIFICAR
FORMULA

Tabla 9 Presupuesto de ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS							
CARTA	PRECIO AUD	COP	Q DIA	P DIA	P MES	P AÑO	
latte	\$ 4,00	\$ 11.224,00	25	\$ 280.600,00	\$ 7.015.000,00	\$ 84.180.000,00	
capuccino	\$ 4,00	\$ 11.224,00	20	\$ 224.480,00	\$ 5.612.000,00	\$ 67.344.000,00	
mocca	\$ 4,20	\$ 11.785,20	13	\$ 153.207,60	\$ 3.830.190,00	\$ 45.962.280,00	
ristreto	\$ 4,00	\$ 11.224,00	12	\$ 134.688,00	\$ 3.367.200,00	\$ 40.406.400,00	
dopio	\$ 4,00	\$ 11.224,00	12	\$ 134.688,00	\$ 3.367.200,00	\$ 40.406.400,00	
expreso	\$ 4,00	\$ 11.224,00	27	\$ 303.048,00	\$ 7.576.200,00	\$ 90.914.400,00	
lungo	\$ 4,00	\$ 11.224,00	18	\$ 202.032,00	\$ 5.050.800,00	\$ 60.609.600,00	
frapuccino	\$ 4,20	\$ 11.785,20	25	\$ 294.630,00	\$ 7.365.750,00	\$ 88.389.000,00	
afogato	\$ 4,00	\$ 11.224,00	17	\$ 190.808,00	\$ 4.770.200,00	\$ 57.242.400,00	
chemex	\$ 4,80	\$ 13.468,80	30	\$ 404.064,00	\$ 10.101.600,00	\$ 121.219.200,00	
v60	\$ 4,50	\$ 12.627,00	38	\$ 479.826,00	\$ 11.995.650,00	\$ 143.947.800,00	
aeropress	\$ 4,20	\$ 11.785,20	28	\$ 329.985,60	\$ 8.249.640,00	\$ 98.995.680,00	
prensa francesa	\$ 4,20	\$ 11.785,20	35	\$ 412.482,00	\$ 10.312.050,00	\$ 123.744.600,00	
			300	\$ 3.544.539,20	\$ 88.613.480,00	\$ 1.063.361.760,00	

El presupuesto de ventas se presenta de acuerdo con las cantidades de productos promedio que se pueden llegar a vender en un día. Y con atención de 8 horas y 25 días al mes.

Tabla 10 Presupuesto compras materias primas

PRESUPUESTO COMPRAS MATERIAS PRIMA							
CONCEPTO	café	leche	CHOCOLATE	CREMA	HELADO	FILTROS	TOTAL
MP. REQUERIDA.	1.521.300	3.112.500	58.500	112.500	255.000	28.800	5.088.600
INV. FINAL DESEADO MP	152.130	311.250	5.850	11.250	25.500	2.880	508.860
COSTO IN FIN	6.085.200	1.556.250	402.422	603.000	1.062.075	1.152.000	10.860.947
SUBTOTAL	1.673.430	3.423.750	64.350	123.750	280.500	31.680	16.458.407
INV INICIAL MP							
MP POR COMPRAR	1.673.430	3.423.750	64.350	123.750	280.500	31.680	5.597.460
COSTO MP	\$ 40	\$ 5	\$ 68,79	\$ 53,60	\$ 41,65	\$ 400	\$ 609
TOTAL COMPTAS	\$ 66.937.200	\$ 17.118.750	\$ 4.426.637	\$ 6.633.000	\$ 11.682.825	\$ 12.672.000	\$ 119.470.412

