



**PROYECTO DE NEGOCIO INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ  
ORGÁNICO & GOURMET AL MERCADO ALEMÁN**

**CALVO SUAREZ, ERIKA JULIETH**

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO  
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA COMERCIO INTERNACIONAL  
DIRECCIÓN NACIONAL UDCII**

**SANTIAGO DE CALI**

**2020**



**PROYECTO DE NEGOCIO INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ  
ORGÁNICO & GOURMET AL MERCADO ALEMÁN**

**Trabajo de grado presentado por:  
CALVO SUAREZ, ERIKA JULIETH código:20701918348**

**Director de trabajo de grado:  
LISANYURY CARREÑO PINTO**

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO  
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA COMERCIO INTERNACIONAL  
DIRECCIÓN NACIONAL UDCII  
SANTIAGO DE CALI**

**2020**



## AGRADECIMIENTOS

La siguiente es para agradecer la asesoría, colaboración y todo el conocimiento brindado desde las diferentes áreas, que permitieron elaborar este proyecto y ampliar el conocimiento en el comercio internacional.

Cordial saludo a:

Lisanyury Carreño Pinto

Rafael Antonio Muñoz Aguilar

Fernando Augusto Aguirre Gómez





# Contenido

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	8
<b>ABSTRACT</b> .....	8
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	9
<b>1. ESTUDIOS PRELIMINARES</b> .....	10
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	10
<b>1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO</b> .....	10
<b>1.2.1 Objetivo General</b> .....	10
<b>1.2.2 Objetivos Específicos:</b> .....	10
<b>1.3 ALCANCE</b> .....	11
<b>1.4. JUSTIFICACIÓN</b> .....	11
<b>2. METODOLOGÍA</b> .....	12
<b>2.1. Fuentes de información secundarias</b> .....	12
<b>2.2. Definición y justificación del tipo de estudio.</b> .....	13
<b>3. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	14
<b>3.1. Análisis de los Antecedentes</b> .....	14
<b>3.1.1.Producto</b> .....	14
<b>3.1.2. Características del consumidor</b> .....	16
<b>3.1.3. Análisis de la Demanda</b> .....	17
<b>3.1.4. Análisis de la Oferta</b> .....	19
<b>3.1.5.Análisis de Precios</b> .....	19
<b>3.1.6. Sistemas de Comercialización</b> .....	21
<b>4. ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	22
<b>4.1. Localización: macro localización y micro localización tanto del país de origen como del país de destino.</b> .....	22
<b>4.3. Ingeniería del proyecto</b> .....	24
<b>5. ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS</b> .....	27
<b>5.1. Impacto empresarial generado con el proyecto</b> .....	27
<b>5.2. Estructura Organizacional</b> .....	27
<b>5.3. Planeación Estratégica</b> .....	27
<b>6. ESTUDIO LEGAL</b> .....	29
<b>6.1. Tipo de empresa a crear o reestructurar</b> .....	29
<b>6.2. Requisitos legales de constitución</b> .....	29
<b>6.3. Normatividad aplicable para el producto tanto en el país de origen como en el de destino general (legal, tributaria, aduanera, sanitaria, técnica, etc.)</b> .....	29



<b>7. ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	29
7.1. Inversiones y fuentes de financiación (balance preoperativo) .....	29
7.2. Presupuestos de ingresos, costos, gastos.....	30
7.3. Determinación de los costos unitarios de exportación .....	30
7.4. Estado de resultados del proyecto .....	30
7.5. Flujo de caja del proyecto.....	30
7.6. Flujo de caja del Inversionista .....	30
7.7. Análisis del punto de equilibrio .....	30
<b>8. EVALUACIÓN FINANCIERA</b> .....	30
8.1. Valor Presente neto – VPN.....	30
8.2. Tasa Interna de retorno -TIR .....	31
8.3. Periodo de recuperación de la inversión – PRI .....	31
8.4. La razón ingreso a la inversión .....	31
8.5. Relación Costo – Beneficio .....	31
8.6. Análisis de sensibilidad .....	31
8.7. Análisis de Riesgo.....	32
<b>9. IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL</b> .....	33
<b>LOGROS</b> .....	33
<b>CONCLUSIONES</b> .....	34
<b>RECOMEDACIONES</b> .....	35
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	36

## LISTA DE IMAGENES

Imagen 1 empaque del producto mercado local	14
Imagen 2 Etiquetas del producto mercado local	15
Imagen 3 Nuevo diseño del café orgánico y Gourmet	15
Imagen 4 Super Natur Markt	21
Imagen 5 mapa de Colombia	22
Imagen 6 municipio de Pijao	22
Imagen 7 veredas que conforman el municipio de Pijao	23
Imagen 8 bandera y mapa de Alemania	23
Imagen 9 mapa de Hamburgo	23
Imagen 10 embalaje del café	26
Imagen 11 Estructura Organizacional	27



## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Metodología utilizada	12
Tabla 2 Subpartida arancelaria	16
Tabla 3 matriz de selección de mercados	17
Tabla 4 Matriz de selección ciudad	18
Tabla 5 estimación de la demanda	19
Tabla 6 competencia internacional	19
Tabla 7 competencia nacional	20
Tabla 8 Flujograma del proceso de producción y exportación del café	25
Tabla 9 análisis FODA	28
Tabla 10 presupuesto de ventas	31
Tabla 11 matriz de riesgo	32

## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo principal de este trabajo es realizar un plan de negocio internacional para la exportación de café orgánico y Gourmet 100% natural al mercado alemán, dando respuesta a preguntas como ¿Será viable entrar al mercado alemán con un producto colombiano como lo es el café orgánico & gourmet? En la elaboración del proyecto se utilizó la metodología descriptiva en la cual se utilizaron fuentes de información secundarias de diferentes entidades oficiales tales como: Procolombia, FNC, la Agencia central de inteligencia CIA, la organización internacional del café, entre otras. Gracias a la información brindada por estas entidades nacionales e internacionales se pudo desarrollar con éxito la investigación y estudio del mercado para caracterizar el producto permitiendo el análisis de la oferta y la demanda, teniendo en cuenta diferentes variables como la cultura, la economía, las preferencias de consumo y las relaciones internacionales entre Colombia y Alemania, el cual es nuestro país destino para la exportación de café orgánico y Gourmet.

**PALABRAS CLAVES:** exportación, café, orgánico, Gourmet, mercado, consumo, Colombia, Alemania.

## ABSTRACT

The main objective of this work is to carry out an international business plan for the export of 100% natural organic and Gourmet coffee to the German market, answering questions such as: Will it be viable to enter the German market with a Colombian product such as organic coffee & gourmet ?, in preparing the project, the descriptive methodology was used in which secondary sources of information from different official entities were used such as: procolombia, FNC, the central intelligence agency CIA, the international coffee organization, among others, Thanks to the information provided by these national and international entities, it was possible to successfully carry out research and study of the market to characterize the product, allowing the analysis of supply and demand, taking into account different variables such as culture, economy, preferences. consumption and international relations between Colombia and Germany which is our country of destination for the export of organic and gourmet coffee.

**KEY WORDS:** export, coffee, organic, Gourmet, market, Colombia, Germany.



## INTRODUCCIÓN

Utilizando todos los conocimientos adquiridos durante la carrera de Comercio Internacional se creó una empresa ubicada en el departamento del Quindío en el municipio de Pijao, la cual realizará una exportación a la ciudad de Hamburgo en Alemania; aprovechando la buena relación de Colombia con la Unión Europea se llevará a este país un producto natural y de calidad como lo es el café orgánico y Gourmet, cosechado con métodos artesanales en una completa armonía con la naturaleza, sin la utilización de químicos en los cultivos, ni conservantes u otros insumos en el café tostado y molido dando como resultado un producto rico y saludable que brinda múltiples beneficios a la salud de los seres humanos.

Este proyecto nació de la problemática que viven los caficultores de Colombia, debido a los bajos precios del café, desde hace varios años este sector ha perdido rentabilidad afectando a miles de familias colombianas; también se busca con este proyecto aprovechar la oportunidad identificada en el mercado alemán en el consumo de productos con historia y orgánicos, además de generar una gran fuente de ingresos para la empresa CALVO & SUÁREZ CAFE ESPECIAL S.A.S mejorando la calidad de vida de sus inversionistas y la región.

## 1. ESTUDIOS PRELIMINARES

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Desde hace muchos años el campo Colombiano ha venido perdiendo rentabilidad, y los caficultores no son la excepción, los precios bajos del café y los altos costos de producirlo no permiten que los pequeños productores obtengan una ganancia y una estabilidad económica para sus familias, muchos de estos caficultores solo logran sobrevivir con los pocos ingresos que se obtienen de tan grande esfuerzo, por esta razón una de las opciones que tienen los campesinos para mejorar su situación es exportar a mercados internacionales donde los demandantes pagan precios justos por sus productos.” La mala hora de la actividad cafetera colombiana es consecuencia de la caída de las cotizaciones en la Bolsa de Nueva York, que este año han registrado uno de los niveles más bajos de la última década, pues la mayor parte del 2019 ha estado por debajo de un dólar la libra, cuando los productores estiman que el precio de equilibrio debería ser al menos 1,5 dólares la libra”. Portafolio (2019, 22 de septiembre). Llegó la cosecha de café y los precios no repuntan. *portafolio*. recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/cosecha>.

