



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

Estudio de factibilidad del emprendimiento

CAFÉ CARDONAL: El sabor tradicional nos hace familia,

producido en la Finca El Bosque, vereda Risaralda, municipio de Andes, Antioquia

Paola Andrea Cardona Álvarez

Informe de práctica presentado para optar al título de Ingeniera Industrial

Modalidad de Práctica

Empresarismo

Asesora

Carolina Mesa Gallego, Magíster (MSc) en Ingeniería Industrial

Universidad de Antioquia

Facultad de Ingeniería

Ingeniería Industrial

Andes, Antioquia, Colombia

2026



Cita

(Cardona Álvarez, 2025)

Referencia

Estilo APA 7 (2020)

Cardona Álvarez, P. (2025). *Estudio de factibilidad del emprendimiento CAFÉ CARDONAL: El sabor tradicional nos hace familia, producido en la Finca El Bosque, vereda Risaralda, municipio de Andes, Antioquia*. [Informe de práctica]. Universidad de Antioquia, Andes, Colombia.



UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA
Vicerrectoría de Docencia



Sistema
de Bibliotecas

Centro de Documentación Ingeniería (CENDOI)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia, quienes han sido el pilar fundamental en cada paso de mi formación, brindándome apoyo, esfuerzo y motivación constante para seguir adelante y alcanzar mis metas. De manera muy especial, dedico este logro a mi sobrino Ángel Esteban, quien, a pesar de la distancia, siempre está presente en mi corazón. Este trabajo también es para él, como un símbolo de amor, inspiración y del deseo de construir un futuro lleno de oportunidades que algún día podamos compartir más cerca.

Agradecimientos

Agradezco en primer lugar a Dios y a la Virgen María, por brindarme la fortaleza, la salud y la sabiduría necesarias para culminar esta etapa de mi vida.

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi familia, por su apoyo incondicional, sus consejos y su constante motivación, siendo el pilar fundamental en la realización de este logro.

De igual manera, agradezco a mi asesora Carolina Mesa, quien con su conocimiento, orientación y acompañamiento hizo posible el desarrollo de este trabajo, aportando significativamente a mi formación académica y profesional.

Asimismo, agradezco a todas las personas que de una u otra manera contribuyeron en la elaboración de este proyecto, brindando su apoyo, tiempo y colaboración.

Finalmente, agradezco a la Universidad por ofrecer los espacios y herramientas necesarias para mi crecimiento personal y profesional.

Tabla de contenido

Resumen.....	10
Abstract	11
1. Introducción.....	12
2. Objetivos	16
3. Estudio de Mercados	18
4. Estudio Técnico	68
5. Estudio Administrativo y Legal	87
6. Estudio financiero	102
8. Conclusiones	127
Referencias.....	129
Anexos	137

Lista de Tablas

Tabla 1	Programas de extensión cafetera.....	31
Tabla 2	Resumen general de demanda estimada	38
Tabla 3	Perfil de clientes.....	39
Tabla 4	Competidores sustitutos	40
Tabla 5	Competidores directos	42
Tabla 6	Proveedores.....	46
Tabla 7	Distribuidores potenciales.....	48
Tabla 8	Cronograma de implementación de canales	49
Tabla 9	Plan de marketing 4P	50
Tabla 10	Cronograma de promoción y comercialización	51
Tabla 11	Justificación logística.....	72
Tabla 12	Características de la finca El Bosque.....	74
Tabla 13	Capacidad de transformación del proveedor.....	75
Tabla 14	Requerimientos técnicos	81
Tabla 15	Capital de trabajo	83
Tabla 16	Inversión total inicial	84
Tabla 17	Costos variables	85
Tabla 18	Costos fijos técnicos	86
Tabla 19	Disposición administrativa.....	89
Tabla 20	Cargos y funciones.....	89
Tabla 21	Costos de personal	91
Tabla 22	Costos de formalización.....	93
Tabla 23	Requerimientos legales	99

Tabla 24	Costos legales anuales.....	100
Tabla 25	Variables Macroeconómicas	102
Tabla 26	Ingresos Operativos	104
Tabla 27	Costos Variables	105
Tabla 28	Costos Fijos.....	105
Tabla 29	Gastos Operativos	106
Tabla 30	Inversión Inicial	107
Tabla 31	Plan Administrativo	107
Tabla 32	Ingresos	108
Tabla 33	Análisis Horizontal Ingresos.....	109
Tabla 34	Egresos.....	110
Tabla 35	Análisis Vertical Egresos.....	110
Tabla 36	Análisis Horizontal Egresos.....	111
Tabla 37	Estado de Resultados	112
Tabla 38	Balance General	113
Tabla 39	WACC.....	115
Tabla 40	Flujo de Caja, VPN y TIR.....	116
Tabla 41	Escenarios análisis de sensibilidad	122
Tabla 42	Matriz probabilidad impacto.....	124

Lista de figuras

Figura 1	Portafolio de productos Café Cardonal	19
Figura 2	Principales países productores de café en el mundo	22
Figura 3	Área cultivada y participación por departamento.....	23
Figura 4	Distribución tipo de caficultor Andes	24
Figura 5	Exportación mensual de café.....	25
Figura 6	Precio interno del café.....	26
Figura 7	Consumo de café en los hogares	27
Figura 8	Pregunta 1 Nivel de satisfacción con el aroma y el sabor del café	54
Figura 9	Pregunta 2 percepción del producto	55
Figura 10	Pregunta 3 compras	55
Figura 11	Pregunta 4 pago	56
Figura 12	Pregunta 5 rango de precios	57
Figura 13	Pregunta 6 experiencia	58
Figura 14	Consumidora satisfecha.....	59
Figura 15	Pregunta 1 nivel de competitividad	60
Figura 16	Pregunta 2 percepción del producto	61
Figura 17	Pregunta 3 inclusión en el portafolio de productos	62
Figura 18	Pregunta 4 viabilidad en la venta del producto	62
Figura 19	Entrevistas con expertos.....	65
Figura 20	División política del municipio de Andes	69
Figura 21	División política corregimiento de San Bartolo	70
Figura 22	Ubicación Finca el Bosque y Cabresto Coffee.....	71
Figura 23	Diagrama de flujo producción y transformación.....	80

Figura 24	Organigrama	87
Figura 25	Indicadores de Liquidez	118
Figura 26	Indicadores de Rentabilidad	120
Figura 27	Indicadores de Generación de Valor	121

Siglas, acrónimos y abreviaturas

APA	American Psychological Association
kg	Kilogramos
g	Gramos
FNC	Federación Nacional de Cafeteros
UdeA	Universidad de Antioquia
UVT	Unidad de Valor Tributario
UVB	Unidad de Valor Básico
Ha	Hectáreas
MSc	Magíster
TIR	Tasa Interna de Retorno
VPN	Valor Presente Neto
WACC	Costo Promedio Ponderado de Capital

Resumen

CAFÉ CARDONAL es un emprendimiento familiar que surge en las montañas de Andes, Antioquia, con el propósito de rescatar y proyectar la tradición cafetera de la familia Cardona Álvarez. El presente trabajo corresponde a un estudio de factibilidad orientado a evaluar la viabilidad integral del proyecto, el cual busca producir y comercializar café tostado especial, cultivado sin agroquímicos y con trazabilidad completa, garantizando al consumidor una experiencia sensorial auténtica que conecta el origen con la taza. La metodología contempla la caracterización de la finca y del proceso productivo, un estudio de mercado para identificar el comportamiento del consumidor y la competencia, así como el desarrollo de un plan de negocios que evalúa la viabilidad técnica, financiera, comercial, organizativa y legal. Como parte de la validación, se realizaron encuestas a 100 consumidores, 10 tiendas especializadas y entrevistas con expertos del sector, permitiendo contrastar la aceptación del producto y su potencial en el mercado.

Los resultados evidencian que el proyecto es viable, al presentar indicadores financieros favorables, con un Valor Presente Neto (VPN) positivo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) superior al costo de capital. Asimismo, el análisis de sensibilidad identifica el precio de venta y los costos de producción como variables críticas para la sostenibilidad del negocio. Se concluye que Café Cardonal cuenta con una propuesta de valor diferenciada basada en la calidad, la trazabilidad y el componente emocional asociado a la tradición familiar, lo que le permite posicionarse competitivamente en el mercado de cafés especiales.

Palabras clave: café especial, emprendimiento familiar, tradición cafetera, trazabilidad.

Abstract

CAFÉ CARDONAL is a family business that originated in the Andes Mountains of Antioquia, with the purpose of preserving and promoting the coffee-growing tradition of the Cardona Álvarez family. This work corresponds to a feasibility study aimed at evaluating the overall viability of the project, which seeks to produce and market specialty roasted coffee, grown without agrochemicals and with complete traceability, guaranteeing consumers an authentic sensory experience that connects the origin to the cup. The methodology includes characterizing the farm and the production process, a market study to identify consumer behavior and the competition, as well as the development of a business plan that evaluates technical, financial, commercial, organizational, and legal viability. As part of the validation process, surveys were conducted with 100 consumers and 10 specialty stores, and interviews were held with industry experts, allowing for a comparison of product acceptance and its market potential.

The results demonstrate the project's viability, showing favorable financial indicators, with a positive Net Present Value (NPV) and an Internal Rate of Return (IRR) exceeding the cost of capital. Furthermore, the sensitivity analysis identifies the selling price and production costs as critical variables for the business's sustainability. It is concluded that Café Cardonal offers a differentiated value proposition based on quality, traceability, and the emotional component associated with family tradition, enabling it to position itself competitively in the specialty coffee market.

Keywords: specialty coffee, family business, coffee tradition, traceability.

1. Introducción

La producción de café en Colombia superó los 14 millones de sacos en el año 2021, lo que le permitió ocupar el tercer lugar como productor mundial como lo expone Salazar Gallego (2021), después de Brasil y Vietnam; con quienes representa una tercera parte de las exportaciones mundiales de café. Siendo líder en la producción de café suave (p. 6). De acuerdo con Arias Jiménez (2021) el sector cafetero para este mismo año estaba conformado por cerca de 654.000 fincas y alrededor de 540.000 productores, de los cuales el 30% son mujeres. De acuerdo con International Coffee Organization (2023), para el año 2023 Colombia continúa siendo el tercer mayor productor de café en el mundo con una producción de 680 mil toneladas de café.

El café colombiano se produce en 603 municipios distribuidos en 22 departamentos, y se encuentran vinculadas al cultivo más de 549.000 familias; actualmente, los pequeños productores, con menos de cinco hectáreas, representan el 96 % del total y son responsables del 60 % de la producción nacional. (Agronet, 2024)

De igual manera según la Cámara de Comercio Colombo Americana (2025) el Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia creció un 1,7% en 2024 y el sector que más impulsó este crecimiento fue la agricultura con un 8,1%.