Tabla 11 Presupuesto de mano de obra directa

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA							
BEBIDAS	TIEMPOS DE PREPARACION		HORAS	PDN REQUERIDA	TOTAL HORAS	COSTO P/H	COSTO TOTAL
	EXTRACCION CAFÉ	VAPORIZACION					
chemex	2:45 MIN	0	0,041	9.000	368	\$ 48.280	\$ 17.743.070
v60	2:30 MIN	0	0,038	11.400	437	\$ 48.280	\$ 21.098.563
aeropress	3:00 MIN	0	0,050	8.400	420	\$ 48.280	\$ 20.277.795
prensa francesa	3:00 MIN	0	0,050	10.500	525	\$ 48.280	\$ 25.347.243
latte	25 SEG	40 SEG	0,018	7.500	138	\$ 48.280	\$ 6.638.564
capuccino	25 SEG	40 SEG	0,018	6.000	110	\$ 48.280	\$ 5.310.851
mocca	25 SEG	40 SEG	0,018	3.900	72	\$ 48.280	\$ 3.452.053
ristreto	15 SEG	0	0,004	3.600	15	\$ 48.280	\$ 724.207
dopio	25 SEG	0	0,007	3.600	25	\$ 48.280	\$ 1.216.668
expreso	25 SEG	0	0,007	8.100	57	\$ 48.280	\$ 2.737.502
lungo	25 SEG	0	0,007	5.400	38	\$ 48.280	\$ 1.825.002
frapuccino	25 SEG	40 SEG	0,018	7.500	138	\$ 48.280	\$ 6.638.564
afogato	25 SEG	40 SEG	0,018	5.100	94	\$ 48.280	\$ 4.514.223
TOTAL				90.000	2434	\$ 627.646	\$ 117.524.305

Tabla 12 Presupuesto CIF

PRESUPUESTO CIF			AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑOS
CONCEPTO	IMPORTE	TASA DE AP CIF				
DEPRECIACION	\$ 4.753.853	\$ 154.637.998	\$ 4.753.853	\$ 4.753.853	\$ 4.753.853	\$ 4.753.853
MANTENIMIENTO	\$ 9.960.000	\$ 2.434	\$ 10.458.000	\$ 10.458.000	\$ 10.980.900	\$ 11.529.945
ENERGETICOS	\$ 10.800.000	63.527	\$ 11.340.000	\$ 11.907.000	\$ 12.502.350	\$ 13.127.468
ALQUILER LOCAL	\$ 108.135.391		\$ 113.542.160	\$ 119.219.268	\$ 125.180.232	\$ 131.439.243
ACUEDUCTO 70%	\$ 8.988.754		\$ 9.438.192	\$ 9.910.102	\$ 10.405.607	\$ 10.925.887
VARIOS	\$ 12.000.000		\$ 12.240.000	\$ 12.484.800	\$ 12.734.496	\$ 12.989.186
TOTAL CIF	\$ 154.637.998		\$ 161.772.205	\$ 168.733.023	\$ 176.557.437	\$ 184.765.582

Tabla 13 Presupuesto final proyectado de materia prima

PRESUPUESTO DE INVENTARIOS FINALES MP					
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO COP	TOTAL COP	COP-AUD	TOTAL AUD
café	152.130	\$ 55	\$ 8.367.150	\$ 2.816,03	\$ 2.971
leche	311.250	\$ 7	\$ 2.178.750	\$ 2.816,03	\$ 774
CHOCOLATE	5.850	\$ 69	\$ 402.422	\$ 2.816,03	\$ 143
CREMA	11.250	\$ 54	\$ 603.000	\$ 2.816,03	\$ 214
HELADO	25.500	\$ 42	\$ 1.062.075	\$ 2.816,03	\$ 377
FILTROS	2.880	\$ 400	\$ 1.152.000	\$ 2.816,03	\$ 409
TOTAL	508.860	626	13.765.397	16.896	4.888

Tabla 14 Estado de costos presupuestado

ESTADO DE COSTO DE PRODUCCION Y VENTAS PTO					
CONCEPTO	IMPORTE	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA REQUERIDA	\$ 141.506.288	\$ 148.581.603	\$ 156.010.683	\$ 163.811.217	\$ 172.001.778
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 117.524.305	\$ 119.874.791	\$ 122.272.287	\$ 124.717.732	\$ 127.212.087
GASTOS INDIRECTOS DE FABRI	\$ 154.637.998	\$ 161.772.205	\$ 168.733.023	\$ 176.557.437	\$ 184.765.582
COSTO DE PRODUCCION	\$ 413.668.591	\$ 430.228.599	\$ 447.015.992	\$ 465.086.387	\$ 483.979.447
INV. FINAL DE PRODUCCION	\$ -				
INV INICIAL PRODUCCION	\$ -				
COSTO DE VENTAS P.	\$ 413.668.591	\$ 430.228.599	\$ 447.015.992	\$ 465.086.387	\$ 483.979.447

