

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UNA TIENDA DE  
CAFÉS ESPECIALES EN LA CIUDAD DE POPAYÁN**

**ERICKSON BRANDON MENESES DÍAZ  
EIDER RODRIGO MONTENEGRO PÉREZ**



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN  
35 ANIVERSARIO

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA**

**2018**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UNA TIENDA DE  
CAFÉS ESPECIALES EN LA CIUDAD DE POPAYÁN**

**ERICKSON BRANDON MENESES DÍAZ**

**EIDER RODRIGO MONTENEGRO PÉREZ**

**ASESOR:**

**ANDRÉS FELIPE AGUILAR**

**Trabajo de Grado para optar por el título de Contador Público**



FUNDACIÓN  
UNIVERSITARIA  
DE POPAYÁN  
35 ANIVERSARIO

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA**

**2018**

## **Agradecimientos**

El presente trabajo de investigación se logró llevar a cabo gracias a la colaboración de muchas personas que nos apoyaron y brindaron sus conocimientos y tiempo, por lo que estamos inmensamente agradecidos con todos y cada uno de ellos.

En primer lugar, queremos agradecer a Dios, por permitirnos llegar a este punto, logrando sortear muchas adversidades que se presentaron en el camino.

En segundo lugar, agradecemos a nuestros profesores, por su tiempo, paciencia y dedicación para que hoy estemos más cerca de hacer nuestro sueño realidad, especialmente los docentes Oscar Felipe Palacios, Adriana Castrillón, y Norman Caldón, su contribución fue inmensa en el desarrollo de este proyecto de grado y también durante toda la carrera, ha sido muy gratificante contar con personas siempre dispuestas como ustedes.

### **Rodrigo Montenegro**

Quiero dar gracias a mi padre que desde el cielo me ha bendecido y dado fuerzas para terminar con mi carrera y con este grandioso proyecto. Mi madre Yeny Pérez Ceballos y hermano Juan José Montenegro Pérez, abuelos Marcelo Javier Benavides y Ana Julia Montenegro y mi novia Karol Lizeth Muñoz Barrera, por todo el apoyo que me brindaron en estos cinco años de carrera y durante el desarrollo del proyecto de grado.

También quiero agradecer a mi compañero Brandon Meneses, con el cual emprendimos este reto, y a nuestro asesor, Andrés Felipe Aguilar, por su gran compromiso y aporte a nuestro trabajo.

**Brandon Meneses**

Agradezco a mi madre y a mi hermano, por ser los motores de mi vida, por nunca dejarme solo en los momentos más difíciles de mi carrera, por todas las palabras de aliento que me dieron evitando dejar todo esto atrás, por ser los que me impulsan a cada día ser mejor persona y por ser parte de mi vida en el día a día les agradezco con el corazón.

A mi padre, por todo lo que ha sabido brindar, por el apoyo incondicional durante todo este tiempo, por todos sus consejos y recomendaciones que me ayudaron a elegir que decisiones tomar.

A mis amigos y demás familiares que siempre me brindaron de su apoyo, los que me tendieron una mano cuando necesité, cada uno de ellos que aportó un grano de arena para lo que alguna vez fue un sueño, está a punto de hacerse realidad.

## Tabla de Contenido

Introducción,	16
Identificación del proyecto,	18
Nombre del proyecto,	24
Objetivos,	25
Objetivo general,	25
Objetivo específico,	25
Justificación,	26
Bases metodológicas,	28
Fuentes primarias,	28
Fuentes secundarias,	28
Marco referencial,	29
Razón social,	29
Capital social,	29
Logotipo,	30
Eslogan,	30
Clasificación de la empresa según código CIUU,	31
Marco legal (identificación de trámites),	32
Constitución de la sociedad,	32
Requisitos para la constitución,	34
Trámites ante cámara y comercio,	35
Trámite ante la Dian,	36
Trámites ante la caja de compensaciones del Cauca,	36

Trámites ante la EPS, 36
Trámites ante Sayco y Acinpro, 37
Trámites ante Plan de Ordenamiento Territorial, 38
Trámites de licencia de funcionamiento, 38
Trámites ante Industria y Comercio, 40
Estudio del mercado, 41
Identificación del bien o servicio, 41
Formas de presentación y composición, 41
Usos, 41
Usuarios, 42
Fuentes y abastecimientos de insumos, 42
Sustitutos y complementarios, 43
Sistemas de distribución, 44
Precios y costos, 44
Demanda, 45
Segmentación del mercado, 45
<i>Edad</i> , 46
<i>Escolaridad</i> , 46
<i>Profesión</i> , 46
<i>Estrato</i> , 46
<i>Población</i> , 47
<i>Zona de influencia</i> , 47
<i>Credo religioso</i> , 48

- Oferta, 48
  - Listado de proveedores, 48
  - Mercado de insumos, 49
    - Usos*, 49
    - Disponibilidad*, 49
    - Origen*, 50
    - Comercialización*, 51
    - Ubicación*, 51
    - Efectos de uso intensivo*, 51
- Demanda insatisfecha, 52
  - Identificación de la demanda potencial, 52
- Precios, 53
  - Precios determinados por la estructura de costos, 53
  - Precios políticos, 55
  - Precios fijados por el mercado, 55
  - Precios vigentes mercado internacional, 56
- Comercialización, 57
  - Canal de comercialización, 57
    - Características del consumidor, 57
    - Estructura del canal de comercialización, 57
  - Almacenamiento del café, 59
  - Transporte, 60
  - Presentación, 60

Asistencia técnica,	62
Mecanismos de promoción y publicidad,	63
Tienda temática El Origen,	64
Mesas Inteligentes,	64
Acondicionamiento o arreglo de la Tienda,	66
Organización del proyecto,	68
Enfoque estratégico,	68
Misión,	68
Visión,	68
Objetivos corporativos,	68
Objetivos financieros,	69
Objetivos estratégicos,	69
Organigrama del proyecto,	70
Descripción de cada cargo,	70
Tamaño y localización,	73
Factores condicionantes del tamaño en el proyecto,	73
Tamaño y mercadeo,	73
Costos y aspectos técnicos,	73
Disponibilidad de insumos y servicios públicos,	75,
Tamaño y localización.,	75
Tamaño y financiamiento,	76
Localización del proyecto,	78
Macrolocalización,	78

Microlocalización,	79
Sitio preciso de ubicación,	80
Ingeniería del proyecto,	82
Listado de equipos ,	82
Estudio financiero del proyecto,	84
Bases de las proyecciones,	84
Pronostico de ventas.	85
Presupuesto de planta de personal.	86
Presupuesto de costos, gastos operacionales y capital de trabajo,	87
Tabla de depreciaciones.	88
Plan de amortización,	89
Balance de iniciación del proyecto,	90
Balance general proyectado.	90
Estado de resultados proyectado.	91
Flujo de caja proyectado.	92
Análisis de indicadores del proyecto.	93
Punto de equilibrio.	93
Valor presente neto, tasa interna de retorno, tasa interna de retorno modificada, relación beneficio costo, periodo de recuperación de la inversión, y valor económico agregado,	95
Diagnóstico Financiero,	98
Indicadores de liquidez,	98
<i>Indicadores proyectados de liquidez 2019-2024.</i>	99
Indicadores de endeudamiento,	100

Indicadores de rentabilidad,	101
Análisis de sensibilidad,	105
Cronograma de ejecución.	107
Conclusiones y recomendaciones.	108
Referencias Bibliográficas,	111
Anexos,	112

## Lista de Figuras

Figura 1. Árbol de problemas, 20

Figura 2. Árbol de Objetivos, 21

Figura 3. Logotipo de la tienda, 30

Figura 4. Estructura del canal de comercialización, 58

Figura 5. Preferencias de café, 62

Figura 6. Organigrama del proyecto, 70

Figura 7. Flujograma de costos por procesos, 74

Figura 8. Tostadora TN-2 Plus, 82

Figura 9. Molino EK43 S, 83

Figura 10. Maquina preparadora de café barista PRO 2 grupos (Ascaso), 83

## Lista de Gráficas

Gráfica 1. Punto de equilibrio Tienda de Cafés Especiales “El Origen”, 93

Gráfica 2. Punto de equilibrio presentación Capuccino, 94

Gráfica 3. Punto de equilibrio presentación Latte, 94

Gráfica 4. Capital de trabajo, 99

Gráfica 5. Razón corriente, 99

Gráfica 6. Indicadores de liquidez, 100

Gráfica 7. Indicadores de endeudamiento, 101

Gráfica 8. Indicadores de rentabilidad 2019 -2025, 103

## **Lista de Mapas**

Mapa 1. Zona urbana Popayán, 79

Mapa 2. Centro Histórico de Popayán, 80

Mapa 3. Sitio preciso de ubicación Tienda de cafés especiales “El Origen”, 81

## Listas de Tablas

- Tabla 1. Cuadro de Involucrados, 19
- Tabla 2. Matriz de Marco Lógico, 23
- Tabla 3. Precios Proveedores, 45
- Tabla 4. Categorías de Segmentación, 45
- Tabla 5. Cálculo para determinar el tamaño de la población a encuestar, 52
- Tabla 6. Demanda Insatisfecha, 53
- Tabla 7. Costos de producción de presentaciones de café realizados por la máquina, 54
- Tabla 8. Costos de producción de presentaciones de café realizados manualmente, 55
- Tabla 9. Variedades y precios del café, 61
- Tabla 10. Inversión del proyecto, 76,
- Tabla 11. Esquema de amortización de crédito, 77
- Tabla 12. Costo de equipos necesarios para el desarrollo del proyecto, 82
- Tabla 13. Bases de las proyecciones, 84
- Tabla 14. Pronóstico de ventas, 85
- Tabla 15. Costos de materia prima, 86
- Tabla 16. Proyección de la nómina de la Tienda de Cafés “El Origen”, 86
- Tabla 17. Presupuesto de costos, gastos operacionales y capital de trabajo, 87
- Tabla 18. Tabla de depreciaciones, 88
- Tabla 19. Financiación del proyecto, 88
- Tabla 20. Plan de amortización, 89
- Tabla 21. Balance de iniciación del proyecto, 90
- Tabla 22. Balance general proyectado, 90
- Tabla 23. Balance de resultado proyectado, 91
- Tabla 24. Flujo de caja proyectado, 92
- Tabla 25.  $Wacc - Tio - Vpn - Tir - Tirm - R/b-c$ , 95
- Tabla 26. Cálculo de valor económico agregado, 97
- Tabla 27. Comparación indicadores financieros Juan Valdez y Café el Origen, 104
- Tabla 28. Análisis de sensibilidad teniendo en cuenta el WACC, 105
- Tabla 29. Análisis de sensibilidad teniendo en cuenta los precios, 105
- Tabla 30. Cronograma de ejecución, 107

## **Lista de Anexos**

Anexo 1. Cotización de X- Table, 113

Anexo 2. Cotización de maquinaria, 114

Anexo 3. Cotización de vinilos, 116

Anexo 4. Especificaciones de Tostadora de Café, 117

Anexo 5. Logo de la Tienda de Cafés Especiales “El Origen”, 118

Anexo 6. Apartes de la entrevista realizada al señor Diego Samuel Bermúdez, 119

Anexo 7. Apartes de la entrevista realizada al señor Oscar Eduardo Aparicio, 121

## Introducción

Este proyecto surge a partir de experiencias propias de los autores debido a cierta insatisfacción gastronómica en las tiendas de café existentes en la ciudad de Popayán, así mismo, es producto de la limitación para encontrar un lugar agradable, que cuente con características diferentes, innovadoras y temáticas acerca del café. De tal manera, que las limitaciones e insatisfacciones permitieron el surgimiento de una idea que además de prometer ser rentable, es una gran oportunidad de incursionar en el mercado del café.

Se puede decir que este proyecto parte de un sueño de emprendimiento que busca la oportunidad de constituir una empresa y tener un negocio propio donde se pueda hacer realidad todo tipo de ideas, permitiendo por una parte, poner en práctica los conocimientos como contadores públicos y por otra parte, generar empleo y contribuir en el aspecto social de la ciudad y país.

El proyecto se enmarca en proponer un lugar diferente, con espacios tecnológicos pero sin alejarse del tema central, el café. Se busca crear un espacio donde además de promover la innovación y el desarrollo del sector cafetero que trabaja a partir de procesos tipo *honey* y *natural*, también se implemente dentro de la tienda un mundo temático donde se consuma las bebidas a base de café y el consumidor conozca un poco más sobre la clase de café que está consumiendo (variedad, procesos de recolección y secado del fruto) pero lo más importante, que el consumidor conozca de antemano quién y dónde se produce el café que va a degustar.

Algunos de los factores que se han considerado para la realización de este proyecto, obedecen a las experiencias e insatisfacciones que muchas veces encuentra un consumidor de café, por ello,

el propósito gira en torno a la creación de un lugar donde él cliente sienta una experiencia única al momento de tomar una buena taza de café, un lugar donde se viva y se respire el café desde el momento que se ingrese a la tienda a partir de diseños temáticos y procesos de preparación de la bebida.

Algunas de las situaciones que refuerzan lo descrito anteriormente, son: a) ineficiencia en el momento del servicio, pues se suele pensar que un servicio rápido es sinónimo de un buen servicio, pero en muchas ocasiones esto se puede tornar en descortesía o puede generar que por el afán de brindar un servicio de calidad éste se retrasa demasiado, lo cual también puede percibirse de forma negativa por parte de los clientes. b) Las tiendas especializadas en cafés de la ciudad de Popayán, brindan un servicio común y corriente como el de cualquier café de esquina, pues todas o la mayoría de las conocidas y visitadas no brindan ninguna información en cuanto a dónde o qué clase de café es que se va a consumir, razón por la cual el consumidor puede llegar a sentirse frustrado e insatisfecho con el producto y servicio.

La meta entonces, es ofrecer un servicio eficaz y cortés, dejando así una buena impresión al cliente, lo cual es posible con procesos adecuados e innovadores que serán complementados mediante mesas tecnológicas que hagan del servicio una experiencia inigualable. Así mismo, se pretende brindar tipo de cafés totalmente especiales, transformados mediante procesos honey y natural, producidos en tierras caucanas, que garanticen una cosecha, trazabilidad adecuada y donde se manejen variedades reconocidas, que permitan ofrecer un producto y servicio de gran calidad.

Finalmente, se busca satisfacer las necesidades de los consumidores que están en la búsqueda de lugares novedosos, entretenidos, con contenidos temáticos y tecnológicos de buen ambiente, que hagan del momento de consumir café, una gran experiencia.

## Identificación del Proyecto

La identificación del proyecto para la tienda de cafés especiales “El Origen” se llevó a cabo mediante la estructura de una “MML” Matriz de Marco Lógico, un cuadro de involucrados, un árbol de problemas y un árbol de medio a fin, mediante los cuales identificamos las variables más relevantes para el desarrollo del proyecto.

<i>Grupos de interés</i>	<i>Intereses</i>	<i>Problemas percibidos</i>	<i>Recursos y mandatos</i>
<b>Consumidores</b>	<p>Buscar la manera de adquirir nuevos conocimientos acerca de la cultura del café.</p> <p>Poder conocer y disfrutar de nuevas experiencias, visuales, culturales y de bebidas a base de café.</p>	<p>La escasa y casi nula oferta que este mercado tiene no incentiva a consumir nuevas variedades y tipos de café.</p> <p>La falta de comunicación e información estratégica entre los grupos de interés, ha creado una brecha entre estos mismos que aún no se soluciona.</p>	<p>Por esta parte se aprecia una disposición e interés muy altos para conocer más sobre la multiculturalización que ofrece el café.</p>
<b>Productores Proveedores</b>	<p>Los productores día a día buscan mejorar sus ventas y por lo tanto sus ingresos.</p> <p>También buscan fortalecer y mejorar el mercado para poder afianzarse en este mismo.</p>	<p>Los intereses económicos los productores presentan no permiten diversificar la oferta en el mercado.</p> <p>Por otra parte las tecnologías a las que tienen accesibilidad son insuficientes y casi obsoletas por lo tanto</p>	<p>Este grupo es uno de los dos pilares fundamentales dentro de este mercado, puesto que son los que hacen posible la producción de cafés especiales, mediante procesos y variedades nuevas.</p>

---

		limitan la producción de diferentes tipos de cafés.	
<b>Tiendas (Cafeterías)</b>	<p>Fomentar la culturización en la comunidad consumidora.</p> <p>Dar a conocer las nuevas experiencias y la trayectoria del café ofertado.</p>	<p>Aunque son un canal importante en el mercado, hasta el momento no logran cumplir con su interés, pues al tener gran dificultad para acceder a los cafés especiales, su función en la comunidad no se está cumpliendo.</p>	<p>Las tiendas tienen la posibilidad de contribuir con la sensibilización en los consumidores, pues cuenta con la gran ventaja de tener el contacto directo con dicha comunidad.</p>
<b>Instituciones No Gubernamentales</b>	<p>Estas instituciones, cumplen el papel de ser un puente entre los demás, pues al recopilar conceptos y saberes empíricos para posteriormente hacer un trabajo científico, ayuda a la potencialización del desarrollo y la innovación en el mercado.</p>	<p>La falta de innovación y creatividad al momento de comercializar el producto es uno de los problemas a los que estas instituciones buscan atacar.</p> <p>Otra de las tareas es la de generar confianza en el mercado, desecando pensamientos llenos de temor que las organizaciones que rigen en este han plantado en los diferentes actores.</p>	<p>Por parte de las instituciones no gubernamentales encontramos que están dispuestos para ayudar en ampliar el conocimiento de productores y tenderos (cafeterías) por medios de los beneficios que cada una de las instituciones ofrece.</p>
<b>Estado</b>	<p>Los intereses por parte del estado se centran en ayudar a promover el desarrollo económico y social en la ciudad, municipio, etc.</p>	<p>En este punto se aprecia que son escasas las iniciativas innovadoras y creativas a financiar que estén encaminadas a promover la culturización sobre el café en la comunidad.</p>	<p>Aquí se cuenta con la gran posibilidad de inversión y financiación, respaldado por entidades estatales.</p>

---

Tabla 1. Cuadro de Involucrados  
Fuente: Autores



Figura 1. Árbol de problemas  
Fuente: Autores

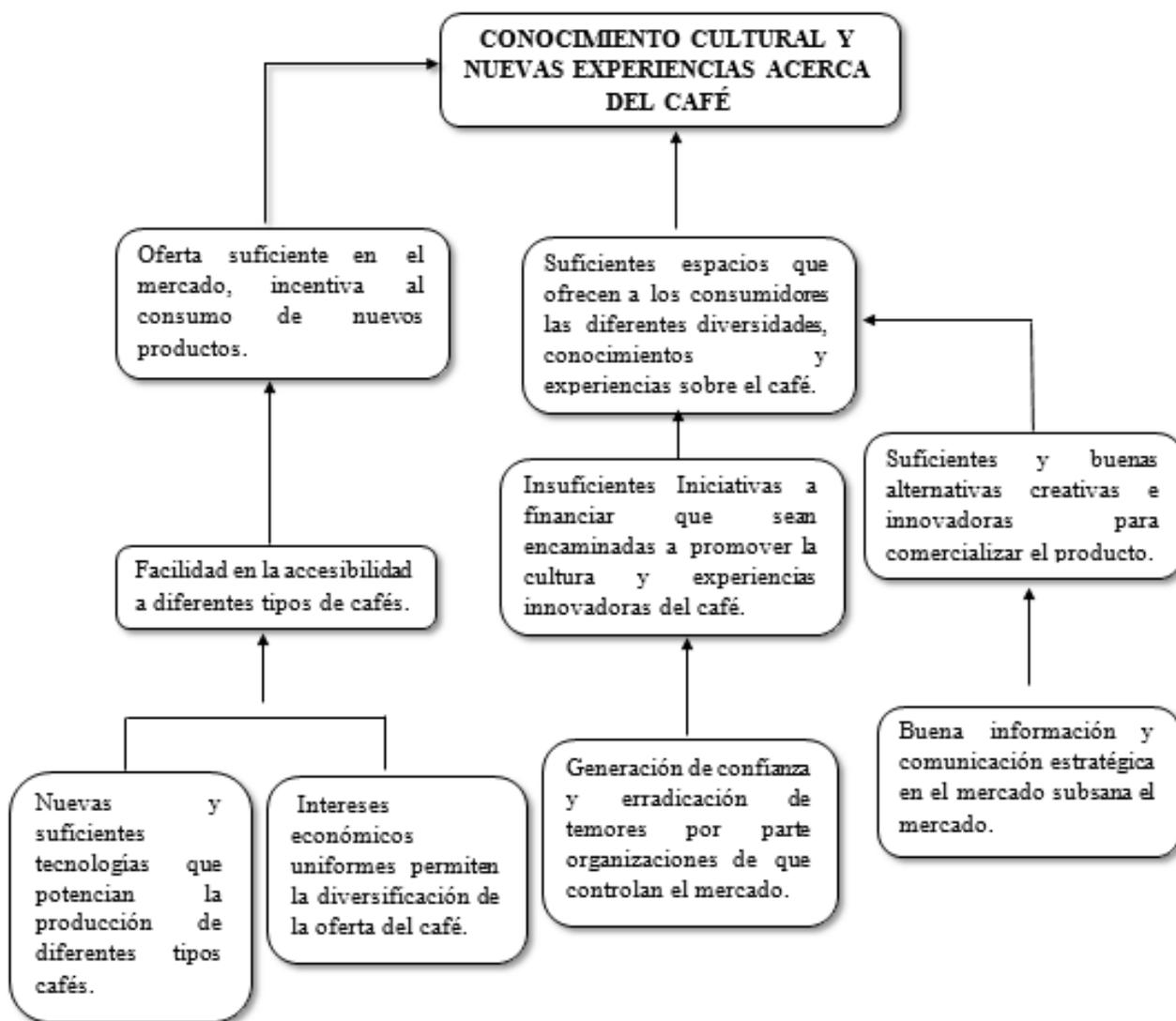


Figura 2. Árbol de Objetivos  
Fuente: Autores

<i>Descripción</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Fuente de verificación</i>	<i>Supuestos</i>
<p><b>Objetivo General (Fin)</b></p> <p>Fomentar la cultura en torno al café en la ciudad de Popayán.</p>	<p># Personas que consideran un buen café por el aroma / # personas encuestadas</p> <p># <u>PNS C. CF X AR</u></p> <p># PNS E.</p> <p># Personas que eligen el café por la preparación / # personas encuestadas</p> <p># <u>PNS Pf CF X PRP</u></p> <p># PNS E.</p> <p># Personas que desconocen sobre la diversidad del café / # personas encuestadas</p> <p># <u>PNS? CF</u></p> <p># PNS E.</p>	Encuestas	<p><b>O:</b> Existen pocas prácticas que fomenten una cultura cafetera en la ciudad de Popayán</p> <p><b>A:</b> (La tradición de ver al café como un producto sin mayores diferencias está muy marcada )</p>
<p><b>Objetivo Especifico (Propósito)</b></p> <p>Promover una estrategia creativa e innovadora para comercializar y dar a conocer distintos tipos y variedades de cafés</p>	# de estrategias estudiadas	Entrevista a baristas Revistas sobre café	<b>A:</b> Información limitada que impida implementar las estrategias
<p><b>Productos Intermedios (Entregables)</b></p> <p>Crear una tienda temática... (P)</p>	# Instalaciones (tienda)	Rut Cámara y Comercio Registro sanitario invima Industria y Comercio	<p><b>O:</b> La escasa oferta y comercialización de cafés especiales tipo honey y natural en el mercado actual.</p> <p><b>A:</b> Políticas gubernamentales o municipales que restrinjan la creación de empresa, (mal estudio financiero, mercado político)</p>
<p><b>Actividades (local)</b></p> <p>Identificar las posibles locaciones disponibles para el montaje de la tienda, y posteriormente</p>	<p># locales cotizados (Centro) / #locales en arrendamiento (Centro)</p> <p># <u>L.C</u></p> <p># L.A</p>	El número de inmobiliarias y locales contactadas que provean un posible local para la tienda.	<b>O: el convenio</b> fup y la arquidiócesis de Popayán puedan facilitar un local en el centro histórico de Popayán. .

seleccionar la más adecuada			<b>A:</b> Pocos locales en arrendamiento y costos muy altos
<i>(diseño del local)</i> Identificación y selección del mejor diseño para la tienda temática (diseños temáticos)	# de diseños evaluados/ # de diseños ofertados $\frac{\# D.T.T}{\# D.T}$	Los planos y diseños entregados por el profesional encargado que más llamen la atención y ayuden de alguna forma la culturización de la persona	<b>O:</b> diversidad de diseños temáticos. <b>A:</b> El ambiente propuesto por la tienda no sea del agrado de toda la comunidad.
<i>(permisos)</i> Identificar y adquirir los requisitos normativos ante las autoridades correspondientes.	# de permisos obtenidos / # de permisos requeridos $\frac{\# P.O}{\# P.R}$	Los permisos obtenidos y que son necesarios para el normal desempeño de la tienda en la ciudad.	<b>O:</b> El municipio de Popayán como ente gubernamental promueva la instauración de nueva empresa <b>A:</b> Demasiados tramites normativos para la implementación de empresa.
<i>(proveedores)</i> Identificar los posibles proveedores de los cafés especiales tipo honey y natural, que puedan brindar un producto de la mejor calidad para la preparación y consumo.	# de productores de café especial / # de productores de café $\frac{\# P.CFE}{\# P.CF}$	El número de productores de cafés especiales visitados que entren en el marco de posibles proveedores	<b>O:</b> El departamento caucano en su mayoría es productor de café y cuenta con la capacidad de brindar un producto de calidad <b>A:</b> el mercado productor a nivel nacional se estanque en la comercialización
<b>Diseñar un plan operativo (personal profesional, recursos financieros y humanos) que detalle los requerimientos mínimos necesarios para el funcionamiento de la tienda.</b>	Plan estratégico	Lista de nómina de los profesionales contratados, la cotización de los equipos utilizados para el normal desarrollo y los montajes que permitan cumplir a cabalidad con el proyecto.	<b>O:</b> amplio nivel de formación en el ámbito de los proyectos. <b>A:</b> que no exista una guía adecuada para el diseño e implementación de un plan operativo

Tabla 2. Matriz de Marco Lógico

Fuente: Autores

**Nombre del Proyecto**

Tienda de cafés especiales El Origen S.A.S

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para implementar una tienda de cafés especiales en la ciudad de Popayán para fomentar la cultura en torno al café.