Con la firma del TLC entre Colombia y la Unión Europea se incrementaron las oportunidades comerciales para los productos colombianos, por esta razón se elaboró un estudio de mercado riguroso en el cual se identificó que en Alemania tienen la necesidad de consumir alimentos naturales, que aparte de ser ricos al gusto ofrezcan beneficios para la salud, sin embargo la producción local de este país en cuanto a productos orgánicos no satisface la demanda, es allí donde entra nuestro Café Orgánico & Gourmet a resolver el problema de los caficultores colombianos cubriendo la necesidad alemana. “Desde el año 2000, las ventas de alimentos orgánicos en Alemania se han más que triplicado, pero la producción nacional no ha logrado mantener el ritmo. El aumento de la demanda en gran parte ha sido cubierto mediante el aumento de las importaciones”. LIC.Bozzotti, A, (2016) estudio de mercado alimentos orgánicos en Alemania. Ensayo fundación exportar Argentina. Con la información anteriormente descrita podríamos decir que la respuesta de la siguiente pregunta es si, pero sería una respuesta premeditada por esta razón se va a desarrollar todo un estudio de mercado para confirmar esta respuesta.

¿Será viable entrar al mercado alemán con un producto colombiano como lo es el café orgánico & gourmet?

### 1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO

#### 1.2.1 Objetivo General

Realizar un plan de negocio internacional para la exportación de café orgánico y Gourmet 100% natural al mercado alemán.

#### 1.2.2 Objetivos Específicos:

1. Realizar el estudio del mercado para caracterizar el producto.



2. Elaborar el estudio técnico determinando la localización e ingeniería del proyecto.
3. Hacer el estudio administrativo.
4. Determinar la normatividad aplicable para el producto mediante el estudio legal.
5. Realizar el estudio financiero del proyecto.
6. Evaluar el estudio financiero del proyecto.
7. Determinar el impacto ambiental que generará el proyecto.

### 1.3 ALCANCE

Con este proyecto se pretende realizar una investigación de mercado que permita determinar la viabilidad de producir y exportar café orgánico & gourmet 100% natural al mercado alemán.

### 1.4. JUSTIFICACIÓN

El café orgánico & gourmet es un producto natural, saludable y rico al gusto de las personas de todas las edades, cosechado con técnicas artesanales sin uso de químicos, con un proceso de selección riguroso obteniendo el mejor grano y en su etapa final de tostado, molido y empacado no se adicionan ningún tipo de preservantes ni aditivos, dando como resultado un café puro, natural y delicioso que le brinda infinidad de beneficios al organismo de quien lo consume; con solo tomar una taza de café se acelera la actividad cerebral, ayuda a quemar grasas, tiene antioxidantes que ayudan a reducir el envejecimiento lo que previene enfermedades como el párkinson y el Alzheimer, reduce la depresión y el riesgo de sufrir un infarto, por estas y muchas otra razones el café orgánico & gourmet es un producto que será siempre bien recibido en los hogares.

Este proyecto permite llevar al mercado alemán un producto de alta calidad y saludable cubriendo en este mercado la necesidad que tiene la población de consumir productos orgánicos que le brinden beneficios a su salud, “Según un estudio del Ministerio Federal de Alimentación y Agricultura alemán, casi la mitad de los consumidores alemanes aprecian características de los productos como la producción orgánica o la sostenibilidad” LIC.Bozzotti, A, (2016) estudio de mercado alimentos orgánicos en Alemania. Ensayo fundación exportar Argentina. Adicional a esto se contribuye al crecimiento de la empresa Calvo & Suárez café especial S.A.S, mejorando la calidad de vida no solo de los socios sino también de la región generando nuevos empleos y nuevas oportunidades de negocio para los pequeños caficultores impulsando de esta manera el campo colombiano.



## 2. METODOLOGÍA

### 2.1. Fuentes de información secundarias

Para la realización de este proyecto se utilizaron fuentes de información secundarias de las siguientes entidades:

Procolombia: <https://procolombia.co/>

Federación nacional de cafeteros de colombia: <https://federaciondecafeteros.org/>

International Coffee Organization : <http://www.ico.org/>

Revista Alemana OKO TEST : <https://www.oekotest.de/>

Revista Alemana BioHandel : <https://biohandel.de/>

estudio de mercado de alimentos orgánicos en Alemania:

[https://www.ciaorganico.net/documypublic/510\\_1457091772.pdf](https://www.ciaorganico.net/documypublic/510_1457091772.pdf)

Directorio de empresas orgánicas: <http://www.eco-world.de/scripts/basics/>

Agencia central de inteligencia CIA: <https://www.cia.gov/es>

Sistema de información sobre integración y comercio: <https://www.intradebid.org/>

Trade Map estadísticas del comercio: <https://www.trademap.org/>

En la siguiente tabla se describe de manera detallada la metodología utilizada y el proceso realizado para llevar a cabo cada uno de los objetivos del plan de negocio.

Tabla 1 Metodología utilizada

Objetivo	Metodología
<p>1. Realizar el estudio del mercado para caracterizar el producto.</p>	<p>Para la realización del estudio de mercado se utilizó información recolectada de páginas oficiales de Alemania , por ejemplo de la Revista Alemana BioHandel donde se encuentra el consumo de alimentos orgánicos en Alemania y la Revista OKO TEST donde se encuentra información de diferentes marcas de café molido tradicional y orgánico producido en Alemania, también se utilizaron paginas oficiales de otros países como Argentina y Costa Rica, que han realizado estudios de mercado enfocados en la producción y consumo de alimentos orgánicos en Alemania.</p> <p>Para seleccionar el país destino se desarrolló una matriz de selección de mercados la cual se detalla en la tabla # 2 de este trabajo, la cual refleja que Alemania es el mercado objetivo más viable.</p>
<p>2. Elaborar el estudio técnico determinando la localización e ingeniería del proyecto.</p>	<p>En el estudio técnico se realizó una descripción de la localización de ambas empresas (exportador - importador ), también se realizó el Flujograma del proceso de producción y exportación del café el</p>

	cual podemos observar detalladamente en la tabla # 7 de este trabajo.
3. Hacer el estudio administrativo.	Este proyecto contribuyo en la creación de la empresa Calvo & Suárez café especial S.A.S por lo cual se creó una estructura organizacional, se estableció una misión y visión para crear las bases de la empresa, adicional se desarrolló un análisis FODA para identificar las debilidades y fortalezas de la misma.
4. Determinar la normatividad aplicable para el producto mediante el estudio legal.	Para llevar a cabo este objetivo se consultaron fuentes oficiales del gobierno colombiano , como la cámara y comercio, la DIAN, y la federación nacional de cafeteros, con el fin de cumplir a cabalidad con los requisitos legales de constitución de la empresa , el pago de impuestos tanto de la compañía , como los impuestos a la exportación.
5. Realizar el estudio financiero del proyecto.	Para realizar el estudio financiero se detallaron y analizaron todos los costos en que se incurre para la elaboración y exportación del café orgánico & gourmet, teniendo en cuenta las proyecciones de demanda y ventas para el mercado objetivo.
6. Evaluar el estudio financiero del proyecto.	Después de realizar el estudio financiero se realiza la evaluación económica del proyecto donde se analizan los resultados mediante diferentes indicadores como :VPN,TIR,PRI Y C/B con los cuales se demostró la viabilidad del plan de negocio.
7. Determinar el impacto ambiental que generará el proyecto.	La propuesta de valor de este plan de negocio es entregarle al consumidor alemán un café 100% natural de granos seleccionados, cosechado con métodos artesanales en armonía con el medio ambiente, un café rico y saludable, por esta razón este proyecto no afectará el medio ambiente y estará siempre en pro de su cuidado y conservación.

## 2.2. Definición y justificación del tipo de estudio.

### Método aplicado

Método descriptivo: este método de investigación descriptiva tiene como finalidad clasificar, definir, caracterizar y catalogar el objeto de estudio, estos pueden ser cualitativos o cuantitativos, los principales métodos de la investigación descriptiva son el observacional, encuestas y estudios de caso único. Según el tipo de datos empleados: en este caso es tanto cualitativa como cuantitativa ya que se basa en la observación, estudio y análisis de los fenómenos.



### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1. Análisis de los Antecedentes

##### 3.1.1.Producto

El café es una bebida de consumo masivo en el mundo, sin embargo, algunas empresas no ofrecen al mercado un producto de calidad, ni mucho menos natural; las grandes industrias utilizan químicos y mezclan otros insumos al café, además de que los granos de buena calidad los exportan y los residuos y demás producto que no alcanza los estándares de calidad se utiliza para cubrir el mercado local. Nuestra empresa CALVO & SUÁREZ CAFE ESPECIAL S.A.S ofrece un café orgánico & gourmet 100% natural y de calidad tanto al mercado local como al internacional.

En la imagen 1 podemos observar el diseño del producto para el mercado local (Colombia), la presentación de 500 gramos consta de un empaque con color llamativo (dorado) de polipropileno y la presentación de 250 gramos en bolsa kraft, este tipo de bolsas siempre se han caracterizado por ser utilizadas para empacar productos naturales.

*Imagen 1 empaque del producto mercado local*



En la imagen 2 podemos observar de manera más detallada la información sobre el producto, en el lado izquierdo tenemos la parte frontal del café, donde se describe el nombre del producto, dirección de la empresa, contacto y el peso neto, en la parte derecha tenemos la etiqueta posterior donde se describe el modo de preparación, las características organolépticas del producto y el registro sanitario.

*Imagen 2 Etiquetas del producto mercado local*



## Café Orgánico & Gourmet

Finca La Rivera  
Vereda la Maria  
Municipio de Pijao,  
Quindío

Carlos Julio Calvo y Sra.

**Contacto**  
312 885 3242  
322 669 6696

**PESO NETO**  
500gr

**Modo de preparación**  
calentamos agua hasta que empiece a hervir apagamos el fuego y agregamos nuestro café, revolver y dejar reposar por 3 minutos, servir y agregar azúcar al gusto.