En el departamento de Antioquia, y particularmente en el municipio de Andes, la caficultura constituye no solo una actividad económica estratégica, sino también un eje cultural y social. Según la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) (2025a), en agosto de 2025 el país produjo alrededor de 1.243 millones de sacos de 60 kg, consolidándose Antioquia como uno de los departamentos con mayor producción y tradición cafetera. Sin embargo, pese a la importancia económica y social del café, una parte significativa de los pequeños productores

obtienen bajos márgenes de rentabilidad debido a la intermediación la comercialización y a la volatilidad de los precios del mercado.

En el municipio de Andes, la tradición cafetera coexiste con dificultades para acceder a canales de comercialización de mayor valor agregado, así como con limitaciones en la implementación de prácticas que faciliten la trazabilidad y la venta directa al consumidor final. De acuerdo con el Comité de Caficultores de Antioquia (2025) el 91,22 % de los caficultores de Andes son pequeños productores que dependen casi exclusivamente de los ingresos derivados de esta actividad. Esta dependencia restringe su capacidad de inversión, dificulta la modernización de sus sistemas productivos y pone en riesgo la sostenibilidad financiera y el bienestar económico de sus familias.

Profundizando en el problema planteado, la venta del café verde (también denominado café pergamino, es decir seco sin trillar) suele estar mediada por intermediarios, lo que reduce la rentabilidad de los productores. Según el Foro Mundial de Productores de Café (2021), el mercado mundial de esta industria genera alrededor de USD 200.000 millones en ventas, de los cuales los caficultores reciben únicamente entre un 6 % y un 10 % del valor final del producto, mientras que el 90 % al 94 % restante queda concentrado en los intermediarios de la cadena de valor. Esta estructura evidencia que, a pesar de ser la base de la producción, muchos pequeños caficultores ni siquiera logran cubrir sus costos de producción, lo que profundiza la vulnerabilidad económica del sector (CONPES, 2021). Esto ocasiona que las familias cafeteras reciban un ingreso insuficiente para sostener la producción, invertir en innovación o garantizar el relevo generacional.

Más allá de su importancia económica, la caficultura representa un eje cultural y social en Colombia, pues constituye el sustento de miles de familias y un legado transmitido de generación en generación. No obstante, la falta de rentabilidad amenaza no solo la estabilidad financiera de

los pequeños productores, sino también la continuidad de esta tradición, ya que muchos jóvenes ven pocas oportunidades en el campo y migran hacia otras actividades productivas en las grandes ciudades. En este contexto, surge la necesidad de impulsar modelos alternativos de producción y comercialización, enfocados en cafés especiales, venta directa y generación de valor agregado, que permitan a los caficultores mejorar sus ingresos y garantizar la sostenibilidad del sector en el largo plazo.

Paralelamente, el mercado global muestra una creciente demanda de cafés especiales y sostenibles. En 2023, el mercado de cafés sostenibles alcanzó un valor de USD 393,31 mil millones y se proyecta un crecimiento sostenido en los próximos años (Business Research Insights, 2025). Esta tendencia abre una oportunidad estratégica para que pequeños productores integren procesos de transformación y comercialización directa, obteniendo un mayor porcentaje del valor agregado.

En el caso particular de la familia Cardona Álvarez, de la finca El Bosque, ubicada en la vereda Risaralda del municipio de Andes, esta problemática no es solo una realidad estadística, sino una experiencia directa. La dependencia de la venta de café verde a intermediarios ha evidenciado márgenes de utilidad reducidos que dificultan la generación de valor y la estabilidad económica del núcleo familiar.

En este contexto, *CAFÉ CARDONAL* surge como un proyecto familiar orientado a la producción y comercialización directa de café tostado especial, con enfoque en calidad, sostenibilidad y conexión con el consumidor final. Bajo el eslogan “*El sabor tradicional nos hace familia*”, la iniciativa pretende transformar la lógica de comercialización tradicional, reduciendo la intermediación y mejorando los ingresos de la unidad productiva, ofreciendo un producto diferenciado que combina calidad, sostenibilidad y valor agregado.

En este sentido, el presente estudio busca dar respuesta a la siguiente pregunta de investigación: ¿Es viable técnica, comercial y financieramente implementar una línea de negocio de café tostado especial en la finca de la familia Cardona Álvarez? Para ello, se desarrollará un estudio de factibilidad que permita evaluar las condiciones productivas, comerciales y financieras del proyecto, con el fin de determinar su viabilidad integral como alternativa de generación de ingresos sostenibles para la familia caficultora.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para el negocio *CAFÉ CARDONAL*, evaluando la viabilidad técnica, comercial, financiera, organizativa y legal de la producción y comercialización de café tostado especial, con el fin de determinar la pertinencia de su implementación como emprendimiento familiar en el municipio de Andes.

2.2. Objetivos Específicos

1. Definir el concepto del negocio *CAFÉ CARDONAL* y su propuesta de valor, a partir de la caracterización del producto, su origen familiar, su proceso de producción y su identidad de marca.
2. Analizar el mercado objetivo del café tostado especial en el municipio de Andes, mediante el estudio del perfil del consumidor, la demanda, la competencia y los canales de comercialización, con el fin de establecer la viabilidad comercial del proyecto (estudio de mercados).
3. Evaluar la viabilidad técnica del proyecto, describiendo el proceso productivo del café tostado, la capacidad instalada, los recursos necesarios y los requerimientos operativos (estudio técnico).
4. Identificar la estructura administrativa y los requisitos legales del proyecto, estableciendo la forma organizacional, la normativa aplicable y los permisos necesarios para su funcionamiento (estudio administrativo y legal).
5. Determinar la viabilidad financiera del proyecto, mediante la estimación de costos, ingresos, inversión inicial y flujo de caja (estudio financiero).

-
6. Analizar los principales riesgos del proyecto *CAFÉ CARDONAL*, con el fin de identificar su impacto y proponer medidas de mitigación (análisis de riesgos).

3. Estudio de Mercados

3.1. Presentación de la Empresa

CAFÉ CARDONAL se posiciona como una alternativa de café, tostado especial, dirigida a consumidores que valoran la calidad del producto, el origen del café y las prácticas productivas responsables, libre de agroquímicos. Su propuesta de valor se fundamenta en responder a una problemática estructural del sector cafetero: la baja rentabilidad de los pequeños productores derivada de la intermediación y la escasa generación de valor agregado en el origen.

La iniciativa está orientada principalmente a consumidores finales urbanos y semiurbanos del municipio de Andes, con interés en cafés especiales, productos sostenibles y experiencias de consumo con identidad cultural; así como a pequeños establecimientos que priorizan la compra de café de origen y comercio directo con los productores.

CAFÉ CARDONAL ofrece café tostado especial producido en la finca familiar El Bosque, de la vereda Risaralda, corregimiento de San Bartolo, municipio de Andes (Antioquia), cultivado bajo prácticas agrícolas limpias, sin el uso de agroquímicos, transformado mediante procesos artesanales de producción en pequeños lotes. Se comercializa de manera directa con el consumidor final, garantizando trazabilidad, transparencia y una relación más equitativa entre el productor y el mercado.

3.2. Portafolio de Productos y Servicios

En la Figura 1 se presenta el portafolio de productos del negocio *CAFÉ CARDONAL*, con el propósito de brindar a los clientes potenciales una visión clara de las diferentes presentaciones disponibles y sus principales características, facilitando así la comprensión de la oferta y apoyando el proceso de decisión de compra.

Figura 1

Portafolio de productos Café Cardonal



Nota. Elaboraci3n propia

3.3. Propuesta de Valor Diferenciada

CAFÉ CARDONAL se distingue porque no ofrece únicamente un producto agrícola, sino una experiencia sensorial, cultural, saludable y sostenible. Su propuesta de valor se enfoca en:

- ✓ **Calidad artesanal:** Procesado en pequeños lotes lo que permite resaltar un perfil de taza suave, dulce y balanceado, con notas asociadas a la panela, y tradición cafetera, que refleja el cuidado en cada etapa del proceso (recolección, despulpada, fermentada, lavado, secado, trillado, tostado y molido).
- ✓ **Producción responsable:** Café cultivado bajo prácticas sostenibles que priorizan la salud del suelo, la biodiversidad, el no uso de agroquímicos y el bienestar del productor y del consumidor.
- ✓ **Trazabilidad y transparencia:** Información clara y verificable sobre el origen del grano, el proceso productivo y la historia familiar detrás del café.
- ✓ **Identidad cultural:** El consumidor accede a una experiencia que rescata la tradición cafetera de la familia Cardona Álvarez, fortaleciendo el vínculo emocional entre el consumidor y el territorio.
- ✓ **Relación directa productor–consumidor:** Eliminación de intermediarios, lo que mejora la rentabilidad del productor y ofrece un precio justo y coherente para ambas partes.

3.1.1. Elemento Diferenciador

A diferencia de los cafés comerciales e incluso de algunos cafés especiales disponibles en el mercado, *CAFÉ CARDONAL* integra producción, transformación y comercialización en un mismo proyecto familiar, eliminando intermediarios y generando mayor valor agregado en el origen. De esta manera, no solo ofrece un producto de alta calidad, sino una propuesta

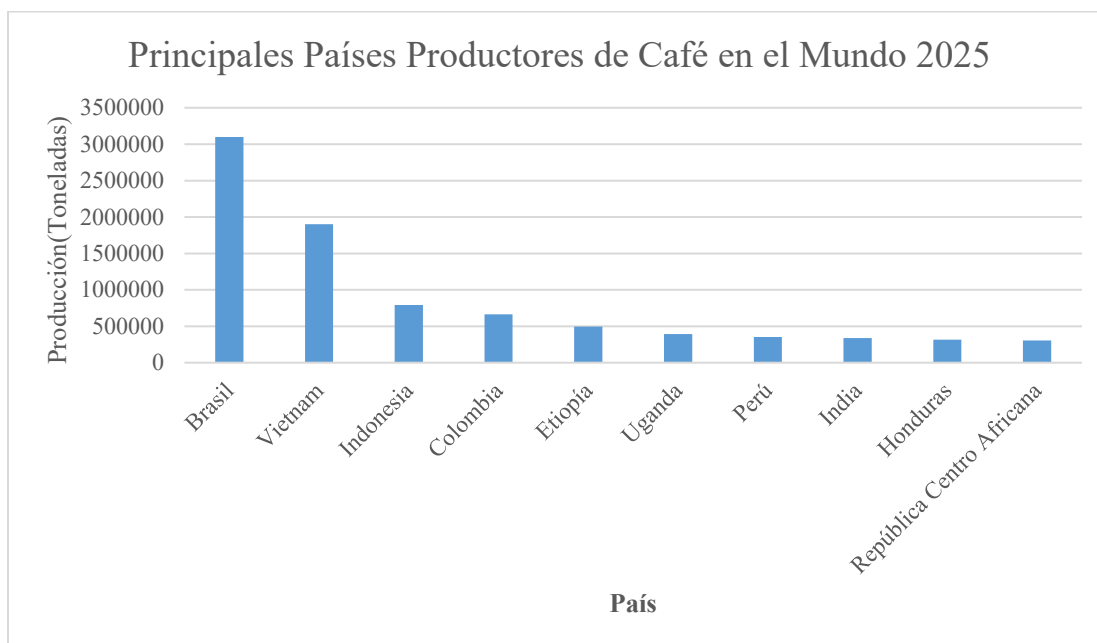
coherente que combina sabor, sostenibilidad y tradición, posicionándose como un café auténtico con identidad territorial.