### **Objetivo Específico**

Promover una estrategia creativa e innovadora para comercializar y dar a conocer distintos tipos y variedades de cafés.

## Justificación

Esta idea de negocio surge a partir de encontrar que en el departamento del Cauca, específicamente en la ciudad de Popayán, no existe una tienda de cafés especiales que ofrezca un producto de alta calidad y al mismo tiempo permita que el consumidor potencial de café conozca más sobre el mismo.

Es importante que la ciudad de Popayán como reconocido destino turístico<sup>1</sup> en diversas épocas del año cuente con un lugar donde tanto lugareños como visitantes se sientan a gusto deleitándose con una tasa de café y de muchas otras cosas que ofrece la capital del departamento, como bien lo afirma Esteban Dávila “Historia y gastronomía son los protagonistas de la capital caucana. Una ciudad que quiere demostrar que lo tiene todo para enamorar a los visitantes” (2015).

Por tanto, es importante potenciar iniciativas de empresa departamental, sobre todo de aquellos productos en los que se destaca el departamento, ya que muchos turistas vienen buscando nuevas y deliciosas experiencias para sus paladares como lo reafirma nuevamente Dávila (2015) “En efecto, la cuna de las empanaditas de pipián, las carantantas y los aplanchados lleva 13 años celebrando el Congreso Gastronómico, un evento en el que tanto payaneses como visitantes internacionales presentan sus más deliciosos platillos y catas de café, vino y chocolate”.

De acuerdo a lo anterior, crear una tiendas de cafés especiales es una oportunidad para incursionar en dicho mercado, con una gama de productos de café con un estilo diferente e innovador, que busca impactar en el contexto caucano ofreciendo un café de procesos de secado

---

<sup>1</sup> Para el 2017 la cámara de comercio en conjunto con otras entidades públicas y privadas reportó que para la semana santa se registraron al menos 60 mil personas en las calles de Popayán, siendo 25 mil los turistas en la ciudad, de los cuales 17800 llegaron de las distintas regiones del país y 5000 extranjeros encabezados de países como Francia, Alemania, España, Estados Unidos, México y argentina. Además según estadísticas entregadas Por la oficina de turismo de Popayán en conjunto con el MINCIT para los años 2015, 2016 y 2017 se reportaron 4284, 4210, y 3585 visitantes para los meses de octubre de los respectivos años.

tipo *Honey*<sup>2</sup> y *Natural*<sup>3</sup> de alta gama que garantiza la total satisfacción del consumidor, sin perder su calidad característica, brindando al comprador un aroma y sabor incomparable, así como una textura y acidez considerablemente suave.

---

<sup>2</sup> Honey: proceso de secado de café que se realiza con todo el mucilago del fruto.

<sup>3</sup> Natural: proceso de secado de café que se realiza sin despulpar

## **Bases Metodológicas**

### **Fuentes Primarias**

Las fuentes primarias utilizadas para el proyecto son las entrevistas realizadas a productores de café especial, baristas, y administradores de las tiendas de café más reconocidas en Popayán.

### **Fuentes Secundarias**

Libros, revistas, artículos, páginas web institucionales, trabajos de grado, gráficas e investigaciones.

## **Marco Referencial**

### **Razón Social**

Tienda de Cafés Especiales El Origen S.A.S

La tienda de café especiales “El Origen” se conforma como una sociedad por acciones simplificadas, este tipo de sociedades está reglamentada según la Ley 1258 de 2008, que determina que podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la misma ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad. (Congreso de la República, 2008)

### **Capital Social**

El capital que se ha autorizado para este proyecto por lo accionistas es la suma de cien millones de pesos (\$ 100.000.000) moneda corriente colombiana. Los cuales garantizan el inicio de la sociedad. El capital suscrito para los dos accionistas corresponde a cincuenta millones de pesos (\$50.000.000) moneda corriente colombiana. El capital suscrito y pagado para cada accionista es la suma de veintiún millones setecientos sesenta y ocho mil cien pesos (\$ 21.768.1000) moneda corriente colombiana.

El nombre de la tienda surge con relación al contenido temático que ella va a contener, puesto que se pretende organizar un espacio describiendo la historia del café desde su origen y llegada a Colombia, pasando por toda su historia a través del tiempo en el país.

## Logotipo



Figura 3. Logotipo de la tienda  
Fuente: Autores

## Eslogan

Sabores únicos cuidando el mundo, sabores buenos alegrando tu vida.

Se determina como mejor opción de eslogan “Sabores únicos cuidando el mundo, sabores buenos alegrando tu vida” puesto que la materia prima con la cual se trabajará, en este caso el café como producto principal, es procesado mediante técnicas de secado honey y natural, en las cuales no se requiere la intervención de agua, por lo tanto se está cuidando y preservando las fuentes hídricas y además conservando características únicas que se encuentran en el café; brindando a los clientes sabores inigualables en una taza de café.

### **Clasificación de la empresa según código CIUU**

Tienda de Cafés Especiales “El Origen” se encuentra inmersa dentro de las actividades económicas que prestan servicios en el expendido de bebidas a base de café, por lo tanto, su código CIUU corresponderá al 5613 que se refiere al expendio de comidas preparadas en cafeterías.

**Marco Legal**  
**(Identificación de trámites)**

**Constitución de la Sociedad**

La constitución de la sociedad se llevará a cabo mediante escritura pública, documento para conformar la sociedad según el artículo 110 del código de comercio, por lo cual se deberá obedecer a los siguientes requisitos (Código de Comercio, s.f.):

1. El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Si se trata de personas naturales debe indicarse su nacionalidad y número de identificación. Si es jurídica, debe indicarse la ley, decreto o escritura en que se derive su existencia.
2. Denominación o razón social de la persona jurídica, indicando la clase o tipo de sociedad que se constituye. (Antes de asignarle nombre a la sociedad, le recomendamos constatar en esta Cámara de Comercio que no exista nombre similar o igual, mediante el servicio de verificación de homonimia).
3. El domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
4. El objeto social, haciendo una enunciación clara y precisa de las actividades principales.
5. El capital social, indicando la parte del mismo que se suscribe y paga por cada asociado. En las sociedades por acciones, deberá indicarse además el capital suscrito y pagado con el respectivo valor nominal de las acciones representativas.
6. La forma de administrar los negocios sociales, indicando las funciones y atribuciones de los representantes legales.

7. La época y la forma de convocar a la asamblea o junta de socios a sesiones ordinarias o extraordinarias.
8. La fecha en que deben hacerse los inventarios y balances generales y la forma como han de distribuirse las utilidades sociales, con indicación de las respectivas reservas legales.
9. El término de duración precisa de la sociedad, así como las causales de disolución.
10. La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad.
11. Cláusula de Arbitraje, en caso de diferencias entre los asociados. Para tal efecto, se sugiere la siguiente redacción: *“Toda controversia o diferencia relativa a este contrato, a su ejecución, a su terminación, a su liquidación, al cumplimiento de cualquiera de las obligaciones señaladas en el mismo, se resolverá por un Tribunal de Arbitraje que funcionará en el Centro de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Barranquilla, el cual sujetará al reglamento del Centro, de acuerdo con los siguientes reglas:*
  - a. *El tribunal estará integrado por\_\_\_\_\_ (Indique un número impar de árbitros 1 ó 3, según la cuantía. Mayor cuantía superior a 400 smlmv) Árbitro(s) designado(s) por las partes de común acuerdo. A falta de dicho acuerdo, o en el caso de que una de las partes no asista o no lo designen dentro de los 30 días calendarios siguientes a la radicación del Tribunal en el Centro, los árbitros o el árbitro único serán designados por el Centro de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Barranquilla mediante sorteo de sus Listas de Árbitros por especialidad jurídica.*
  - b. *El Tribunal funcionará en Barranquilla en el Centro de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Barranquilla.*

c. *El Tribunal decidirá en derecho.* “

12. El nombre y domicilio de las personas que han de representar legalmente a la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones.

13. Facultades y obligaciones del Revisor Fiscal, cuando el cargo esté previsto en la ley o en los estatutos.

Se establece como mejor opción la “Sociedad por Acciones Simplificadas” o “SAS”, La cual está reglamentada por la ley 1258 de 2008, caracterizada por su flexibilidad respecto a sus requisitos de forma y por el principio de libertad contractual, para la constitución de este tipo societario no se requiere elevar los estatutos a Escritura Pública. Así bien, bastará la inscripción del documento privado de constitución con el cumplimiento de los requisitos planteados en el artículo 5 de la mencionada ley, a saber:

#### **Requisitos para la Constitución.**

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un Representante Legal.

**Parágrafo 1:** El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

**Parágrafo 2:** Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

### **Trámites ante Cámara y Comercio**

- Consultar nombre homonimia
- Obtener inscripción al RUT a través del PRE-RUT
- Entregar copia del documento de constitución en las ventanillas de la entidad, indicado tipo de documento de identificación, número, fecha y lugar de expedición de los accionistas constituyentes y del representante legal.
- Pagar el impuesto de registro en la sede de la oficina de rentas de la gobernación del Cauca o en las sedes de la cámara de comercio del Cauca (pendiente de firma de convenio)
- Pagar los derechos de inscripción y matrícula mercantil de la empresa y su establecimiento de comercio.
- Verificar el estado del trámite.

### **Trámite ante la Dian**

- RUT Registro Único Tributario Pre-Rut
- Resolución y Habilitación de la Facturación: facturación en papel, facturación electrónica o tiquete electrónico.

### **Trámites ante la Caja de Compensaciones del Cauca**

Paso a paso para registrarse ante la Caja de Compensaciones del Cauca (Comfacauca). (2015)

- Formulario de solicitud de afiliación de empleadores, debidamente diligenciado y firmado por el representante legal.
- Fotocopia del RUT completo y actualizado.
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal, cuando se trate de persona Natural o Jurídica, ampliada al 150%.
- Fotocopia del certificado de existencia y representación legal, expedido por la Cámara de Comercio o entidad competente.
- Fotocopia de la última nómina o relación de los trabajadores que laboran en el departamento del Cauca, con sus respectivos nombres, documento de identificación y salario.

### **Trámites ante EPS**

Los trámites a seguir para afiliaciones de los empleados ante la entidad prestadora de salud son los siguientes.

1. Carta de solicitud de afiliación, firmada por el representante legal indicando nombre del empleador o empresa, domicilio, identificación y lugar donde se causen los salarios, indique el número de trabajadores que va a vincular y el valor de la nómina que generan mensualmente

los empleados, además fecha a partir de la cual desea afiliarse. En la misma carta manifestar si ha estado o no afiliado a alguna Caja de Compensación Familiar en el departamento del Cauca.

2. Certificado de Existencia y Representación Legal (vigente no superior a 30 días) y fotocopia del RUT de la empresa.
3. Relación de trabajadores, indicando número de cédulas, nombres y salarios.

### **Trámites ante Sayco y Acinpro.**

La Organización Sayco & Acinpro es una entidad con personería jurídica y autorización de la Dirección Nacional de Derecho de Autor, cuyo objetivo es recaudar las remuneraciones provenientes de la autorización de comunicación de obras musicales y producciones audiovisuales, como también el almacenamiento de fonogramas. Sayco & Acinpro, es quien hará el estudio concerniente y establecerá con el usuario cuál será su tarifa anual para el pago de derechos de autor y conexo, una vez realizado el pago, se otorga un paz y salvo que autorizará la comunicación pública del catálogo de obras musicales que esta entidad representa. Posteriormente, este recaudo se entrega a los mandantes y titulares de derechos de autor y conexos como Sayco, Acinpro, Apdif, Mplc quienes se encargan de retribuir a los autores, intérpretes y productores.

El interesado deberá solicitar la liquidación, mediante el diligenciamiento de un formulario que es solo válido para los establecimientos que ya tengan algún registro en la entidad o hayan cancelado en oportunidades anteriores.

Dentro de los datos que se deben diligenciar para los nuevos usuarios que deseen registrar sus establecimientos son:

- Nombres.
- Apellidos.

- Número de cédula.
- Nombre del establecimiento.
- Departamento del establecimiento.
- Ciudad.
- Dirección del establecimiento.
- NIT del establecimiento.
- Teléfono de contacto.
- Correo electrónico (en el que recibirá la liquidación).

### **Trámites ante Plan de Ordenamiento Territorial.**

Según la página web de la Alcaldía de Popayán, los pasos a seguir para adquirir el permiso de uso de suelos son los siguientes (Alcaldía Municipal de Popayán, s.f.):

1. Solicitar formato F-GOT-192-02 ante la alcaldía.
2. Se radica el documento en la oficina de archivo central de la Alcaldía Municipal de Popayán, totalmente diligenciado.
3. Acercarse a la oficina asesora de planeación por el concepto, dentro de los 10 días hábiles siguientes a la fecha de radicación.
4. Esperar visita al establecimiento por parte de la oficina de planeación.
5. En caso de que sea negado, Interponer recurso de reposición.

### **Tramites de Licencia de Funcionamiento**

Los requisitos para formalizar su empresa, según la página web de la Alcaldía Municipal de Popayán, son los siguientes (2012):

1. *Certificado mercantil vigente:* debe matricular su empresa una vez inicia actividades y renovar su matrícula antes del 31 de marzo de cada año sin importar en qué fecha se haya matriculado. El trámite se realiza en la Cámara de Comercio del Cauca, Carrera 7 N° 4 – 36. Las condiciones se consultan en la Cámara de Comercio del Cauca.
2. *Inscripción en industria y comercio:* dependiendo de sus ingresos brutos obtenidos en el año anterior y de la actividad económica que realiza su empresa se liquida el impuesto de industria y comercio. El pago puede hacerlo en las cajas de la Alcaldía Municipal de Popayán (Banco de Occidente), Banco Santander, Banco Davivienda, Banco AvVillas, Banco Caja Social, Banco Sudameris y Banco de Occidente oficina Catay. El formulario tiene un costo de seis mil pesos.
3. *Permiso de uso del suelo:* de acuerdo a la normatividad vigente y a la ubicación de su empresa, siempre obedeciendo a las zonas comerciales establecidas por el Plan de Ordenamiento Territorial POT, se otorga el aval. El trámite se realiza, sin ningún costo, en la Oficina Asesora de Planeación de la Alcaldía Municipal de Popayán. La vigencia del certificado es de dos (02) años.
4. *Certificado de seguridad:* es expedido por el Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Popayán, Carrera 4 N° 10A – 80, y su valor está directamente relacionado con lo reportado por usted en la liquidación de industria y comercio. La vigencia del documento es de un (01) año.
5. *Certificado sanitario:* es necesario tramitarlo si su empresa se dedica a actividades relacionadas con las salas de belleza y/o manipulación de alimentos, usted deberá presentar los respectivos exámenes médicos y cumplir mínimamente los requisitos de salubridad evitando el riesgo en la salud y bienestar de los ciudadanos. El trámite no tiene costo y se realiza en la Secretaría de Salud Municipal, Carrera 7 N° 4 – 21 primer piso.

6. *Paz y salvo de Sayco – Acinpro*: el trámite tiene costo si su actividad está relacionada con elementos como radio y/o televisión, de lo contrario es gratuito. El trámite se realiza en la Organización Sayco – Acinpro ubicada en la oficina 208 del Centro Comercial Anarkos de Popayán.
7. *Seguridad social de empleados*: la afiliación de sus empleados al sistema de seguridad social es su responsabilidad y debe realizarla de acuerdo al tipo de contrato que les haya establecido. Debe acercarse al Ministerio de la Protección Social seccional Cauca para adelantar los trámites pertinentes.

### **Trámites ante Industria y Comercio**

Los trámites con los que se deben cumplir para el registro de industria y comercio en la ciudad de Popayán son básicamente dos pasos muy sencillos.

1. Reunir documentos. (certificado de cámara y comercio)
2. Cumplir condiciones. (estar inscrito en cámara y comercio)
3. Radicar los documentos.

## **Estudio del Mercado**

### **Identificación del bien o servicio**

#### **Formas de presentación y composición.**

El servicio será presentado a los consumidores mediante preparaciones nuevas, innovadoras y atractivas ante la mirada de los clientes, llevadas a cabo por los profesionales (baristas), encargados de brindar un agradable momento lleno de creatividad, pues las preparaciones serán apreciadas por cada uno de los clientes en sus lugares, además cargadas de historia y cultura, ya que el barista estará en la capacidad de describir e informar al consumidor sobre procesos, variedades, lugares del cultivo y propiedades del café que está consumiendo.

#### **Usos.**

El servicio (cafetería) será prestado a toda la comunidad tanto payanesa como de otros lugares del país y extranjeros que visiten la ciudad blanca que estén dispuestos a ampliar su cultura alrededor del café, mientras disfruta de diferentes experiencias. Se pretende que los visitantes se encuentren con un lugar donde pueden degustar distintos tipos y variedades de café en diversas presentaciones y preparaciones, marcando una diferencia con los ofrecidos y posicionados actualmente en el mercado payanés; además, se busca que a través del estilo temático, el consumidor pueda culturizarse acerca del café, sus procesos de preparación (tradicionales, mixtos, americanos, asiáticos, etc.) y transformación que experimenta hasta llegar al producto terminado, así como otras experiencias culturales con un toque de historia.

**Usuarios.**

Los usuarios del servicio (o consumidores finales del producto) sobre el cual se adelanta dicho proyecto se han establecido en toda la ciudad de Popayán y sus alrededores, pero haciendo especial énfasis en la zona centro, pues es el sector donde los habitantes de la ciudad y los turistas recurren con más frecuencia, ya que es el sector histórico y comercial.

Se procura brindar el servicio en jornada continua en el día, pues un café es bienvenido en cualquier momento del día, por ello, habrán diversas opciones de presentación y productos, para todas edades y exigentes gustos; así mismo, precios que se amolden a los ingresos de los clientes, esperando ir posicionándose poco a poco en el contexto payanés.

**Fuentes y Abastecimientos de Insumos.**

Para llevar a cabo la prestación de un buen servicio y buscando que el pilar fundamental del cualquier negocio (cliente) se sienta satisfecho, se pretende establecer como fuentes de abastecimiento del producto los dos mejores productores de cafés especiales tipo honey y natural del Cauca.

*Diego Samuel Bermúdez*, productor reconocido a nivel nacional e internacional por su gran aporte a estos mercados, lo que le ha valido importantes convenios y reconocimientos en países como Italia, Francia y Estados Unidos. En segunda instancia y no menos importante el productor y comercializador *Oscar Eduardo Aparicio*, quien por su dedicación y entrega al cultivo del café, ha logrado posicionarse en lo más alto del mercado internacional, siendo uno de los principales distribuidores a los mercados europeos y asiáticos.

Por otra parte siendo este proyecto el punto de partida para poder comercializar estos tipos de café en el departamento, ellos estarían dispuestos a manejar precios relativamente bajos para la

tienda. Para los proveedores de los demás insumos utilizados en las presentaciones del café, se realizará un sondeo y posterior selección del lugar o empresa que brinde la mayor calidad y precios asequibles en productos como: leche, whisky, ron, vodka, chocolate, entre otros.

### **Sustitutos y Complementarios.**

Para el servicio que se pretende brindar para comercializar el producto, se encuentran como sustitutos las máquinas que preparan diferentes tipos de café. En cuanto a lo complementario, para un servicio de calidad, se requiere una buena ambientación del lugar mediante el uso de tecnologías, buscando hacer de la tienda un lugar agradable para el cliente. Por otro lado, desde el punto de vista del producto, los sustitutos perfectos para el café serían las bebidas achocolatadas, los té, agua de panela, entre otros; pues al igual que el café, son bebidas que se pueden preparar de manera tradicional (artesanal) o mediante el uso de maquinaria, conllevando a que el cliente pueda reemplazar al café por alguno de estos productos.

Los sustitutos corrientes para el consumidor (en caso de que los anteriores no sean de su elección) serían las demás bebidas (gaseosas, aguas, jugos etc.).

Así, pueden establecerse tanto para el producto principal (café), como para todos sus sustitutos, una amplia variedad de complementarios. Para el caso del café, dependiendo de la preparación, generalmente los clientes eligen como acompañante o complemento alguna clase de pan o torta hechos principalmente de harina; (croissant, pastel de pollo, almojábana, pandebono y otros), también puede combinarse con algún tipo de galleta, así mismo, los mismos complementos pueden usarse para los distintos sustitutos.

### **Sistemas de Distribución.**

En cuanto al sistema de distribución que se llevará a cabo, se deberá tener en cuenta ciertos factores que inciden en la prestación de un buen servicio y de un producto de alta calidad. En primer lugar, es importante cerciorarse que las condiciones de higiene dentro del establecimiento y en las herramientas a utilizar, sean las adecuadas, pues todas las preparaciones deben contar con las debidas normas sanitarias.

En segunda instancia, con respecto al producto (café), existen factores que pueden ayudar a conservar o deteriorar la calidad del mismo, tanto el grano pergamino como el que ya se encuentra tostado; para el primero, la forma de almacenamiento que se debe realizar es en un ambiente relativamente seco y fresco, lo cual ayuda a que el café conserve sus propiedades más esenciales. Para el segundo, es decir, para el café tostado, también se deben tomar ciertas precauciones, pues este es más propenso al deterioro, dependiendo de factores como el aire, la humedad o el calor, lo que hace que se oxide con el tiempo y absorba además aromas extraños.

Para evitar lo anterior, se debe realizar una tostion de forma constante, una vez realizado el tueste, se debe almacenar el producto en un empaque de cierre hermético, evitando así el contacto continuo con el aire. Teniendo en cuenta lo anterior, se pretende utilizar distintos métodos, filtros y maquinarias manipuladas por un profesional encargado, en este caso un barista, el cual será el delegado en preparar las diferentes presentaciones del café, con el fin de brindar un producto de calidad.

### **Precios y Costos.**

Los precios establecidos por nuestros proveedores se identificarán adecuadamente dentro de la siguiente tabla.

<i>Variedades de café (utilizadas en la tienda)</i>	<i>Línea tradicional</i>	<i>Precio del mercado (por libra en excelso)</i>
<b>Bourbon (rosado, rojo, amarillo)</b>	X	15.000 COP
<b>Castillo</b>	X	15.000 COP
<b>Tabi</b>	X	15.000 COP
<b>Caturro</b>	X	15.000 COP
<b>Variedad Colombia</b>	X	15.000 COP

Tabla 3. Precios Proveedores  
Fuente: Autores

## **Demanda**

### **Segmentación del Mercado.**

En la interacción de los mercados siempre va a existir consumidores que tienen similitudes de tipo geográfico, psicológico, económico, cultural, entre otras, por lo tanto, a continuación se pretende establecer las variables que afectan la demanda al mayor detalle posible, para luego constituir la población objetivo.

<i>Categorías</i>	<i>Aplica</i>	<i>No aplica</i>	<i>Variables</i>
<b>Edad</b>	X		El servicio y producto que se ofrecerá va dirigido a toda la comunidad payanesa y extranjera mayores de 18 hasta los 60 años de edad.
<b>Sexo</b>		X	Esta categoría de segmentación, es indiferente ante el proyecto. Ambos sexos pueden consumir el producto y servicio en la tienda de café.
<b>Estrato</b>	X		Esta categoría es una de las más selectas para el proyecto, ya que se establecieron como población objetivo las personas que se encuentran en los estratos 3; m-b y 4; m y 4m-a.
<b>Escolaridad</b>		X	No se ha determinado un nivel de escolaridad que condicione el consumo de café en la comunidad payanesa y extranjera.
<b>Credo religioso</b>	X		Algunas creencias religiosas y diferentes comunidades, tienen prohibido el consumo de café.
<b>Profesión</b>		X	La profesión de un ciudadano payanes o visitante no influye al momento de consumir el servicio y producto.