Medida: 1 cucharada sopera mermada por cada taza de agua.

**Procesado por London Inversiones S.A.S**  
Registro Sanitario RSAQ 1513413  
Cra 4 # 14-44 Pueblo Tapao, Monte negro, Quindío - Colombia.

**Concepto del análisis físico y sensorial**

Fragancia	Notas a vainilla
Aroma	Caramelo
Sabor	Con tendencia a naranja
Acidez	Media alta cítrica
Cuerpo	Redondo
Residual	Prolongado
Puntaje Q	85

Para poder llevar nuestro café orgánico y Gourmet a mercados internacionales se realizó un estudio de mercado el cual nos dio las pautas para modificar e innovar nuestro empaque, adaptándolo a los requisitos del consumidor extranjero y al gusto visual del mercado alemán, además de dejarlo a la altura de la competencia en este país.

En la imagen 3 se muestra el resultado del nuevo diseño, un empaque con colores oscuros, donde resalta los logos de calidad orgánica, adicional a esto el idioma de la información se encuentra en alemán, dado que nuestro mercado objetivo es la ciudad de Hamburgo en Alemania, también agregamos una leyenda sobre el origen del café, ya que a los alemanes les llama la atención los productos de calidad, pero sobre todo con historia.

Imagen 3 Nuevo diseño del café orgánico y Gourmet



Tabla 2 Subpartida arancelaria, en esta tabla podemos observar la codificación numérica que le corresponde al café molido sin descafeinar en el sistema armonizado.

Tabla 2 Subpartida arancelaria

Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.
ARIAN	0901.21.20.00		
Descripción	Café, té, yerba mate y especias Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción. - Café tostado: - - Sin descafeinar: - - - Molido		
Unidad física	kg - Kilogramo		

fuelle: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

### TLC Colombia y la Unión Europea

El acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea fue firmado en la ciudad de Bruselas, Bélgica el 26 de junio del 2012, donde quedo concertado el libre arancel para el café tostado y para las preparaciones de café. En cuanto a las medidas no arancelarias, se debe tener en cuenta los controles de calidad sobre las exportaciones de café y la contribución cafetera. La UE contará con un cupo reducido de 100 toneladas para café tostado de la variedad arábica con una norma de origen flexible. El café se encuentra en la categoría "0" la cual le da un acceso inmediato a la Unión Europea. El acuerdo también permite la generación de oportunidades para las PYMES.

#### Presentación y empaque

El café orgánico & gourmet será exportado en presentación de 500 gramos en un empaque de polipropileno biorientado con válvula, con unas medidas de 30 cm de alto x 9 cm de ancho x 6,5 cm de angosto, el material es fácilmente reciclable ya que únicamente debe ser triturado para regresar al proceso productivo. Por otro lado, es un material considerado por la FDA (Administración de medicamentos y alimentos) como inocuo, no transmite olores ni sabores lo cual permitirá una mejor conservación del producto.

#### Bien normal

El café por ser un alimento es considerado un bien normal, al aumentar el ingreso de las personas, también aumenta el consumo de este.

#### Bienes sustitutos del café

Son considerados sustitutos del café: té, cacao, milo.

#### Elasticidad del producto

el café es un producto elástico, si aumenta el precio disminuye la cantidad demandada, pero en este caso nuestro producto **Orgánico & Gourmet** no va a competir con precio, si no con calidad, la calidad permitirá fidelizar a nuestros clientes, de tal manera que, si aumenta el precio, la cantidad demandada se mantenga estable.

### 3.1.2. Características del consumidor

(dinero, 2015)Dinero (2015,19 de noviembre). Alemania le sigue siendo fiel al café latinoamericano. *Revista dinero*

Según datos de Procolombia: *guía práctica para la exportación de café*. Recuperado de [https://procolombia.co/sites/default/files/exportacion\\_de\\_cafe.pdf](https://procolombia.co/sites/default/files/exportacion_de_cafe.pdf)

- ✓ El mayor consumo de café se concentra en personas de 46 años o más, dado que ellos toman varias tazas de café al día.
- ✓ Los alemanes entre 36 y 45 años consumen 1 taza de café diariamente.



- ✓ El 50 % de los consumidores usan cafetera (café molido) y el segundo método preferido es la máquina automática (café en grano tostado) con un 25 % aproximadamente.
- ✓ según datos de la CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY(CIA): recuperado de <https://www.cia.gov/>
- ✓ El 38,58% de la población de Alemania se encuentra en un rango de edad entre 25-54 años.
- ✓ En Alemania el 5% de los alimentos que se consumen son orgánicos.
- ✓ El consumo del café en Alemania tiene dos segmentos:

**Premium:** buscan consumir productos de alta calidad, de origen único, con historia, cafés de especialidad y orgánicos.

**masivo:** prefieren una calidad comercial de bajo precio.

Nuestro **Café Orgánico & Gourmet** se ubica en los productos *Premium*.

### 3.1.3. Análisis de la Demanda

#### País a exportar: Alemania

¿Por qué Alemania?

Alemania ha ido abriendo nuevos importantes mercados para el café, este país gusta de la producción latinoamericana ubicando a Colombia en el segundo lugar después de Brasil. La matriz de preselección de mercados internacionales se construyó teniendo en cuenta los aspectos más importantes para elegir el mercado destino correcto como la economía del país, su demografía, las importaciones y exportaciones de la Subpartida arancelaria a la que pertenece el producto a exportar, la política comercial y finalmente su distribución física internacional.

Tabla 3 matriz de selección de mercados

	%	CALIFICACIÓN		%	CALIFICACIÓN		%	CALIFICACIÓN		%
PAÍSES		FRANCIA			ESPAÑA			ALEMANIA		
<b>ECONOMICOS (20%)</b>										
<b>SUBTOTAL</b>				<b>4</b>			<b>3</b>			<b>5</b>
<b>DEMOGRÁFICOS (10%)</b>										
<b>SUBTOTAL</b>				<b>3</b>			<b>4</b>			<b>5</b>
<b>COMERCIO EXTERIOR TOTALES (20%)</b>										
IMPORTACIONES CIF (0901212000)	20	4		0,8	2		0,4	4		0,8
EXPORTACIONES DESDE COLOMBIANAS FOB ((P.A))	30	3		0,9	5		1,5	5		1,5
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INTERNACIONAL	50	2		1,0	4		2,0	3		1,5
<b>SUBTOTAL</b>				<b>3</b>			<b>4</b>			<b>4</b>
<b>POLÍTICA COMERCIAL (25%)</b>										
ACUERDOS COMERCIALES	20	5		1,0	5		1,0	5		1,0
BARRERAS ARANCELARIAS	20	5		1,0	5		1,0	5		1,0
REQUERIMIENTOS NORMATIVOS	30	5		1,0	5		1,0	5		1,0
BARRERAS NO ARANCELARIAS	10	5		0,5	5		0,5	5		0,5
OTROS IMPUESTOS	20	5		1,0	5		1,0	5		1,0



SUBTOTAL			5		5		5
<b>LOGÍSTICA (25%)</b>							
TRANSPORTE AÉREO	35	3	1,1	1	0,4	5	1,8
TRANSPORTE MARÍTIMO	35	1	0,4	3	1,1	5	1,8
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	30	5	1,5	5	1,5	5	1,5
SUBTOTAL			3		3		5
<b>TOTALES</b>			<b>4</b>		<b>4</b>		<b>5</b>

Como se observa en el la tabla 3, después de revisar diferentes variables y hacer la comparación entre estos tres países de la unión Europea (Francia, España y Alemania ) los cuales fueron elegidos por su gran inclinación en el consumo masivo de café, se determinó que Alemania es el mejor destino para la exportación de café orgánico & gourmet .

**Tabla 4 Matriz de selección ciudad**

VARIABLES	P	HAMBURGO	CALIFICACIÓN	%	BREMEN	CALIFICACIÓN	%	MUNICH	CALIFICACIÓN	%
Población	15%	1.899.000	5	0,75	548.319	1	0,15	1.472.000	3	0,45
Medio de transporte internacional	25%	aéreo y marítimo	5	1,25	aéreo y marítimo	5	1,25	aéreo y marítimo	5	1,25
Economía	40%	año 2019 en M€: PIB 123.270/PIB per cápita 66.879	5	2	año 2019 en M€: PIB 33.623/PIB per cápita 49.215	2	0,8	año 2019 en M€: PIB 119.943/PIB per cápita 56.322	4	1,6
Clima	10%	oceánico	4	0,4	oceánico	4	0,4	continental	5	0,5
Idioma	10%	alemán-ingles	5	0,5	alemán-ingles	5	0,5	alemán-ingles	5	0,5
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>			<b>4,9</b>			<b>3,1</b>			<b>4,3</b>

Como se observa en la tabla 4 Con una calificación de 4,9 Hamburgo es la ciudad elegida para conquistar su mercado con nuestro producto.

### **Demanda del café en Alemania**

La tabla 5 fue elaborada con datos específicos del mercado destino seleccionado. Para hallar la demanda anual en unidades tomamos la población total de Hamburgo y sacamos el % de consumidores de café, luego determinamos de estos consumidores qué % consumen café orgánico y cuantos paquetes están dispuestos a comprar en el año, ya con estos datos se obtuvo la cantidad de unidades demandadas al año.