3.4. Análisis de la Industria

El panorama global del café está dominado por un reducido grupo de países que concentran gran parte de la producción. Brasil lidera con más de 3 millones de toneladas anuales, seguido por Vietnam, Indonesia, Colombia y Etiopía, lo que refleja la fuerte concentración de este mercado en pocas naciones productoras (Indonesia Specialty Coffee, 2025), como se puede observar en la Figura 2. Estos países no solo abastecen la mayor parte del consumo mundial, sino que también marcan las tendencias en calidad, sostenibilidad y precios internacionales. Para proyectos enfocados en cafés especiales, como el nuestro, resulta clave comprender estas dinámicas y la posición de Colombia en este contexto, ya que permite identificar oportunidades de diferenciación y valor agregado.

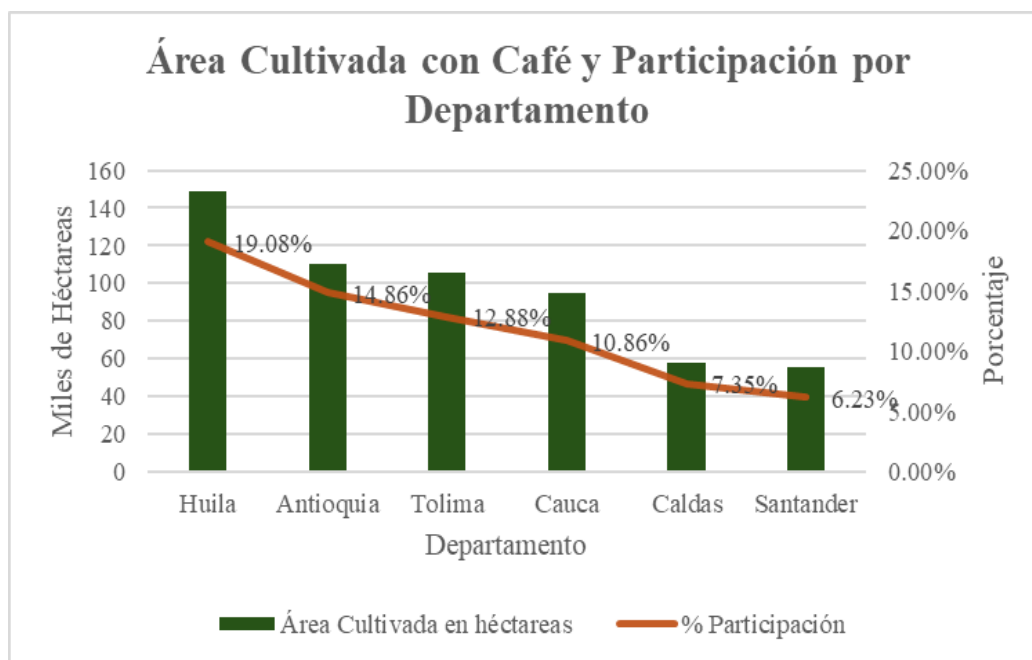
Figura 2

Principales países productores de café en el mundo



Nota. La figura muestra las cifras de producción en toneladas por país en 2025 en el mundo. Fuente: Indonesia Specialty Coffee (2025).

Colombia es uno de los principales productores de café a nivel mundial, y su producción está altamente concentrada en ciertos departamentos. Según el ranking de la compañía Coffee Media, Huila aporta el 19,08% de la producción nacional, seguido de Antioquia con el 14,86%, y Tolima con el 12,88%. Estos tres departamentos en conjunto representan casi la mitad del café producido en el país, esto lo podemos validar en la figura 3, donde se muestra el porcentaje de participación y el área cultivada en miles de hectáreas:

Figura 3*Área cultivada y participación por departamento*

Nota. El gráfico muestra el ranking de principales departamentos productores en Colombia a 2024 y su número de hectáreas sembradas. Fuentes: Adaptado de Coffee Media (2024) y Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (2025).

Antioquia se posiciona como el segundo productor de café más importante de Colombia, lo que evidencia su relevancia estratégica dentro de la industria cafetera. Aunque históricamente el número de hectáreas sembradas ha presentado una ligera disminución, la producción no se ha reducido de manera significativa; por el contrario, en diciembre de 2024 se registró un aumento importante en los niveles de producción. Para esa fecha, Colombia contaba con 837.690 hectáreas de café sembradas, de las cuales Antioquia concentraba el 13,18% (110.430 ha), ubicándose en segundo lugar después de Huila.

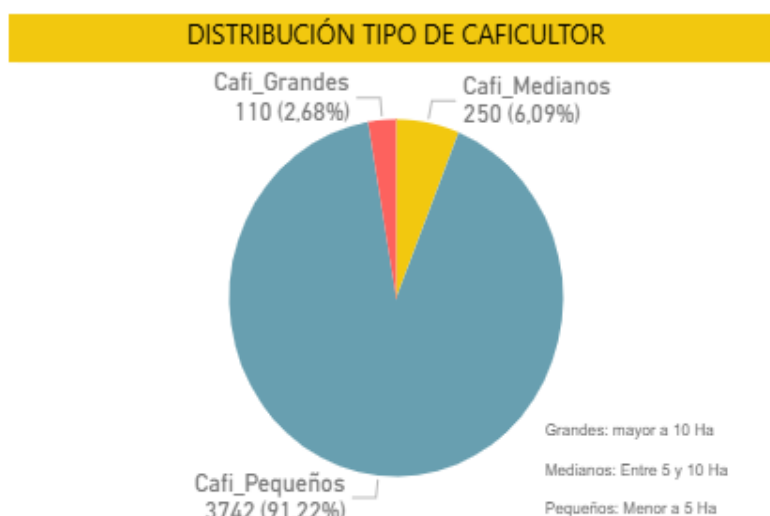
De acuerdo con el Comité de Cafeteros de Antioquia (2025), el departamento tiene alrededor de 110.483 hectáreas (ha) cultivadas, de las cuales la subregión del Suroeste representa

el 63,06% (69.646 ha). Dentro de esta subregión, el municipio de Andes concentra el 15,35% (10.689 ha), lo que confirma su papel estratégico en la producción regional de café y su importancia económica para numerosas familias rurales que dependen de esta actividad.

Otra característica relevante, que se evidencia en la Figura 4, es que la gran mayoría de los caficultores del municipio corresponden a pequeños productores, lo cual refleja una estructura productiva basada principalmente en unidades familiares de pequeña escala. Esta condición es coherente con el perfil de los creadores de la marca *CAFÉ CARDONAL*, quienes representan este tipo de caficultura tradicional, donde el conocimiento heredado, el manejo directo del cultivo y el arraigo territorial juegan un papel fundamental en la producción de café de calidad.

Figura 4

Distribución tipo de caficultor Andes



Nota. La figura muestra la distribución en porcentajes por tipo de caficultor en el municipio de Andes, Antioquia.

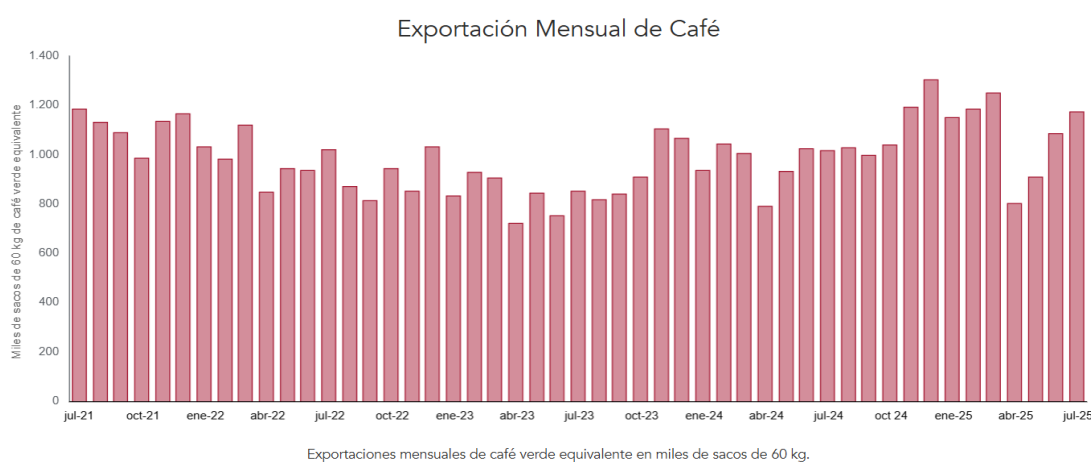
Fuente: Comité de Cafeteros de Antioquia (2025).

Colombia ha mostrado un crecimiento sostenido en su comercio cafetero, especialmente en materia de exportaciones. Según datos de la Federación Nacional de Cafeteros, en julio de 2025

la producción alcanzó 1.373 millones de sacos de café, de los cuales se exportaron 1.174 millones. Esto significa que cerca del 85% del café producido en el país se destina a mercados internacionales, consolidando a Colombia como uno de los principales exportadores de café a nivel mundial. La siguiente gráfica presenta el comportamiento de las exportaciones en sacos de café:

Figura 5

Exportación mensual de café



Nota. El gráfico muestra la cantidad en miles de sacos de café que se exportaron mensualmente en Colombia. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (2025).

En agosto, los principales destinos del café colombiano fueron Estados Unidos, Alemania, Canadá, Bélgica y Japón; destacándose Estados Unidos como el mayor comprador con una participación del 40,1% de las exportaciones, muy por encima del resto de países. Alemania ocupó el segundo lugar con un 8,1%, seguido de Canadá con un 7,9%. Además, Países Bajos registró la mayor variación anual en sus importaciones, mientras que Alemania presentó un crecimiento del 35,7%, lo que refleja un interés creciente de los mercados europeos en el café colombiano (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2025). Este panorama evidencia no solo la relevancia del producto en la economía global, sino también las oportunidades para proyectos de

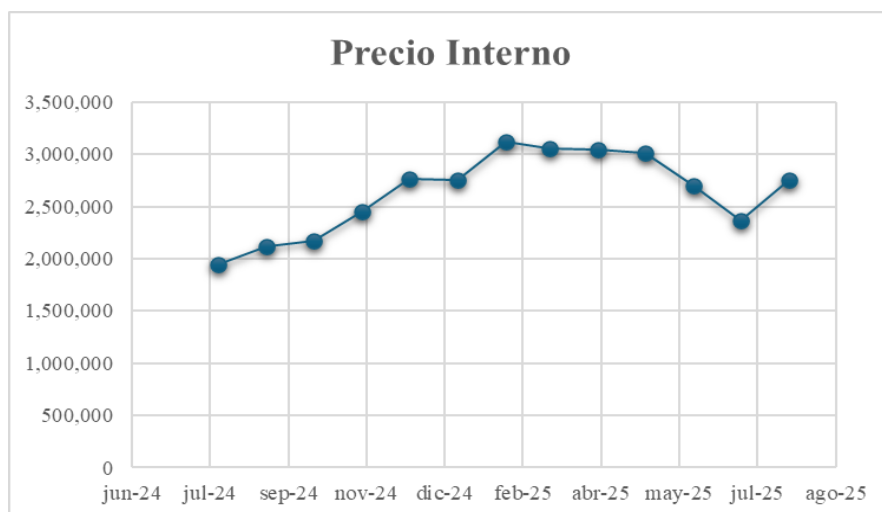
café especial, que pueden aprovechar estas tendencias de consumo en nichos que valoran la calidad, la trazabilidad y la tradición del origen.