Tabla 4. Categorías de Segmentación  
Fuente: Autores

***Edad.***

El proyecto a adelantar, tiene como población objetivo a la comunidad local y extranjera cuyo rango de edad oscila entre 18 a 60 años, pues generalmente a partir de esta edad el usuario o consumidor comienza a frecuentar y experimentar en lugares de comercialización de dichas bebidas.

***Escolaridad.***

Esta categoría no es relevante para la segmentación, ya que la escolaridad no es un factor determinante en el consumo o no consumo del café. Es indiferente si quien gusta de un café es bachiller o una persona que ha cursado estudios profesionales o de posgrados.

***Profesión.***

La profesión es una categoría dentro de la segmentación que puede ser tomada en cuenta al momento de adelantar algunos estudios, pero en este caso, no es un factor relevante que se deba estudiar, puesto que independientemente de la profesión que ejerza una persona dentro de una comunidad, ella no está cohibida de degustar un café por dicha profesión.

***Estrato.***

Para la segmentación del mercado del proyecto que se pretende adelantar, se toma a la estratificación como una de las categorías más relevantes al momento de adquirir el producto y servicio; partiendo de que la población actual de la ciudad de Popayán es de 174.604 habitantes de los cuales son 85.585 hombres y 89.019 mujeres de entre los 18 y 60 años, se realiza el estudio de

factibilidad centrándose en la comunidad de los estratos 3:M-B, 4:M, 4:M-A, siendo estos el 41,60% de la población actual de la ciudad.

### ***Población.***

La población que se ha fijado para el estudio de factibilidad en la ciudad de Popayán, son los habitantes hombres o mujeres de entre los 18 años hasta los 60 años que se encuentren entre los estratos 3:M-B, 4:M, 4:M-A.

Para el presente año se tiene una población total de 284.737 habitantes en la ciudad, de los cuales 174.604 habitantes son considerados como población objetiva, puesto que estos son el número de personas que se distribuyen entre la edad y estratos antes mencionados; la población restante son individuos que aunque se encuentran en el rango de edad que se estableció, pertenecen a un estrato que no se ha considerado para la adquisición del servicio y producto.

### ***Zona de Influencia.***

La zona de influencia determinada para el estudio de factibilidad ha sido la zona centro e histórica de Popayán, ya que este sitio agrupa gran parte de las instituciones políticas, (Gobernación del Cauca y Alcaldía Municipal, el sector financiero y comercial de la ciudad. Además, el centro es un valioso atractivo turístico, que con sus fachadas coloniales y atractivas iglesias ubica a Popayán como uno de los sitios coloniales mejor conservadas de Colombia; lo cual, hace del centro de la ciudad un lugar estratégico para implementar el proyecto.

### ***Credo Religioso.***

Tras una breve investigación, se determinó que los credos religiosos conocidos como Hare Krishna y los Mormones tienen prohibido el consumo de café, ya que consideran este fruto como adictivo, asociándolo a una droga. Sin embargo, es importante aclarar que en Colombia existen dichos credos religiosos, pero no tienen mayor incidencia en la población payanesa, por lo tanto, no tiene impacto en la población objetivo.

### **Oferta**

#### **Listado de proveedores.**

Los proveedores elegidos para el proyecto son caficultores del departamento del Cauca, los cuales, tienen amplia experiencia en la producción de café, además, son los dos únicos productores distinguidos que para el secado del café manejan procesos honey y natural. Como anteriormente se mencionó, son:

*Oscar Eduardo Aparicio Y Diego Samuel Bermúdez*, productores reconocidos a nivel nacional e internacional por su gran aporte a los mercados de café, que les ha valido importantes convenios y reconocimientos en diferentes países. La finca del señor Diego Bermúdez, se encuentra ubicada en la vereda Los Arados, jurisdicción del Corregimiento de Tunía, tiene una extensión de 30.000 m<sup>2</sup>, de los cuales 25.000 m<sup>2</sup> están sembrados en café en plena producción, para un total de 13.800 plántulas sembradas con las variedades que el proyecto necesita, ello garantiza una fuente exitosa para el buen funcionamiento de la tienda.

**Mercado de Insumos.**

Con el fin de llevar a cabo la identificación del mercado de insumos que concierne al estudio de factibilidad de la tienda de café “El Origen” se estudiará ciertas variables que permitan identificar plenamente el mercado ante el cual se pretende ingresar.

***Usos.***

Los usos del café son sin duda muchos más de los que tradicionalmente se han enseñado, y es más que un fruto para preparar una bebida. El café por sus diferentes y variadas propiedades puede ser empleado para elaborar distintas clases de alimentos o para ambientar un lugar; otros usos que se le puede dar, es el de exfoliante para la piel, ya que gracias a la gran cantidad de cafeína que contienen sus granos ayuda a la reducción de la celulitis, además, es utilizado para dar brillo al cabello mediante una mezcla de agua y café tostado y molido; algunos de estos usos son pasados por alto por las personas.

***Disponibilidad.***

Se torna relativamente fácil encontrar dicho producto (fruto) gracias a la ubicación geográfica del departamento caucano, puesto que la mayoría del campesinado de la región ha adoptado al cultivo del café como su principal sustento, lo que ha generado una gran oferta del producto a un mercado que hasta el día de hoy no ha logrado comprender todas las utilidades y beneficios que éste puede ofrecer.

Por otra parte, debido a la inexperiencia o desconocimiento de los diferentes procesos que se pueden emplear en el producto para su transformación, la población dependiente de él, se ha

quedado atascada en procesos de antaño, lo que ha generado que con el pasar del tiempo, no se evidencie mejora de la calidad de vida del productor.

Teniendo en cuenta que el objetivo principal de la tienda “El Origen” es brindar un producto de alta calidad a la comunidad, se debe buscar una oferta constante de cafés especiales, lo cual, a veces se torna complicado a pesar de la gran producción cafetera del departamento, ya que todo el que se produce es exportado a mercados americanos, europeos y asiáticos. Sin embargo, gracias a distintas iniciativas de organizaciones no gubernamentales que han venido fomentando el desarrollo de estos procesos, el mercado parece estar incrementándose en la actualidad.

### ***Origen.***

El origen o la cuna del café es el continente africano, específicamente la región de Madagascar, con el paso de los años se fue esparciendo por todo el mundo. Al continente americano llegó con los conquistadores españoles. Palatinamente, el fruto fue siendo acogido en países sudamericanos como Brasil, Bolivia, Ecuador y Colombia, convirtiéndose en el sustento de la región y de gran mayoría de los campesinos de estos países, sobresaliendo Brasil y Colombia.

Colombia en su mejor momento llegó a ser el productor del 12% del café mundial, razón por la cual la gran calidad de café que se produce en el país y en el departamento Caucaño, lleva a plantear la importancia que tiene trabajar con productores netamente caucanos, buscando ayudar a la estabilidad del campesinado y demás productores.

### ***Comercialización.***

La comercialización que se llevará a cabo entre los productores y la tienda, será de manera directa, sin necesidad de un intermediario, con ello, se está contribuyendo a que el productor reciba el pago que en realidad le concierne por la producción del café.

### ***Ubicación.***

La ubicación ideal para adelantar el presente estudio se ha definido como la zona centro de Popayán, por la gran concurrencia de personas que a diario circulan por estas calles, además de ser la zona que por estudios previos se ha posicionado por encima de otros lugares, pues es el epicentro comercial, económico y turístico de la ciudad blanca es un lugar ideal para la ubicación de la tienda “El Origen”.

### ***Efectos de su Uso Intensivo.***

Los efectos del uso intensivo del servicio y producto que se ofrecerá en la cafetería sería una alta demanda por parte de los usuarios y consumidores que lleve a que la oferta proporcionada por los productores no logre dar abasto.

Por otra parte, la consecuencia del uso intensivo del producto o servicio, significaría que la calidad vida del campesinado que ha optado por trabajar con procesos diferentes a los tradicionales se incrementaría notablemente, buscado así el bienestar entre el productor y la comunidad que recibirá el producto y servicio

## **Demanda Insatisfecha**

### **Identificación de la demanda potencial.**

La población objetivo del proyecto corresponde a la comunidad payanesa y extranjera que esté por en el rango de edad de 18 a 60 años de edad, centrándose en la comunidad entre los estratos 3:M-B, 4:M, 4:M-A.

Identificadas las variables anteriores, se llega a la determinación, que la población objetivo para el proyecto es de 72.631 personas, posteriormente se procede a buscar una muestra necesaria para realizar una encuesta que permita determinar la posible demanda insatisfecha, seguido a ello, se procede a realizar el cálculo matemático para obtener el tamaño de la muestra que otorgue un nivel de confianza del 95% con un margen de error de 5%, así, se determina que se deben realizar 382 encuestas a personas que estén entre el rango de edad y estrato acordado anteriormente.

<i>Margen de error máximo admitido</i>	5,0%
<i>Tamaño de la población</i>	72.631
<i>Tamaño para un nivel de confianza del 95%</i>	382
.....	

Tabla 5. Cálculo para determinar el tamaño de la población a encuestar  
Fuente: autores

Después de obtener y analizar los resultados de la encuesta “cultura de café”, se establecen variables fundamentales para la obtención de la demanda insatisfecha, tales como: personas que sustituyen, que no gustan del café y que se encuentran satisfechas por dicho mercado.

Proyectando dichas variables a la población objetivo, se determina una demanda insatisfecha total de 792 personas como lo muestra la siguiente tabla:

	<b>Población Objetivo</b>	<b>72.631</b>
<i>Población que no consume café</i>	<b>18.085</b>	24,9%
<i>Población consumidora de café</i>	<b>54.546</b>	75,1%
<i>Población que cambia el café</i>	<b>27.546</b>	50,5%
<i>Demanda de cafés.</i>	<b>28.338</b>	100,0%
<i>Demanda ya satisfecha</i>	<b>27.546</b>	97,2%
<i>Demanda insatisfecha</i>	<b>792</b>	2,8%

Tabla 6. Demanda Insatisfecha  
Fuente: Autores

## Precios

### **Precios determinados por la estructura de costos.**

Las decisiones de fijar algún precio en el mercado, son medidas estratégicas sobre cómo otorgarle un valor a los productos y servicios de un ente económico, estas medidas de una u otra manera afectan las ventas de la empresa y por consiguiente los ingresos y las utilidades. Aquí se pretende analizar cómo los costos juegan papel fundamental al momento de fijar los precios.

Queda claro que los costos son criterio esencial para identificar precios, tanto de bienes como de servicios, pero a través de la historia se han identificado diferentes bosquejos para la caracterización de costos y posterior fijación de precios, por lo cual el precio fijado dependerá de la eficacia de los esquemas asignados internamente por la empresa, una mala elaboración e implementación de un esquema de costos podrá traer una mala fijación de precios y posteriormente un déficit en ventas y utilidades, hasta podrá contribuir al cierre de una compañía, toda vez que la liquidez es un factor esencial para la permanencia de la empresa en el tiempo.

Por otro lado un esquema de costos exhaustivo, que sea ideal para la empresa a tratar, permitirá fijar un precio correcto para su venta ya que se determinará un beneficio óptimo para poder vender

el servicio o producto, lo cual tendrá aspectos positivos expresados en los rendimientos monetarios del ente económico.

La estructura de costos garantiza la buena fijación de precios, si se lleva a cabo un esquema que garantice la justa distribución para llegar al precio de costo, por lo tanto, si se lleva adecuadamente, permite una buena fijación del precio y determina que no se está comercializando por debajo de lo que cuesta producir el bien o servicio. Sin embargo, una de las contras más reflejadas en las estructuras de costos como medida para fijar el precio de un bien o servicio es que el esquema está inmediatamente categorizado por las actividades que incurren en costos para llegar al servicio o producto final, las cuales están determinadas internamente por la administración del ente económico y deja en otro contexto el mercado y la competencia donde se va a incursionar, afectando a la empresa, ya que estos factores a nivel de importancia tienen un valioso puesto a la hora de fijar los precios.

La siguiente tabla refleja los costos de producción de las diferentes presentaciones de café a ofrecer.

Ingredientes	Realizadas por la maquina					
	Americano	Moca	Latte	Capuccino	Macciato	Espresso
Agua (ml)	\$ 0,22	\$ 0,22	\$ 0,22	\$ 0,22	\$ 0,22	\$ 0,22
Café (gr)	\$453,70	\$ 453,70	\$ 302,47	\$ 453,70	\$ 302,47	\$ 302,47
Leche (ml)	-	\$ 454,18	\$ 340,64	\$ 454,18	\$ 68,13	-
Chocolate (ml)	-	\$ 382,80	-	-	-	-
Crema leche (gr)	-	-	-	-	-	-
Hielo (gr)	-	-	-	-	-	-
Leche condensada(gr)	-	-	-	-	-	-
Whisky (ml)	-	-	-	-	-	-
Costo de maquina por cada presentación	\$ 116,79	\$ 116,79	\$ 116,79	\$ 116,79	\$ 116,79	\$ 116,79
<b>Totales</b>	<b>\$ 570,71</b>	<b>\$ 1.407,69</b>	<b>\$ 760,11</b>	<b>\$ 1.025</b>	<b>\$ 487,61</b>	<b>\$ 419,48</b>

Tabla 7. Costos de producción de presentaciones de café realizados por la máquina  
Fuente: Autores

<b>REALIZADAS ARTESANALMENTE</b>						
<i>Prensa Francesa</i>	<i>Chemex</i>	<i>Driper</i>	<i>Irlandes</i>	<i>Frappe</i>	<i>Aeropress</i>	
\$ 1,18	\$ 1,18	\$ 1,18	\$ 0,74	\$ 0,74	\$ 1,26	
\$ 483,95	\$ 483,95	\$ 483,95	\$ 544,44	\$ 544,44	\$ 483,95	
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	\$ 1.490,00	-	-	-
-	-	-	-	\$ 250,00	-	-
-	-	-	-	\$ 742,80	-	-
-	-	-	\$ 4.410,00	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-
\$ 485,13	\$ 485,13	\$ 485,13	\$ 6.445,18	\$ 1.537,98	\$ 485,21	

Tabla 8. Costos de producción de presentaciones de café realizados manualmente  
Fuente: Autores - con base a la estructura de costos.

### **Precios Políticos.**

Los precios políticos son aquellos que ya se encuentran fijados, que buscan favorecer un sector o alguna población objetivo determinada teniendo más en cuenta los beneficios políticos, que el propio mercado, en estos precios interviene principalmente el gobierno nacional, el cual mediante decretos o algún otra sentencia administrativa, fija precios con un fin determinado ya sea controlar los niveles de inflación entre otros.

Para el proyecto tratante no se han identificado precios ya fijados al sector económico tratante, por lo tanto, los precios políticos no son base fundamental para establecer posibles precios.

### **Precio fijado por el mercado.**

La fijación de los precios por parte del mercado son el pilar fundamental para la fijación del precio del producto y servicio que se va a ofrecer en la tienda, ya que para su fijación, el mercado toma como referencia principal la demanda de los consumidores en éste primero; partiendo de este

punto, el precio que se fijará será más alto si la demanda del bien o servicio es alta, y pasaría lo contrario si la demanda permanece en niveles bajos.

A partir de lo anterior, lo más conveniente en lo que concierne al estudio a adelantar, es que la comunidad genere una demanda grande que permita implantar ciertos precios que conlleven a que la empresa genere ingresos por encima de los esperados, para ello se necesita un buen canal de comercialización (publicidad), para que los posibles consumidores o usuarios lleguen a conocer la existencia de nuevos bienes y servicios, logrando adoptar y explotar la metodología del valor percibido en la comunidad, permitiendo al empresario determinar la importancia que el usuario o consumidor le otorga a las características del producto o servicio innovador y posteriormente poder pasar a determinar un precio justo.

### **Precios vigentes en el mercado internacional.**

La vigencia de los precios y los precios que en general se manejan de algunos productos que se utilizan en el contexto doméstico, representan una de las dificultades a las cuales el proyecto busca dar solución. A pesar de que Colombia y el Cauca son reconocidos como grandes productores de café, en la actualidad grandes empresas controlan parte del mercado e importan este producto, generando mayor ingresos para ellos y dejando en el olvido al pequeño productor.

El consumidor sin saber está pagando por su mismo producto, pues éste es exportado a países americanos, europeos y asiáticos donde se le da un empaque llamativo y posteriormente vuelve a ingresar al país hasta llegar a cada uno de los hogares, conllevando a que los monopolios sigan controlando y determinando los precios a su antojo.

## **Comercialización**

En el estudio de comercialización que se llevará a cabo para el proyecto, no se ha previsto ningún ente intermediario entre la tienda y los proveedores, ya que se determinó que no hay necesidad de relacionarse con terceros para brindar un producto de calidad, además, de esta manera se estarían disminuyendo los costos en la transformación de producto a la bebida, siendo lo último parte esencial al momento de fijar unos precios que sean asequibles a la comunidad objetivo.

### **Canal de Comercialización**

#### **Características del consumidor.**

La población actual en la ciudad de Popayán 284.737, se escogieron habitantes de entre 18 y 60 años de los cuales 85.585 son hombres y 89.019 mujeres, obteniendo de manera técnica y mediante el uso de plataformas digitales una población objetivo de 72.631 habitantes que encajan de manera excelente para el título de consumidores y usuarios.

#### **Estructura del canal de comercialización.**

El proyecto de factibilidad pretende estandarizar un canal corto de comercialización, el cual consiste en que la materia prima llegue directamente a la tienda y ahí se transforme en el producto final, sin ningún otro intermediario, por lo cual, se podrá brindar un producto de altísima calidad a un cómodo precio.

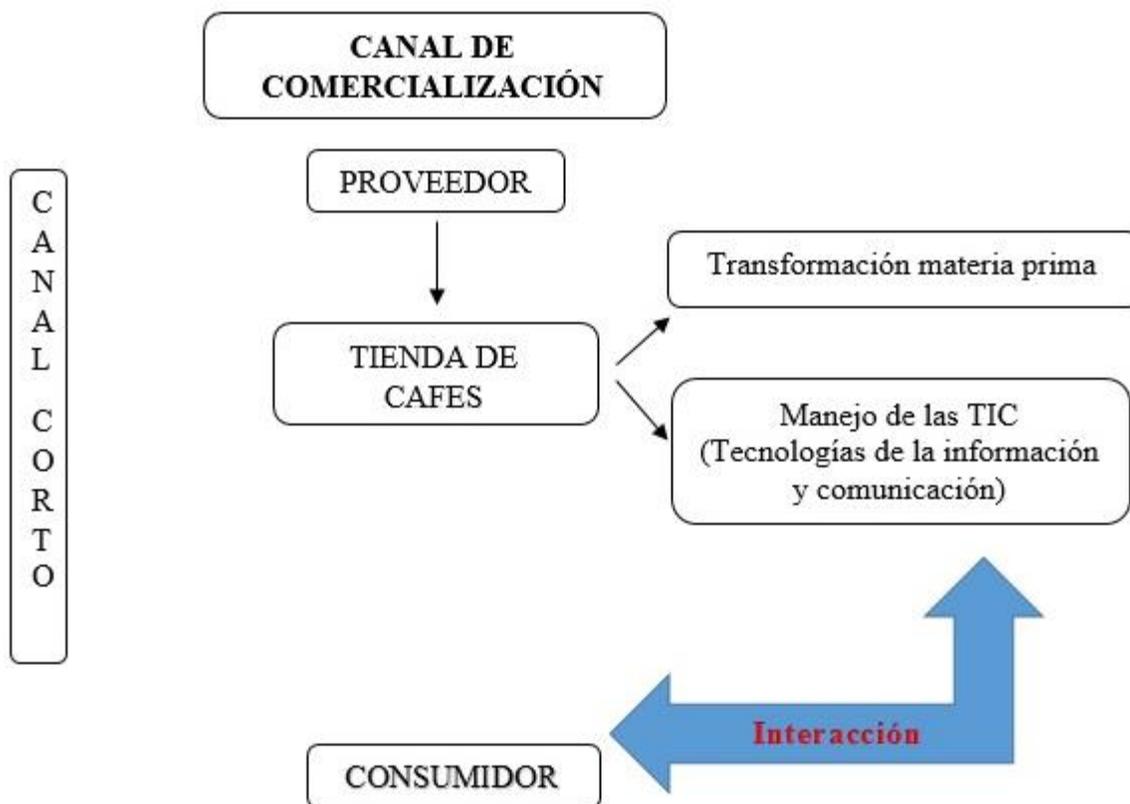


Figura 4. Estructura del canal de comercialización  
Fuente: Autores

En este proyecto el manejo de las tecnologías es muy importante, ya que el consumidor o cliente final tendrá plena interacción con mesas tecnológicas *touch*, las cuales tendrán en su software el menú de la tienda y podrá conocer a cabalidad el tipo de café que está tomando, así mismo podrá decidir en qué presentación lo quiere, las variedades que tiene a su disposición y conocer un poco más sobre el mismo, buscando con ello generar una cultura alrededor del café.

Por otro lado y no menos importante, el cliente tendrá a su disposición diferentes medios de entretenimiento en las mesas interactivas para que su visita a la tienda sea una experiencia única e inolvidable.

## **Almacenamiento del Café**

Uno de los factores primordiales para brindar un producto de calidad, es el buen almacenamiento de la materia prima que tendrá su próxima transformación para llegar al consumidor. Según el estudio Buenas Prácticas Agrícolas para el café (2006), se considera los siguientes parámetros para el buen almacenamiento de café en pergamino:

1. Se debe verificar la limpieza y condiciones del lugar de almacenamiento.
2. El café almacenado no debe estar expuesto directamente a la luz solar, ni estar cerca a equipos que aumenten la temperatura o la humedad.
3. El café debe almacenarse sobre estibas limpias y secas, separado al menos de 30 cm entre el piso paredes y techos.
4. El café debe protegerse de insectos, roedores, animales y separados de otros productos como vegetales y sustancias químicas.
5. Se debe mantener inventarios y registro de café almacenado.
6. Controle la humedad de café almacenado entre 10 y 12% de humedad. No se debe almacenar café muy húmedo.
7. No almacene juntos cafés de diferente tipo o calidad de café.

Aplicando los anteriores pasos, se garantiza la buena preservación de la materia prima; cabe aclarar que lo mencionado arriba es para café en pergamino, pero es importante tener en cuenta que también se contará con café tostado, almacenado en la tienda, por lo cual, se deben tener la siguiente recomendación según Café de Colombia (s.f.):

1. Mantenga herméticamente cerrado el producto, evitando su contacto con el aire. Una vez abierto el empaque, es importante consumirlo en los siguientes días. Así logrará percibir su sabor original.
2. Es preferible conservar el café tostado, sin moler.
3. Muela cantidades que consuma rápidamente.
4. No almacene por largos periodos de tiempo café tostado y/o molido.

Es importante tener en cuenta que el café tostado y empacado en bolsas normales, puede considerarse fresco cuando está molido, hasta por un mes, y tostado en grano hasta por dos meses,

dependiendo desde luego de las condiciones donde se almacene. Lugares con una alta humedad y altas temperatura afectan fuerte y negativamente la calidad del café.

La tienda de cafés especiales “El Origen” preservará adecuadamente la materia prima esencial para el funcionamiento de esta, además se garantizará al cliente un producto de alta calidad con los más rigurosos métodos de conservación del producto.

### **Transporte**

Se ha quedado en común acuerdo con los proveedores, que la materia prima será entregada en la tienda de café, con unas condiciones claras, puesto que el transporte del producto se debe realizar en camionetas seguras y en un viaje exclusivo para el café, ya que no se debe trasladar con ningún otro alimento y menos con agentes químicos que pueden contaminar el producto y afectar la calidad.

### **Presentación**

La tienda de cafés especiales “El Origen” se centrará en brindar un servicio especial a la hora de ofrecer bebidas a base de café con la mayor calidad posible y con los cuidados sanitarios necesarios para conservar la calidad, por lo tanto, se va otorgar a los clientes una línea preferencial con variedades de café como lo son el *Geisha* y *Bourbon*, reconocidas a nivel mundial por su excelente calidad en taza, variedades producidas en tierras caucanas, con procesos innovadores de secado tipo honey y natural que conservan aromas y sabores únicos que solo pueden brindar estas técnicas.

Los clientes también tendrán a su disposición otra línea de comercialización como lo es la tradicional con variedades de café usuales en Colombia, como lo son *Castillo*, *Tabi*, *Caturro* y

*Variedad Colombia.* Cabe aclarar que estas variedades llevarán el mismo proceso de secado, para conservar sabores y aromas únicos, sólo que en el mercado, este tipo de café es más económico que el de la línea preferencial, por lo tanto se han establecido esas dos brechas de mercadeo en la tienda.