Tabla 5 estimación de la demanda

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA ANUAL EN UNIDADES	
población de Hamburgo (estimación 2019)	1.899.000
porcentaje de la población entre 35-46 años de edad	66%
porcentaje de las personas dispuestas a consumir café orgánico & gourmet	5%
unidades dispuestas a comprar en el año	12
demanda anual en unidades	752.004
porcentaje de participación para nuestro producto es del	0,2%
lo que nos da como demanda anual	<b>1.504 unidades</b>

La empresa CALVO & SUÁREZ CAFE ESPECIAL S.A.S tiene una capacidad instalada de 2400 unidades al año, lo que permite cubrir la demanda de la ciudad de Hamburgo en Alemania.

### 3.1.4. Análisis de la Oferta


#### Análisis de la competencia local e internacional

En la competencia nacional las cuatro empresas con mayor poder en el mercado alemán son Darvoben, Melitta, Dallmayr y Alnatura; son productoras y comercializadoras de café en diferentes presentaciones, más del 28,5% del mercado está dominado por marcas alemanas, sin embargo, algunas marcas como Nestlé, Douwe, Lavazza y Juan Valdez tienen una importante participación.

### 3.1.5. Análisis de Precios

En la tabla 6 se encuentran algunas marcas diferentes a las alemanas, con una comparación de precios en 3 monedas euro, dólar y pesos colombianos, donde podemos notar que marcas como Lavazza y Jacobs tiene precios mucho más elevados aproximadamente en un 250%, esto debido a su certificación como café orgánico.


Tabla 6 Competencia Internacional

Competencia Internacional				
País de origen	nombre o marca	precio en EUR por cada 500 gramos	precio en USD por cada 500 gramos	precio en COP por cada 500 gramos
Países bajos		11,62	13,71	50.087



Suiza		3,99	4,7	17.198
Italia		13,99	16,5	60.303
Honduras		9,99	11,78	43.061

En la tabla 7 se encuentran algunas empresas alemanas productoras y comercializadoras de café con una comparación de precios en 3 monedas euro, dólar y pesos colombianos, donde se nota una diferencia de aproximadamente un 84,8% en el precio del café tradicional vs el café con calidad orgánica.

Tabla 7 competencia nacional

Competencia Nacional-Empresas Alemanas			
nombre o marca	precio en EUR por cada 500 gramos	precio en USD por cada 500 gramos	precio en COP por cada 500 gramos
 café molido orgánico	9,78	11,53	42.156



 café tradicional	5,99	7,06	25.819
 café tradicional proveniente de Colombia	5,29	6,2	22.802

TRM: 3653,23 TIPO DE CAMBIO EUR:1,1799

### 3.1.6. Sistemas de Comercialización

El producto **Café Orgánico & Gourmet** va a ser comercializado en la ciudad de Hamburgo en Alemania, con la ayuda del socio comercial **ALNATURA**, esta empresa es la cadena más grande de Alemania con tiendas especializadas que se concentran en la comercialización de alimentos orgánicos. En la gama de marcas Alnatura tiene entre **6.000 productos orgánicos**, incluidos 1.400 artículos propios de Alnatura.

#### Su historia

Alnatura fue fundada en 1984 por Gotz E. Rehn, empresario alemán que nació el 2 marzo de 1950 en Friburgo de Brisgovia, proviene de una familia de médicos de Friburgo, fundó la empresa inicialmente con el nombre de concepto y ventas de alimentos naturales Dr. Rehn, del que es el único socio director desde entonces. La empresa comenzó con una oferta shop-in-shop en las tiendas dm y tegut antes de la apertura del primer supermercado Alnatura en Mannheim el 1 de octubre de 1987, en el que, por falta de personal, también trabajó inicialmente como vendedor. En los años siguientes, se abrieron más de 90 sucursales en Alemania.

#### Su ubicación

En la imagen 4 se observa una fotografía de un supermercado Alnatura en el país de Alemania. Imagen 4 Super Natur Markt



**ALNATURA** tiene más de **130** mercados Alnatura super natur en **60** ciudades de Alemania algunas de estas ciudades son: Augsburg, Bremen, Berlina, Bonn, Hamburgo, Múnich, Witten.

## 4. ESTUDIO TÉCNICO

### 4.1. Localización: macro localización y micro localización tanto del país de origen como del país de destino

#### Macro localización en el país origen país de origen Colombia

Como se muestra en la imagen numero 5 la empresa exportadora CALVO & SUAREZ CAFE ESPECIAL S.A.S se encuentra ubicada en el país de Colombia, departamento del Quindío.

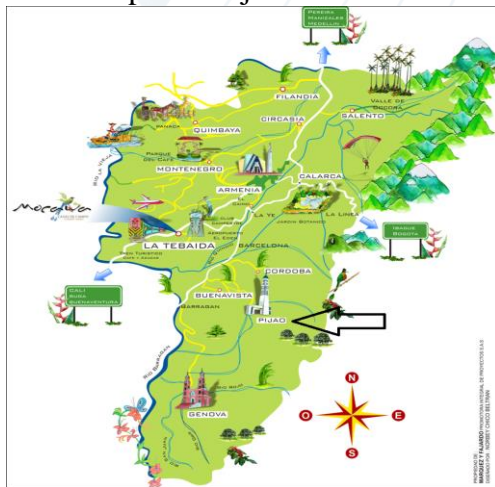
Imagen 5 mapa de Colombia



#### Micro localización país de origen Colombia

Como se muestra en la imagen numero 6 la empresa exportadora CALVO & SUAREZ CAFE ESPECIAL S.A.S se encuentra ubicada en el municipio de Pijao.

Imagen 6 municipio de Pijao



Como se observa en la imagen 7 la empresa **calvo & Suárez café especial s.a.s** está ubicada específicamente en la vereda la María que pertenece al municipio de Pijao, Quindío.



Imagen 7 veredas que conforman el municipio de Pijao



### Macro localización en el país de destino Alemania

En la imagen 8 tenemos la bandera y el mapa del país de Alemania, el cual es el destino de nuestro Café Orgánico & Gourmet.

Imagen 8 bandera y mapa de Alemania



Imagen 9 mapa de Hamburgo



### Micro localización país destino Alemania

En la imagen 9 tenemos el mapa de la ciudad de Hamburgo en Alemania, la cual es el lugar específico donde se va a comercializar el Café Orgánico & Gourmet.



### 4.3. Ingeniería del proyecto

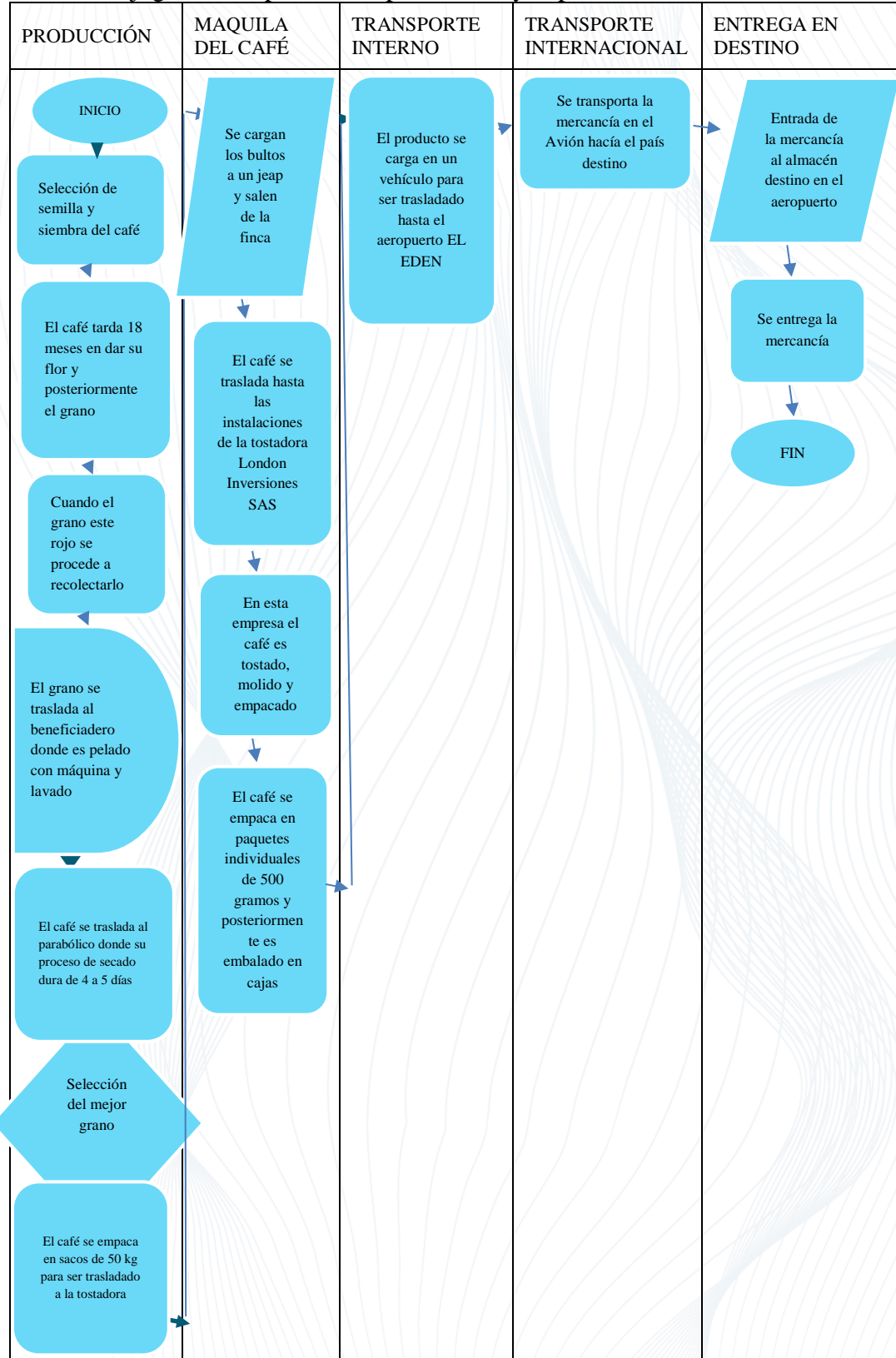
#### **Proceso de producción del Café Orgánico & Gourmet.**