Siendo un producto tan representativo en el país, es relevante mencionar los precios y su comportamiento en el último año (entre agosto de 2024 y agosto de 2025), en la Figura 6 se muestra cómo el precio interno del café ha presentado una tendencia de crecimiento entre agosto de 2024 y febrero de 2025, pasando de \$1.943.323 a \$3.118.571 por carga. Este incremento de más del 60% en solo seis meses evidencia la alta volatilidad del mercado cafetero.

Sin embargo, después de alcanzar ese pico en el primer trimestre de 2025, los precios muestran una caída significativa en junio y julio (hasta \$2.369.903), para luego recuperarse levemente en agosto (\$2.758.032), como se puede visualizar en la figura 6. Esta inestabilidad representa un riesgo para los caficultores, pues dificulta la planeación financiera y la sostenibilidad económica de las familias productoras.

Figura 6

Precio interno del café



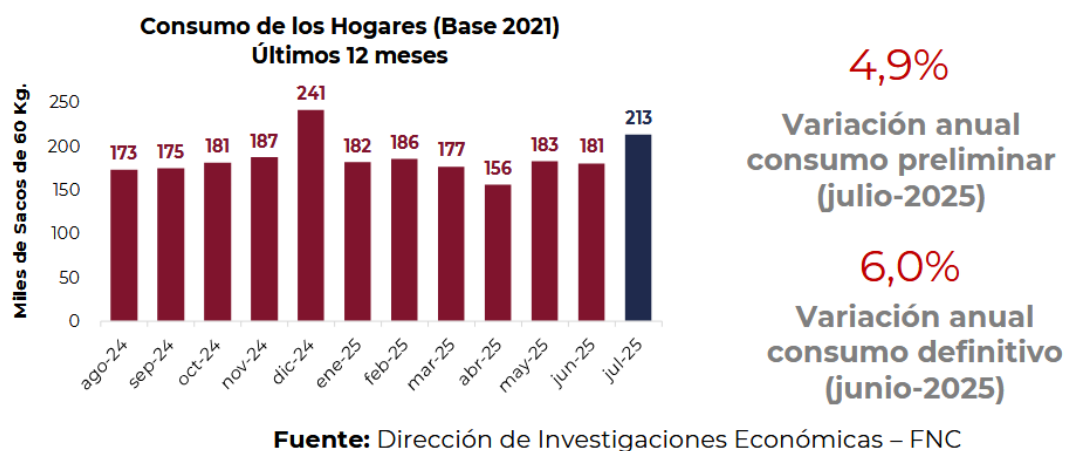
Nota. El gráfico muestra el precio del café en Colombia por mes. Fuente: Adaptado de Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (2025).

En este contexto, proyectos como *CAFÉ CARDONAL* encuentran una oportunidad al no depender únicamente del precio base interno, sino al generar valor agregado con el café tostado especial, comercializado directamente al consumidor. Esto permite estabilizar ingresos, reducir la dependencia de las fluctuaciones del mercado y garantizar un margen más justo para la familia cafetera.

En cuanto al consumo interno de café en Colombia, las cifras muestran un comportamiento estable con algunos picos relevantes. Durante el periodo comprendido entre agosto de 2024 y julio de 2025, el consumo osciló entre 156 mil y 241 mil sacos de 60 kg mensuales (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2025). El mayor consumo se registró en diciembre de 2024, con 241 mil sacos, lo que se asocia a las festividades de fin de año y al incremento en las reuniones familiares y sociales, como se muestra a continuación en la figura 7.

Figura 7

Consumo de café en los hogares



Nota. La gráfica muestra la cantidad de sacos de café consumido en los hogares colombianos. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (2025).

Teniendo en cuenta la gráfica anterior se puede decir que el consumo de café en los hogares aumenta principalmente en diciembre, cuando el consumo alcanza 241 mil sacos de 60 kg, el valor más alto del periodo analizado. Este incremento se relaciona con las festividades de fin de año y el aumento de reuniones familiares, lo que impulsa la demanda. Posteriormente, el consumo disminuye a 182 mil sacos en enero y 186 mil en febrero, reflejando un ajuste en las compras después de la temporada navideña. Durante los meses siguientes el consumo se mantiene relativamente estable, con valores entre 156 mil y 187 mil sacos, hasta registrar nuevamente un aumento en julio con 213 mil sacos, lo que indica variaciones estacionales asociadas a cambios en los hábitos de consumo de los hogares a lo largo del año. De acuerdo con la FNC, el consumo preliminar anual presentó una variación positiva del 4,9%, mientras que el consumo definitivo de junio de 2025 registró un crecimiento aún mayor, del 6,0%, lo que confirma una tendencia sostenida al alza en la demanda interna.

De acuerdo con un documento de Colcafé (2024), la demanda de sostenibilidad sigue creciendo, y cada vez más consumidores buscan saber de dónde viene su café y cómo fue producido. Los proveedores que puedan garantizar prácticas ecológicas y certificaciones como el comercio justo y la trazabilidad estarán mejor posicionados para conquistar este mercado consciente. En este punto la problemática asociada al uso de agrotóxicos en la industria cafetera del país obtiene un alto grado relevancia, ya que estos insumos, aunque contribuyen al control de plagas y al aumento de la productividad, generan impactos negativos sobre el medio ambiente, la salud de los trabajadores rurales y la calidad del suelo y las fuentes hídricas, aspectos que se apartan de estas nuevas preferencias de consumo.

Para comprender la relevancia de esta problemática en el contexto productivo, es necesario considerar que el uso intensivo de agroquímicos ha sido objeto de preocupación a nivel

internacional. Según las Naciones Unidas (2018), el uso continuo y excesivo de pesticidas contribuye a la contaminación del suelo y de las fuentes hídricas, genera pérdida de biodiversidad, afecta a los insectos benéficos que actúan como controladores naturales de plagas y reduce el valor nutritivo de los alimentos. Estas afectaciones han motivado a organismos internacionales a promover acuerdos y lineamientos orientados a la regulación del uso de agroquímicos, con el fin de preservar los ecosistemas, la salud humana y la sostenibilidad de los sistemas agrícolas.

Según Bastos (2019), se va creando una reciprocidad virtuosa entre los productores y consumidores, quienes están abanderando paso a paso un consumo más responsable buscando generar impactos positivos no solo en su salud y experiencia sino en las comunidades campesinas, esto representa tanto un desafío como una oportunidad para los pequeños caficultores, quienes cada vez más se acogen a criterios de sostenibilidad en su producción. En este escenario, el aumento del consumo interno de café, sumado al interés por productos más responsables, fortalece las posibilidades de posicionar propuestas diferenciadas, como los cafés tostados especiales con enfoque sostenible, generando mayor valor agregado y mejores márgenes de rentabilidad para los productores.

3.4.1. Cafés diferenciados en Antioquia

La industria cafetera colombiana ha mostrado un desempeño positivo en los mercados internacionales (como se pudo notar en los datos anteriores acerca de la exportación), con una participación destacada en las exportaciones de productos agroalimentarios. Este comportamiento refleja la solidez y competitividad del sector cafetero colombiano, especialmente en segmentos de mayor valor agregado, impulsados por la calidad del café y la tradición productiva del país. En este contexto, ProColombia identifica que los cafés especiales con atributos de alta calidad son demandados en más de 45 países, donde características como la suavidad, el aroma y la diversidad

de sabores se convierten en factores clave para la diferenciación y competitividad de la oferta cafetera nacional (ProColombia, 2025).

De manera paralela, el mercado interno ha experimentado una transformación significativa hacia el consumo de café Premium, impulsada por consumidores que valoran el origen, la trazabilidad y las experiencias sensoriales asociadas a cafés de especialidad. Esta tendencia se refleja en el creciente interés por productos diferenciados que ofrecen perfiles sensoriales más complejos y propuestas de valor orientadas a la calidad y autenticidad (Portafolio, 2025).

Según Alcaldía de Medellín y Creame Incubadora de Empresas (2021) en Antioquia existían a 2021 más de 90 marcas reconocidas, la cuales se ofertaban desde las diversas subregiones productoras del departamento y se venían haciendo un espacio no sólo en el ámbito local, sino internacional y que trabajaban desde el cultivo del café hasta venderlo en tiendas. Este ámbito de la economía ha logrado avanzar a pasos agigantados, pues Delarte Café Especial (2024) asegura que solo en el Suroeste Antioqueño existen más 800 marcas que venden café de calidad, pero que en su mayoría estas marcas no cuentan con los recursos y con el conocimiento para darse a conocer a través de la publicidad. Esto quiere decir que el mercado de cafés especiales en la región se encuentra saturado y que entrar en el mercado de cafés especiales en Antioquia ofrece grandes oportunidades, pero no es "fácil" en términos de esfuerzo, ya que requiere alta calidad, diferenciación y constancia para destacar (Federación Nacional de Cafeteros, 2016).

Para iniciar un laboratorio propio para el inicio de una marca de café tostado artesanal, se necesitaría al menos de una tostadora pequeña, su precio en Colombia es de unos \$790.000 según lo muestra la tienda La Feria de la Greca (2026), para una tostadora eléctrica domestica JMS-270, la cual tiene una capacidad de torrefacción de 1,1 libras a la vez. También para un negocio que ofrece café molido como lo es *CAFÉ CARDONAL* se requiere un molino básico, pequeño,

eléctrico, con una capacidad de 120 g, el cual puede costar \$649.000, según lo indica la tienda La Feria de la Greca (2026a).