<i>Variedades de café (utilizadas en la tienda)</i>	<i>Línea Tradicional</i>	<i>Precio del mercado (por libra en excelso)</i>
<b>Bourbon (rosado, rojo, amarillo)</b>	X	15.000 COP
<b>Castillo</b>	X	15.000 COP
<b>Tabi</b>	X	15.000 COP
<b>Caturro</b>	X	15.000 COP
<b>Variedad Colombia</b>	X	15.000 COP

Tabla 9. Variedades y precios del café  
Fuente: Autores

Las presentaciones de café que se brindarán en la tienda “El Origen” se seleccionaron mediante una encuesta realizada por los investigadores llamada *Cultura de Café*, en la cual se determinó como presentaciones principales la taza de espresso, capuchino, latte, americano, frappe, e irlandés, como lo muestra la gráfica de la pregunta número 9 de dicha encuesta.

Pregunta 9. *¿De las consumidas, cual prefiere?*

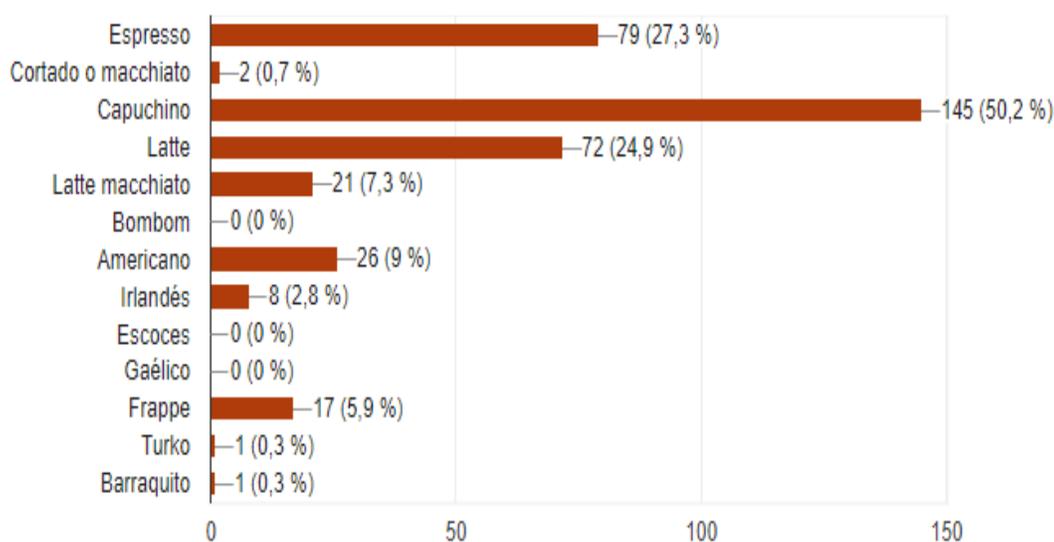


Figura 5. Preferencias de café  
Fuente: Autores

### Asistencia Técnica

Una de las falencias más renombradas en Colombia a pesar de ser productor del mejor café del mundo, es que los colombianos no han adquirido un paladar acostumbrado a tomar café de calidad, problemática que se quiere combatir en la tienda de cafés especiales “El Origen”, se pretende cambiar la cultura acerca del café, brindando especial asistencia al cliente, ofreciendo información importante sobre cómo y dónde consumir café de calidad, además, el consumidor tendrá la oportunidad de conocer de antemano la información del café que va a consumir, información de la finca y productor del fruto, variedad de café, métodos de recolección, procesos de secado, perfil y aromas del café, además el tratamiento que en la tienda se le da al café y los métodos tradicionales con los cuales se prepara el café para conservar intrínsecamente sabores y aromas propios de este fruto.

## **Mecanismos de Promoción y Publicidad**

Los mecanismos de promoción y publicidad que serán empleados en el proyecto se segmentan dependiendo de las características de la población a la que se pretende llegar, puesto que se fijó como población objetiva la comunidad entre los 18 y 60 años, se utilizarán diferentes canales de publicidad para llegar a ellos.

Se pretende implementar el método de publicidad y promoción por medio del internet, bajo la dirección de un ente encargado de difundir mediante las diferentes redes sociales y plataformas de google el mensaje de promoción de la tienda “El Origen”. Se implementará esta estrategia ya que según estudios estadísticos que se han realizado, es uno de los canales por medio del cual se puede llegar a mucha más cantidad de personas de manera directa y segmentando el mercado al mismo tiempo, como bien lo afirma Ruth Altman (s.f.):

Los anuncios de los adultos jóvenes tienen que ser únicos y frecuentes. Los adultos de 18 a 49 años son consumidores voraces de los medios de comunicación con la exposición frecuente a los mensajes de marketing. La mayoría de los adultos de 18 a 34 años tienen una computadora, y los adultos jóvenes tienen un 68 por ciento más de probabilidades de hacer una compra en línea que el usuario medio de Internet. Más del 80 por ciento de los adultos jóvenes usan los medios sociales. La publicidad digital es un medio sólido para llegar a los consumidores jóvenes.

De acuerdo a lo anterior, se encontró conveniente utilizar el método de publicidad citado, buscando llegar a la comunidad de entre los 18 a 50 años, aclarando, que no se pretende dejar de lado la publicidad y promoción que se puede llevar a cabo mediante el uso de revistas indexadas, cuñas radiales, anuncios televisivos y el uso de periódicos y clasificados, todos estos últimos pensados para ser dirigidos a la comunidad de entre los 50 y 60 años aunque también son métodos a los que toda la población objetiva tienen acceso.

Teniendo en cuenta que la tienda se presentará de una manera temática, se ha acordado que los diseños que sean implementados dentro de la misma generen un impacto en los visitantes,

buscando de esta manera que el mismo diseño temático de la tienda actúe en cierta forma como canal de publicidad y promoción, puesto que se procura reflejar los procesos de producción y las diversas formas de presentación de ciertos tipos de café, buscando además, generar una cultura que poco a poco vaya creciendo dentro de la comunidad payanesa y extranjera que visite la capital del departamento caucano.

### **Tienda Temática El Origen.**

Para efectos del desarrollo de la tienda temática “El Origen” a continuación se llevará a cabo una minuciosa y detallada descripción de la distribución que se adelantará dentro de esta, los diseños a implementar y demás variables a tener en cuenta para hacer de la tienda un lugar donde se puedan vivir experiencias únicas.

Se describirá una parte del proyecto que se considera de suma importancia, como es lo concerniente a la tecnología ya que mediante los avances tecnológicos que han avanzado en la actualidad se encontró la oportunidad de asociarlos a la tienda; buscando de esta manera estar por encima de la competencia en el mercado, pues son estos desarrollos verdaderamente innovadores en cuanto al mercado nacional se refiere.

### **Mesas Inteligentes.**

Dentro de la tienda se implementará un sistema que llamará la atención de quien la visite, para esto se decidió implementar un sistema tecnológico e interactivo para el cliente, mediante las mesas de servicio, estas son un tipo de mesas inteligentes por medio de las cuales los clientes pueden hacer sus pedidos y a la vez tener la oportunidad de mirar una breve descripción de cada una de las variedades, tipos y procesos de café que se ofrecerán dentro de la tienda.

Lo que se pretende por medio de dicha implementación es que el cliente tenga más privacidad que en cualquier otra tienda y evite la sensación incomoda de tener alguien a su lado generando cierta presión que lleve a hacer su elección sin tener completa certeza de que es lo que quiere. Con este modelo se busca que el cliente se sienta libre de hacer su elección, pues la mesa dará a conocer las diferentes variedades, procesos de secado, tipos de café y las diversas preparaciones que se ofrecerán, brindándole al cliente una breve información de su elección mediante una serie de videos de no más de 20 o 25 segundos, esto con el fin de que el cliente conozca más sobre lo que ha elegido.

El proceso ante el cual se encontrará el cliente es en primera instancia, la selección de la variedad de café que desea consumir las cuales serían nacionales o extranjeras; seguido de esto, el cliente deberá hacer la elección del tipo de café, para ello la tienda ofrecerá dos líneas Honey y natural<sup>4</sup>, si el cliente elige un café Honey deberá hacer una elección adicional, pues este tipo de café se puede procesar en tres formas distintas yellow, red y black. Y por último se deberá hacer la elección la preparación de café que se desea, el cliente tendrá más de una opción de preparaciones.

Finalmente, después de que se haya elegido la variedad, tipo y preparación, el cliente tendrá la oportunidad de observar mediante un video, cómo es la preparación que ha elegido hasta que su pedido llegue a la mesa.

Todo esto es posible gracias a las mesas interactivas que estarán conectadas a una red inalámbrica que harán las veces de una carta que ofrece los productos de la tienda, estas además, estarán sincronizadas a un computador que procesa los pedidos catalogándolos por el orden y

---

<sup>4</sup> cafés que son amigables con el medio ambiente pues su proceso de secado no implica el uso de agua, información a la cual el cliente tendrá acceso mediante las mesas inteligentes.

diferenciándolos de cada mesa, lo cual agilizaría el proceso de atención brindándole más espacio e intimidad al consumidor.

### **Acondicionamiento o arreglo de la Tienda.**

Teniendo en cuenta que la tienda busca reflejar un estilo temático sobre el café, las sillas que acompañarán las mesas, llevarán la forma de un grano de café pergamino, buscando con esto ambientar aún más la tienda.

El arreglo de la misma, está pensado para que el cliente que aún no tenga ningún conocimiento sobre el café pueda culturizarse a través de imágenes y diseños impresos que contienen información sobre los procesos a los que se somete el café hasta llegar a un producto terminado, procesos que reflejaran que estos tipos de café contribuyen a la conservación del medio ambiente.

Con los diseños que serán impresos y posteriormente que se instalaran en algunas de las paredes de la tienda se busca que el cliente de manera autónoma observe y aprenda sobre los diferentes procesos que se pueden emplear al momento de la producción del café, de igual manera, el barista encargado de la preparación del café ampliará la información sobre el pedido del cliente, desempeñando un papel de intermediario que aclare, explique las dudas y curiosidades que los clientes puedan tener.

Así mismo, se utilizaran fotografías de los productores y proveedores del producto, las cuales reflejarán en primera instancia el arte de la caficultura en el departamento del Cauca, mostrando la realidad a la cual se enfrentan los caficultores al momento de la producción, buscando con ello, exhibir los procesos de producción de una manera más real, más tradicional, visto desde los ojos del caficultor.

Dentro de la tienda se designará un lugar con réplicas a escala de las maquinarias requeridas para la transformación del café, se simularan los procesos, para quien visite la tienda pueda hacer aún más real la experiencia de la producción del café, esto estará acompañado de pantallas led que ayudarán a que el cliente entienda un poco más sobre los procesos, variedades y tipos de café, así como los orígenes e historia del mismo. Estas pantallas también se utilizarán como un tutorial, para explicar a los clientes la forma cómo debe realizar su pedido.

Por último, con respecto al acondicionamiento de la tienda se implementaran mecanismos de altavoces distribuidos en diferentes lugares, con el fin de ambientar con música, generando así, un espacio para disfrutar un café acompañado de música, para que el cliente se sienta a gusto en el establecimiento.

## **Organización del Proyecto**

### **Enfoque Estratégico**

#### **Misión.**

“El origen” es una tienda temática de cafés especiales que brinda una experiencia gastronómica y cultural única, ofreciendo bebidas de café de excelente calidad que en compañía de un novedoso sistema tecnológico e interactivo permiten que el consumidor participe cómodamente del proceso del café, al mismo tiempo que degusta diferentes presentaciones del mismo, con la certeza que está consumiendo un producto proveniente de selectos cultivos, amigables con el planeta.

#### **Visión.**

Ser una empresa reconocida como líder en el mercado de las bebidas de cafés especiales a nivel departamental, nacional e internacional, mediante principios cooperativos y a través de productos basados en el café y servicios innovadores que buscan al satisfacer el gusto del cliente y mantener el equilibrio con el medio ambiente.

#### **Objetivos Corporativos.**

Establecer objetivos corporativos tiene como fin primordial ayudar al crecimiento de la empresa, por ello, son base fundamental para el desarrollo del proyecto. Para que esto sea posible se establecerán diferentes clases de objetivos.

**Objetivos Financieros.**

- Alcanzar una tasa de crecimiento del 10% anual para las ventas.
- Disminuir las obligaciones financieras y deudas al 20% del capital o menos.
- Hacer adquisiciones y negociaciones que complementen el negocio de tal manera que puedan mejorar los ingresos globales.
- Brindar a los socios una recuperación anual de dos dígitos por acción.
- Incrementar la rentabilidad anual de la empresa mediante la búsqueda de nuevos productos para ofrecer a la clientela, aumentando los márgenes de ganancia y la reduciendo costos innecesarios.

**Objetivos Estratégicos.**

- Posicionarse como líderes en el mercado y hacer de “el origen” tienda principal en su respectiva categoría.
- Promover el crecimiento de la tienda a nivel departamental, aumentando el rango de edades de la población a la cual está dirigido el proyecto, para llegar a ser los mejores en mercado de bebidas a base de cafés especiales.
- Impulsar, complementar y consagrar técnicas y habilidades que permitan alcanzar nuevas oportunidades en el mercado de bebidas de café Premium y Comercial.
- Promover el uso de herramientas tecnológicas, con el propósito de dar a conocer nuestra compañía a la mayor cantidad de personas posibles.
- Capacitación permanente a los profesionales responsables de la tienda, para que puedan ofrecer cada día un servicio de mejor calidad.

## Organigrama del proyecto.

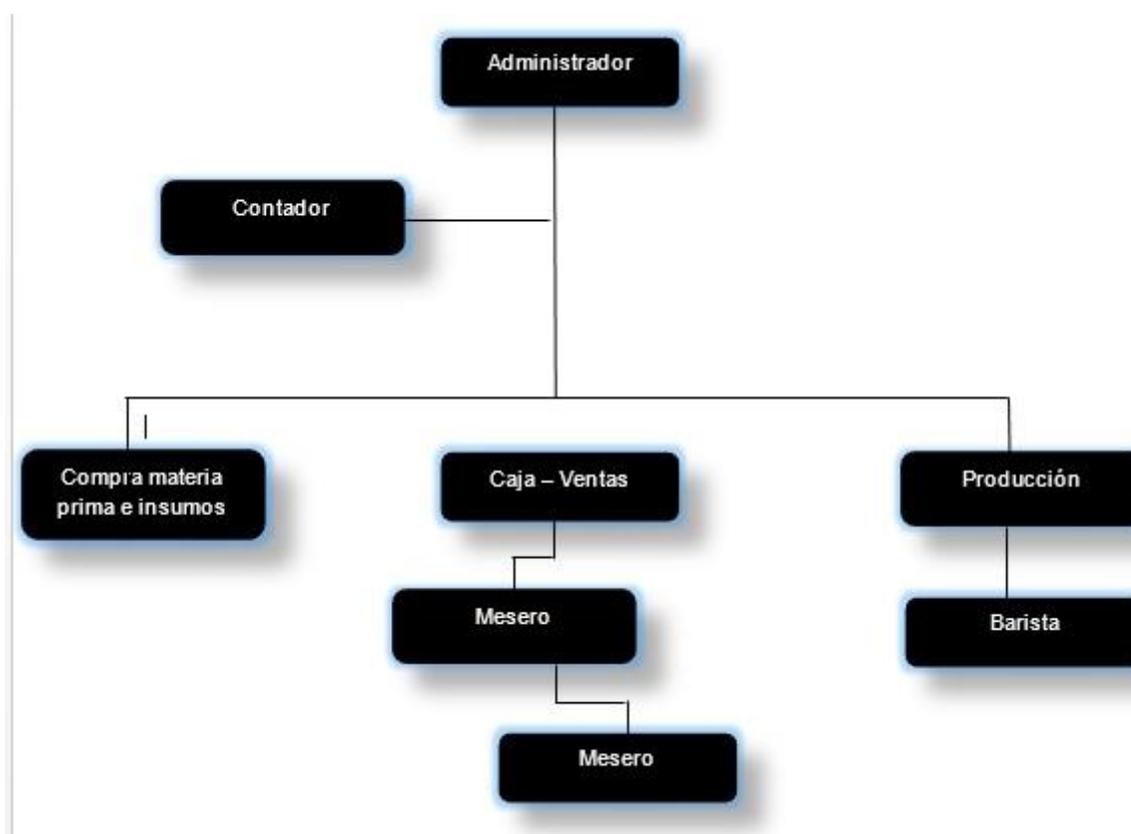


Figura 6. Organigrama del proyecto  
Fuente: Autores

### Descripción de cargos.

#### *Barista.*

Profesional encargado del área de producción y parte esencial de la empresa, será el encargado de preparar las diferentes presentaciones de café que se van a ofrecer en la tienda; con la intención de culturizar a los visitantes, también estará encargado de exponer de manera clara ante el cliente el pedido que elegido y resolverá cualquier inquietud que el cliente pueda tener.

El barista ayudará en labores de aseo y limpieza en lo concerniente a las maquinas utilizadas para las preparaciones de los cafés y deberá estar pendiente de los niveles de inventarios para la preparación del producto.

### ***Meseros.***

Los meseros estarán encargados de atender a los visitantes de una manera amable y cortés, las funciones de estos serán: llevar el pedido hasta la mesa del consumidor, atender las necesidades de los mismos, instruir a los visitantes sobre el manejo de la x-table.

Por otra parte los meseros también estarán encargados del aseo de la tienda y de los implementos utilizados para ofrecer el producto y servicio.

### ***Administrador.***

El administrador de la tienda es el encargado de supervisar las demás áreas y trabajadores de la empresa, asegurarse de que todo esté marchando de manera correcta e informar cualquier eventualidad o inconsistencia que llegara a observar directamente a los dueños. Será el encargado del área de las ventas, principalmente de atender la caja recibir los pagos de los clientes, deberá estar atento al cumplimiento de los horarios de los meseros y el barista, vigilar que estén trabajando de manera responsable y eficaz, sin disminuir la calidad del servicio y los productos ofrecidos.

También será el responsable de realizar el pedido a los proveedores de la materia prima y la compra de los demás insumos que se requieran para la preparación de todas las preparaciones de los cafés.

***Contador.***

Será el profesional encargado de llevar el control financiero y de llevar las obligaciones tributarias de conformidad a lo establecido en la norma nacional e internacional, además de proponer a los dueños diferentes puntos de vista en el manejo de las finanzas para el crecimiento de la empresa.

## **Tamaño y Localización**

### **Factores condicionantes del tamaño en el proyecto**

#### **Tamaño y mercadeo.**

Este proyecto nace en la ciudad de Popayán a partir de identificar que existe desconocimiento de un buen café, que como paradoja uno de los mejores cafés de Colombia y el mundo lo produce el Cauca, pero se desconoce en las poblaciones de este departamento.

El proyecto se ha considerado ambicioso y de grandes dimensiones por los socios ya que se piensa implementar una tienda de café no antes vista en Popayán, en la que se incorporará lo último en tecnología de ambientes y mesas disponibles en el mercado, por lo tanto, el proyecto se divulga como una novedad.

En cuestión del mercadeo la tienda de cafés especiales el origen se ha centrado en toda la ciudadanía payanesa y extranjera entre los 18 y 60 años, que se encuentren en el estrato 3 y 4, amantes del café.

Definidas estas variables se ha determinado como mejor fuente de mercadeo las redes sociales tales como, Facebook, twitter e Instagram, las cuales, son de uso masivo y agrupan todas las variables determinadas para los clientes potenciales que se necesita en la tienda.

#### **Costos y Aspectos Técnicos.**

Los costos se han determinado por procesos, según el siguiente flujograma:

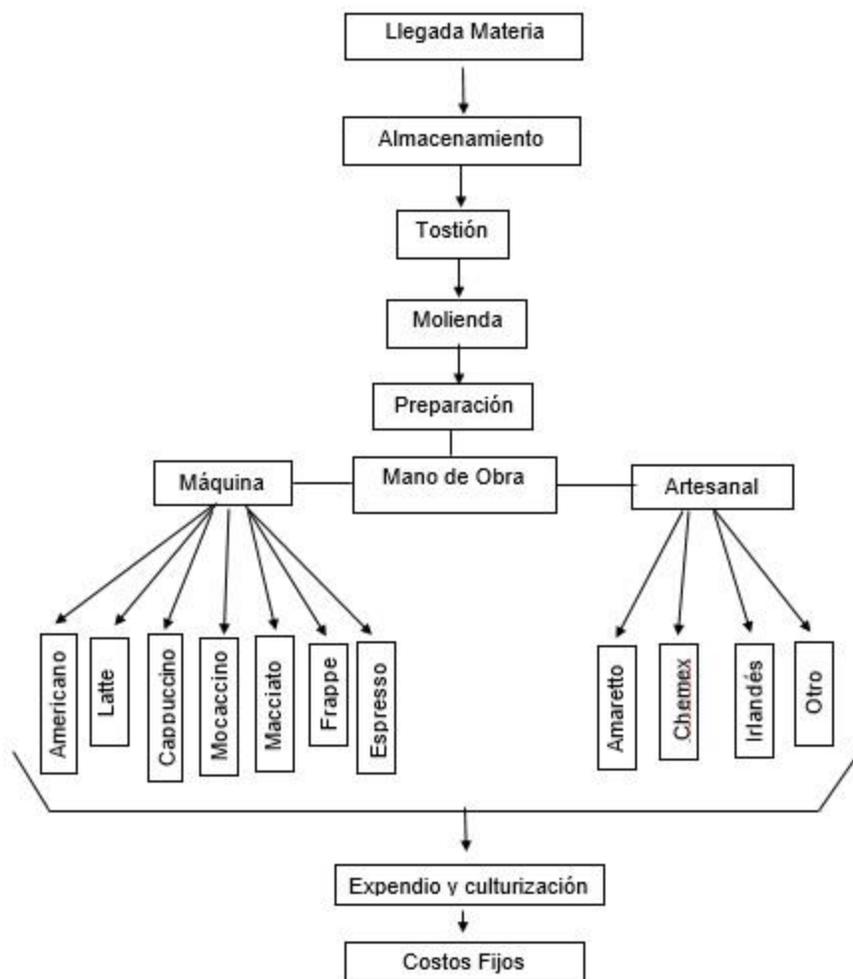


Figura 7. Flujograma de costos por procesos  
Fuente: Autores

El flujograma de costos por procesos antes mencionado, se estableció para todas las presentaciones ofrecidas por la tienda de café; en estas presentaciones tenemos las preparadas por la máquina, manipulada por un barista profesional, además las artesanales que sólo se necesitará de los utensilios requeridos para la preparación y del manejo adecuado por el barista.

Para los anteriores procesos por los que debe pasar la materia prima, se utilizarán máquinas de última tecnología, las cuales en su disco duro tendrán grabada todas las moliendas y tostiones necesarias para las presentaciones.

**Disponibilidad de insumos y servicios públicos.**

En el proyecto el insumo fundamental es el café, al cual se tiene acceso fácilmente en el departamento del Cauca, cabe insistir, que la tienda trabajará solo con cafés especiales y con procesos honey y natural, por lo tanto, se vuelve más laborioso conseguir esta materia prima, pero no imposible, ya que se cuenta con productores caucanos comprometidos con los cafés especiales y con dichos procesos antes mencionados, por lo tanto, se ha encontrado disponibilidad suficiente del insumo principal para el funcionamiento del ente comercial.

Los insumos complementarios como los son: el chocolate, leche, leche condensada, whisky entre otros, se encuentran disponibles en cualquier supermercado de la ciudad, por lo tanto, no se tendría problema de no funcionamiento por desabastecimiento de algún insumo requerido para la buena marcha de la tienda.

La ciudad de Popayán es afortunada ya que cuenta con los servicios públicos certificados por el buen servicio, por ello, no se cree que se tendrá algún problema con la adquisición del agua ni de la energía, como servicios públicos fundamentales.

**Tamaño y Localización.**

El establecimiento donde se pondrá en marcha el proyecto cuenta con 150 m<sup>2</sup> que se estipularon como adecuados para realizar el montaje de la tienda, como se ha mencionado en reiteradas veces, será ubicada en el centro histórico de la ciudad de Popayán, debido al flujo importante de personas, fácil acceso y variedad de rutas.

### **Tamaño y Financiamiento.**

El proyecto necesita de una inversión inicial total de \$ 236'658.637 moneda corriente colombiana, que están distribuidos de la siguiente manera.

<i>Ítems</i>	<i>Valor</i>
Capital social	\$ 100.000.000
Crédito (Bancolombia)	\$ 136.658.637

Tabla 10. Inversión del proyecto  
Fuente: Autores

El crédito se pretende adquirir en Bancolombia, ya que después de una breve investigación se determinó como la mejor fuente de financiamiento en el mercado, ofreciendo una tasa de interés de 17.46% efectiva anual, y una tasa efectiva mes vencido del 1.35%, a un plazo de 5 años (60 meses), con un pago de cuota fija, arrojando la siguiente tabla de amortización.