Tabla 15 Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas presupuestadas	\$ 1.063.361.760	\$ 1.116.529.848	\$ 1.172.356.340	\$ 1.230.974.157	\$ 1.292.522.865
costo de ventas	\$ 413.668.591	\$ 430.228.599	\$ 447.015.992	\$ 465.086.387	\$ 483.979.447
utilidad bruta	\$ 649.693.169	\$ 686.301.249	\$ 725.340.348	\$ 765.887.771	\$ 808.543.419
Gastos de administracion	\$ 334.785.124	\$ 302.593.695	\$ 308.645.569	\$ 314.818.480	\$ 321.114.850
Gastos de ventas	\$ 217.152.000	\$ 218.209.920	\$ 223.027.718	\$ 227.964.553	\$ 233.023.938
utilidad de operativa	\$ 97.756.045	\$ 165.497.634	\$ 193.667.061	\$ 223.104.738	\$ 254.404.631
Gastos financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
utilidad antes de impuestos	\$ 97.756.045	\$ 165.497.634	\$ 193.667.061	\$ 223.104.738	\$ 254.404.631
Impuesto	\$ 24.439.011	\$ 41.374.409	\$ 48.416.765	\$ 55.776.184	\$ 63.601.158
Utilidad neta	\$ 73.317.034	\$ 124.123.226	\$ 145.250.296	\$ 167.328.553	\$ 190.803.473

Tabla 16 Flujo de efectivo proyectado

Flujo de efectivo proyectado	0	1	2	3	4	5
Caja Inicial		\$ 269.994.908	\$ 336.810.115	\$ 467.508.641	\$ 619.299.823	\$ 793.133.129
Ingresos						
Utilidad Operativa mas Depreciacion mas Amortizacion		\$ 105.019.615	\$ 172.761.204	\$ 200.930.631	\$ 230.368.308	\$ 261.668.201
Capitalizacion	\$ 348.768.279					
Credito						
Disminucion de Activos			\$ 13.765.397	\$ 14.453.666	\$ 15.176.350	\$ 15.935.167
Aumento de Pasivos						
Total Ingresos	\$ 348.768.279	\$ 375.014.523	\$ 523.336.716	\$ 682.892.938	\$ 864.844.481	\$ 1.070.736.497
Egresos						
Impuestos		\$ 24.439.011	\$ 41.374.409	\$ 48.416.765	\$ 55.776.184	\$ 63.601.158
Intereses						
Aumento de Activos	\$ 78.773.371	\$ 13.765.397	\$ 14.453.666	\$ 15.176.350	\$ 15.935.167	\$ 16.731.925
Gastos preoperativos						
Disminucion de Pasivos						
Total Egresos	\$ 78.773.371	\$ 38.204.408	\$ 55.828.075	\$ 63.593.115	\$ 71.711.352	\$ 80.333.083
Caja Final	\$ 269.994.908	\$ 336.810.115	\$ 467.508.641	\$ 619.299.823	\$ 793.133.129	\$ 990.403.414