La industria de los cafés especiales cuenta con un apoyo especial, pues hasta en el marco regulatorio del país se encuentran leyes como la Ley 2550 de 2025 del Congreso de la República de Colombia, “*Por medio del cual se crea el fondo del emprendimiento de cafés especiales para el impulso del sector caficultor en todo el territorio nacional y se dictan otras disposiciones*” (Congreso de la República de Colombia, 2025), esta ley apoya a emprendedores entregando incentivos, estímulos, asesoría técnica y acompañamiento, este fondo es manejado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en unión con la Federación Nacional de Cafeteros, esta Federación impulsa el comercio de cafés especiales en el exterior en asociación con ProColombia. Además de los beneficios otorgados por esta ley, el Ministerio de Agricultura de Colombia cuenta con programas de Extensión Cafetera para apoyar esta industria, algunos de estos programas se presentan en la tabla 1:

Tabla 1

Programas de extensión cafetera

Programa	Beneficios
Programa de Crédito Cafetero	Permite a los caficultores acceder a recursos económicos para ejecutar labores del cultivo y mejorar sus predios.
Programa de Transferencia de Tecnología	Brinda acompañamiento técnico por parte de extensionistas en todo lo relacionado con el cultivo y sus labores.
Programa de Cafés Especiales	Facilita que el café sea clasificado como “especial”, mediante mejoras técnicas, permitiendo obtener un precio adicional.
Programa de Gestión Empresarial	Ofrece capacitación para fortalecer conocimientos administrativos y gerenciales en el manejo de los predios.

Nota. Información tomada de Ministerio de Agricultura.

En conclusión, la industria cafetera colombiana se caracteriza por una alta relevancia económica, fuerte orientación exportadora y marcada volatilidad en los precios del café verde. No obstante, el crecimiento sostenido del consumo interno y la consolidación del segmento de cafés especiales evidencian una transición hacia mercados de mayor valor agregado, donde atributos como calidad, trazabilidad, sostenibilidad y origen adquieren creciente importancia.

En este contexto, Antioquia y particularmente el municipio de Andes presentan condiciones estructurales favorables para el desarrollo de iniciativas de transformación en origen, dada su tradición cafetera, concentración de pequeños productores y capacidad productiva instalada. Así, el entorno sectorial no solo valida la pertinencia del proyecto *CAFÉ CARDONAL*, sino que sugiere que la captura de valor a través del tostado y comercialización directa constituye una estrategia coherente frente a la volatilidad del mercado del café en grano.

3.5. Análisis del Mercado

3.5.1. Mercado Objetivo (Segmentación)

Las principales tendencias del consumo de café en Colombia, según ProColombia (2025), incluyen un creciente interés en el café de especialidad, la diversificación de métodos de preparación (como filtros y prensa francesa), un aumento del consumo en tiendas de café especializadas, la segmentación del mercado por preferencias y experiencias, y la valorización de los cafés de origen único y alta calidad.

El consumo interno de café en Colombia continúa en ascenso y registra un crecimiento anual del 0,3%, según la Federación Nacional de Cafeteros. En promedio, un colombiano consume entre 2 y 3 tazas de café al día, lo que equivale a alrededor de 2,2 a 2,5 kilos de café al año por persona, además, el café de especialidad es preferido por personas de estratos 4, 5 y 6. En Bogotá, Medellín, Cali y otras ciudades es cada vez más común ver cafeterías con baristas, métodos de

filtrados y granos de origen. Los jóvenes son los principales consumidores de este tipo de café, buscando experiencias distintas al tinto tradicional. Este fenómeno está elevando el consumo anual y fortaleciendo la cultura cafetera local (Canal Trece, 2025).

El mercado objetivo de *CAFÉ CARDONAL* se compone de consumidores de cafés especiales en Andes, Antioquia y, potencialmente, en tiendas/caféterías gourmet de este mismo municipio. Para estimar el mercado se tienen en cuenta los siguientes supuestos:

3.5.2. Metodología de estimación de mercado

Para la estimación de la demanda se utilizó un enfoque Top–Down, partiendo de datos macro del consumo de café en Colombia y ajustando progresivamente la población hasta identificar el mercado objetivo específico para *CAFÉ CARDONAL*. No obstante, dado que el producto se posiciona como café especial Premium, libre de agroquímicos, fue necesario incorporar criterios adicionales de segmentación relacionados con un enfoque integral que combina datos poblacionales de proyecciones oficiales del DANE, información de consumo per cápita a nivel nacional, resultados obtenidos mediante encuestas de validación aplicadas en el municipio de Andes y una serie de supuestos conservadores alineados con el comportamiento del consumidor de cafés especiales en Colombia. El modelo incorpora variables clave como la frecuencia de compra, el tamaño del empaque y la tasa de penetración real por segmento, lo que permite aproximar de manera más precisa la demanda potencial y efectiva del mercado. Asimismo, se priorizan los mercados de cercanía como estrategia inicial de comercialización, facilitando la validación del producto en condiciones reales y permitiendo un crecimiento progresivo y sostenible del emprendimiento.

3.5.3. Segmento 1: Consumidor consciente y explorador

Para este segmento de clientes se estimará la demanda partiendo primero del mercado total del café en el municipio de Andes (Mayores de 18 años) multiplicando este valor por el consumo anual por persona, luego se evaluará el porcentaje de personas que estarían dispuestos a pagar por un producto premium y el porcentaje de personas que, si compraran definitivamente *CAFÉ CARDONAL*, con el fin de encontrar el mercado objetivo y el mercado alcanzable del proyecto.

3.5.3.1. Mercado Total del Café. Según datos presentes en el informe de Canal Trece (2025), el consumo per cápita anual en Colombia se estima entre 2,2 kg y 2,5 kg por persona al año, para efectos del ejercicio de calcular el mercado potencial total tomaremos el dato de 2,2 kg.

Tomando como referencia la población adulta de Andes, de acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2026 Andes tiene 33.789 personas mayores de 18 años: 16.047 mujeres (47,5%) y 17.742 hombres (52,5%). Los mayores de edad representan el 74,4% de la población de Andes en 2026 (Telencuestas, 2026).

El mercado total del café sería:

$$33.789 \times 2,2 \text{ kg} = 74.335,8 \text{ kg/año}$$

Este valor representaría el mercado total de consumo del café en Andes, sin diferenciación por estratos, ubicación o preferencias, solo se tomó la población mayor de 18 años.

3.5.3.2. Mercado Potencial Segmentado. Teniendo en cuenta que para Andes no se cuenta con datos precisos acerca del porcentaje de personas que están dispuestos a pagar precios premium, se toma como referencia los resultados encontrados durante las validaciones realizadas por medio de encuestas en el municipio de Andes, cuyos resultados se pueden encontrar en el apartado 3.10 de este estudio, para la pregunta de si estaría dispuesto a pagar más, el 54% de las personas indicaron que definitivamente si lo harían, se tomará este dato como base, partiendo desde el resultado del mercado total del café:

El mercado potencial segmentado sería:

$$\text{Mercado total de café} \times 54\% = 74.335,8 \text{ kg/año} \times 54\% = 40.141,33 \text{ kg/año}$$

3.5.3.3. Mercado Objetivo Ampliado. Para el cálculo del mercado objetivo ampliado se toma en cuenta otro dato de vital importancia presente en las validaciones, que es si compraría el producto (luego de ser informados que es un producto que cumple con las condiciones de producción libre de agroquímicos, Trazabilidad, Sostenibilidad ambiental y Origen de finca familiar), a lo cual el 75% de los encuestados respondió que definitivamente lo compraría, se toma este dato y se calcula teniendo en cuenta el mercado potencial segmentado:

El mercado objetivo ampliado sería:

$$\text{Mercado potencial segmentado} \times 75\% = 40.141,332 \text{ kg/año} \times 75\% = 30.105,99 \text{ kg/año}$$

3.5.3.4. Mercado Alcanzable. El mercado alcanzable de Café Cardonal se proyecta de manera conservadora, teniendo en cuenta que, al ser un emprendimiento en etapa inicial, no es viable aspirar a captar porcentajes elevados del mercado objetivo ampliado. Factores como la producción limitada, el desarrollo aún incipiente del canal digital, la torrefacción tercerizada y una marca en proceso de consolidación condicionan su capacidad de penetración en el mercado. Por ello, resulta técnicamente más realista estimar una captación inicial que oscile entre el 0,3% y el 1% del mercado objetivo ampliado, permitiendo un crecimiento gradual y sostenible.

Escenario conservador (0,5%):

$$30.105,99 \text{ kg/año} \times 0,5\% = 150,53 \text{ kg/año}$$

Es decir, aproximadamente 12,54 kg mensuales.

3.5.4. Segmento 2: Tiendas especializadas en café

El municipio de Andes presenta actualmente un crecimiento significativo en el turismo, lo que ha impulsado también el aumento en la oferta y venta de cafés especiales en cafeterías y tiendas locales. Esta dinámica responde a una tendencia creciente hacia el conocimiento, la cata y la apreciación de cafés de alta calidad por parte de los consumidores. Además, Andes se ha consolidado como una alternativa estratégica de hospedaje para turistas que buscan opciones más económicas que en Jardín, pero que desean disfrutar de sus principales atractivos turísticos, lo que incrementa el flujo de visitantes y potenciales clientes en la región.

3.5.4.1. Mercado Total del Café. Para una mejor apreciación se recorrió el municipio de Andes, en busca de tiendas, cafeterías y hoteles que podrían vender CAFÉ CARDONAL y evaluando las condiciones de venta y comisión, se encontraron 27 lugares potenciales en el municipio, los cuales indicaban que podían iniciar con un volumen de 5 bolsas de 250gr y 5 bolsas de 500gr aproximadamente, con preferencias en café molido, de esta manera se calcula el mercado total de café en Andes:

Mercado total de café en tiendas= 27 lugares potenciales x (5 bolsas x 250 gr + 5 bolsas x 500gr) = 27 tiendas x 3.750gr= 101.250gr= 101,25 kg

El mercado total de café para el segmento de tiendas en el municipio de Andes es de 101,25 kg aproximadamente cada mes, es decir, 1.215 kg por año.

3.5.4.2. Mercado Objetivo Ampliado. Para calcular el mercado objetivo ampliado se tomará como base el resultado de la validación realizada con tiendas, en la cual se aplicó una encuesta orientada a identificar la disposición de los establecimientos para incluir el producto dentro de su portafolio. Como resultado, el 60% de los representantes encuestados manifestó que definitivamente estaría dispuesto a incorporar CAFÉ CARDONAL en su oferta comercial. Este dato será utilizado como referencia para estimar el mercado objetivo ampliado de la siguiente manera:

Mercado objetivo ampliado= Mercado total de café para tiendas x 60%= 101,25 kg x 60%= 60,75 kg mensuales aproximadamente y 729 kg al año.

3.5.4.3. Mercado alcanzable. Para estimar el mercado alcanzable de *CAFÉ CARDONAL* se considera un aspecto clave: la competitividad de la marca frente a otras presentes en el municipio de Andes. Según los resultados de la encuesta aplicada, solo el 29% de las tiendas consultadas percibe la marca como muy competitiva, lo que evidencia un reto importante en términos de posicionamiento. Este resultado permite dimensionar de manera más realista el mercado alcanzable dentro de este segmento, al reflejar las condiciones actuales de aceptación y competencia en el entorno local.

Mercado alcanzable= Mercado objetivo ampliado x 29%= 60,75 kg x 29%= 17,61 kg

Este mercado alcanzable sería mensual, teniendo en cuenta el escenario positivo de que nos continúen comprando durante al menos la mitad de los meses del año se tendría un mercado alcanzable anual de 211,41 kg para el segmento de tiendas.