Para producir nuestro café se debe seleccionar la semilla de mejor calidad, de árboles sanos y con la más alta producción, esta se siembra en germinadores de arena y después de 37 días aproximadamente comienza el brote de la chapola, 18 días después se trasplanta la chapola a bolsas negras con tierra abonada, donde se cuidan de 6 a 8 meses para ser nuevamente trasplantadas al sitio definitivo; después de la siembra del café y con el cuidado adecuado 18 meses después los árboles de café darán sus primeros granos, para la recolección de estos granos se debe ser muy cuidadoso con el árbol para no perjudicar la próxima cosecha, se deben recolectar únicamente los granos rojos o amarillos que son los granos maduros y que le darán un gran sabor al producto final, se debe cerciorar de no dejar granos de ningún tipo en el suelo para evitar la propagación de plagas o enfermedades en los cultivos, luego tenemos el despulpado de café donde al grano le retiramos la cascara y se lleva a un proceso de lavado el cual es muy importante ya que este define la calidad de la taza del café; después del lavado se traslada el grano a una superficie plana donde pueda recibir el sol, adicional se debe revolver de 5 a 6 veces al día para un secado uniforme. Cuando el café se encuentra en su punto de secado se pasa a la trilladora donde esta máquina le quita al grano la última cascara, para poder ser tostado y molido, después de que el café es molido se empaca en su respectiva bolsa de polipropileno biorientado con válvula donde se conservara hasta que sea consumido.

A continuación, en la tabla 8 encontraremos un flujograma que describe de una manera más resumida el proceso de producción y exportación del café, en este flujograma tenemos después de la producción, la maquila del café, para la cual se contrataron los servicios de la empresa London Inversiones SAA, de la cual hablaremos en detalle más adelante.



Tabla 8 Flujoograma del proceso de producción y exportación del café



## Embalaje

Como podemos observar en la imagen 10 la mercancía será enviada en 2 cajas de cartón con 50 paquetes de café x 500 gramos c/u, para un total de 100 libras el cual es el peso máximo permitido para hacer envíos en pequeñas cantidades por la modalidad de Courier, adicional las cajas serán forradas con plástico stretch.

Imagen 10 embalaje del café



## Proceso de maquila del café

Para la empresa CALVO & SUAREZ CAFE ESPECIAL S.A.S la cual se encuentra en sus inicios, no es rentable por ahora comprar la maquinaria necesaria para el proceso de tostado y molido del café además de no contar con las instalaciones adecuadas para esto; por esta razón se optó por contratar los servicios de un tercero. Después de analizar varias opciones se contrató a la empresa London Inversiones SAS, ubicada en el municipio de Montenegro, Quindío, una empresa con más de 12 años de experiencia prestando diferentes servicios a los caficultores, esta empresa nos prestará el servicio de tostado, molido, empaclado y realizará también el transporte internacional del café por la modalidad de Courier.

## Término de negociación incoterms 2020

CPT Carriage Paid To/ Transporte pagado hasta

TRANSPORTE PAGADO HASTA (CPT) significa que el vendedor entrega la mercancía – y transfiere el riesgo al comprador entregándolas al transportista contratado por el vendedor o adquiriendo las mercancías así entregadas. Una vez que las mercancías han sido entregadas al comprador de esta manera, el vendedor no garantiza que la mercancía llegue al lugar de destino en buen estado, en la cantidad indicada o incluso en absoluto. Esto se debe a que el riesgo se transfiere del vendedor al comprador cuando los bienes se entregan al comprador entregándolos al transportista principal; no obstante, el vendedor debe contratar el transporte de las mercancías desde la entrega hasta el destino acordado. DHL. Incoterms 2020.

Los costos por parte de la empresa CALVO & SUAREZ CAFE ESPECIAL S.A.S serán asumidos hasta la entrega de la mercancía en el aeropuerto en destino lo cual implica el pago del transporte principal, pero no incluye el pago del seguro internacional, este corre por cuenta de ALNATURA PRODUKTIONS & HANDELS GMBH nuestro cliente en el exterior si desea adquirirlo ya que no es obligatorio.



## 5. ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS

### 5.1. Impacto empresarial generado con el proyecto

#### Creación de una empresa nueva

Este proyecto contribuyó en la creación de la empresa Calvo & Suárez café especial S.A.S, con nit: 114.307.257-1, una empresa familiar, la cual tiene como representante jurídico la tecnóloga en comercio exterior Erika Julieth Calvo Suarez, como se ha mencionado anteriormente se encuentra ubicada en la finca la Rivera, vereda la María Municipio de Pijao, Quindío, nos pueden contactar llamado al 3226696696 o enviando un correo electrónico a [cafeorganicoygourmet@gmail.com](mailto:cafeorganicoygourmet@gmail.com).

### 5.2. Estructura Organizacional

En la imagen 11 podemos observar la estructura organizacional de la empresa Calvo & Suárez café especial S.A.S, la cual cuenta con tres áreas fundamentales: área de producción, área de ventas y el área administrativa en esta imagen también se describe las funciones que cumple cada una de estas áreas en la organización.

Imagen 11 Estructura Organizacional



### 5.3. Planeación Estratégica

A continuación, se describe la misión y visión de la empresa Calvo & Suárez café especial S.A.S

#### MISIÓN

Somos una empresa que produce y comercializa café Orgánico & Gourmet de la más alta calidad, cosechado con métodos artesanales sin la utilización de químicos, cuidando la tierra y el medio ambiente, ofreciendo al mercado nacional e internacional un café rico y saludable, además de contribuir al crecimiento y desarrollo de la región mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

#### VISIÓN

Para el año 2025 Calvo & Suárez café especial S.A.S será una empresa reconocida a nivel nacional e internacional por los consumidores gracias a la calidad de su café y la armonía de este

con el medio ambiente, superando las expectativas de los clientes y contribuyendo a mejorar cada vez más la calidad de vida de los caficultores colombianos.

### Análisis FODA

En la tabla 9 encontraremos una descripción detallada del análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) de la empresa Calvo & Suárez café especial S.A.S

Tabla 9 análisis FODA

	positivos	negativos
origen interno	<b>fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Café de calidad con una taza de excelentes características.</li> <li>✓ ubicación geográfica adecuada (suelo, clima, altitud).</li> <li>✓ vinculación a los comités departamentales y municipales de cafeteros.</li> <li>✓ colaboradores comprometidos con la calidad del producto y el cuidado de la tierra.</li> <li>✓ conocimiento sobre la producción de café con técnicas artesanales.</li> <li>✓ El café en Colombia se produce durante todo el año.</li> </ul>	<b>debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• falta de recursos para aumentar la capacidad productiva.</li> <li>• en las fincas aledañas no se controla de manera eficiente las plagas que afectan el café y esto dificulta su control.</li> <li>• línea de productos limitada.</li> </ul>
origen externo	<b>oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ reconocimiento de Colombia a nivel internacional por su buen café, esto facilita el ingreso a nuevos mercados en el exterior.</li> <li>✓ aprovechamiento del acuerdo internacional de Colombia con la Unión Europea.</li> <li>✓ producto de consumo mundial</li> </ul>	<b>amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• competencia con grandes productores y exportadores de café.</li> <li>• falta de posicionamiento y reconocimiento de la marca por ser una empresa nueva en el mercado.</li> <li>• prácticas de otros caficultores de la región que inciden negativamente en la credibilidad del producto.</li> <li>• falta de apoyo por parte del gobierno para el progreso del campo colombiano.</li> <li>• El bajo precio del café a nivel nacional.</li> <li>• percepción de los consumidores sobre los efectos del café en la salud.</li> </ul>





## 6. ESTUDIO LEGAL

### 6.1. Tipo de empresa a crear o reestructurar

Tipo de sociedad a constituir: Sociedad Por Acciones Simplificada

Tamaño: micro

### 6.2. Requisitos legales de constitución

#### requisitos legales de constitución:

Para la creación de una empresa en Colombia se deben cumplir con unos requisitos mínimos para la constitución legal, se debe elegir la forma jurídica que en este caso es SAS(sociedad por acciones simplificada), luego se debe realizar el registro en la cámara de comercio que acredite la exclusividad y no existencia de otra sociedad con el mismo nombre(calvo & suarez café especial SAS), luego se debe realizar una escritura pública ante un notario en la que se firma la constitución de la sociedad, después se debe Inscribir la sociedad y el establecimiento de comercio en el registro mercantil, seguido de esto Obtener el número de identificación tributaria (NIT) para impuestos del orden nacional y el último paso es hacer el registro de patentes y marcas en la superintendencia de industria y comercio.

### 6.3. Normatividad aplicable para el producto tanto en el país de origen como en el de destino general (legal, tributaria, aduanera, sanitaria, técnica, etc.).

#### Normatividad aplicable en país origen

- registro nacional de exportadores de café: Trámite que debe cumplir ante la FNC, toda persona natural o jurídica que pretenda exportar café.
- contribución cafetera: impuesto a la exportación que se paga a la FNC.
- certificado de calidad del café: el café debe cumplir con un requisito mínimo de calidad evaluados por la federación nacional de cafeteros para la exportación.
- Guía de tránsito: Documento que ampara el transporte del café de exportación dentro del territorio nacional.
- certificado de repeso: este documento lo entregan en el puerto o aeropuerto antes del embarque de la mercancía donde hacen constar que el peso declarado ante la federación está acorde.
- Certificado de Exportación – INVIMA
- Certificado fitosanitario – ICA

#### Normatividad aplicable en país destino

- declaración sumaria de ingreso (ENS, Entry Summary Declaration) (manifiesto aéreo o marítimo) para recoger la mercancía esto aplica para todos los países de la unión europea
- declaración aduanera, factura.