TABLA DE AMORTIZACION						
VALOR	\$ 136.607.702	M/C.C				
Nº DE PERIODOS	60	MESES				
TASA	1,350% MV		17,460%	EFFECTIVA ANUAL		
CUOTA FIJA	\$3.336.652,40531					
N	FECHA	SALDO INICIAL	INTERES	ABONO A CAPITAL	CUOTA FIJA	SALDO ACTUAL
0	1/01/2019	\$ 136.607.702	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
1	1/02/2019	\$ 135.115.386	\$ 1.844.336	\$ 1.492.317	\$ 3.336.652	\$ 135.115.386
2	1/03/2019	\$ 133.602.921	\$ 1.824.188	\$ 1.512.464	\$ 3.336.652	\$ 133.602.921
3	1/04/2019	\$ 132.070.037	\$ 1.803.768	\$ 1.532.884	\$ 3.336.652	\$ 132.070.037
4	1/05/2019	\$ 130.516.458	\$ 1.783.073	\$ 1.553.580	\$ 3.336.652	\$ 130.516.458
5	1/06/2019	\$ 128.941.904	\$ 1.762.098	\$ 1.574.554	\$ 3.336.652	\$ 128.941.904
6	1/07/2019	\$ 127.346.091	\$ 1.740.840	\$ 1.595.812	\$ 3.336.652	\$ 127.346.091
7	1/08/2019	\$ 125.728.734	\$ 1.719.295	\$ 1.617.357	\$ 3.336.652	\$ 125.728.734
8	1/09/2019	\$ 124.089.541	\$ 1.697.459	\$ 1.639.193	\$ 3.336.652	\$ 124.089.541
9	1/10/2019	\$ 122.428.217	\$ 1.675.328	\$ 1.661.324	\$ 3.336.652	\$ 122.428.217
10	1/11/2019	\$ 120.744.463	\$ 1.652.899	\$ 1.683.753	\$ 3.336.652	\$ 120.744.463
11	1/12/2019	\$ 119.037.978	\$ 1.630.167	\$ 1.706.486	\$ 3.336.652	\$ 119.037.978
12	1/01/2020	\$ 117.308.453	\$ 1.607.128	\$ 1.729.525	\$ 3.336.652	\$ 117.308.453
13	1/02/2020	\$ 115.555.578	\$ 1.583.777	\$ 1.752.875	\$ 3.336.652	\$ 115.555.578
14	1/03/2020	\$ 113.779.037	\$ 1.560.112	\$ 1.776.541	\$ 3.336.652	\$ 113.779.037
15	1/04/2020	\$ 111.978.511	\$ 1.536.127	\$ 1.800.526	\$ 3.336.652	\$ 111.978.511
16	1/05/2020	\$ 110.153.677	\$ 1.511.818	\$ 1.824.834	\$ 3.336.652	\$ 110.153.677
17	1/06/2020	\$ 108.304.205	\$ 1.487.181	\$ 1.849.472	\$ 3.336.652	\$ 108.304.205
18	1/07/2020	\$ 106.429.764	\$ 1.462.211	\$ 1.874.441	\$ 3.336.652	\$ 106.429.764
19	1/08/2020	\$ 104.530.016	\$ 1.436.904	\$ 1.899.748	\$ 3.336.652	\$ 104.530.016
20	1/09/2020	\$ 102.604.620	\$ 1.411.256	\$ 1.925.396	\$ 3.336.652	\$ 102.604.620
21	1/10/2020	\$ 100.653.229	\$ 1.385.261	\$ 1.951.391	\$ 3.336.652	\$ 100.653.229
22	1/11/2020	\$ 98.675.492	\$ 1.358.916	\$ 1.977.737	\$ 3.336.652	\$ 98.675.492
23	1/12/2020	\$ 96.671.054	\$ 1.332.214	\$ 2.004.438	\$ 3.336.652	\$ 96.671.054
24	1/01/2021	\$ 94.639.554	\$ 1.305.152	\$ 2.031.500	\$ 3.336.652	\$ 94.639.554
25	1/02/2021	\$ 92.580.627	\$ 1.277.725	\$ 2.058.927	\$ 3.336.652	\$ 92.580.627
26	1/03/2021	\$ 90.493.902	\$ 1.249.928	\$ 2.086.725	\$ 3.336.652	\$ 90.493.902
27	1/04/2021	\$ 88.379.005	\$ 1.221.755	\$ 2.114.897	\$ 3.336.652	\$ 88.379.005
28	1/05/2021	\$ 86.235.554	\$ 1.193.202	\$ 2.143.451	\$ 3.336.652	\$ 86.235.554
29	1/06/2021	\$ 84.063.165	\$ 1.164.263	\$ 2.172.389	\$ 3.336.652	\$ 84.063.165
30	1/07/2021	\$ 81.861.447	\$ 1.134.934	\$ 2.201.719	\$ 3.336.652	\$ 81.861.447
31	1/08/2021	\$ 79.630.003	\$ 1.105.208	\$ 2.231.444	\$ 3.336.652	\$ 79.630.003
32	1/09/2021	\$ 77.368.432	\$ 1.075.082	\$ 2.261.571	\$ 3.336.652	\$ 77.368.432
33	1/10/2021	\$ 75.076.328	\$ 1.044.548	\$ 2.292.104	\$ 3.336.652	\$ 75.076.328
34	1/11/2021	\$ 72.753.279	\$ 1.013.603	\$ 2.323.050	\$ 3.336.652	\$ 72.753.279
35	1/12/2021	\$ 70.398.866	\$ 982.239	\$ 2.354.413	\$ 3.336.652	\$ 70.398.866
36	1/01/2022	\$ 68.012.666	\$ 950.453	\$ 2.386.200	\$ 3.336.652	\$ 68.012.666
37	1/02/2022	\$ 65.594.250	\$ 918.237	\$ 2.418.416	\$ 3.336.652	\$ 65.594.250
38	1/03/2022	\$ 63.143.183	\$ 885.586	\$ 2.451.067	\$ 3.336.652	\$ 63.143.183
39	1/04/2022	\$ 60.659.025	\$ 852.494	\$ 2.484.159	\$ 3.336.652	\$ 60.659.025
40	1/05/2022	\$ 58.141.328	\$ 818.955	\$ 2.517.697	\$ 3.336.652	\$ 58.141.328
41	1/06/2022	\$ 55.589.639	\$ 784.964	\$ 2.551.688	\$ 3.336.652	\$ 55.589.639
42	1/07/2022	\$ 53.003.501	\$ 750.514	\$ 2.586.139	\$ 3.336.652	\$ 53.003.501
43	1/08/2022	\$ 50.382.447	\$ 715.598	\$ 2.621.054	\$ 3.336.652	\$ 50.382.447
44	1/09/2022	\$ 47.726.006	\$ 680.212	\$ 2.656.441	\$ 3.336.652	\$ 47.726.006
45	1/10/2022	\$ 45.033.701	\$ 644.347	\$ 2.692.305	\$ 3.336.652	\$ 45.033.701
46	1/11/2022	\$ 42.305.046	\$ 607.998	\$ 2.728.654	\$ 3.336.652	\$ 42.305.046
47	1/12/2022	\$ 39.539.553	\$ 571.159	\$ 2.765.493	\$ 3.336.652	\$ 39.539.553
48	1/01/2023	\$ 36.736.723	\$ 533.822	\$ 2.802.830	\$ 3.336.652	\$ 36.736.723
49	1/02/2023	\$ 33.896.052	\$ 495.981	\$ 2.840.671	\$ 3.336.652	\$ 33.896.052
50	1/03/2023	\$ 31.017.028	\$ 457.629	\$ 2.879.023	\$ 3.336.652	\$ 31.017.028
51	1/04/2023	\$ 28.099.136	\$ 418.760	\$ 2.917.893	\$ 3.336.652	\$ 28.099.136
52	1/05/2023	\$ 25.141.849	\$ 379.365	\$ 2.957.287	\$ 3.336.652	\$ 25.141.849
53	1/06/2023	\$ 22.144.636	\$ 339.439	\$ 2.997.213	\$ 3.336.652	\$ 22.144.636
54	1/07/2023	\$ 19.106.957	\$ 298.974	\$ 3.037.678	\$ 3.336.652	\$ 19.106.957
55	1/08/2023	\$ 16.028.267	\$ 257.962	\$ 3.078.690	\$ 3.336.652	\$ 16.028.267
56	1/09/2023	\$ 12.908.012	\$ 216.397	\$ 3.120.255	\$ 3.336.652	\$ 12.908.012
57	1/10/2023	\$ 9.745.630	\$ 174.271	\$ 3.162.382	\$ 3.336.652	\$ 9.745.630
58	1/11/2023	\$ 6.540.553	\$ 131.575	\$ 3.205.077	\$ 3.336.652	\$ 6.540.553
59	1/12/2023	\$ 3.292.204	\$ 88.304	\$ 3.248.349	\$ 3.336.652	\$ 3.292.204
60	1/01/2024	\$ 0	\$ 44.448	\$ 3.292.204	\$ 3.336.652	\$ 0

Tabla 11. Esquema de amortización de crédito

Fuente: Autores

Por lo anterior se entiende que se va a financiar el 57.74% del costo total del proyecto, y el 42.26% será aportado por los socios que conforman el proyecto.

### **Localización del Proyecto**

El proyecto estará localizado en el centro histórico de la ciudad de Popayán, capital del departamento del Cauca, donde se van a realizar todas las operaciones tanto productivas como administrativas para la tienda, se ha escogido esta locación ya que por el centro de esta ciudad se encuentra las instituciones políticas, comerciales y financieras de la capital caucana, además, este sector es de fácil acceso para cualquier persona, ya que las rutas de los diferentes medios de transporte público se dirigen al centro de la ciudad, asimismo, no se tiene problema para obtener los servicios públicos, convirtiendo al sector el sitio ideal para desarrollar el proyecto.

### **Macrolocalización**

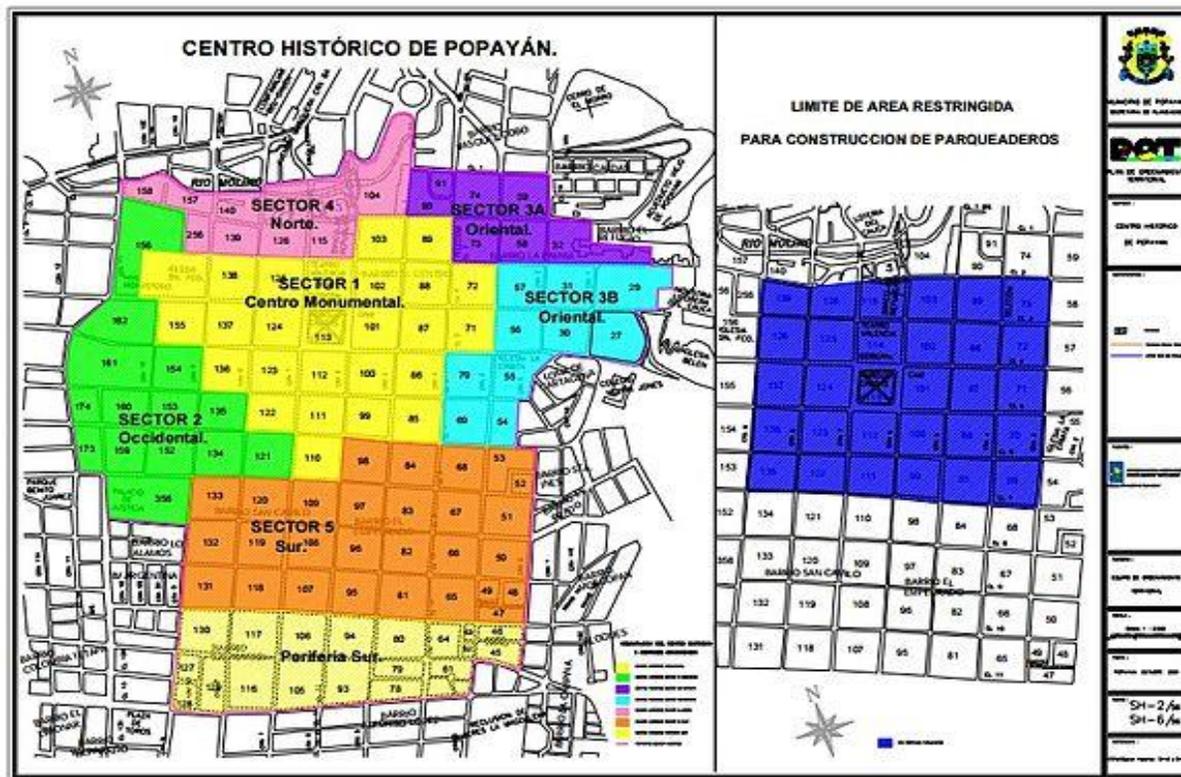
La macrolocalización se estableció como toda el área urbana del municipio de Popayán como lo muestra el siguiente mapa:



Mapa 1. Zona urbana Popayán  
Fuente: Mapa Turístico de Popayán 2018

### Microlocalización

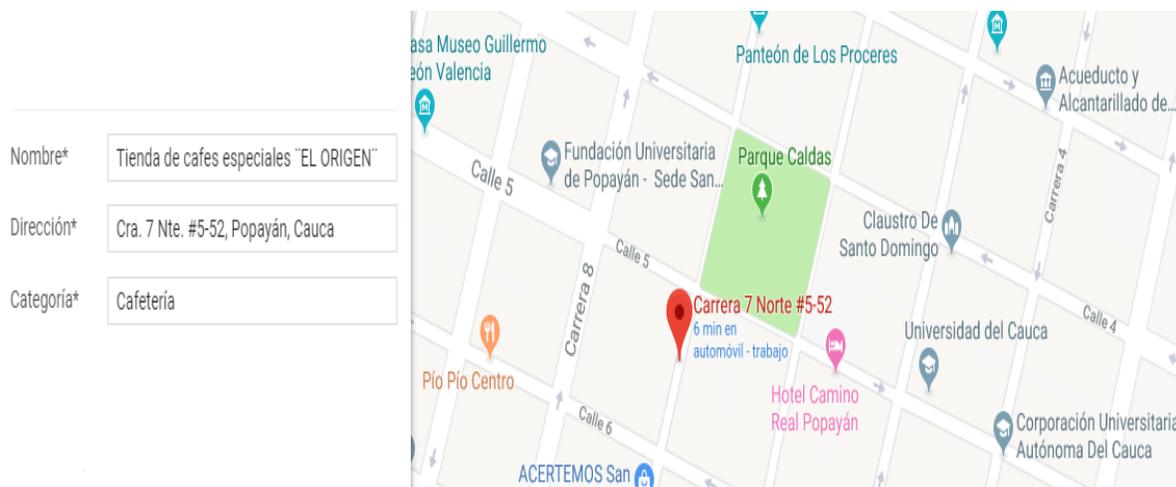
La micro localización se establece como el centro histórico de Popayán el cual se describe detalladamente en el siguiente mapa:



Mapa 2. Centro Histórico de Popayán  
Fuente: Cartografía Centro Histórico de Popayán

### Sitio preciso de ubicación

El proyecto estará ubicado en el sector 1 del centro histórico de la ciudad de Popayán, conocido como el centro monumental dentro del sector histórico, más exactamente en la Carrera 7 Norte # 5-52 barrio centro Popayán, como lo muestra el mapa a continuación.



Mapa 3. Sitio preciso de ubicación Tienda de cafés especiales "El Origen"  
Fuente: Google Maps

## Ingeniería del Proyecto

### Listado de Equipos

Los equipos de los cuales el proyecto necesitara para el proceso productivo serán los siguientes.

<i>Equipos</i>	<i>Unidades</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Total</i>
<i>Tostadora tn-2 plus</i>	1	\$11.980.000	\$11.980.000
<i>Molino ek43 s</i>	1	\$ 8.086.500	\$ 8.086.500
<i>Maquina preparadora de café barista 2 grupos (ascaso)</i>	1	\$16.500.000	\$16.500.000
<b><i>Totales</i></b>	<b>3</b>	<b>\$ 36.566.500</b>	<b>\$ 36.566.500</b>

Tabla 12. Costo de equipos necesarios para el desarrollo del proyecto

Fuente: Autores



<b>Tostadora TN-2 PLUS (gas o eléctrica)</b>	
Producción: 500gr a 2 kg por tostada. 3-5 tostadas / hora	\$9.850.000
Embalaje de madera.	\$480.200
Transporte marítimo + seguro 100% Barcelona – Buenaventura Colombia – Popayán Colombia Cauca destino final.	\$1.649.800
<b>TOTAL IMPORTE Colombia+ transporte lugar de destino.</b>	<b>\$11.980.000</b>

Figura 8. Tostadora TN-2 Plus  
Fuente: <http://www.discaf.com>



### **Molino EK43 S (Mahlkonig)**

Modelo: EK43 S

Estilo de rebabas: Plano

Material de rebabas: Acero fundido con bordes cortados mecanizados

Tamaño de las rebabas: 98 mm

Motor: 1300 W, 1.75 CV

Capacidad de la tolva: 800 g (tolva corta disponible)

Poder: 100-120 VAC, 50-60 Hz

Dimensiones: 9.1 in (W) x 27.00 in (H) con tolva estándar x 16.14 in (D) Peso: 54 libras

Valor: \$ 8.086.500 moneda corriente colombiana (COP)

Figura 9. Molino EK43 S  
Fuente: <https://prima-coffee.com>



### **Maquina preparadora de café barista PRO 2 grupos (Ascaso)**

Caldera de acero Inox 14 Litros

Acabados en negro y madera

Dosificador electrónico

Potencia 3,500 Watts

Presión bomba: 16 Bares 2 lanzas de vapor

Erogador independiente

Motor bomba rotativa

Manómetros de alta precisión

Sistema de pre infusión programado

Auto nivel electrónico

Dosificación volumétrica

Termostato de café 95°

Porta filtro 60 mm

Medidas: 700 x 475 x 535 Peso: 71 Kg

Valor: \$16.500.000 (COP)

Figura 10. Maquina preparadora de café barista PRO 2 grupos (Ascaso)  
Fuente: <http://www.forumdelcafe.com>

## Estudio Financiero del Proyecto

### Bases de las proyecciones

Bases de las proyecciones							
Tasa de crecimiento	0,88%	0,88%	0,88%	0,88%	0,88%	0,88%	0,88%
Años	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Población Objetivo</b>	72.631	73.270	73.915	74.565	75.222	75.884	76.551
<b>Población Consumidora de café</b>	54.546	55.026	55.510	55.999	56.491	56.989	57.490
<b>Demanda Insatisfecha</b>	27.000	27.238	27.478	27.719	27.963	28.209	28.458
<b>Población Definitiva Si</b>	792	799	806	813	820	828	835
<b>Clientela 65,8%</b>	521	526	530	535	540	545	549
<b>Tasas o veces</b>	74.455	75.111	75.772	76.438	77.111	77.790	78.474

Tabla 13. Bases de las proyecciones  
Fuente: Autores

## Pronostico de ventas

CUADRO DE INGRESOS						
AÑO	2019			2020		
PRESENTACION	PRECIO DE VENTA	TASAS	TOTAL	PRECIO DE VENTA	TASAS	TOTAL
espresso	\$ 3.020	20.424	\$ 61.685.600	\$ 3.153	20.603	\$ 64.954.696
americano	\$ 3.327	4.653	\$ 15.482.022	\$ 3.469	4.694	\$ 16.284.066
capuccino	\$ 4.248	32.057	\$ 136.177.980	\$ 4.418	32.339	\$ 142.886.285
latte	\$ 3.711	12.409	\$ 46.051.357	\$ 3.865	12.518	\$ 48.381.127
mocaccino	\$ 5.024	1.034	\$ 5.195.544	\$ 5.219	1.043	\$ 5.444.108
macchiato	\$ 3.158	776	\$ 2.449.635	\$ 3.295	782	\$ 2.578.071
frappe	\$ 5.525	2.068	\$ 11.427.295	\$ 5.735	2.086	\$ 11.965.946
irlandes	\$ 15.476	1.034	\$ 16.003.716	\$ 15.772	1.043	\$ 16.453.771
<b>TOTAL VENTAS</b>			<b>\$ 294.473.149</b>	<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 308.948.069</b>
AÑO	2021			2022		
PRESENTACION	PRECIO DE VENTA	TASAS	TOTAL	PRECIO DE VENTA	TASAS	TOTAL
espresso	\$ 3.291	20.785	\$ 68.410.062	\$ 3.435	20.967	\$ 72.024.982
americano	\$ 3.618	4.736	\$ 17.131.592	\$ 3.771	4.777	\$ 18.015.579
capuccino	\$ 4.597	32.624	\$ 149.970.808	\$ 4.780	32.911	\$ 157.308.712
latte	\$ 4.026	12.629	\$ 50.842.335	\$ 4.192	12.740	\$ 53.401.128
mocaccino	\$ 5.422	1.052	\$ 5.706.517	\$ 5.630	1.062	\$ 5.977.161
macchiato	\$ 3.438	789	\$ 2.713.810	\$ 3.586	796	\$ 2.855.615
frappe	\$ 5.955	2.105	\$ 12.534.497	\$ 6.179	2.123	\$ 13.119.592
irlandes	\$ 16.538	1.052	\$ 17.403.943	\$ 17.079	1.062	\$ 18.131.535
<b>TOTAL VENTAS</b>			<b>\$ 324.713.564</b>	<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 340.834.304</b>
AÑO	2023			2024		
PRESENTACION	PRECIO DE VENTA	TASAS	TOTAL	PRECIO DE VENTA	TASAS	TOTAL
espresso	\$ 3.585	21.152	\$ 75.835.783	\$ 3.743	21.338	\$ 79.875.614
americano	\$ 3.931	4.819	\$ 18.946.553	\$ 4.100	4.862	\$ 19.934.011
capuccino	\$ 4.970	33.201	\$ 165.019.072	\$ 5.171	33.493	\$ 173.207.485
latte	\$ 4.365	12.852	\$ 56.093.094	\$ 4.547	12.965	\$ 58.950.040
mocaccino	\$ 5.846	1.071	\$ 6.261.145	\$ 6.075	1.080	\$ 6.562.968
macchiato	\$ 3.741	803	\$ 3.005.036	\$ 3.904	810	\$ 3.163.476
frappe	\$ 6.411	2.142	\$ 13.733.080	\$ 6.657	2.161	\$ 14.385.369
irlandes	\$ 17.638	1.071	\$ 18.890.317	\$ 18.233	1.080	\$ 19.699.501
<b>TOTAL VENTAS</b>			<b>\$ 357.784.080</b>	<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 375.778.464</b>

Tabla 14. Pronóstico de ventas  
Fuente: Autores

materia prima				
preparación	gramos por tasa	gramos	libras	kilos
espresso	10	4.255	8,51	4,25
americano	15	1.454	2,91	1,45
capuccino	15	10.018	20,04	10,02
latte	10	2.585	5,17	2,59
mocaccino	15	323	0,65	0,32
macchiato	10	162	0,32	0,16
prappe	18	776	1,55	0,78
irlandes	18	388	0,78	0,39
<b>totales</b>		<b>19.960</b>	<b>39,92</b>	<b>19,96</b>

valor de materia prima x semana	<b>598.810</b>
valor de materia prima x mes	<b>2.395.242</b>

Tabla 15. Costos de materia prima  
Fuente: Autores (con base en estados financieros proyectados)

### Presupuesto de planta de personal

PROYECCION DE LA NOMIA TIENDA DE CAFES EL ORIGEN				
PROMEDIO DE AUMENTO SALARIAL DE LOS ULTIMOS 5 AÑOS.			5,80%	
CARGO/AÑOS	2019	2020	2021	2022
<b>Barista</b>	\$ 25.527.132	\$ 27.007.706	\$ 28.574.153	\$ 30.231.453
<b>Mesero</b>	\$ 15.763.256	\$ 16.677.525	\$ 17.644.822	\$ 18.668.221
<b>Mesero</b>	\$ 15.763.256	\$ 16.677.525	\$ 17.644.822	\$ 18.668.221
<b>Admin/mesero</b>	\$ 25.527.132	\$ 27.007.706	\$ 28.574.153	\$ 30.231.453
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 82.582.796</b>	<b>\$ 87.372.598</b>	<b>\$ 92.440.209</b>	<b>\$ 97.801.741</b>

	2023	2024	2025
\$	31.984.878	\$ 33.840.001	\$ 35.802.721
\$	19.750.978	\$ 20.896.535	\$ 22.108.534
\$	19.750.978	\$ 20.896.535	\$ 22.108.534
\$	31.984.878	\$ 33.840.001	\$ 35.802.721
<b>\$</b>	<b>103.474.242</b>	<b>\$ 109.475.748</b>	<b>\$ 115.825.341</b>

Tabla 16. Proyección de la nómina de la Tienda de Cafés “El Origen”  
Fuente: Autores