3.5.5. Resumen general de demanda estimada

En la tabla 2 se resume la demanda para el negocio *CAFÉ CARDONAL* en su lugar de comercialización en Andes, Antioquia para sus dos segmentos de clientes establecidos.

Tabla 2

Resumen general de demanda estimada

Segmento	Demanda anual (kg)
Consumidor consciente (Andes)	150,53
Tiendas y cafeterías (Andes)	211,41
Total estimado	≈ 361,94 kg/año

Nota. Elaboración propia

La estimación de mercado para *CAFÉ CARDONAL* se construyó a partir de datos poblacionales del DANE, información de consumo de portales de información, datos de encuestas de validación en el municipio de Andes y supuestos conservadores alineados con el

comportamiento del consumidor de cafés especiales en Colombia. El modelo considera frecuencia de compra, tamaño de empaque y penetración real por segmento, priorizando mercados de cercanía (Andes) como estrategia de entrada y validación.

3.5.6. Análisis de segmentos de clientes

Teniendo en cuenta que la demanda en el consumo de café es alta, se analizan los perfiles de los segmentos de clientes que tendrá *CAFÉ CARDONAL* en la Tabla 3:

Tabla 3

Perfil de clientes

Cliente	Edad	Ubicación	Características	Motivaciones	Canales
Consumidor consciente	Mayor de 18 años	Principalmente en Andes o por razones de turismo o laborales se encuentra de visita. También puede estar ubicado en cualquier lugar de Colombia y contactarse por medio de redes sociales.	Conocedor y explorador de cafés especiales, interesado en métodos de preparación alternativos (V60, Chemex, prensa francesa, entre otros). Nativo digital o usuario activo de redes sociales, sensible a propuestas auténticas y con storytelling atractivo. Preocupado por la sostenibilidad, el comercio justo y la procedencia de los productos.	Busca calidad, frescura y autenticidad en los productos que consume. Se interesa por cafés con historia, identidad y conexión cultural. Prefiere sabores únicos y experiencias sensoriales diferenciadas. Valora la comodidad de la compra digital, pero también disfruta de experiencias presenciales como ferias locales, catas y visitas a cafeterías de especialidad. Dispuesto a pagar más por productos de comercio justo y de origen sostenible.	Digitales: Redes sociales (Instagram, Facebook), WhatsApp Business, páginas de e-commerce y marketplaces Presenciales: Ferias locales, tiendas, cafeterías de especialidad y eventos culturales o de café.
Tiendas y cafeterías		Andes, Antioquia	Tiendas que comercializan cafés	Necesitan un café de calidad con historia para atraer	Venta directa, acuerdos de

especializadas en Café	especiales en su tienda física.	clientes y fortalecer su imagen de marca.	distribución y alianzas comerciales
---------------------------	------------------------------------	--	--

Nota. Elaboración propia

3.6. Análisis de la competencia

Los principales competidores de *CAFÉ CARDONAL* se encuentran en el municipio de Andes, Antioquia, lugar de origen y comercialización de este emprendimiento, en las tablas 4 y 5 se muestran los competidores con sus características principales:

3.6.1. Competidores sustitutos

Existen algunos competidores sustitutos, que no se clasifican como cafés especiales pero que cuentan con alta popularidad en el municipio de Andes, se caracterizan por su amplia disponibilidad en supermercados, su bajo precio y su facilidad de preparación, lo que los convierte en opciones de consumo frecuente entre los habitantes. Estos son:

Tabla 4

Competidores sustitutos

Nombre	Propuesta de Valor	Precio	Canales de venta	Nivel de posicionamiento
Café Águila Roja	Café tradicional, económico y de sabor fuerte, reconocido a nivel nacional	Bajo	Supermercados, tiendas de barrio	Alto
Café Sello Rojo	Café molido de fácil acceso, con tradición y calidad estándar	Bajo Medio	- Supermercados, tiendas de barrio	Alto

Café Bastilla	La Opción económica para consumo diario, rendidor	Bajo	Supermercados, locales	tiendas Medio
Café Luker	Producto confiable de una marca reconocida, con sabor suave	Bajo Medio	- Supermercados, tiendas	Medio - Alto
Nescafé	Café instantáneo, práctico y rápido de preparar	Medio	Supermercados, grandes superficies	tiendas, Alto

Nota. Elaboración propia y consulta en páginas de las marcas.

3.6.2. Competidores directos

Los competidores directos de *CAFÉ CARDONAL* están conformados principalmente por marcas de cafés especiales y locales que participan en el mismo segmento de mercado, enfocándose en consumidores que valoran la calidad, el origen del grano y la experiencia alrededor del café. En el municipio de Andes, estos competidores suelen diferenciarse a través de atributos como perfiles de taza, procesos de producción, presentación del producto y posicionamiento de marca. Además, muchos de ellos ya cuentan con cierto reconocimiento y presencia en cafeterías, tiendas especializadas y canales digitales, lo que representa un reto para *CAFÉ CARDONAL* en términos de visibilidad, posicionamiento y fidelización de clientes. Sin embargo, la propuesta basada en tradición familiar, producción libre de agroquímicos, origen y valor emocional puede

convertirse en un elemento diferenciador clave frente a estos competidores. En la tabla 5 se muestran los competidores directos:

Tabla 5

Competidores directos

Nombre	Ubicación principal	Productos / Servicios	Rango de precios (aprox.)	Canales de distribución	Propuesta de valor diferenciada
Café Cabaña	La Andes, Antioquia	Café de origen en grano/molido, bebidas en tienda, experiencias de finca	\$25.000 – \$40.000 por 250g	Tienda en Andes, ventas directas, ferias, redes sociales	Café de finca propia, tradición familiar, enfoque en calidad y frescura, cercanía con el productor.
Café Maka	Andes / distribución en Antioquia	Café tostado especial en diferentes presentaciones (molido, grano), empaques gourmet	\$28.000 – \$45.000 por 250g	Tiendas propias, redes sociales, ventas en Medellín y online	Marca gourmet que resalta diseño de empaque elegante, posicionada en el segmento de cafés especiales premium.
Café de los Andes (Cooperativa de Andes)	Andes, Antioquia	Café de origen, variedades de socios caficultores, líneas tradicionales y especiales	\$20.000 – \$35.000 por 250g (según tipo de café)	Tienda propia en Andes, cooperativa, distribución nacional e internacional	Respaldo cooperativo, confianza de productores asociados, oferta de diferentes perfiles de taza, proyección internacional.

Café Traviesa	La Andes, Antioquia	Café de origen, ediciones especiales, venta en 250g grano/molido	\$25.000 – \$40.000 por	Tienda en Andes, redes sociales, ferias, exportación en pequeña escala	Marca joven con identidad moderna, resalta innovación en café especial y métodos de tostión diferenciados.
Cabresto Coffee S.A.S.	Andes, Antioquia	Café tostado (edición tradicional y de origen) en presentaciones de 250 g, 500 g y también grandes (2.500 g)	Desde 20.000 para presentaciones de café tostado “edición tradicional” (250 g)	Tienda física en Andes; ventas directas al consumidor final, Ventas nacionales (envíos en Colombia), Proveedores para empresas (venta al por mayor de café especial / materias primas).	Somos una plataforma de comercialización, que conecta a pequeños productores cafeteros con actores claves de la cadena productiva del café. Utilizamos la producción de cafés diferenciados, para ofrecer en el mercado un producto de mayor calidad, dando solución a problemas de comercialización de café de los pequeños productores del suroeste antioqueño, conservando la trazabilidad del producto y la confianza de todos nuestros clientes. (Vitrina de Emprendimiento Rural, s.f.)
		Compra y venta de café verde, servicios de transformación del grano: trilla y tostado.			
		Tienda física “experiencial” en Andes: bebidas / café preparado, aprendizaje de la transformación del grano a la taza.			
		Suministro de materias primas de			

		café especial para empresas y marcas.			
Vélez Renacer Café	Andes, Antioquia	Cafés tostados por origen (paquetes 250 g y 340 g), cafés para preparación especial (Grind + recomendaciones: V60, prensa), blends de autor, venta de café verde por pedido, catas y experiencias en finca o en sede, venta de merch (tazas, filtros) y servicios B2B (suministro a cafeterías pequeñas).	Producto retail premium: \$18.000 – \$40.000 por paquete	Venta directa a cafeterías y tiendas especializadas en la región; e-commerce propio o marketplace local; alianzas con tiendas gourmet; participación en ferias y eventos turísticos; pedidos por WhatsApp/Instagram para entrega local.	Como familia, buscamos visibilizar el esfuerzo, la tradición y el amor que nuestros antepasados sembraron en estas montañas, manteniendo vivo su legado en cada grano que cultivamos. VélezRenacer Café es más que una marca, es una historia de pasión, unión y renacimiento del café con identidad. (VelezRenacer Café, s.f.)

Nota. Elaboración propia y consulta en páginas de las marcas.

A partir del análisis de la competencia, se identifican los siguientes aspectos en los que los competidores presentan ventajas frente a Café Cardonal: cuentan con un mayor posicionamiento de marca a nivel regional y nacional, tienen puntos físicos propios para la venta de la marca, como es el caso de Cabresto que está ubicado en un sitio muy estratégico para la comercialización de sus productos, poseen laboratorios propios para realizar los procesos de torrefacción y molido lo que les permite un producto final de acuerdo a sus exigencias, su infraestructura productiva es más robusta con mayor capacidad de transformación y distribución cuentan con acceso a canales de comercialización consolidados como grandes superficies, exportaciones y plataformas digitales

avanzadas, tienen un portafolio de productos más amplio (cápsulas, bebidas listas, cafés saborizados, entre otros), implementan campañas de mercadeo digital estructuradas y presencia en redes con alto alcance.

Estos factores representan barreras de entrada iniciales para *CAFÉ CARDONAL*, principalmente en términos de visibilidad de marca, volumen de producción y alcance comercial.

A pesar de las fortalezas de los competidores, *CAFÉ CARDONAL* cuenta con ventajas competitivas claras y diferenciadas, las cuales se convierten en su principal factor estratégico: garantiza trazabilidad total del producto ya que el café se produce y transforma dentro de la misma unidad productiva familiar, permitiendo al consumidor conocer el origen exacto del grano, el proceso de cultivo, cosecha, beneficio y tueste; experiencia de finca, ya que *CAFÉ CARDONAL* ofrece una narrativa auténtica basada en la tradición cafetera familiar, lo cual permite al cliente vivir la experiencia del café desde el origen, fortaleciendo la conexión emocional con la marca; la producción sin uso de agroquímicos, a diferencia de muchas marcas comerciales el proyecto se orienta a prácticas más limpias y sostenibles, lo cual responde a la creciente preocupación por el impacto ambiental y la salud del consumidor; dada la eliminación de intermediarios se produce una relación directa productor–consumidor lo que permite mejorar los márgenes de ganancia y ofrecer un precio más justo; se oferta un producto artesanal y diferenciado: producción en volúmenes controlados que priorizan la calidad, el perfil de taza y el cuidado del proceso.