## 7. ESTUDIO FINANCIERO

### 7.1. Inversiones y fuentes de financiación (balance preoperativo)

Para este proyecto no se buscó ningún tipo de financiación, ya que el capital fue propio en un 100%.





## **7.2. Presupuestos de ingresos, costos, gastos**

En el anexo número uno encontramos una relación detallada de los ingresos por ventas, los costos de ventas, los gastos administrativos y de ventas de la empresa calvo & suárez café especial SAS los cuales nos arrojan una utilidad de nueve millones setecientos setenta y siete mil doscientos tres pesos.

## **7.3. Determinación de los costos unitarios de exportación**

En el anexo número 2 tenemos una simulación de la Distribución Física Internacional realizado en la plataforma de Procolombia, la cual nos arrojó un precio CPT unitario de 8.5 usd equivalentes a 32.768 cop el cual es el precio de venta por unidad para nuestro cliente en el exterior, este es un precio competitivo para el cliente, dado que el maneja un precio aproximado de 11.53 usd para el café molido.

## **7.4. Estado de resultados del proyecto**

En el anexo número 3 podemos revisar el estado de resultados de la empresa calvo & suárez café especial SAS del 01 de enero al 31 de diciembre del año pasado donde se obtuvo una utilidad de nueve millones setecientos setenta y siete mil doscientos tres pesos.

## **7.5. Flujo de caja del proyecto**

En el anexo número 5 tenemos el flujo de caja del proyecto a 5 años el cual nos arrojó un saldo final en caja para el año 1 de \$73.412.044 millones

## **7.6. Flujo de caja del Inversionista**

En el anexo número 6 tenemos el flujo de caja del inversionista el cual nos arrojó un valor de diecisiete millones novecientos ochentaicinco mil quinientos cuatro pesos.

## **7.7. Análisis del punto de equilibrio**

El punto de equilibrio para la empresa calvo & suárez café especial SAS es de cincuentaicinco millones doscientos nueve mil novecientos sesenta y ocho pesos (\$55.209.968), esto significa que la empresa debe tener unas ventas mínimas de 1685 unidades al año para no tener pérdidas.

# **8. EVALUACIÓN FINANCIERA**

## **8.1. Valor Presente neto – VPN**

La evaluación financiera nos arrojó un valor presente neto de \$1.737.927 positivo, por lo tanto, el proyecto es aceptable ya que se cumple con el objetivo financiero de maximizar la inversión.



## 8.2. Tasa Interna de retorno -TIR

Este proyecto tiene una rentabilidad de 15% la cual es favorable, teniendo en cuenta que al iniciar el proyecto se estimó una TIR del 14 %.

## 8.3. Periodo de recuperación de la inversión – PRI

La inversión se recupera en 5 años

## 8.4. La razón ingreso a la inversión

$$ROI = \frac{\text{Ganancia} - \text{Inversión}}{\text{Inversión}}$$

$$ROI = \frac{9.777.203 - 89.760.669}{89.760.669}$$

$$ROI = -89.1 \%$$

En el primer año la razón ingreso de la inversión arroja un valor negativo esto debido a que la totalidad de la inversión se recupera en el año 5.

## 8.5. Relación Costo – Beneficio

$$RBC = \text{VAN ingresos} / \text{VAN egresos}$$

$$RBC = 91.498.597 / 89.760.669 = 1.02$$

El resultado de la relación costo - beneficio es mayor que 1, por lo tanto, el proyecto es aceptable porque los ingresos son mayores que los egresos y la empresa está generando utilidades.

## 8.6. Análisis de sensibilidad

Se realiza el siguiente presupuesto de ventas

Tabla # 10 PRESUPUESTO DE VENTAS				
Año	Producto	Unidades	\$/ Udd.	Valor total
	Café molido	2,400	32,768	78,643,200
				78,643,200
2	Café molido	2,472	34,406	85,052,621
	Incremento en las ventas de un 3%			0
				85,052,621
3	Café molido	2,546	36,127	91,984,409
	Incremento en las ventas de un 3%			0
				91,984,409
	Café molido	2,648	37,933	100,446,975

4	Incremento en las ventas de un 4%			0
				100,446,975
5	Café molido	2,754	39,830	109,688,097
	Incremento en las ventas de un 4%			0
				<b>109,688,097</b>

Cumpliendo con las metas de las ventas tendríamos una TIR del 38% y una VPN de \$73.400.126 Este sería un caso optimista, el caso pesimista sería que no se cumplieran las metas establecidas para esta proyección a 5 años.

### 8.7. Análisis de Riesgo

Tabla 11, en la siguiente tabla se describe la matriz de riesgo para la empresa calvo & suárez café especial SAS.

MATRIZ DE RIESGO		
Prioridad del riesgo (1-5)	Clasificación del Riesgo	Descripción del riesgo
5	Reputación/confianza del cliente	Este es el riesgo más alto para nuestra empresa debido a que es fundamental que no se pierda por ningún motivo la confianza y el prestigio tanto de la empresa, como del producto, ya que muchas personas aseguran que sus productos son orgánicos y en realidad son de mala calidad y no son naturales lo que ha creado experiencias negativas en los consumidores.
4	Financiero	Este riesgo es el segundo más importante debido a las variaciones constantes y precios bajos a nivel nacional del café
3	operativos/producción	Este riesgo está enfocado en la producción debido a que es un producto agrícola que se puede ver afectado por cambios drásticos en el clima, o desastres naturales.
2	Estratégico u Organizacional	Este riesgo se debe contemplar debido a la baja experiencia de la organización por ser una empresa nueva puede cometer errores organizacionales.
1	Legales o de Cumplimiento	Se asocian con la capacidad de la entidad para cumplir con los requisitos legales, contractuales, de ética pública y en general con su compromiso ante la comunidad.



## 9. IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

### **Responsabilidad social**

En Colombia los pueblos indígenas se están extinguiendo, esto debido al abandono del gobierno, la pobreza y la discriminación de la sociedad, el departamento del Quindío no es la excepción, por esta razón la empresa Calvo & Suárez café especial S.A.S tiene como Visión ayudar a las comunidades indígenas de la región, brindándoles empleo con un pago justo, con todas las prestaciones de ley, respetando y contribuyendo en un 100% al fortalecimiento de su cultura, además de brindarles educación, buscando siempre mejorar su calidad de vida.

### **Impacto ambiental**

la empresa Calvo & Suárez café especial S.A.S está comprometida con el medio ambiente y los recursos naturales, destacada por sus procesos artesanales en la producción de café, con el objetivo de cuidar y promover la preservación de la naturaleza y la conservación de la vida, evitando afectar o comprometer las posibilidades de las generaciones futuras.

Por esta razón nuestra empresa se encuentra entre las 137 que actualmente tienen el sello “Alimento Ecológico” el cual es otorgado por el ministerio de agricultura y desarrollo rural de Colombia.

## LOGROS

Después de realizar un estudio de mercado, hacer una evaluación financiera y aplicar los conocimientos adquiridos durante toda la carrera de comercio internacional se logró llevar a cabo un plan de negocio internacional para la exportación de café orgánico y Gourmet 100% natural al mercado alemán.

Otro gran logro de este trabajo es que después de realizar el estudio y evaluación financiera se evidencio que es viable entrar al mercado alemán con un producto colombiano como lo es el café orgánico & gourmet.

## CONCLUSIONES

Sin lugar a duda la exportación de café orgánico & gourmet al mercado alemán es una excelente oportunidad de negocio, para el crecimiento del proyecto empresarial Calvo & Suárez café especial S.A.S, ya que este mercado brinda todas las condiciones para que el producto tenga éxito y pueda ser impulsado a nuevos mercados extranjeros, dando como resultado la consolidación de la empresa, la creación de empleo, el aporte al PIB del país y el fortalecimiento del sector cafetero de nuestra región.

El producto café orgánico & gourmet tiene un gran potencial para quedarse y competir en el mercado, no solo en el colombiano sino también en el extranjero, todo esto debido a su calidad y gran sabor que lo hacen atractivo para el consumidor, un alimento con historia, cosechado con métodos artesanales y en completa armonía con el medio ambiente.

El mercado de Alemania es un cliente potencial para nuestro café Orgánico & Gourmet debido a su crecimiento constante en el consumo de alimentos orgánicos teniendo en cuenta que su producción local no crece en la misma proporción y por lo tanto deben recurrir a las importaciones, siendo esto algo muy beneficioso para Colombia dado que Alemania le es fiel al café latinoamericano.

En esta negociación se estableció que el termino inconterm será CPT “Transporte Pagado Hasta” versión 2020, en el cual se acordó como lugar de entrega de la mercancía el aeropuerto de Hamburgo, reduciendo los costos de exportación debido a que no se paga seguro internacional, ni transporte en el país de destino, además de reducir también el riesgo ya que este se transmite al cliente en el momento que se embarca la mercancía en el transporte principal.

Gracias al desarrollo de este plan de negocio se creó la empresa Calvo & Suárez café especial S.A.S contribuyendo al crecimiento económico de la región, y mejorando la calidad de vida de los integrantes de esta empresa familiar.