## Presupuesto de costos, gastos operacionales y capital de trabajo

PRESUPUESTO DE COSTOS, GASTOS OPERACIONALES Y CAPITAL DE TRABAJO.							
AÑO	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>PRESENTACION</b>	<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>						
Espresso	\$ 31.424.147	\$ 33.089.504	\$ 34.849.752	\$ 36.691.280	\$ 38.632.595	\$ 40.690.583	\$ 42.860.594
Americano	\$ 7.886.919	\$ 8.295.500	\$ 8.727.250	\$ 9.177.574	\$ 9.651.836	\$ 10.154.871	\$ 10.684.801
Capuccino	\$ 69.372.379	\$ 72.789.753	\$ 76.398.781	\$ 80.136.888	\$ 84.064.733	\$ 88.236.111	\$ 92.621.131
latte	\$ 23.459.683	\$ 24.646.524	\$ 25.900.324	\$ 27.203.835	\$ 28.575.188	\$ 30.030.586	\$ 31.562.283
Mocaccino	\$ 2.646.737	\$ 2.773.361	\$ 2.907.039	\$ 3.044.911	\$ 3.189.579	\$ 3.343.336	\$ 3.504.755
Macchiato	\$ 1.247.904	\$ 1.313.332	\$ 1.382.481	\$ 1.454.720	\$ 1.530.838	\$ 1.611.552	\$ 1.696.623
Frappe	\$ 5.821.342	\$ 6.095.744	\$ 6.385.378	\$ 6.683.440	\$ 6.995.965	\$ 7.328.257	\$ 7.676.870
Irlandes	\$ 8.152.683	\$ 8.381.952	\$ 8.865.992	\$ 9.236.645	\$ 9.623.187	\$ 10.035.405	\$ 10.465.669
Gastos de Administracion	\$ 46.555.244	\$ 47.998.457	\$ 49.510.408	\$ 50.995.720	\$ 52.525.592	\$ 54.159.138	\$ 55.843.487
<b>TOTALES GASTOS DE ADMINISTRACION+COSTOS DE PRODUCCION</b>							
Espresso	\$ 77.979.391	\$ 81.087.960	\$ 84.360.160	\$ 87.687.000	\$ 91.158.186	\$ 94.849.720	\$ 98.704.081
Americano	\$ 54.442.163	\$ 56.293.956	\$ 58.237.658	\$ 60.173.295	\$ 62.177.427	\$ 64.314.008	\$ 66.528.288
Capuccino	\$ 115.927.623	\$ 120.788.209	\$ 125.909.189	\$ 131.132.609	\$ 136.590.325	\$ 142.395.248	\$ 148.464.617
latte	\$ 70.014.927	\$ 72.644.981	\$ 75.410.732	\$ 78.199.555	\$ 81.100.780	\$ 84.189.724	\$ 87.405.770
Mocaccino	\$ 49.201.981	\$ 50.771.818	\$ 52.417.447	\$ 54.040.631	\$ 55.715.171	\$ 57.502.473	\$ 59.348.241
Macchiato	\$ 47.803.148	\$ 49.311.789	\$ 50.892.889	\$ 52.450.440	\$ 54.056.430	\$ 55.770.690	\$ 57.540.109
Frappe	\$ 52.376.586	\$ 54.094.201	\$ 55.895.786	\$ 57.679.160	\$ 59.521.557	\$ 61.487.395	\$ 63.520.357
Irlandes	\$ 54.707.927	\$ 56.380.408	\$ 58.376.400	\$ 60.232.366	\$ 62.148.779	\$ 64.194.543	\$ 66.309.156
<b>CAPITAL DE TRABAJO POR MES</b>							
Espresso	\$ 6.498.283	\$ 6.757.330	\$ 7.030.013	\$ 7.307.250	\$ 7.596.516	\$ 7.904.143	\$ 8.225.340
Americano	\$ 4.536.847	\$ 4.691.163	\$ 4.853.138	\$ 5.014.441	\$ 5.181.452	\$ 5.359.501	\$ 5.544.024
Capuccino	\$ 9.660.635	\$ 10.065.684	\$ 10.492.432	\$ 10.927.717	\$ 11.382.527	\$ 11.866.271	\$ 12.372.051
latte	\$ 5.834.577	\$ 6.053.748	\$ 6.284.228	\$ 6.516.630	\$ 6.758.398	\$ 7.015.810	\$ 7.283.814
Mocaccino	\$ 4.100.165	\$ 4.230.985	\$ 4.368.121	\$ 4.503.386	\$ 4.642.931	\$ 4.791.873	\$ 4.945.687
Macchiato	\$ 3.983.596	\$ 4.109.316	\$ 4.241.074	\$ 4.370.870	\$ 4.504.703	\$ 4.647.557	\$ 4.795.009
Frappe	\$ 4.364.716	\$ 4.507.850	\$ 4.657.982	\$ 4.806.597	\$ 4.960.130	\$ 5.123.950	\$ 5.293.363
Irlandes	\$ 4.558.994	\$ 4.698.367	\$ 4.864.700	\$ 5.019.364	\$ 5.179.065	\$ 5.349.545	\$ 5.525.763
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 43.537.812	\$ 45.114.443	\$ 46.791.688	\$ 48.466.255	\$ 50.205.721	\$ 52.058.650	\$ 53.985.052
<b>DELTA CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 43.537.812	\$ 1.576.631	\$ 1.677.245	\$ 1.674.566	\$ 1.739.467	\$ 1.852.929	\$ 1.926.402

Tabla 17. Presupuesto de costos, gastos operacionales y capital de trabajo

Fuente: Autores

## Tabla de depreciaciones

Activos fijos	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida útil	Depreciación	Valor de salvamento
MESAS XTABLE XS PARA ACOMODACION PARA 4 PERSONAS	8	18.371.086	146.968.690	10	\$ 14.696.869	\$ 58.787.476
COMPUTADOR Todo En Uno Lenovo 520-22IKL I3 4Gb 22Pulg Color	1	\$ 1.556.900	\$ 1.556.900	5	\$ 311.380	-\$ 311.380
IMPRESORA	1	\$ 439.000	\$ 439.000	5	\$ 87.800	-\$ 87.800
SILLA ACOMODACION	2	\$ 139.000	\$ 278.000	10	\$ 27.800	\$ 111.200
MAQUINA PREPARACIONES DE CAFÉ,	1	\$ 16.500.000	\$ 16.500.000	10	\$ 1.650.000	\$ 6.600.000
MAQUINA TOSTADORA DE CAFÉ	1	\$ 11.980.000	\$ 11.980.000	10	\$ 1.198.000	\$ 4.792.000
MAQUINA MOLIENDA DE CAFÉ,	1	\$ 8.086.500	\$ 8.086.500	10	\$ 808.650	\$ 3.234.600
MUEBLES	1	\$ 825.000	\$ 825.000	10	\$ 82.500	\$ 330.000
TV LED 50 PULGADAS	4	1.250.000	5.000.000	5	\$ 1.000.000	-\$ 1.000.000
<b>Total</b>	20	59147486,3	\$ 191.634.090		\$ 19.862.999	\$ 73.855.276
				AÑO 6	\$ 18.463.819	

Tabla 18. Tabla de depreciaciones  
Fuente: Autores

## Financiación del proyecto

FUENTE DE FINANCIACION "Bancolombia"	
financiamiento del 35%	\$ 136.607.702
Tasa Efectiva Anual	17,46%
Tasa Mes Vencido	1,35%
Cuota Mensual	\$ 3.336.652
Plazo (meses)	60
total cuota	\$ 3.336.652

Tabla 19. Financiación del proyecto  
Fuente: Autores

## Plan de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION						
VALOR	\$ 136.607.702	M/C.C				
Nº DE PERIODOS	60	MESES				
TASA	1,350%	MV		17,460%	EFFECTIVA ANUAL	
CUOTA FIJA	\$3.336.652,40531					
N	FECHA	SALDO INICIAL	INTERES	ABONO A CAPITAL	CUOTA FIJA	SALDO ACTUAL
0	01/01/2019	\$ 136.607.702	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
1	01/02/2019	\$ 135.115.386	\$ 1.844.336	\$ 1.492.317	\$ 3.336.652	\$ 135.115.386
2	01/03/2019	\$ 133.602.921	\$ 1.824.188	\$ 1.512.464	\$ 3.336.652	\$ 133.602.921
3	01/04/2019	\$ 132.070.037	\$ 1.803.768	\$ 1.532.884	\$ 3.336.652	\$ 132.070.037
4	01/05/2019	\$ 130.516.458	\$ 1.783.073	\$ 1.553.580	\$ 3.336.652	\$ 130.516.458
5	01/06/2019	\$ 128.941.904	\$ 1.762.098	\$ 1.574.554	\$ 3.336.652	\$ 128.941.904
6	01/07/2019	\$ 127.346.091	\$ 1.740.840	\$ 1.595.812	\$ 3.336.652	\$ 127.346.091
7	01/08/2019	\$ 125.728.734	\$ 1.719.295	\$ 1.617.357	\$ 3.336.652	\$ 125.728.734
8	01/09/2019	\$ 124.089.541	\$ 1.697.459	\$ 1.639.193	\$ 3.336.652	\$ 124.089.541
9	01/10/2019	\$ 122.428.217	\$ 1.675.328	\$ 1.661.324	\$ 3.336.652	\$ 122.428.217
10	01/11/2019	\$ 120.744.463	\$ 1.652.899	\$ 1.683.753	\$ 3.336.652	\$ 120.744.463
11	01/12/2019	\$ 119.037.978	\$ 1.630.167	\$ 1.706.486	\$ 3.336.652	\$ 119.037.978
12	01/01/2020	\$ 117.308.453	\$ 1.607.128	\$ 1.729.525	\$ 3.336.652	\$ 117.308.453
13	01/02/2020	\$ 115.555.578	\$ 1.583.777	\$ 1.752.875	\$ 3.336.652	\$ 115.555.578
14	01/03/2020	\$ 113.779.037	\$ 1.560.112	\$ 1.776.541	\$ 3.336.652	\$ 113.779.037
15	01/04/2020	\$ 111.978.511	\$ 1.536.127	\$ 1.800.526	\$ 3.336.652	\$ 111.978.511
16	01/05/2020	\$ 110.153.677	\$ 1.511.818	\$ 1.824.834	\$ 3.336.652	\$ 110.153.677
17	01/06/2020	\$ 108.304.205	\$ 1.487.181	\$ 1.849.472	\$ 3.336.652	\$ 108.304.205
18	01/07/2020	\$ 106.429.764	\$ 1.462.211	\$ 1.874.441	\$ 3.336.652	\$ 106.429.764
19	01/08/2020	\$ 104.530.016	\$ 1.436.904	\$ 1.899.748	\$ 3.336.652	\$ 104.530.016
20	01/09/2020	\$ 102.604.620	\$ 1.411.256	\$ 1.925.396	\$ 3.336.652	\$ 102.604.620
21	01/10/2020	\$ 100.653.229	\$ 1.385.261	\$ 1.951.391	\$ 3.336.652	\$ 100.653.229
22	01/11/2020	\$ 98.675.492	\$ 1.358.916	\$ 1.977.737	\$ 3.336.652	\$ 98.675.492
23	01/12/2020	\$ 96.671.054	\$ 1.332.214	\$ 2.004.438	\$ 3.336.652	\$ 96.671.054
24	01/01/2021	\$ 94.639.554	\$ 1.305.152	\$ 2.031.500	\$ 3.336.652	\$ 94.639.554
25	01/02/2021	\$ 92.580.627	\$ 1.277.725	\$ 2.058.927	\$ 3.336.652	\$ 92.580.627
26	01/03/2021	\$ 90.493.902	\$ 1.249.928	\$ 2.086.725	\$ 3.336.652	\$ 90.493.902
27	01/04/2021	\$ 88.379.005	\$ 1.221.755	\$ 2.114.897	\$ 3.336.652	\$ 88.379.005
28	01/05/2021	\$ 86.235.554	\$ 1.193.202	\$ 2.143.451	\$ 3.336.652	\$ 86.235.554
29	01/06/2021	\$ 84.063.165	\$ 1.164.263	\$ 2.172.389	\$ 3.336.652	\$ 84.063.165
30	01/07/2021	\$ 81.861.447	\$ 1.134.934	\$ 2.201.719	\$ 3.336.652	\$ 81.861.447
31	01/08/2021	\$ 79.630.003	\$ 1.105.208	\$ 2.231.444	\$ 3.336.652	\$ 79.630.003
32	01/09/2021	\$ 77.368.432	\$ 1.075.082	\$ 2.261.571	\$ 3.336.652	\$ 77.368.432
33	01/10/2021	\$ 75.076.328	\$ 1.044.548	\$ 2.292.104	\$ 3.336.652	\$ 75.076.328
34	01/11/2021	\$ 72.753.279	\$ 1.013.603	\$ 2.323.050	\$ 3.336.652	\$ 72.753.279
35	01/12/2021	\$ 70.398.866	\$ 982.239	\$ 2.354.413	\$ 3.336.652	\$ 70.398.866
36	01/01/2022	\$ 68.012.666	\$ 950.453	\$ 2.386.200	\$ 3.336.652	\$ 68.012.666
37	01/02/2022	\$ 65.594.250	\$ 918.237	\$ 2.418.416	\$ 3.336.652	\$ 65.594.250
38	01/03/2022	\$ 63.143.183	\$ 885.586	\$ 2.451.067	\$ 3.336.652	\$ 63.143.183
39	01/04/2022	\$ 60.659.025	\$ 852.494	\$ 2.484.159	\$ 3.336.652	\$ 60.659.025
40	01/05/2022	\$ 58.141.328	\$ 818.955	\$ 2.517.697	\$ 3.336.652	\$ 58.141.328
41	01/06/2022	\$ 55.589.639	\$ 784.964	\$ 2.551.688	\$ 3.336.652	\$ 55.589.639
42	01/07/2022	\$ 53.003.501	\$ 750.514	\$ 2.586.139	\$ 3.336.652	\$ 53.003.501
43	01/08/2022	\$ 50.382.447	\$ 715.598	\$ 2.621.054	\$ 3.336.652	\$ 50.382.447
44	01/09/2022	\$ 47.726.006	\$ 680.212	\$ 2.656.441	\$ 3.336.652	\$ 47.726.006
45	01/10/2022	\$ 45.033.701	\$ 644.347	\$ 2.692.305	\$ 3.336.652	\$ 45.033.701
46	01/11/2022	\$ 42.305.046	\$ 607.998	\$ 2.728.654	\$ 3.336.652	\$ 42.305.046
47	01/12/2022	\$ 39.539.553	\$ 571.159	\$ 2.765.493	\$ 3.336.652	\$ 39.539.553
48	01/01/2023	\$ 36.736.723	\$ 533.822	\$ 2.802.830	\$ 3.336.652	\$ 36.736.723
49	01/02/2023	\$ 33.896.052	\$ 495.981	\$ 2.840.671	\$ 3.336.652	\$ 33.896.052
50	01/03/2023	\$ 31.017.028	\$ 457.629	\$ 2.879.023	\$ 3.336.652	\$ 31.017.028
51	01/04/2023	\$ 28.099.136	\$ 418.760	\$ 2.917.893	\$ 3.336.652	\$ 28.099.136
52	01/05/2023	\$ 25.141.849	\$ 379.365	\$ 2.957.287	\$ 3.336.652	\$ 25.141.849
53	01/06/2023	\$ 22.144.636	\$ 339.439	\$ 2.997.213	\$ 3.336.652	\$ 22.144.636
54	01/07/2023	\$ 19.106.957	\$ 298.974	\$ 3.037.678	\$ 3.336.652	\$ 19.106.957
55	01/08/2023	\$ 16.028.267	\$ 257.962	\$ 3.078.690	\$ 3.336.652	\$ 16.028.267
56	01/09/2023	\$ 12.908.012	\$ 216.397	\$ 3.120.255	\$ 3.336.652	\$ 12.908.012
57	01/10/2023	\$ 9.745.630	\$ 174.271	\$ 3.162.382	\$ 3.336.652	\$ 9.745.630
58	01/11/2023	\$ 6.540.553	\$ 131.575	\$ 3.205.077	\$ 3.336.652	\$ 6.540.553
59	01/12/2023	\$ 3.292.204	\$ 88.304	\$ 3.248.349	\$ 3.336.652	\$ 3.292.204
60	01/01/2024	\$ -	\$ 44.448	\$ 3.292.204	\$ 3.336.652	\$ -

Tabla 20. Plan de amortización

Fuente: Autores

## Balance de Iniciación del Proyecto

BALANCE DE APERTURA			
<b>Efectivo y Equivalente</b>	\$ 43.537.812	<b>PASIVO</b>	\$136.607.702
<b>Activos Fijos</b>	\$191.634.090	<b>PATRIMONIO</b>	
<b>Activos Diferidos</b>	\$ 1.435.800	Capital Social	\$100.000.000
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$236.607.702</b>	<b>Pasivo + Patri</b>	<b>\$236.607.702</b>

Tabla 21. Balance de iniciación del proyecto  
Fuente: Autores

## Balance General Projectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO		2019	2020	2021	2022	2023	2024
BALANCE DE APERTURA		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Activos							
Caja y bancos	\$ 43.588.746	\$100.336.829	\$141.269.645	\$184.712.052	\$230.957.660	\$280.059.475	\$347.075.332
inventario	\$ -	\$ 2.416.953	\$ 2.491.879	\$ 2.569.127	\$ 2.650.055	\$ 2.729.556	\$ 2.811.443
<b>Total activos corrientes</b>	<b>\$ 43.588.746</b>	<b>\$102.753.783</b>	<b>\$143.761.524</b>	<b>\$187.281.179</b>	<b>\$233.607.715</b>	<b>\$282.789.031</b>	<b>\$349.886.775</b>
Activos fijos	\$191.634.090	\$191.634.090	\$191.634.090	\$191.634.090	\$191.634.090	\$191.634.090	\$191.634.090
Activos diferidos	\$ 1.435.800		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>total activos fijos</b>	<b>\$193.069.890</b>	<b>\$191.634.090</b>	<b>\$191.634.090</b>	<b>\$191.634.090</b>	<b>\$191.634.090</b>	<b>\$191.634.090</b>	<b>\$191.634.090</b>
Depreciación	\$ -	-\$ 19.862.999	-\$ 39.725.998	-\$ 59.588.997	-\$ 79.451.996	-\$ 99.314.995	-\$ 80.851.176
<b>total activo fijo neto</b>	<b>\$193.069.890</b>	<b>\$171.771.091</b>	<b>\$151.908.092</b>	<b>\$132.045.093</b>	<b>\$112.182.094</b>	<b>\$ 92.319.095</b>	<b>\$110.782.914</b>
<b>Total Activos</b>	<b>\$236.658.637</b>	<b>\$274.524.874</b>	<b>\$295.669.616</b>	<b>\$319.326.272</b>	<b>\$345.789.809</b>	<b>\$375.108.126</b>	<b>\$460.669.690</b>
Pasivos							
Proveedores	\$ -	\$ 725.086	\$ 747.564	\$ 770.738	\$ 795.016	\$ 818.867	\$ 843.433
Obligaciones laborales	\$ -	\$ 6.743.224	\$ 7.134.331	\$ 7.548.122	\$ 7.985.913	\$ 8.449.096	\$ 8.939.144
Impuestos	\$ -	\$ 16.402.443	\$ 19.737.614	\$ 22.966.060	\$ 26.484.193	\$ 30.381.746	\$ 34.155.349
Obligacion por pagar							\$ 11.927.638
<b>total pasivo corriente</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 23.870.753</b>	<b>\$ 27.619.509</b>	<b>\$ 31.284.920</b>	<b>\$ 35.265.123</b>	<b>\$ 39.649.709</b>	<b>\$ 55.865.564</b>
Deuda financiera a largo plazo	\$136.658.637	\$117.352.191	\$ 94.674.841	\$ 68.038.024	\$ 36.750.420	\$ -	\$ -
<b>total pasivo no corriente</b>	<b>\$136.658.637</b>	<b>\$117.352.191</b>	<b>\$ 94.674.841</b>	<b>\$ 68.038.024</b>	<b>\$ 36.750.420</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>\$136.658.637</b>	<b>\$141.222.944</b>	<b>\$122.294.349</b>	<b>\$ 99.322.944</b>	<b>\$ 72.015.543</b>	<b>\$ 39.649.709</b>	<b>\$ 55.865.564</b>
Patrimonio							
Capital social	\$100.000.000	\$100.000.000	\$100.000.000	\$100.000.000	\$100.000.000	\$100.000.000	\$100.000.000
Utilidad del ejercicio		\$ 33.301.930	\$ 40.073.337	\$ 46.628.060	\$ 53.770.938	\$ 61.684.151	\$ 69.345.709
Utilidad acumulada		\$ -	\$ 33.301.930	\$ 73.375.267	\$120.003.328	\$173.774.266	\$235.458.417
<b>Total patrimonio</b>	<b>\$100.000.000</b>	<b>\$133.301.930</b>	<b>\$173.375.267</b>	<b>\$220.003.328</b>	<b>\$273.774.266</b>	<b>\$335.458.417</b>	<b>\$404.804.126</b>
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$236.658.637</b>	<b>\$274.524.874</b>	<b>\$295.669.616</b>	<b>\$319.326.272</b>	<b>\$345.789.809</b>	<b>\$375.108.126</b>	<b>\$460.669.690</b>

Tabla 22. Balance general proyectado  
Fuente: Autores

## Estado de resultados proyectado

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Ingresos	\$295.672.955	\$310.215.448	\$ 326.012.086	\$ 342.183.551	\$ 359.186.034	\$ 377.236.740
Costo de venta	\$150.623.003	\$158.031.303	\$ 166.078.495	\$ 174.316.633	\$ 182.978.112	\$ 192.173.581
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$145.049.952</b>	<b>\$152.184.145</b>	<b>\$ 159.933.591</b>	<b>\$ 167.866.918</b>	<b>\$ 176.207.922</b>	<b>\$ 185.063.159</b>
Gastos administración	\$ 46.555.244	\$ 47.998.457	\$ 49.510.408	\$ 50.995.720	\$ 52.525.592	\$ 54.159.138
Gastos laborales	\$ 6.743.224	\$ 7.134.331	\$ 7.548.122	\$ 7.985.913	\$ 8.449.096	\$ 8.939.144
Depreciación	\$ 19.862.999	\$ 19.862.999	\$ 19.862.999	\$ 19.862.999	\$ 19.862.999	\$ 18.463.819
Amortización	\$ 1.435.800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 70.452.685</b>	<b>\$ 77.188.358</b>	<b>\$ 83.012.062</b>	<b>\$ 89.022.285</b>	<b>\$ 95.370.235</b>	<b>\$ 103.501.058</b>
Gastos Financieros	\$ 20.748.312	\$ 17.377.407	\$ 13.417.942	\$ 8.767.153	\$ 3.304.338	
Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>Utilidad Antes De Impuestos</b>	<b>\$ 49.704.373</b>	<b>\$ 59.810.951</b>	<b>\$ 69.594.120</b>	<b>\$ 80.255.132</b>	<b>\$ 92.065.897</b>	<b>\$ 103.501.058</b>
Impuestos	\$ 16.402.443	\$ 19.737.614	\$ 22.966.060	\$ 26.484.193	\$ 30.381.746	\$ 34.155.349
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 33.301.930</b>	<b>\$ 40.073.337</b>	<b>\$ 46.628.060</b>	<b>\$ 53.770.938</b>	<b>\$ 61.684.151</b>	<b>\$ 69.345.709</b>

Tabla 23. Balance de resultado proyectado  
Fuente: Autores

## Flujo de caja proyectado

AÑOS		2019	2020	2021
FCL CON FINANCIAMIENTO	APERTURA	Año 1	Año 2	Año 3
<b>+ Ventas</b>		\$ 295.672.955	\$ 310.215.448	\$ 326.012.086
- Costos de Ventas		\$ 150.623.003	\$ 158.031.303	\$ 166.078.495
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>\$ 145.049.952</b>	<b>\$ 152.184.145</b>	<b>\$ 159.933.591</b>
- Gastos Operacionales				
Gastos laborales		\$ -	\$ 6.743.224	\$ 7.134.331
Gastos de Administración		\$ 46.555.244	\$ 47.998.457	\$ 49.510.408
Depreciaciones		\$ 19.862.999	\$ 19.862.999	\$ 19.862.999
Amortización		\$ 1.435.800	\$ -	\$ -
<b>= Utilidad Operativa</b>		<b>\$ 77.195.909</b>	<b>\$ 77.579.465</b>	<b>\$ 83.425.853</b>
-Otros egresos		\$ -	\$ -	\$ -
Interese crédito		\$ 20.748.312	\$ 17.377.407	\$ 13.417.942
+ Otros ingresos				
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>\$ 56.447.597</b>	<b>\$ 60.202.058</b>	<b>\$ 70.007.911</b>
Impuestos Causados		\$ 16.402.443	\$ 19.737.614	\$ 22.966.060
- Impuestos Pagados		\$ -	\$ 16.402.443	\$ 19.737.614
<b>= Utilidad Neta</b>		<b>\$ 56.447.597</b>	<b>\$ 43.799.615</b>	<b>\$ 50.270.297</b>
+ Depreciaciones y Amort		\$ 21.298.799	\$ 19.862.999	\$ 19.862.999
+ Intereses "netos" = Int * (1-%Tax)		\$ 13.901.369	\$ 11.642.863	\$ 8.990.021
- Delta Capital de Trabajo	\$ 43.588.746	\$ 1.579.500	\$ 1.678.567	\$ 1.676.720
- Capex( Activos fijos)	\$ 193.069.890			
Crédito		\$ 19.306.445	\$ 22.677.351	\$ 26.636.816
<b>= FCLF</b>	<b>-\$ 236.658.637</b>	<b>\$ 70.761.820</b>	<b>\$ 50.949.559</b>	<b>\$ 50.809.781</b>