3.7. Análisis del Mercado de Insumos o Proveedor

El análisis del mercado de insumos y proveedores para *CAFÉ CARDONAL* se enfoca principalmente en los actores que participan en los procesos de producción, transformación, insumos agrícolas, empaque y comercialización, priorizando proveedores ubicados en el

municipio de Andes, Antioquia, con el fin de fortalecer la economía local, reducir costos logísticos y garantizar la trazabilidad del producto.

A continuación, se presenta una tabla de proveedores potenciales, con su respectiva capacidad, precio estimado y frecuencia de cosecha o abastecimiento, como base para la planeación del proyecto:

Tabla 6

Proveedores

Proveedor	Tipo de insumo o servicio	Capacidad aproximada	Precio estimado	Frecuencia de entrega	Tipo de relación	Condiciones de pago	Tiempo de entrega promedio
Cabresto Coffee	Servicios de torrefacción, molienda, perfilación sensorial, empacado, fechado y suministro de empaques	Capacidad máxima por lote de 2.000 kg	\$6.100 para procesos de trillado y torrefacción	Mensual	Acuerdo Verbal	Contado	5 días hábiles
Operadores logísticos locales	Transporte del café (finca–tostador–cliente final)	Cobertura municipal (Andes–Vereda Risaralda)	\$6.000 por bulto de 30 kg	Según pedidos y despachos	Acuerdo Verbal	Contado	30 minutos

Nota. Elaboración propia con información suministrada directamente por los proveedores.

El proveedor principal de *CAFÉ CARDONAL* será Cabresto, empresa especializada en la prestación de servicios integrales de trillado, torrefacción, molienda, perfilación sensorial, suministro de empaques, empacado y fechado, lo cual la convierte en un actor estratégico dentro de la cadena de valor del proyecto. Esta alianza permite garantizar la estandarización de los

procesos, la calidad del producto final y la consistencia del perfil sensorial del café. La finca El Bosque, de la familia Cardona Álvarez participa como proveedora del café en origen, aportando trazabilidad, control sobre las prácticas productivas y coherencia con la propuesta de valor basada en tradición, sostenibilidad y origen.

La frecuencia de cosecha del café en el municipio de Andes se presenta en dos períodos principales al año (cosecha principal y travesía), lo cual incide directamente en la planificación del abastecimiento de la materia prima. En este contexto, la articulación con Cabresto resulta fundamental, ya que permite programar los procesos de torrefacción y empaque de acuerdo con la disponibilidad del grano y las proyecciones de venta. Por esta razón, el proyecto deberá implementar una adecuada gestión de inventarios y rotación del café tostado, con el fin de garantizar la continuidad de la oferta y la frescura del producto en el mercado.

3.8. Análisis de Precios

El mercado de cafés especiales en Colombia presenta una amplia variedad de precios, determinada por factores como el origen del café, la calidad del grano, el tipo de proceso, el empaque y la propuesta de valor asociada a la producción, la sostenibilidad y la trazabilidad. En general, los cafés especiales se comercializan a precios superiores frente al café tradicional, reflejando un mayor valor agregado y una experiencia diferenciada para el consumidor.

Para presentaciones de 250 gramos, el precio de venta al público de los cafés especiales se ubica entre \$22.000 y \$70.000, el precio de este tamaño para *CAFÉ CARDONAL* será de \$50.000. Este tamaño de empaque es el más común entre consumidores que buscan probar cafés de origen o rotar entre diferentes perfiles sensoriales. En el caso de la presentación de 500 gramos, quedará establecido un precio de \$95.000, ofreciendo una alternativa más conveniente para consumidores frecuentes, ya que el precio por gramo resulta más favorable.

En cuanto al tipo de producto, el café en grano entero suele ser la opción preferida por consumidores especializados, quienes valoran la frescura y la posibilidad de moler el café al momento de la preparación. Por su parte, el café molido se comercializa generalmente a un precio ligeramente superior, debido al servicio adicional de molienda y a la comodidad que representa para el consumidor final. Esta diferencia suele ser moderada y no altera significativamente la decisión de compra.

A partir del análisis del mercado y del posicionamiento esperado de *CAFÉ CARDONAL* como un café tostado especial de origen, se considera adecuado ubicarse dentro del rango medio–Premium, con precios competitivos pero coherentes con la calidad del producto. Este posicionamiento permite cubrir los costos de producción y transformación, generar márgenes sostenibles y, al mismo tiempo, resultar atractivo para consumidores conscientes que valoran la calidad, la trazabilidad y las prácticas responsables.

3.9. Análisis del Mercado Distribuidor

Con el fin de identificar los principales canales de comercialización y distribución para *CAFÉ CARDONAL* en el municipio de Andes, se realizó una caracterización de los distribuidores potenciales del mercado de cafés especiales. Esta identificación permite visualizar las oportunidades de acceso al mercado B2B y B2C, así como orientar la estrategia comercial del proyecto. En la Tabla 7 se presentan los principales tipos de distribuidores potenciales en Antioquia, junto con una estimación de su tamaño y alcance.

Tabla 7

Distribuidores potenciales

Tipo	Opciones de distribuidores	de Estimación para Antioquia	Observaciones / fuentes
------	----------------------------	------------------------------	-------------------------

Canal Principal:	Katías tienda	Cobertura Municipal	Tiendas físicas en lugares centrales
Tiendas de Café Artesanal,	Cabresto,	con Tiendas Físicas	del municipio con visibilidad y con
en Andes	Premontano Café,		visitas frecuentes de turistas.
	Ébano y Marfil, La		
	Travesa		
Canal Principal:	Página web,	Cobertura Regional	Promociones realizadas por ejecutivo
Redes sociales	WhatsApp, Instagram.		de ventas de la empresa.
del negocio			
Canal Secundario:	Mercado Libre, Rappi,	Cobertura regional	Marketplaces y marketplaces de
Marketplaces /	La Tienda del Café,		alimentos/retail permiten venta B2C
tiendas online de			y B2B (distribución nacional vía
plataformas de e-	tostadores locales.		logística). (Rappi, 2025)
commerce			

Nota. Elaboración propia y consulta en páginas de las marcas.

Luego de conocer los distribuidores potenciales para CAFÉ CARDONAL y sus condiciones de cobertura, se establece un cronograma de implementación para estos canales, el cual se presenta en la tabla 8:

Tabla 8

Cronograma de implementación de canales

Canal	Prioridad	Año de implementación
Tiendas locales Andes	Alta	Año 1
Redes sociales	Alta	Año 1
Markerplaces	Media	Año 2

Nota. Elaboración propia

3.10. Plan de Mercadeo

Con el fin de definir las estrategias que permitan el posicionamiento y la comercialización de *CAFÉ CARDONAL* en el mercado de cafés especiales, se desarrolló un plan de marketing basado en el modelo de las 4P (Producto, Precio, Plaza y Promoción). Este enfoque permite estructurar de manera integral la propuesta de valor del proyecto, considerando las características del producto, la estrategia de precios, los canales de distribución y las acciones de promoción, en coherencia con las tendencias de consumo Premium y sostenible identificadas en el mercado. Las 4 variables mencionadas se describen en la tabla 9.

Tabla 9

Plan de marketing 4P

Variable	Descripción
Producto	<i>CAFÉ CARDONAL</i> es un café tostado especial de alta calidad, originario de la finca El Bosque, ubicada en la vereda Risaralda del municipio de Andes. Se ofrece en presentaciones de 250 g y 500 g, tanto en grano como molido, adaptándose a las preferencias del consumidor. Su propuesta se basa en la sostenibilidad, la trazabilidad y una destacada calidad sensorial, lo que garantiza una experiencia diferenciada en cada taza. Además, se distingue por su historia familiar y por ser un producto elaborado a pequeña escala, libre de agroquímicos, lo que resalta su autenticidad y compromiso con el origen.
Precio	El precio de <i>CAFÉ CARDONAL</i> se define bajo una estrategia de premium accesible, tomando como referencia los valores del mercado de cafés especiales para asegurar competitividad y coherencia con su propuesta de valor. En los diferentes canales de comercialización, especialmente en tiendas y cafeterías, se trabaja bajo un esquema de comisión del 20%, lo que permite incentivar la distribución sin afectar

significativamente la rentabilidad. Asimismo, se contemplan ajustes por volumen en el canal B2B y se mantiene una estructura de precios consistente entre canales, garantizando al mismo tiempo un margen adecuado que contribuya a la sostenibilidad del productor y al crecimiento del proyecto.

Plaza La comercialización de CAFÉ CARDONAL se desarrolla a través de una combinación de canales directos y aliados estratégicos, que permiten una cobertura eficiente del mercado local. La venta directa se realiza principalmente por medio de plataformas como Instagram y WhatsApp, facilitando el contacto cercano con el cliente final. Asimismo, se cuenta con un canal B2B enfocado en cafeterías de especialidad y tiendas gourmet ubicadas en Andes, complementado con la participación en marketplaces digitales que amplían el alcance del producto. La presencia se concentra inicialmente en el mercado local, permitiendo una validación directa del producto, mientras que el apoyo logístico en procesos como trilla, torrefacción, molienda, empaque y fechado se realiza en alianza con Cabresto Coffee, garantizando estándares de calidad en cada etapa del proceso.

Promoción La promoción de CAFÉ CARDONAL se centra en el uso de Instagram como canal estratégico, donde se comparte contenido enfocado en el origen del café, su proceso de producción, métodos de preparación y el storytelling que resalta la historia familiar detrás de la marca. Esta estrategia digital se complementa con activaciones presenciales como ferias y catas, que permiten generar experiencias directas con el consumidor, así como con alianzas con cafeterías especializadas que fortalecen la visibilidad del producto.

Nota. Elaboración propia

Para las activaciones promocionales y comerciales se tiene el siguiente cronograma:

Tabla 10

Cronograma de promoción y comercialización

Mes	Actividad	Canal
Mes 1	Sesión de fotos del producto	Digital

Mes 1	Lanzamiento de marca en Instagram	Digital
Mes 2	Contacto con cafeterías y tiendas	B2B
Mes 2	Participación en feria local	Presencial
Mes 3	Campaña “Del origen a la taza”	Instagram
Mes 3	Degustaciones en tiendas aliadas	Presencial
Mes 4	Activación con aliados	B2B
Mes 5–6	Evaluación de ventas y ajustes	Interno

Nota. Elaboración propia

Este plan de marketing permite a *CAFÉ CARDONAL* posicionarse de manera coherente en el mercado de cafés especiales, combinando una propuesta de valor basada en el origen, la sostenibilidad y la tradición familiar, con estrategias de promoción y distribución alineadas con las tendencias actuales de consumo premium. Además, se establecen metas claras que permiten medir su efectividad y asegurar su ejecución, tales como un presupuesto de marketing acorde a la capacidad del emprendimiento, una meta de ventas mensual proyectada que será vender al menos 25 unidades en el primer mes e ir subiendo hasta estar cerca del valor de la demanda anual, un objetivo de crecimiento en redes sociales que es lograr 200 seguidores en el primer mes y 500 al tercer mes y una tasa de conversión esperada entre el 2% y el 5%, que permitirá evaluar el rendimiento de las acciones comerciales y realizar ajustes estratégicos oportunos.