Después de realizar el estudio legal se concluyó que el tipo de sociedad a constituir debe ser una Sociedad Por Acciones Simplificada, esta figura empresarial fue creada en el año 2008 mediante la ley 1258, la cual le brinda múltiples beneficios a las micro, pequeñas y medianas empresas, todo esto teniendo en cuenta que nuestra empresa está clasificada como una micro.

Al finalizar este plan de negocio se llegó a la conclusión de que el estudio financiero es fundamental para crear unas bases sólidas para cualquier compañía, ya que se debe analizar múltiples variables y se le debe dedicar un tiempo generoso a cada una de ellas, ya que el hecho de omitir o calcular erróneamente una de estas puede afectar enormemente los resultados de estudio financiero.



Con el análisis de la evaluación económica se pudo concluir que el proyecto es viable y rentable.

Nuestro planeta cada día está más afectado por la contaminación producida por los seres humanos, por esta razón muchas empresas crean estrategias ambientales en pro del cuidado y conservación ambiental, la empresa Calvo & Suárez café especial S.A.S no será la excepción, nuestra misión siempre será entregar productos 100 % orgánicos a los consumidores producidos en completa armonía con el medio ambiente.

## RECOMEDACIONES

En el desarrollo del estudio de mercado para cualquier plan de negocio dirigido por estudiantes, donde se utilizarán solo fuentes de información secundarias, se recomienda ser muy ordenado con la información encontrada cada día de investigación, se debe crear un archivo donde se recopile los links de entidades o trabajos de fuentes confiables donde se halla encontrado información relevante para el proyecto, esto con el fin de que sean conservados y de fácil consulta.

Después de desarrollar este plan de negocios para el mercado alemán se recomienda a los empresarios que desean ingresar en este mercado, que no compitan con la variable precio, si no con la calidad de sus productos, ya que los alemanes valoran más esta variable a la hora de elegir.

Se recomienda a los pequeños caficultores de la región, que le apuesten a certificar su café con los sellos de calidad orgánica, ya que esto valoriza considerablemente el producto y abre las puertas a mercados internacionales, además se aconseja aprovechar el nuevo mecanismo de exportación por la modalidad de Courier, que permite la exportación de café en pequeñas cantidades, esta fue la modalidad utilizada en este proyecto el cual dio la certeza de que es rentable y viable.





## BIBLIOGRAFÍA

### Nacionales

- Analdex. (s.f.). *Asociación nacional de comercio exterior*. Obtenido de <https://www.analdex.org/>
- Angel, s. c. (2019). *logística internacional de la exportación de café colombiano a Alemania*. bogotá: negocios internacionales e integración económica.
- Colombia, f. n. (s.f.). *FNC*. Obtenido de <https://federaciondecafeteros.org/wp/garantizamos-la-calidad-del-cafe/registre-se-como-exportador/>
- DHL, e. (s.f.). *DHL Global Forwarding*. Obtenido de <https://www.dhl.com/co-es/home/nuestras-divisiones/transporte-de-envios/servicio-al-cliente/incoterms-2020.html>
- DIAN. (s.f.). *arancel*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/>
- Dinero, r. (19 de 11 de 2015). *Alemania le sigue siendo fiel al café latinoamericano*. Obtenido de <https://www.dinero.com/economia/articulo/alemania-importa-cafe-latinoamerica/216194>
- ICA. (s.f.). *instituto agropecuario colombiano*. Obtenido de <https://www.ica.gov.co/>
- Infoagro.com. (s.f.). *toda la agricultura en internet*. Obtenido de [https://www.infoagro.com/herbaceos/cafe\\_te\\_cacao\\_organico.htm](https://www.infoagro.com/herbaceos/cafe_te_cacao_organico.htm)
- legiscomex. (s.f.). *comercio exterior*. Obtenido de <https://ezproxy.uan.edu.co:2394/>
- macro, E. (s.f.). *datos economicos*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/>
- Mincomercio. (s.f.). *tratados de libre comercio*. Obtenido de <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/union-europea>
- Minsalud. (s.f.). *Invima*. Obtenido de <https://www.invima.gov.co/web/guest/tarifas>
- Procolombia. (04 de 01 de 2019). *guía práctica para la exportación de café*. Obtenido de <https://procolombia.co/publicaciones/guia-practica-para-la-exportacion-de-cafe>
- Quindío, C. d. (s.f.). *red empresarial del sector del café*. Obtenido de [https://www.camaraarmenia.org.co/files/2019/Guia\\_cafes\\_quindio.pdf](https://www.camaraarmenia.org.co/files/2019/Guia_cafes_quindio.pdf)
- Trade, s. (s.f.). *tramites aduaneros en Alemania*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/alemania/tramites-aduaneros->
- VUCE. (s.f.). *Ventanilla unica de comercio exterior*. Obtenido de <http://www.vuce.gov.co/>

### Internacionales

- Alnatura. (s.f.). *pagina web del cliente en el exterior*. Obtenido de <https://www.alnatura.de/de-de/produkte/alle-produkte/kaffee-tee-kakao/kaffee/>
- Bozzotti, L. A. (2016). *alimentos orgánicos en Alemania*: Fundación exportar Argentina.
- CIA. (s.f.). *Agencia Central De Inteligencia*. Obtenido de <https://www.cia.gov/es>
- Ecocert. (s.f.). *Agricultura ecológica en Europa*. Obtenido de <https://www.ecocert.com/>
- González, S. S. (2017). *Mercado de café tostado en Alemania*: Procomer costa rica exporta.
- Map, T. (s.f.). *estadísticas comerciales a nivel internacional*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- Organization, I. C. (s.f.). *Mercado del café a nivel internacional*. Obtenido de <http://www.ico.org/>
- Prochile. (s.f.). *perfil de mercado productos orgánicos Alemania*. <http://www.antennapiac.utralca.cl/panel/archivos/Mercado%20para%20productos%20Organicos%20en%20Alemania.pdf>
- TEST, O. (s.f.). *Revista Alemana*. Obtenido de <https://www.oekotest.de/>

## ANEXOS

### Anexo 1


#### 7.2. Presupuestos de ingresos, costos, gastos.


CALVO & SUÁREZ CAFÉ ESPECIAL SAS	
Estado De Ganancias Y Perdidas Proyectado	
P & G	Año 1
Ventas estimadas	
Ingresos por ventas	\$78,643,200
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>\$78,643,200</b>
Costo de ventas	\$25,027,476
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$53,615,724</b>
Gastos administrativos	
Nomina	\$11,767,860
Aportes sociales	\$5,395,296
Total gasto de personal	\$17,163,156
Gastos de funcionamiento	\$243,000
Depreciación	\$1,430,357
Amortización	\$579,326
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>\$19,415,839</b>
Impuestos prediales y contribución cafetera	\$645,048
Servicios públicos	\$300,000
Transporte Interno	\$720,000
Transporte internacional	\$12,951,024
Propaganda y publicidad	\$360,000
Elementos de aseo y cafetería	\$300,000
Útiles y Papelería	\$120,000
Combustibles y Lubricantes	\$120,000
Envases y Empaques	\$1,207,992
Imprevistos	\$20,000
Maquila	\$1,480,000
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>\$18,224,064</b>
<b>Total gastos</b>	<b>\$37,639,903</b>
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$15,975,821</b>
Impuesto de Renta	\$5,112,263
Utilidad después de impuestos	\$10,863,558
Reserva legal	\$1,086,356
<b>Utilidad por distribuir</b>	<b>\$9,777,203</b>

## Anexo 2

## 7.3. Determinación de los costos unitarios de exportación

 Costos País Exportador

Componente	Alternativa No.1 -			
	COP	USD	Días	
Productos en fábrica	33.600.000,00	8.717,15		
Empaque	603.996,00	156,70		▼ + 📄
Embalaje	42.000,00	10,90		▼ + 📄
Ajuste a la utilidad				
<b>Valor EXW</b>	<b>34.245.996,00</b>	<b>8.884,75</b>	<b>0,00</b>	
Unitarización				▼ + 📄
 Manipuleo local exportador				▼ + 📄
Documentación	2.896.630,00	751,50		▼ + 📄
Transporte	360.000,00	93,40		▼ + 📄
Almacenamiento intermedio				▼ + 📄
Manipuleo pre embarque				▼ + 📄
Manipuleo embarque				▼ + 📄
Bancario				▼ + 📄
Agentes	740.000,00	191,98		▼ + 📄
Administrativos				▼ + 📄
Capital inventario	0,00	0,00		
Subtotal	38.242.626,00	9.921,63		
Seguro	0,00	0,00		
<b>TOTAL DFI PAÍS EXPORTADOR</b>	<b>4.642.626,00</b>	<b>1.204,48</b>	<b>0</b>	

 Costos Tránsito Internacional

Componente	Alternativa No.1 -			
	COP	USD	Días	
Transporte	1.079.251,60	280,00		▼ + 📄
<b>Valor CFR</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
<b>Valor CPT</b>	<b>39.321.877,60</b>	<b>10.201,63</b>	<b>0,00</b>	
<b>TOTAL DFI TRÁNSITO INTERNACIONAL</b>	<b>1.079.251,60</b>	<b>280,00</b>	<b>0</b>	





### Anexo 3

#### 7.4. Estado de resultados del proyecto

**CALVO & SUAREZ CAFE ESPECIAL S.A.S**  
**ESTADO DE RESULTADO**  
**DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019**