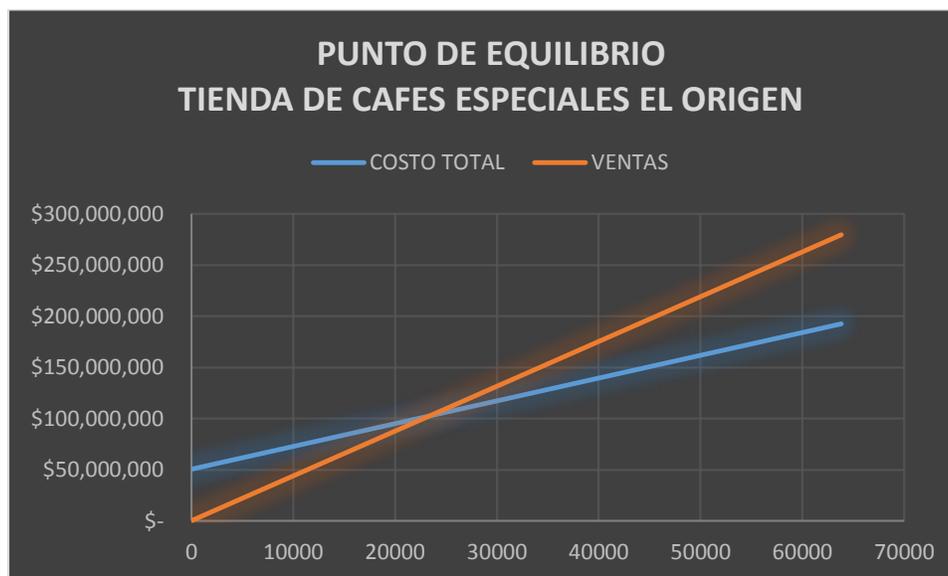
2022	2023	2024	2025
Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
\$ 342.183.551	\$ 359.186.034	\$ 377.236.740	
\$ 174.316.633	\$ 182.978.112	\$ 192.173.581	
<b>\$167.866.918</b>	<b>\$176.207.922</b>	<b>\$185.063.159</b>	<b>\$ -</b>
\$ 7.548.122	\$ 7.985.913	\$ 8.449.096	\$ 8.939.144
\$ 50.995.720	\$ 52.525.592	\$ 54.159.138	\$ -
\$ 19.862.999	\$ 19.862.999	\$ 18.463.819	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>\$ 89.460.076</b>	<b>\$ 95.833.418</b>	<b>\$103.991.105</b>	<b>-\$ 8.939.144</b>
\$ -	\$ -	\$ 25.000.000	
\$ 8.767.153	\$ 3.304.338		\$ -
<b>\$ 80.692.923</b>	<b>\$ 92.529.080</b>	<b>\$ 78.991.105</b>	<b>-\$ 8.939.144</b>
\$ 26.484.193	\$ 30.381.746	\$ 34.155.349	\$ -
\$ 22.966.060	\$ 26.484.193	\$ 30.381.746	\$ 34.155.349
<b>\$ 57.726.863</b>	<b>\$ 66.044.886</b>	<b>\$ 48.609.359</b>	<b>-\$43.094.493</b>
\$ 19.862.999	\$ 19.862.999	\$ 18.463.819	\$ -
\$ 5.873.993	\$ 2.213.906	\$ -	\$ -
\$ 1.741.704	\$ 1.855.320	\$ 1.928.889	\$ -
		\$ 73.855.276	\$ -
\$ 31.287.604	\$ 36.750.420	\$ -	\$ -
<b>\$ 50.434.547</b>	<b>\$ 53.226.691</b>	<b>\$142.857.343</b>	<b>-\$43.094.493</b>

Tabla 24. Flujo de caja proyectado  
Fuente: Autores

## Análisis de Indicadores del Proyecto

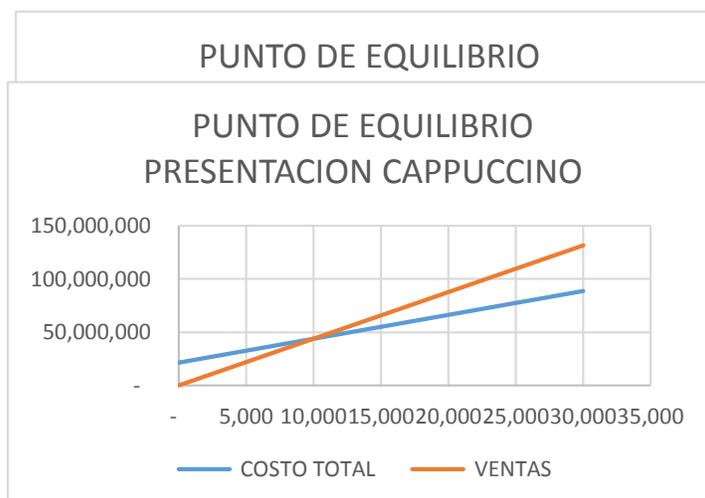
### Punto de Equilibrio

Para el proyecto se determinó un punto de equilibrio general de 23.402 unidades, y 102.618.555 millones de pesos, como lo muestra la siguiente gráfica:

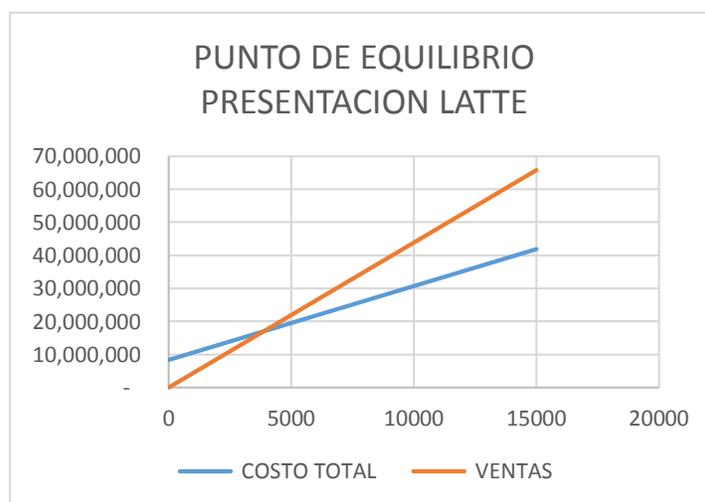


Gráfica 1. Punto de equilibrio Tienda de Cafés Especiales “El Origen”  
Fuente: Autores

Con base en la anterior grafica se concluye que para que el proyecto no incurra en pérdidas deberá vender un total de 23.402 unidades o tasas, lo que equivaldría a 102.618.555 millones de pesos. Además se calculó el punto de equilibrio para las tres (3) preparaciones de café más representativas del proyecto entre ellas están, espresso, cappuccino y latte. Ver las siguientes gráficas.



Gráfica 2. Punto de equilibrio presentación Capuccino  
Fuente: Autores



Gráfica 3. Punto de equilibrio presentación Latte  
Fuente: Autores

**Valor presente neto, tasa interna de retorno, tasa interna de retorno modificada, relación beneficio costo, periodo de recuperación de la inversión, y valor económico agregado.**

<b>WACC</b>	<b>12,46%</b>
<b>TIO</b>	<b>8,14%</b>
<b>VPN</b>	<b>13.301.864</b>
<b>TIR</b>	<b>14,39%</b>
<b>TIRM</b>	<b>13,28%</b>
<b>R/b,c</b>	<b>1,9833</b>
<b>PERIODO DE RECUPERACION</b>	<b>0,80</b>

Tabla 25. Wacc- Tio- Vpn – Tir – Tirm – R/b-c

Fuente: Autores

### **Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).**

Este ratio financiero fue utilizado dentro del proyecto como la tasa de descuento, en los flujos de caja futuros, para así determinar el valor presente neto y viabilidad del proyecto.

### **Tasa de Oportunidad.**

Esta es la tasa de confrontación que se utilizó para determinar si la rentabilidad ofrecida por el proyecto a los inversionistas, es de mayor conveniencia. La anterior tasa se determinó mediante el mejor certificado de depósito a término (CDT) que se ofrecía en el mercado.

### **Valor Presente Neto (VPN).**

Este indicador financiero representa el monto en pesos que el proyecto estaría generando al día de hoy, después traídos los flujos de caja libres y descontados egresos y WACC (tasa de descuento), representando la viabilidad o no viabilidad para realizar la inversión en este proyecto.

Con los resultados arrojados por el proyecto, se puede concluir que los inversionistas están obteniendo una rentabilidad por encima de la esperada, puesto que la rentabilidad esperada por los inversionistas, que se determinó mediante el modelo CAMP fue de 13.50% efectiva anual.

#### **Tasa Interna de Retorno (TIR).**

Con este indicador se corrobora, lo que el indicador anterior (VPN) arroja, puesto que el rendimiento generado por proyecto es de 14.39%, la que al momento de contrastarla con la tasa de oportunidad y la rentabilidad esperada por los accionistas, está 6.25 y 0.89 puntos porcentuales por encima respectivamente de las anteriores.

#### **Tasa Interna de Retorno Modificada (TIRM).**

Este indicador contrasta la rentabilidad expresa por la TIR contra los costos del proyecto, arrojando de esta manera un resultado más real en cuanto a la rentabilidad que ofrece el proyecto, que para este caso es del 12.12%, aunque estando 2.27 puntos porcentuales por debajo de la TIR, está 3.98 puntos porcentuales arriba de la tasa de oportunidad, traduciendo de esta manera que el proyecto es viable.

#### **Relación Beneficio – Costo.**

Este valor se obtiene después de calculados el total de los ingresos y egresos, y traerlos a valor presente, luego de esto se divide el total de los ingresos sobre los egresos a valor presente, obteniendo como resultado la relación beneficio costo, que para este proyecto es de 1.7499, lo que representa que el proyecto tiene la capacidad de cubrir sus egresos en casi dos (2) veces.

### Periodo de Recuperación.

El periodo de recuperación refleja la cantidad de tiempo que el proyecto demora para recuperar el total de la inversión, una vez aplicado este cálculo al proyecto se determinó que el periodo en el cual los inversionistas recuperan la totalidad de la inversión es relativamente corto, pues el proyecto al cabo de nueve (9) meses y diecinueve (19) días o lo que serían 0.80 periodos, ya habría recuperado lo invertido.

### Valor Económico Agregado (EVA).

El valor económico agregado representa si el proyecto genera valor o lo destruye, realizando el cálculo adecuado para determinar lo dicho anteriormente se obtuvo el siguiente resultado.

CALCULO DEL VALOR ECONOMICO AGREGADO						
EVA	\$ 19.522.322	\$ 2.946.924	\$ 6.594.716	\$ 10.476.691	\$ 14.774.528	\$ 11.815.520
UTILIDA UODI	\$ 53.653.331	\$ 39.661.107	\$ 46.204.606	\$ 53.329.649	\$ 61.224.174	\$ 68.866.394
RENTABILIDAD DEL ACTIVO NETO	19,59%	13,46%	14,54%	15,51%	16,43%	15,04%
EVA CON RENTABILIDAD	\$ 19.522.322	\$ 2.946.924	\$ 6.594.716	\$ 10.476.691	\$ 14.774.528	\$ 11.815.520
DIFERENCIA WACC Y RENTABILIDAD	7,13%	1,00%	2,07%	3,05%	3,96%	2,58%
CALCULO ACTIVO NETO	\$ 273.893.759	\$ 294.623.168	\$ 317.860.560	\$ 343.885.467	\$ 372.748.086	\$ 457.820.590

Tabla 26. Cálculo de valor económico agregado  
Fuente: Autores

Los resultados reflejados en la tabla anterior siguen corroborando lo expresado por los ratios financieros anteriormente expuestos, pues el EVA demuestra que el proyecto genera un valor agregado de \$ 19.522.322 millones de pesos. Además se calcularon otros indicadores o ratios financieros de liquidez, endeudamiento y rentabilidad, que generalmente se utilizan para la evaluación de proyectos.

## **Diagnostico Financiero**

Para determinar la situación financiera de la de la tienda de cafés especiales “El Origen”, es necesario realizar un análisis de sus principales indicadores financieros de liquidez, endeudamiento y rentabilidad, con el fin de presentar una valoración completa que permita evidenciar el comportamiento de los estados financieros básicos, convirtiéndose en una herramienta de administración que sirve de base para la toma de decisiones.

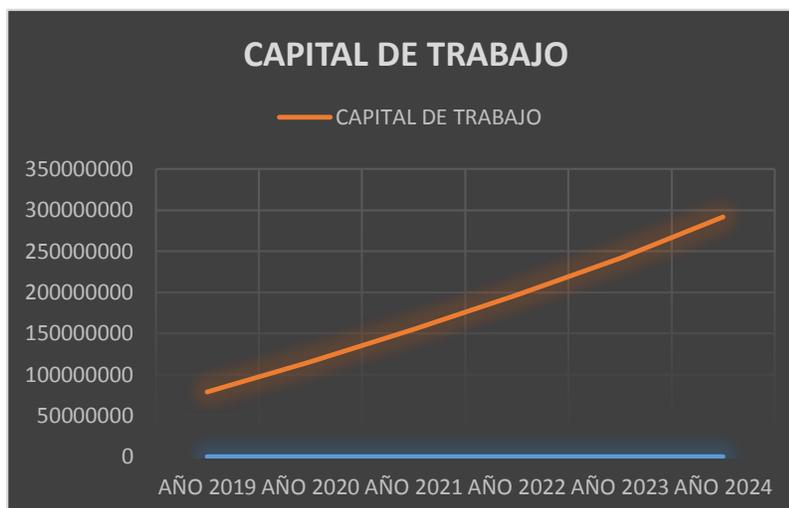
### **Indicadores de Liquidez.**

Los indicadores de liquidez son pilar fundamental para medir la solidez de la base financiera de cualquier ente económico a corto plazo, por lo tanto, estos indicadores se consideran el músculo financiero para solventar los pasivos de corto plazo, por lo cual, se establece la relación entre los activos y pasivos y posteriormente se establece los grados de liquidez de la empresa. Para validar la solvencia del proyecto se evaluará la razón corriente y el capital de trabajo.

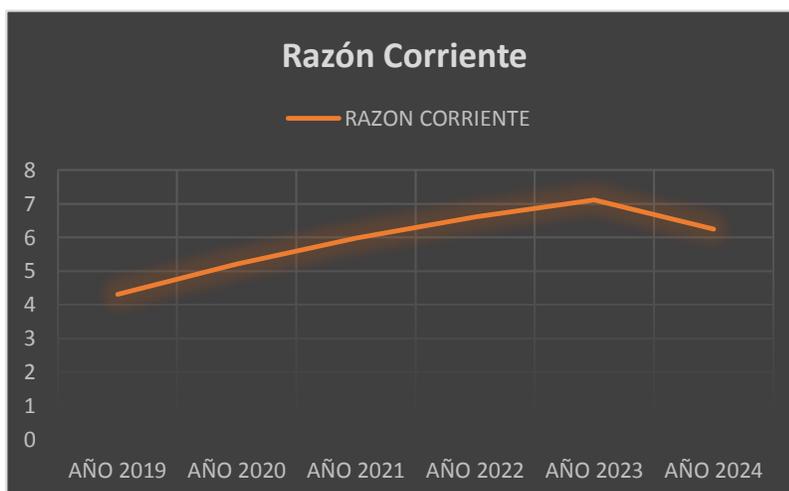
A partir del análisis de la información de la tienda de cafés especiales “El Origen”, se evidencia que la razón corriente es de \$ 4.31 pesos para el año 2019, lo que da a entender, que en este año por cada peso de pasivo corriente, la empresa dispone de \$ 4.31 pesos en el corto plazo para cubrir dicha obligación, además las proyecciones realizadas arrojaron que año tras año la capacidad para cubrir las obligaciones de corto plazo de la empresa se mantiene en \$ 5.91 pesos en promedio, dando mayor solvencia a la cafetería.

En cuanto al capital de trabajo que expresa los fondos con los que cuenta la empresa para atender las necesidades de su operación normal, la cafetería en el primer año de operación cuenta con \$78.450,113 y se espera un aumento progresivo los siguientes años, demostrando un alto grado de liquidez, que le permite operar de manera eficiente en el corto plazo.

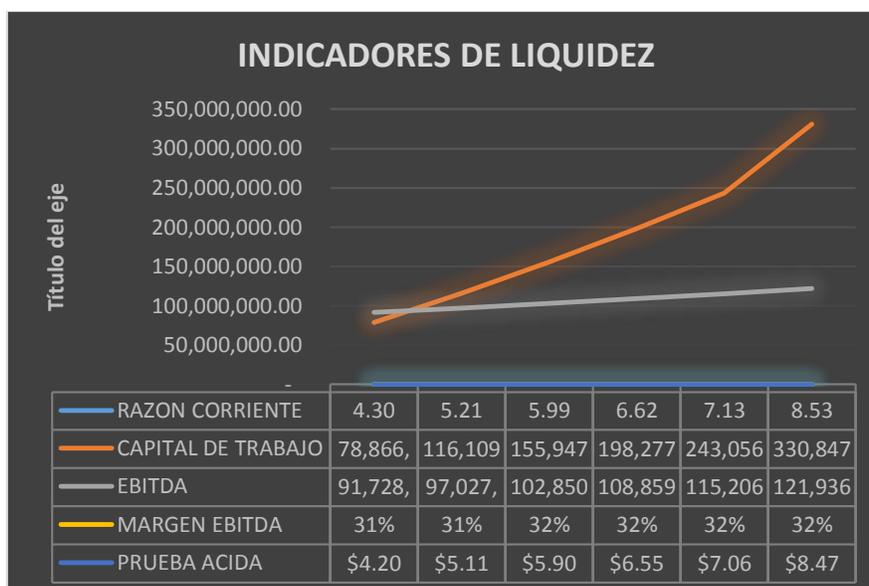
### *Indicadores proyectados de liquidez 2019-2024.*



Gráfica 4. Capital de trabajo  
Fuente: Autores (con base en estados financieros proyectados)



Gráfica 5. Razón corriente  
Fuente: Autores (con base en estados financieros proyectados)



Gráfica 6. Indicadores de liquidez

Fuente: Autores (con base en estados financieros proyectados)

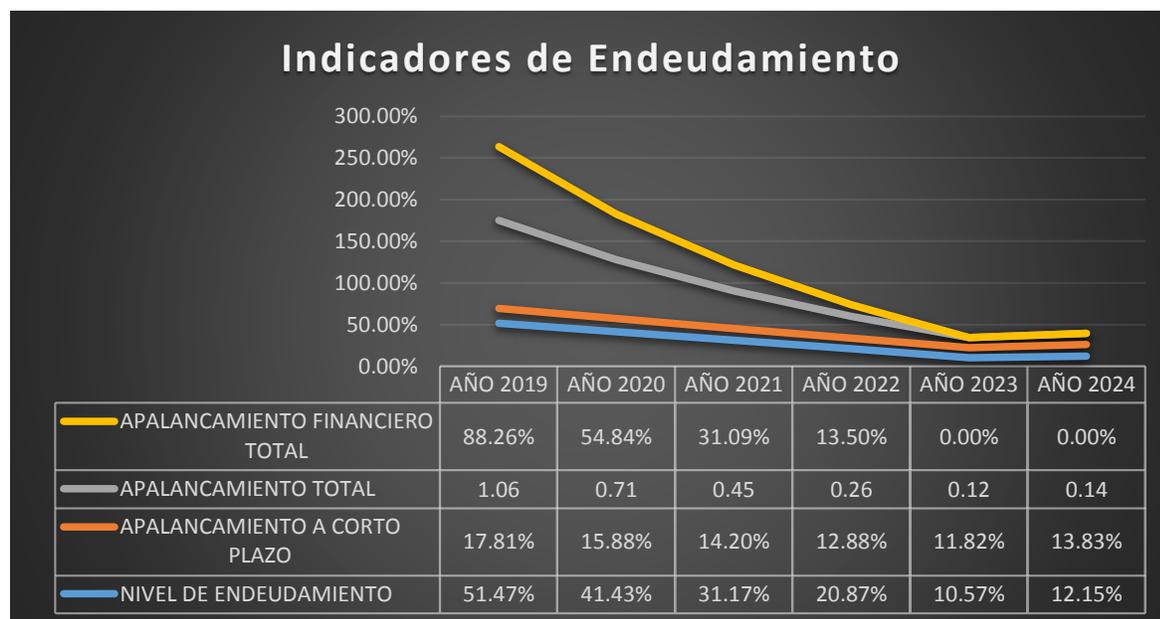
**Indicadores de endeudamiento.**

Estos indicadores permiten establecer el grado de participación de terceros y capital propio en la financiación de la empresa, así como establecer el riesgo en el que se incurre al momento de recuperar las inversiones por parte de los propietarios y los diferentes acreedores.

Con respecto al financiamiento de la empresa, se evidencia que el 51.47% del total de la inversión está dado por terceros, lo que significa que por cada peso en el activo se debe 51.47 centavos en su primer año a acreedores externos, en los años siguientes, este nivel de endeudamiento disminuye y se proyecta que al final de los 5 años se ubique en 12.15%, siendo esto un bajo nivel de endeudamiento para la empresa.

Del total de la financiación externa el 17.81% se debe liquidar en menos de un año, lo que significa que la empresa no tendrá grandes salidas de dinero a corto plazo, en cuanto al apalancamiento total la empresa tiene comprometido su patrimonio 1.06 veces en su tope más alto, y 0.12 veces en el más bajo, en tanto el apalancamiento financiero de la empresa refleja que el

patrimonio de la misma está comprometido con el sector financiero en un 88.26% al momento de iniciar operaciones, y este va disminuyendo respectivamente al pago de la obligación.



Gráfica 7. Indicadores de endeudamiento  
Fuente: Autores (con base en estados financieros proyectados)

### **Indicadores de rentabilidad.**

Por medio de los indicadores de rentabilidad la empresa puede medir la capacidad que tiene para obtener beneficios a nivel operativo por medio de los diferentes márgenes bruto, operacional, neto y ebitda, así como también es posible medir los beneficios financieros que generan los recursos propios y el activo, a través del Roe y Roa.

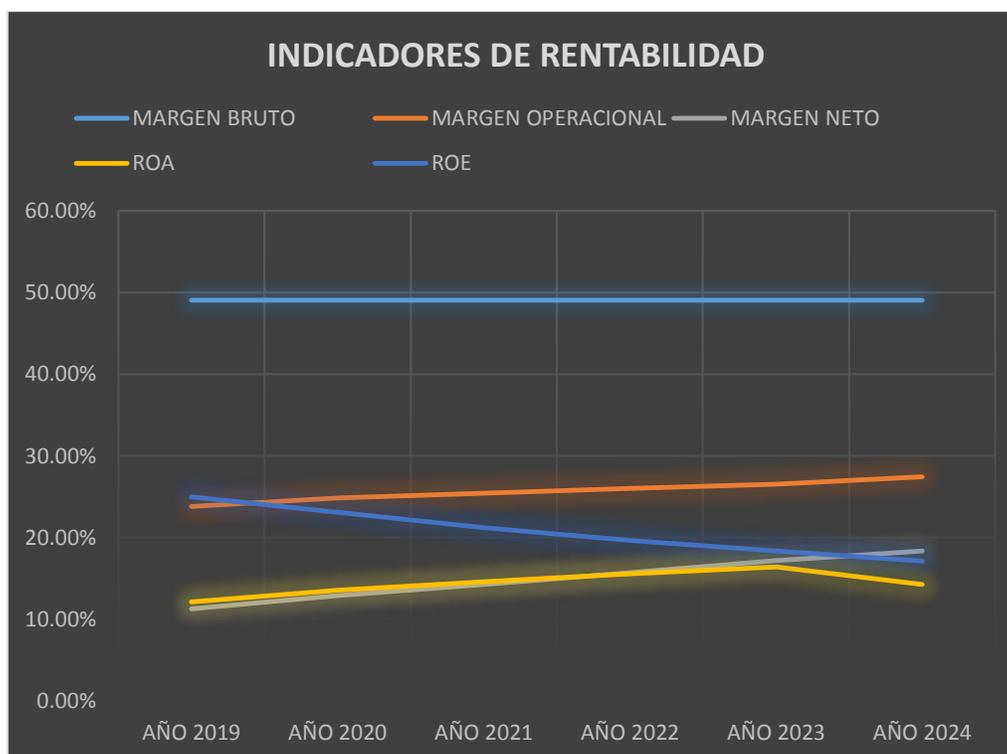
Para el proyecto se puede asegurar que la estrategia de la administración en cuanto a la fijación de los precios, es eficaz, pues se evidencia que el margen bruto se mantiene constante a través de los años proyectados, lo que quiere decir que se está administrando de manera correcta la fijación de precios y principalmente el manejo dado a los costos de venta, es eficiente, dando como resultado un margen bruto de 49.06% al igual que el indicador anterior, el margen neto nos refleja

que la utilidad después de liquidados gastos financieros e impuestos, los accionistas siguen obteniendo utilidades positivas, siendo este del 11.18% en su primer año e incrementándose hasta llegar a un 18.33% al final de las proyecciones. Estudiando los indicadores más importantes para la rentabilidad del proyecto, se encuentra frente al ROE, indicador fundamental al momento de evaluar la empresa.