Tabla 17 Estado de situación financiera proyectado

Estado de Situación Financiera proyectado	Inicial	\$	1	2	3	4	5					
Activos												
Activos Corrientes												
Caja y Bancos	\$ 269.994.908	\$	336.810.115	\$	467.508.641	\$	619.299.823	\$	793.133.129	\$	990.403.414	
Inventarios		0	\$	13.765.397	\$	14.453.666	\$	15.176.350	\$	15.935.167	\$	16.731.925
Total Activos Corrientes	\$ 269.994.908	\$	350.575.512	\$	481.962.307	\$	634.476.173	\$	809.068.296	\$	1.007.135.340	
Activos Fijos												
Maquinaria y Equipo	\$ 51.065.953	\$	51.065.953	\$	46.312.100	\$	41.558.247	\$	36.804.394	\$	32.050.541	
Depreciacion MyE		-	\$	4.753.853	\$	4.753.853	\$	4.753.853	\$	4.753.853	\$	4.753.853
Equipo de oficina	\$ 3.824.704	\$	3.824.704	\$	3.516.149	\$	3.207.594	\$	2.899.039	\$	2.590.485	
Depreciacion Eo		-	\$	308.555	\$	308.555	\$	308.555	\$	308.555	\$	308.555
Equipo de computo	\$ 23.882.715	\$	23.882.715	\$	21.681.552	\$	19.480.390	\$	17.279.228	\$	15.078.065	
Depreciacion Ec		-	\$	2.201.162	\$	2.201.162	\$	2.201.162	\$	2.201.162	\$	2.201.162
Total Activos Fijos	\$ 78.773.371	\$	71.509.801	\$	64.246.231	\$	56.982.661	\$	49.719.091	\$	42.455.522	
Total Activos	\$ 348.768.279	\$	422.085.313	\$	546.208.539	\$	691.458.834	\$	858.787.388	\$	1.049.590.861	
Pasivos												
Pasivos Corrientes												
Dividendos por pagar	\$	-										
Total Pasivos Corrientes	\$	-	\$	24.439.011	\$	41.374.409	\$	48.416.765	\$	55.776.184	\$	63.601.158
Pasivos a mediano y largo												
Cuentas por pagar	\$	-										
Total Pasivos a mediano y largo plazo	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
Total Pasivos	\$	-										
Patrimonio												
Capital	\$ 348.768.279	\$	348.768.279	\$	348.768.279	\$	348.768.279	\$	348.768.279	\$	348.768.279	
Reservas	\$	-										
Utilidad del Ejercicio	\$	-	\$	73.317.034	\$	124.123.226	\$	145.250.296	\$	167.328.553	\$	190.803.473
Utilidad Acumulada	\$	-		\$	73.317.034	\$	197.440.259	\$	342.690.555	\$	510.019.109	
Total Patrimonio	\$ 348.768.279	\$	422.085.313	\$	546.208.539	\$	691.458.834	\$	858.787.388	\$	1.049.590.861	
Total Pasivos mas Patrimonio	\$ 348.768.279	\$	422.085.313	\$	546.208.539	\$	691.458.834	\$	858.787.388	\$	1.049.590.861	

Tabla 18 Evaluación financiera

Flujo de Caja para Evaluación	\$	-	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	\$		73.317.034	\$ 124.123.226	\$ 145.250.296	\$ 167.328.553	\$ 190.803.473
Depreciaciones	\$		7.263.570	\$ 7.263.570	\$ 7.263.570	\$ 7.263.570	\$ 7.263.570
Flujo de Caja Bruto	\$		80.580.604	\$ 131.386.796	\$ 152.513.866	\$ 174.592.123	\$ 198.067.043
Valor de Salvamento							
Inversión Inicial	-\$		348.768.279				
Flujo de Fondos Final	-\$		348.768.279	\$ 80.580.604	\$ 131.386.796	\$ 152.513.866	\$ 174.592.123
				\$ 198.067.043			

Tabla 19 Indicadores

Tasa de descuento	15%
Valor Presente Neto (VPN)	\$ 119.227.386
Tasa Interna de Retorno (TIR)	27%

Indicador	Razón	Formula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rendimiento	Margen operacional de utilidad	Utilidad operacional / Ventas netas	9%	15%	17%	18%	20%
	Margen neto de utilidad	Utilidad neta / Ventas netas	11,28%	18,09%	20,03%	21,85%	23,60%
	Rendimiento del patrimonio	Utilidad neta / Patrimonio	17,37%	22,72%	21,01%	19,48%	18,18%
	Rendimiento de activo total	Utilidad neta / Activo total bruto	17,37%	22,72%	21,01%	19,48%	18,18%

La mayoría de indicadores financieros son positivas y muestran que los cinco años la operación es favorable para los inversionistas, con una tasa de descuento del 15% el valor presente neto es de \$119.227.386 y una TIR del 27%, lo que indica un retorno de la inversión mayor a la ofrecida en el mercado bancario.