<b>Ingresos Operacionales</b>	78.643.200	
(-) Costo de ventas	25.027.476	
<b>UTILIDAD O PERDIDA BRUTA OPERACIONAL</b>		53.615.724
(-) Gastos Operacionales de Administración	19.415.839	
(-) Gastos Operacionales de Ventas	18.224.064	
<b>UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL</b>		15.975.821
(+) Ingresos No Operacionales		-
(-) Gastos No Operacionales	-	
<b>UTILIDAD O PERDIDA ANTES DE IMPUESTO</b>		15.975.821
(-) Impuesto de Renta 32%	5.112.263	
<b>UTILIDAD O PERDIDA LIQUIDA</b>		10.863.558
(-) Reservas 10%	1.086.356	
<b>UTILIDAD O PERDIDA</b>		9.777.203

**Anexo 4**  
**CALVO & SUAREZ CAFE ESPECIAL S.A.S**  
**BALANCE GENRAL**

<b>CUENTA CONTABLE</b>	
<b>ACTIVO</b>	
<b>Corriente</b>	
Caja y Bancos	55.426.539
Inventario	0
Clientes	
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>55.426.539</b>
Propiedad Planta y equipo	31.437.500
<b>Total Propiedad, Planta y Equipo</b>	<b>31.437.500</b>
Otros Activos	
Diferidos	2.896.630
<b>Total Otros Activos</b>	<b>2.896.630</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>89.760.669</b>
<b>PASIVOS</b>	
Cuentas por pagar	0
Impuestos por Pagar	
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Aportes de Capital	89.760.669
Reserva Legal	
Reserva de proyectos	
Utilidades del periodo	
Utilidades Acumuladas	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>89.760.669</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>89.760.669</b>

## Anexo 5

## 7.5. Flujo de caja del proyecto

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos por Ventas de Contado	0	78,643,200	82,575,360	86,704,128	91,039,334	95,591,301
Ingresos por Ventas a Credito		0	0	0	0	0
Caja inicial	0	55,426,539	73,412,044	86,841,297	100,575,844	114,699,708
Préstamo	0	0	0	0	0	0
Aporte de capital	89,760,669	0	0	0	0	0
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>89,760,669</b>	<b>134,069,739</b>	<b>155,987,404</b>	<b>173,545,425</b>	<b>191,615,179</b>	<b>210,291,009</b>
<b>EGRESOS</b>						
Costo mercancías		25,027,476	26,450,481	27,954,935	29,545,527	31,227,219
Gastos de funcionamiento		18,467,064	19,390,417	20,359,938	21,377,935	22,446,832
Gastos de personal		17,163,156	18,192,945	19,284,522	20,441,593	21,668,089
Amortización préstamo		0	0	0	0	0
Compra de activos fijos	31,437,500	0	0	0	0	0
Gastos de iniciación y montaje	2,896,630	0	0	0	0	0
Pago de intereses		0	0	0	0	0
Pagos de impuestos	0	0	5,112,263	5,370,187	5,550,416	5,732,671
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>34,334,130</b>	<b>60,657,696</b>	<b>69,146,106</b>	<b>72,969,581</b>	<b>76,915,471</b>	<b>81,074,810</b>
<b>SALDO FINAL EN CAJA</b>	<b>55,426,539</b>	<b>73,412,044</b>	<b>86,841,297</b>	<b>100,575,844</b>	<b>114,699,708</b>	<b>129,216,199</b>



## Anexo 6

### 7.6. Flujo de caja del Inversionista

CONCEPTO	0	AÑO 1	2	3	4	5
Ventas		78,643,200	82,575,360	86,704,128	91,039,334	95,591,301
Costo mercancía		25,027,476	26,450,481	27,954,935	29,545,527	31,227,219
Gastos personal		17,163,156	18,192,945	19,284,522	20,441,593	21,668,089
Gasto depreciación		1,430,357	1,180,357	1,180,357	1,180,357	1,180,357
Gasto amortización		579,326	579,326	579,326	579,326	579,326
Pago de intereses		0	0	0	0	0
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>34,442,885</b>	<b>36,172,251</b>	<b>37,704,988</b>	<b>39,292,532</b>	<b>40,936,310</b>
Gastos de funcionamiento		18,467,064	19,390,417	20,359,938	21,377,935	22,446,832
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>15,975,821</b>	<b>16,781,833</b>	<b>17,345,050</b>	<b>17,914,597</b>	<b>18,489,479</b>
Impuestos causados		5,112,263	5,370,187	5,550,416	5,732,671	5,916,633
Impuestos pagados		0	5,112,263	5,370,187	5,550,416	5,732,671
<b>Utilidad Neta</b>		<b>10,863,558</b>	<b>11,411,647</b>	<b>11,794,634</b>	<b>12,181,926</b>	<b>12,572,846</b>
Depreciación		1,430,357	1,180,357	1,180,357	1,180,357	1,180,357
Amortización		579,326	579,326	579,326	579,326	579,326
Diferencia impuestos		5,112,263	257,924	180,229	182,255	183,962
Amortización intereses		0	0	0	0	0
<b>Total flujo de caja</b>		<b>17,985,504</b>	<b>13,429,254</b>	<b>13,734,547</b>	<b>14,123,864</b>	<b>14,516,491</b>
Flujo de inversión						
Préstamo	0					
Inversiones fijas	-31,437,500	0	0	0	0	22,006,250
Inversiones diferidas	-2,896,630	0	0	0	0	2,027,641
Capital de trabajo Costos y	-55,426,539	0	0	0	0	55,426,539
Capital de trabajo cartera	0	0	0	0	0	0
Total	-89,760,669					0
Amortización del préstamo	0	0	0	0	0	0
<b>Flujo neto de fondos</b>	<b>-89,760,669</b>	<b>17,985,504</b>	<b>13,429,254</b>	<b>13,734,547</b>	<b>14,123,864</b>	<b>91,949,280</b>

**Anexo 7**  
**Factura de venta**
**FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE**

FACTURA N° / INVOICE: CA01

FECHA / DATE: 24-oct.-2020

**EXPORTADOR / MANUFACTURER:**

Empresa / Company Name: Calvo &amp; Suárez café especial S.A.S

N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 114.307.257-1

Nombre / Name: ERIKA JULIETH CALVO SUAREZ

Dirección / Address: finca la rivera, vereda la maria, municipio de Pijao, Quindío

Ciudad / City: Cali País / Country Colombia

Teléfono / Phone: 3226696696

**DESTINATARIO / CONSIGNEE**

Empresa / Company Name: ALNATURA PRODUKTIONS &amp;

HANDELS GMBH

N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 123.456.800

Nombre / Name: Goltz E. Rehn

Dirección / Address: Bahrenfelder Str. 242-244, 22765 Hamburg

Ciudad / City: Hamburgo País / Country: Alemania

Teléfono / Phone: 49 40 39806227

MODO DE TRANSPORTE / MODE OF TRANSPORT	INCOTERM	DIMENSIONES / DIMENSION OF SHIPMENT			PESO BRUTO / TOTAL GROSS WEIGHT	UNIDADES DE CARGA / TOTAL NUMBER OF PACKAGES
	CPT	5,90	2,35	2,39	600,00	6,00

POSICIÓN ARANCELARIA / HS CODE	DESCRIPCIÓN / DESCRIPTION	CANTIDAD / QUANTITY	PRECIO UNITARIO USD / UNIT PRICE USD	TOTAL USD / TOTAL USD
09.01.21.20	café molido / ground coffee / café molido sin descafeinar	1.200	7,26	8.717,15


SUBTOTAL USD	8.717,15
EMPAQUE Y EMBALAJE	167,60
DESCUENTO / DISCOUNT	-0,00
SEGURO / INSURANCE	0,00
TRANSPORTE Y OTROS / SHIPPING AND HANDLING	1.316,88
OTROS / OTHERS	0,00
<b>TOTAL USD</b>	<b>10.201,63</b>

**OBSERVACIONES / OTHERS:**

Organic &amp; Gourmet ground coffee 100% natural of Colombian origin

## Anexo 8

### Tabla Ficha técnica

	<b>FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO TERMINADO</b>
<b>Nombre del producto</b>	café orgánico & gourmet
<b>Descripción del producto</b>	Café molido o tostado, variedad castillo, tostión media horneada con sabor tendencia a naranja, fragancia notas a vainilla, aroma caramelo y residual prolongado.
<b>Lugar de elaboración</b>	Producto elaborado en la finca LA RIVERA Ubicada en la Vereda la María, municipio de Pijao, Departamento del Quindío.
<b>Composición nutricional: en una taza de café</b>	KCAL : 2%
	PROTEÍNAS : 0,3 gramos
	GRASA : 0,2 gramos
	AGUA : 95 gramos
	CAFEÍNA : 80 miligramos
<b>Empaque</b>	Empacado al vacío, empaque con válvula desgasificadora que permite la conservación de las características organolépticas garantizando la calidad del producto.
<b>Presentación</b>	Café molido: presentación de 500 gramos.
<b>vida útil del producto</b>	11 meses



**Anexo 9 Cotización transporte Internacional**

**London**  
brew

LONDON INVERSIONES SAS  
NIT 900.310.782-6

Pueblo Tapao, 7 de Septiembre 2020

Señores  
Calvo & Suárez café especial S.A.S  
Asunto: cotización servicio de transporte internacional

Por medio de la presente se relacionan los costos para el envío de la mercancía hasta el aeropuerto de Hamburgo en Alemania, bajo la modalidad de exportación en pequeñas cantidades.

Embalaje( cajas de cartón )	1,8 usd
Cargue al medio de transporte interno	5,1 usd
Seguro del 1 % sobre el valor de la mercancía	7,2 usd
Transporte internacional( Aéreo)	265,9 usd
<b>Total</b>	<b>280 usd</b>

Cordialmente,

Laura Molina Henao  
Asistente Administrativa  
Cra 4 #14-44 Pueblo Tapao, Montenegro, Colombia  
Teléfono: 310 520 0545  
Email: asistente@cafelondon.info