Para el presente proyecto se espera que este indicador ofrezca a los accionistas un 24.76% de rentabilidad sobre su patrimonio en su inicio, lo que significa que por cada peso aportado por los accionistas, se les retornara 24.76 centavos, haciendo de su aporte una gran inversión, al comparar con la tasa de rentabilidad esperada (TIO) 8.14%, se evidencia que el proyecto responde positivamente frente a la demanda de los inversionistas.

De igual forma se evaluó el ROA, debido a que es catalogado como el índice de excelencia al momento de medir el éxito empresarial, ya que gracias a su análisis se amplía la visión de todos los factores que contribuyen en el proceso de generación de valor en un ente económico, reflejando la capacidad de los activos de generar rentabilidad. Soportados en lo anterior, y obteniendo como resultado un 12.02% en la rentabilidad de los activos en el primer año de operación, con un crecimiento porcentual de 1.45%, es posible evidenciar que la empresa genera valor, considerando que el costo de capital es de 12,46% es decir que cubre con los costos de las diferentes fuentes de financiación tanto internas como externas.

Por otro lado el EBITDA y margen EBITDA, se proyectan en \$ 91.162.888 millones de pesos y en 31% respectivamente para su primer año, reflejando que el proyecto valorado desde el proceso netamente operativo es viable y que la eficiencia de la empresa en la conversión del efectivo es adecuada.



Gráfica 8. Indicadores de rentabilidad 2019 -2025  
Fuente: Autores (con base en estados financieros proyectados)

El presente proyecto se pretende evaluar teniendo como referencia una de las empresas más grande del sector de bebidas de café, para tal efecto se toma como referente la empresa *Juan Valdez*, el cual se constituye como el principal competidor debido al gran nivel de influencia que tiene esta empresa en el mercado.

Al realizar el análisis de los estados de situación financiera de dicha empresa, se evidencia que los indicadores de liquidez, endeudamiento y rentabilidad, son los mismos con los que se evaluó la tienda de café “El Origen”, y estos expresan resultados negativos, y al ser contrastados con los arrojados en el estudio de factibilidad adelantado, se puede asegurar que el capital de cualquier inversionista o acreedor, se encuentra más seguro y con más posibilidades de remunerar utilidades en esta inversión.

A continuación se presentan los contrastes entre los indicadores financieros de ambas empresas teniendo como referencia el año 2017 para Juan Valdez y el año 2019 para la tienda de cafés especiales “El Origen”.

INDICADORES DE LIQUIDEZ	JUAN VALDEZ	CAFÉ EL ORIGEN
	AÑO 2017	AÑO 2019
RAZON CORRIENTE	\$ 0,76	\$ 4,30
CAPITAL DE TRABAJO	- 22.249.476,00	78883029,65
PRUEBA ACIDA	\$ 0,519	\$ 4,20
INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO	JUAN VALDEZ	CAFÉ EL ORIGEN
	AÑO 2017	AÑO 2019
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	77,48%	51,44%
APALANCAMIENTO A CORTO PLAZO	261,93%	17,91%
APALANCAMIENTO TOTAL	344,13%	105,94%
APALANCAMIENTO FINANCIERO TOTAL	141,00%	88,03%
INDICADORES DE RENTABILIDAD	JUAN VALDEZ	CAFÉ EL ORIGEN
	AÑO 2017	AÑO 2019
MARGEN BRUTO	62,99%	49,06%
MARGEN OPERACIONAL	3,23%	23,83%
MARGEN NETO	0,34%	11,26%
ROA	0,65%	12,13%
ROE	2,89%	24,98%

Tabla 27. Comparación indicadores financieros Juan Valdez y Café el Origen  
Fuente: Autores (con base en estados financieros proyectados)

### Análisis de Sensibilidad

Siguiendo con la evaluación del proyecto y para terminar, se aplicó un análisis de sensibilidad para de esta forma determinar algunos factores que pueden llegar a ser críticos al momento del éxito o fracaso del mismo, en primer lugar se evaluó el proyecto afectando el WACC en dos (2) puntos porcentuales, con el fin de contrastar los valores que este arrojaría al ser evaluado partiendo desde un punto optimista y otro pesimista

PRECIO 15000	
WACC	VPN
14,46%	1.192.437,28
12,46%	<b>13.301.864,19</b>
10,46%	30.260.789,87

Tabla 28. Análisis de sensibilidad teniendo en cuenta el WACC  
Fuente: Autores (con base en estados financieros proyectados)

Con la anterior tabla se puede evidenciar la magnitud del cambio que sufre el proyecto manteniendo el mismo costo de la materia prima, pero siendo modificado el WACC del proyecto.

Por otra parte se afectó el precio de la materia prima, ya que es un de las variables más vulnerables a un cambio en tiempo futuro, por lo que al igual que al WACC, se evaluó desde dos (2) puntos distintos, expresando los siguientes resultados.

WACC 12,46%		
PRECIOS	VPN	TIR
\$ 15.300	14.997.053,35	14,63%
\$ 15.000	<b>\$ 13.301.864,19</b>	14,39%
\$ 14.700	11.606.688,73	14,14%

Tabla 29. Análisis de sensibilidad teniendo en cuenta los precios  
Fuente: Autores (con base en estados financieros proyectados)

Con lo anterior es válido afirmar que el estudio de factibilidad para la creación de una tienda temática de café especial, presenta una sensibilidad sumamente elevada, como se evidencia en las tablas anteriores, por lo tanto, se recomienda a socios e inversionistas estar al pendiente de los más mínimos cambios, no solo en las variables afectadas, sino también, en cualquier otra que pueda llegar afectar al proyecto.

## Cronograma de Ejecución

Cronograma para entrega de la tienda																																					
"El Origen" Coffes Special																																					
ACTIVIDADES:	SEMANAS																																Total actividad				
	Año 2018												Año 2019																								
	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo						Sema nas	%	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32						
busqueda y selección del local																																				4	6%
selección del diseño temático																																				6	9%
Adquisición de maquinaria, equipos y otros activos fijos.																																				3	5%
Adecuación del local																																				3	5%
Contratar personal																																				2	3%
Validar los reglamentos internos de la Empresa																																				10	16%
Seguimiento tramites de Registro Sanitario y licencias de funcionamiento																																				10	16%
Realizar promocion de "El Origen", café especial de altura																																				22	34%
Apertura de "El Origen" Coffes Special																																				4	6%

Tabla 30. Cronograma de ejecución  
Fuente: Autores

## Conclusiones y Recomendaciones

A manera de conclusiones y recomendaciones se pueden exponer ciertas variables que son de gran importancia para el estudio, pues de estas variables depende la óptima funcionabilidad, y de no ser atendidas o tenidas en cuenta el proyecto podría presentar dificultades en tiempos futuros.

Para comenzar, una de las variables principales que podría afectar el proyecto de manera drástica es la fluctuación de los precios de la materia prima, lo anterior se presenta de manera común debido a factores naturales que limitan la producción del fruto, lo que para el proyecto significaría una limitada oferta por parte de los proveedores que no lograría cubrir los toques demandados, generando pérdidas a la empresa.

Los factores que más influyen en la destrucción y retraso de la producción de café son principalmente enfermedades y cambios climáticos extremos, en primer lugar las enfermedades que suelen atacar a los cultivos se originan en el exterior, pero que de alguna manera logran llegar hasta estos territorios ocasionando grandes pérdidas en todo el mercado, y en segundo lugar los cambios climáticos también son responsables en gran parte de estropear las cosechas y plantíos, pues el exceso de agua y sol, conllevan a la alteración de las mismas cosechas.

Un punto fundamental del proyecto, y parte esencial de la gran rentabilidad que este obtuvo fue gracias a la innovación en la carta de productos que se van a ofrecer dentro de la tienda, aunque, si bien es cierto, se va a trabajar con preparaciones de café que la comunidad ya conoce bien, se implementaran preparaciones de cafés mediante métodos de filtrado, cuya utilización en la ciudad actualmente es casi nula. Sin embargo, el principal pilar de la tienda lo hacen los tipos de cafés con los que se van a trabajar *Honey* y *Natural*, pues estos, son en su mayoría exportados a países europeos, norteamericanos y algunos asiáticos, por lo que a nivel local el conocimiento sobre ellos

es muy poco. Esto será una oportunidad para la tienda de cafés especiales “El Origen”, de contar con productos únicos y novedosos en su clase.

Basados en lo anterior, y buscando encabezar el mercado de las bebidas a base de café en la región se recomienda a los socios e inversionistas promover estrategias comerciales por medio de las cuales se pueda promover cada vez más este nuevo producto, buscando incrementar el mercado y los clientes potenciales.

Otra variable que distingue al proyecto y lo hace único en más de un departamento Colombiano es la adopción de las X-TABLE, mesas inteligentes y multifuncionales, las cuales cuentan con un software personalizado que permite hacer los pedidos mediante una red inalámbrica, además ayudará al cliente a familiarizarse con los procesos de producción del café con los cuales trabaja la tienda y mucha otra información sobre variedades, preparaciones, y combinaciones de los cafés; entonces, las X-TABLE tienen la gran responsabilidad de ser las intermediarias entre la tienda y los clientes, por ello, se deben tener ciertas precauciones que pueden afectar en la funcionalidad de las misma y hasta del mismo proyecto.

Por lo anterior, se debe asegurar que el soporte técnico y las capacitaciones que los proveedores brinden en instalación de las X-TABLE sean las mejores en su tipo, puesto que una falla en el funcionamiento del software limitaría el rendimiento de la tienda generando insatisfacción por parte de los clientes.

Buscando que la empresa se consolide en la punta del mercado, se recomienda que la instalación de las mesas sea llevada a cabo por parte de un profesional, y que los socios estén al tanto de las actualizaciones que estas pudieran requerir para un funcionamiento óptimo dentro de la tienda.

Por último, se puede concluir que además de tener presentes las variables mencionadas con anterioridad, se debe prestar atención al hecho de que el proyecto es algo nuevo y que busca innovar; al no tener competencia directa lo convierte en una gran ocasión de incursionar en este mercado de las tiendas de café, lo anterior, sin obviar el hecho de que muchas personas eligen un sitio de preferencia basados en su tradición y reconocimiento ganado a través de los años, sumado a la ubicación estratégica, como por ejemplo, con la que cuenta la mayor competencia (Juan Valdez).

Estos aspectos pueden transformarse en el presente y futuro en un problema para la tienda de cafés especiales “El Origen”, pero por otro lado, no se puede desconocer que el ser humano es de fácil cambio en su elección y adaptación a los lugares, así, debe procurarse que el cliente siempre se sienta mejor, ofreciendo un nuevo lugar donde encuentre experiencias únicas, por esto, que la apuesta de convertir a “El Origen” en la mejor tienda de cafés es un reto.

Se concluye de manera gratificante que los resultados que se han obtenido a lo largo del desarrollo del proyecto han sido notablemente buenos, lo que para los inversionistas se traduce en buenas rentabilidades sobre su inversión; en cuanto a las variables que pueden afectar el buen desarrollo del proyecto, pueden ser mitigadas en gran manera siempre y cuando se identifiquen en forma rápida.

### Referencias Bibliográficas

- Alcaldía Municipal de Popayán. (2012). *Licencia de funcionamiento*. Obtenido de <http://popayan.gov.co/empresarios/programa-formalizate/requisitos>
- Alcaldía Municipal de Popayán. (s.f.). *Concepto de uso de suelos*. Obtenido de <http://www.popayan.gov.co/ciudadanos/tramites-y-servicios/tramites/concepto-de-uso-del-suelo>
- Altman, R. (s.f.). *Las formas más efectivas de publicidad*. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/las-formas-ms-efectivas-de-publicidad-7743.html>
- Café de Colombia. (s.f.). *Conservación del café*. Obtenido de [http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/el\\_cafe\\_de\\_colombia/preparaciones/conservacion\\_del\\_cafe/](http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/el_cafe_de_colombia/preparaciones/conservacion_del_cafe/)
- Caja de Compensaciones del Cauca. (2015). Obtenido de <http://www.comfacauca.com>
- Cenicafé, Centro Nacional de Investigación del Café. (2006). *Buenas prácticas agrícolas para el café*. Chinchina - Caldas.
- Código de Comercio. (s.f.). *Artículo 110. Requisitos para la Constitución de una sociedad*. Obtenido de [http://leyes.co/codigo\\_de\\_comercio/110.htm](http://leyes.co/codigo_de_comercio/110.htm)
- Congreso de la República. (2008). *Ley 1258 de 2008*. Obtenido de Diario Oficial No. 47.194: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html)
- Dávila, E. (2015). Popayán, más que una ciudad blanca. *El Espectador*, págs. <https://www.elespectador.com/publicaciones/buen-viaje/popayan-mas-una-ciudad-blanca-articulo-584721>.

## **Anexos**

A continuación se relacionan anexos que fueron desarrollados en el proyecto, los cuales son importantes, en tanto aportaron en la construcción de este estudio de factibilidad y que permiten complementar lo que aquí se ha planteado.

## Anexo 1. Cotización de X- Table



## Oferta

# EST-000025

**DigaliX América**  
 INNOVACIÓN EDUCATIVA S.A.S.  
 Carrera 65 # 49 B - 21 Local 207 Centro comercial los Sauces.  
 Medellín Antioquía Colombia

Facturar a

**Sr. Rodrigo Montenegro**

Fecha presupuestó : 02 oct 2018

Fecha vencimiento : 02 nov 2018

Artículo & Descripción	Cant.	Precio	Importe
BEXs43/40ANCAINMU XTable multitouch modelo Bend Xs (43") 40 touch. SO Android. Color muestrario. Capacitiva.	8.00	15.437.887,40	123.503.099,20
<b>Subtotal</b>			123.503.099,20
<b>IVA (19%)</b>			23.465.588,84
<b>Total</b>			<b>\$146.968.688,04</b>

### Notas

Estimado (a), Recuerda que tienes la posibilidad del Renting Tecnológico con tus entidades bancarias, esta opción te facilitará el pago por cuotas.

### Términos y condiciones

Incluyen impuestos y gastos de aduana.  
 Incluye transporte a cualquier lugar de Colombia.  
 Incluye sistema operativo como lo desee el cliente. (Restaurant, cafetería, entre otros.)  
 No se incluyen servicios de instalación eléctrica ni cableados.

Condiciones de Cancelación: La cancelación del pedido aceptado supone la facturación del 100%.

Plazos de entrega: 60 días para la puesta en marcha a partir de la transferencia.

Condiciones de Pago: 100% Transferencia avanzada Datos

Bancarios:

Aceptado  
 Firma y sello:

## Anexo 2. Cotización de maquinaria

### BARISTA PRO 2 Grupos BLACK & WOOD

Caldera de acero Inox 14 Litros Acabados en negro y madera Dosificador electrónico Potencia 3,500 Watts Presion bomba: 16 Bares 2 lanzas de vapor Erogador independiente Motor bomba rotativa Manómetros de alta precisión Sistema de preinfusion programado Autonivel electronico Dosificacion volumetrica Termostato de café 95° Portafiltro 60 mm

Medidas: 700 x 475 x 535  
Peso: 71 Kgs  
Valor: \$16,500,000

[www.coffeelovers.com.co](http://www.coffeelovers.com.co)

  
**Coffee Lovers**  
by ascaso



**ascaso**  
for coffee lovers

### BARISTA PRO 2 Grupos

Caldera de acero Inox 14 Litros Dosificador electrónico Potencia 3,500 Watts Presion bomba: 16 Bares 2 lanzas de vapor Erogador independiente Motor bomba rotativa Manometro de presion de caldera y bomba Sistema de preinfusion programado Autonivel electronico Dosificacion volumetrica Termostato de café 95° Portafiltro 60 mm Medidas: 700 x 475 x 535 Peso: 71 Kgs Valor: \$15,500,000

  
**Coffee Lovers**  
by ascaso



**ascaso**  
for coffee lovers

## MOLINO F 5

---

Voltaje 110  
 Cuerpo de aluminio  
 Capacidad de tolva de 1.5 Kg  
 Peso neto 14 kilos  
 Alto ancho y Profundo 230/615/270 mm  
 Giros por minuto 1350 Potencia 350  
 Watts  
 Fresas Ø 64 mm  
 Aro dosificador de 250 grs  
 Regulación de molienda micrométrica continúa  
 Dispensador ajustable cargas entre 5,5 –  
 10grs Valor: \$3,500,000

[www.coffeelovers.com.co](http://www.coffeelovers.com.co)



**Coffee Lovers**



**ascaso**  
for coffee lovers

## MOLINO F8

Molino F8  
 Voltaje 220  
 Cuerpo de Acero  
 Fresas Ø 64  
 Tipo de Fresas: Planas  
 Capacidad de tolva de 1.5 Kg  
 Peso neto 13 kilos  
 Alto ancho y Profundo  
 635/210/365 mm  
 Contador Diario  
 Múltiples Idiomas  
 Indicador de Cambio de Fresas  
 Contador Perpetuo  
 Giros por minuto 1300  
 Potencia 350 Watts  
 Fresas 60 Aro dosificador Aluminio  
 Regulación de molienda  
 micrométrica continúa  
**Valor: \$4.500.000**



**Coffee Lovers** by ascaso 



Anexo 3. Cotización de vinilos



publicidadsoluciones@gmail.com

**JUAN pablo VEGA ordoñez**  
 nit. 76342895-9  
 régimen simplificado  
**312 249 88 97**  
 timbío - CAUCA

**Factura de Venta**  
 No. 1077

nombre: <b>RODRIGO MONTENEGRO</b>	nit/c.c.:	ciudad:	teléfono:
dirección:	fecha: <b>27/10/2018</b> <small>día mes año</small>		

cantidad	descripción	vr. unitario	vr. total
1	VINILO ADHESIVO ALTA RESOLUCION, DE 500 cm X 250 cm	225.000	225.000-
PARA 5 VINILOS = \$ 1.100.000.			

COTIZACION

fecha de entrega

--	--	--

abono

--	--	--

saldo

--	--	--

total a pagar \$

--	--	--

firma y sello

---

Esta Factura se asimila en sus efectos legales a la Letra de Cambio según Art. 774 del Cod. de Comercio.

Impreso por: Publicidad soluciones graficas cel: 312 249 88 97 Timbío Cauca

## Anexo 4. Especificaciones de Tostadora de Café



### Tostadora café profesional TN-2 PLUS

#### Especificaciones técnicas

Las tostadoras de café vienen equipadas con una pantalla táctil, quemadores modulantes y un módulo WI-FI que nos permite visualizar y controlar la tostadora a distancia, desde un móvil, una Tablet o un PC, dicha señal se puede llevar a una pantalla grande para que todos los clientes puedan visualizar la curva de tueste que ésta realizando su producto en directo y así certificar que el producto ha sido tostado de la forma más óptima posible. Además de las posibilidades de show que esto permite para una coffee shop.

En las imágenes exponemos un ejemplo de seguimiento de gráfica de tueste en modo automático. La curva azul es la curva patrón o guía, en este caso realizada con 2kg de producto, y la curva roja en la que se va generando de forma automática habiendo introducido 1kg de café, como se puede apreciar, la tostadora realiza la misma curva sin necesidad de tener que reprogramar la máquina y con la total garantía de que el resultado final va a ser exactamente el mismo.

Equipamiento  
 Tolva carga  
 PLC y pantalla táctil Schneider  
 Control inteligente de tueste  
 Enfriador con aspiración  
 Saca muestra  
 Depósito cascarilla  
 Puerta limpieza enfriador  
 Decantador independiente  
 Quemador

#### Datos técnicos

Energía:

\* Gas natural: 0,2 a 0,4 m<sup>3</sup>/h

\* Gas butano: 0,1 a 0,3

kg/h Producción: 6 - 8 kg/h

Potencia 0,5 Kw

Tensión 220 V 50/60 Hz

Potencia calorífica máxima:

5.000Kcal/h Dimensiones:

Largo 984 mm

Ancho 801 mm

Alto 937 mm

Peso: 85 kg



Anexo 5. Logo de la Tienda de Cafés Especiales “El Origen”



## **Anexo 6. Apartes de la entrevista realizada al señor Diego Samuel Bermúdez**

### ***Diego Samuel Bermúdez Tapia.***

Productor de café, Finca El Paraíso, Los Arados (Tunía)

Muchachos llevo más de 10 años produciendo café, soy oriundo de una familia cafetera del municipio de Bolívar Cauca, de ahí el amor por esta cultura, hace ya dos años en un diciembre, después de haber leído en la internet sobre los procesos honey y natural, desperté con la locura de comenzar a producir café de alta calidad mediante estos procesos, en mi familia pocos creían en este proyecto y hoy en día tengo a toda mi familia sembrando café y queriendo secar el café mediante procesos honey y natural, ya que estos procesos y el café nos cambió la vida, y nos ha traído reconocimientos a nivel nacional e internacional por el gran aporte que hemos realizado a los mercados cafeteros, y hoy en día tenemos importantes convenios desde países como Italia, Francia y Estados Unidos.

Las variedades que se maneja en la finca el Paraíso son, caturro, variedad Colombia, bourbon rosado, geisha, castillo, tabi, entre otras, pero las que nombre son las más representativas, y en cuanto a los precios, hemos logrado vender libra de café en 17 dólares de la variedad geisha, y de las otras variedades las hemos negociado de 4 a 10 dólares por libra. Por lo regular se seca el café, como lo pide el cliente, pero si la mayoría de producción se realiza mediante esos procesos.

*Don Diego nuestra idea consiste en crear una tienda de café en la ciudad de Popayán, donde solo se comercialice bebidas a base de café, donde el café sea procesada mediante estos procesos (Honey y Natural). Partiendo de lo anterior, solo tenemos conocimiento de usted y de Don Oscar Eduardo Aparicio que trabajan el café mediante estos procesos, por lo tanto queríamos saber si usted se podría convertir en un proveedor principal para la tienda.*

Pues muchachos me encanta esa idea, además podemos mirar y trabajar con precios más asequibles para el mercado del departamento, pues este proyecto que ustedes emprenden podría fortalecer el mercado del café mediante estos procesos.

*¿Don Diego y en cuanto estaría dispuesto a vendernos la libra de café?*

Muchachos, (risas) tocaría mirar bien y hacer cálculos, pero por ahora se las podría dejar en 40.000 pesos libra de geisha, y de las demás variedades, las podría comercializar en 15.000 pesos por libra, y eso por lo que les acabe de decir anteriormente, que este proyecto fortalezca el mercado del café en Popayán y el cauca.

## **Anexo 7. Apartes de la entrevista realizada al señor Oscar Eduardo Aparicio**

*Oscar Eduardo Aparicio,*

Productor de café, Finca La Rejoya, Popayán Cauca.

Muchachos llevo más de 20 años cosechando café, este ha sido el negocio de toda la vida de mi familia, ya hace más de cuatro años conocí los procesos honey y natural, por lo que quise experimentar y el resultado fue maravilloso, comenzando desde ese día, solo producir calidad y no cantidad.

Las variedades que se maneja en nuestra finca son, caturro, variedad Colombia, bourbon rosado, geisha, castillo, tabi, entre algunas otras que estamos experimentando en este momento, y en cuanto a los precios los manejo de la mano con Diego Samuel Bermúdez. Ya que todo el proceso lo realizamos de la mano por lo tanto obtenemos los mismos beneficios.

*¿Y todas estas variedades las secan mediante procesos tipo honey y natural?*

Por lo regular se seca el café, como lo pide el cliente, pero si la mayoría de producción se realiza mediante esos procesos.

*Don Oscar nuestra idea consiste en crear una tienda de café en la ciudad de Popayán, donde solo se comercialice bebidas a base de café, donde el café sea procesada mediante estos procesos (Honey y Natural). Partiendo de lo anterior, solo tenemos conocimiento de usted y de Diego Samuel Bermúdez que trabajan el café mediante estos procesos, por lo tanto queríamos saber si usted se podría convertirse en un proveedor principal para la tienda.*

Pues muchacho ese es la idea que toda la vida he querido desarrollar, pues este proyecto que ustedes emprenden podría fortalecer el mercado del café mediante estos procesos y obtener más beneficios para los productores.