9. Conclusiones

El café es un producto que permite diversificar en los procesos de inversión, las actuales dinámicas están cambiando tanto en producción como comercialización y la estrategia de una cafetería en otro país, crea procesos de posicionamiento a nivel internacional diferentes a los convencionales.

Los cafés especiales se encuentran en tendencia al igual que las tiendas temáticas, la sostenibilidad va más allá de la producción tiene que involucrar también al consumidor final, por eso las cafeterías, aunque es un procesos de comercialización minoritario, también es un procesos incluyente a los consumidores que permite en mayor rango el posicionamiento de los productos, debido a la experiencia que en ellas se brindan.

El origen de los productos en cuanto a trazabilidad es un elemento fuerte a la hora de generar dinámicas sociales, no solo se conecta el productor con el consumidor final, sino que también se crean procesos de turismo asociados a la producción de café.

Cuando se requiere evaluar una idea de inversión, es importante realizar todo el proceso financiero, lo que genera mayor confianza a la hora de entrar en nuevos nichos de mercado o lanzamiento de nuevos productos. El café en este proyecto termina siendo favorable, debido a la trayectoria de sus inversionistas, y la experiencia en exportaciones a países norteamericanos, europeos y oceánicos.

10. Recomendaciones

Un estudio interesante de realizar es el impacto financiero que tiene la trazabilidad en cuanto a proyectos de inversión en café, dado que no es un elemento que se involucre de manera directa en la cadena de valor, pero que si genera valor al momento de entrar al mercado comercial.

11. Bibliografía

- Australian Way. (2021). *¿Donde vivir en Melbourne?* <https://australianway.es/donde-vivir-en-melbourne/>
- Bonka. (2021). *Cadena de valor del café.* <https://www.bonka.es/amor-por-el-cafe/cadena-valor-cafe>
- Cano, C. G. (2007). *Shumpeter y el Café: Más futuro que pasado.* <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/SHUMPETER-EL-CAFE.pdf>
- EMCEBAR. (2015). Reporte: *¿Las Cafeterías son un Negocio Rentable?* EMCEBAR. <https://www.emcebar.org.mx/reporte-las-cafeterias-son-un-negocio-rentable/>
- Federación Nacional de Cafeteros. (2021a). *Cafés especiales.* <https://federaciondecafeteros.org/wp/programas/cafes-especiales/>
- Federación Nacional de Cafeteros. (2021b). *Producción de café de Colombia en 2020 fue de 13,9 millones de sacos.* <https://federaciondecafeteros.org/wp/listado-noticias/produccion-de-cafe-de-colombia-en-2020-fue-de-139-millones-de-sacos/>
- García, A. (2019). *La Importancia de la Trazabilidad para la ISO 9001:2015.* https://contyquim.com/blog_articulo.php?b=169
- García Cáceres, R. G., & Olaya Escobar, E. S. (2006). *Caracterización de las cadenas de valor y abastecimiento del sector agroindustrial del café.* <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/06/v19n31a08.pdf>
- ISO 22005. (2007). *ISO 22005:2007(es), Trazabilidad en la cadena de alimentos para alimentación humana y animal—Principios generales y requisitos básicos para el diseño e implementación del sistema.* <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:22005:ed-1:v1:es>

Minagricultura. (2020). *Cosecha cafetera de 2020 cerraría con un valor de \$9 billones, superior en 20% a 2019 y una de las más altas en 20 años.*

<https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Cosecha-cafetera-2020.aspx>

United States Department of Agriculture. (2021). *Ethiopia: World's Third- Largest Arabica Coffee Producer.* <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/coffee.pdf>

Velasquez Agudelo, C., & Través Velásquez, M. (2019). *Café especial, una alternativa para el sector cafetero en Colombia* [Universidad EAFIT].

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/15236/Mateo_Travez_Camilo_Velasquez_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Voces de Nariño. (2018). *El mejor café suave del mundo Café de Nariño, denominación de origen.*

<https://xn--vocesdenario-khb.com/el-mejor-cafe-suave-del-mundo-cafe-de-narino-denominacion-de-origen/>