3.11. Validaciones

Se realizaron validaciones por medio de encuestas en los dos segmentos de clientes de *CAFÉ CARDONAL*, se encuestaron 100 consumidores y 10 tiendas de cafés especiales, además se tuvo la asesoría de expertos en café como personal de la Federación Nacional de Cafeteros y catadores de cafés en el municipio de Andes. Estas validaciones se realizaron en un espacio que se nos proporcionó en el Supermercado el Tesoro del municipio de Andes, el martes 2 de diciembre de

2025 y también durante la participación en la Feria de Emprendimiento Subregional realizada por la Gobernación de Antioquia en convenio con la Alcaldía de Andes, el día 6 de diciembre de 2025.

3.11.2. Validaciones con Potenciales Consumidores

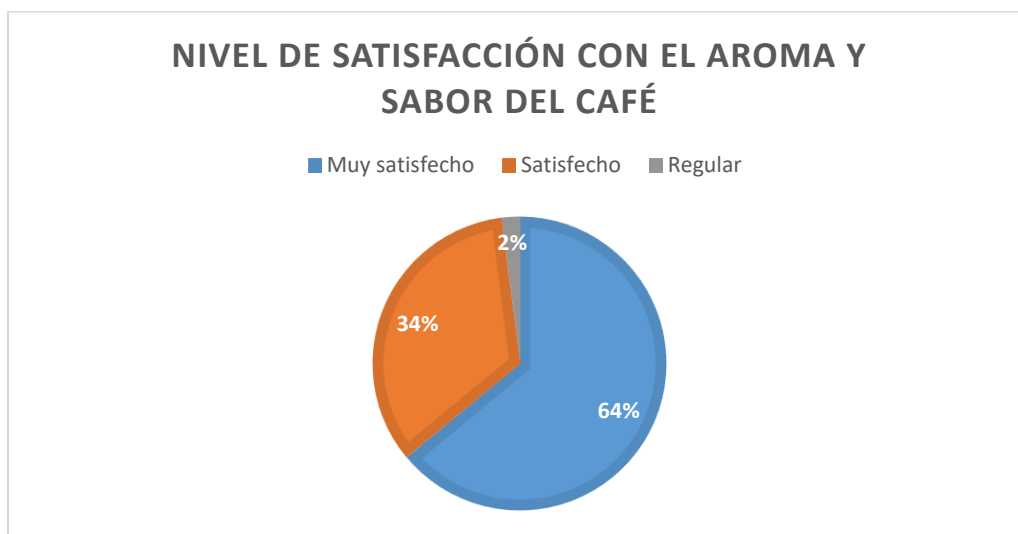
En este segmento de clientes se encuestaron 100 personas, el formato de la encuesta realizada se puede encontrar en los anexos de este documento.

La acogida de los consumidores fue excelente y sus sugerencias son de vital importancia para el mejoramiento del producto y para la consolidación de éste en el mercado, las personas encuestadas estaban en las edades y con las condiciones descritas para este proyecto, los resultados obtenidos fueron los siguientes:

En la pregunta 1 se consultó sobre el nivel de satisfacción en cuanto al sabor y el aroma del café, las personas en su mayoría indicaron que estaban muy satisfechas con estos aspectos (un 64% de las personas), algunas de las personas que respondieron estar satisfechas explicaron que se trataba por un aspecto en el sabor que tiene que ver con la torrefacción, de lo cual se hablará con el proveedor para el próximo lote. Los resultados de esta pregunta se pueden visualizar en el siguiente gráfico:

Figura 8

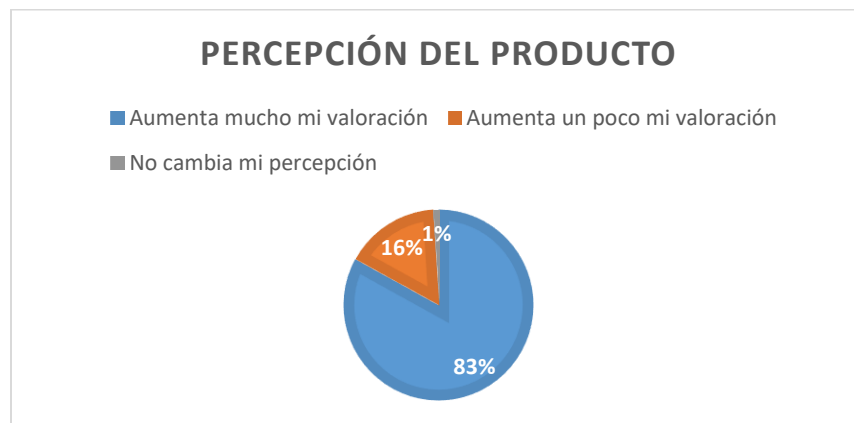
Pregunta 1 Nivel de satisfacción con el aroma y el sabor del café



Nota. Elaboración propia

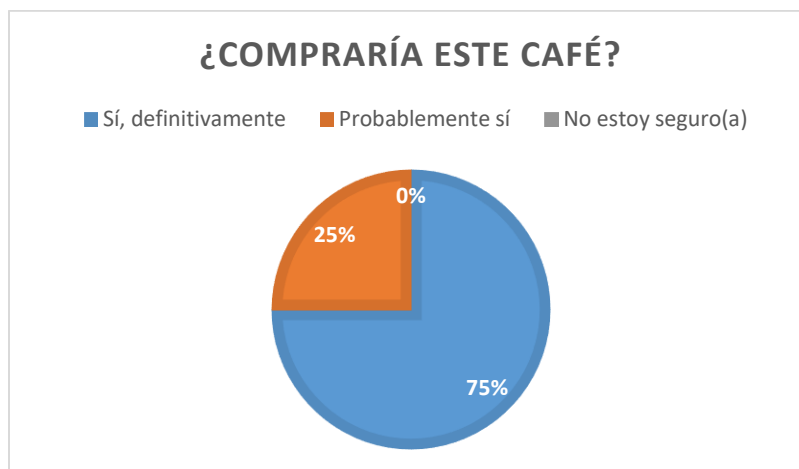
En relación con la percepción del producto al conocer que se trata de un café especial, producido por una familia caficultora y bajo prácticas más limpias, el 83% de los encuestados manifestó que esta información aumenta significativamente su valoración, mientras que un 16% indicó que su valoración aumenta de manera moderada. Solo un 1% señaló que esta información no cambia su percepción.

Este resultado confirma que el storytelling, la trazabilidad y el enfoque sostenible son elementos clave en la construcción de valor para *CAFÉ CARDONAL* y constituyen un factor diferenciador frente a marcas comerciales tradicionales, los resultados presentes en la figura 9 lo confirman:

Figura 9*Pregunta 2 percepción del producto*

Nota. Elaboración propia

Respecto a la intención de compra, el 75% de los encuestados afirmó que definitivamente compraría el producto, y el 25% señaló que probablemente lo haría. No se registraron respuestas de indecisión. Este comportamiento refleja una alta aceptación del producto en el mercado objetivo, lo cual valida la viabilidad comercial de *CAFÉ CARDONAL* dentro del segmento de cafés especiales, los resultados se muestran en la figura 10:

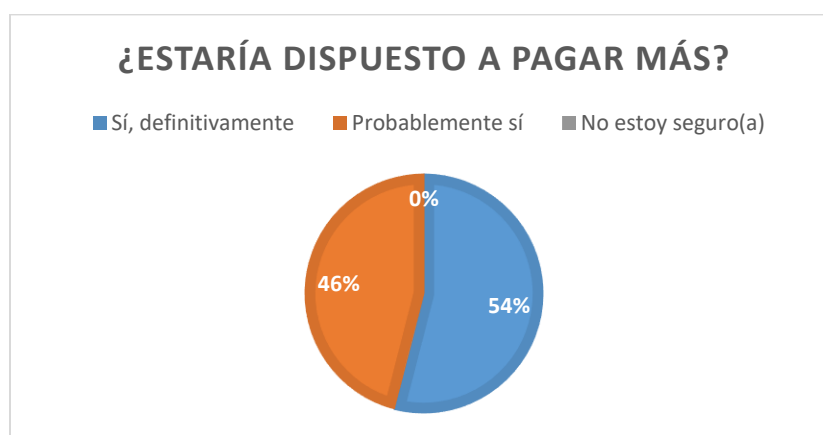
Figura 10*Pregunta 3 compras*

Nota. Elaboración propia

En cuanto a la disposición a pagar un precio mayor frente a una marca comercial, el 54% de los encuestados indicó que definitivamente estaría dispuesto a pagar más, mientras que el 46% respondió que probablemente lo haría. Estos resultados sugieren que los consumidores reconocen el valor agregado del producto, lo cual respalda una estrategia de precios dentro del segmento Premium accesible, coherente con el posicionamiento del café tostado especial. Estos resultados se encuentran en la figura 11:

Figura 11

Pregunta 4 pago



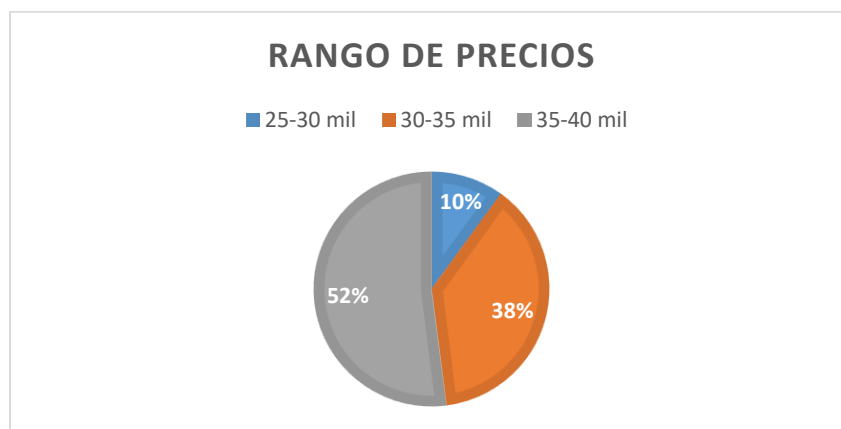
Nota. Elaboración propia

Al comparar *CAFÉ CARDONAL* con otros cafés especiales, el 52% de los encuestados ubicó el producto en un rango de precios entre \$35.000 y \$40.000 por libra, seguido por un 38% que lo situó entre \$30.000 y \$35.000, y solo un 10% entre \$25.000 y \$30.000. Este resultado confirma que el producto es percibido como un café especial de valor medio-alto, lo que orienta la definición de precios de las presentaciones comerciales y reduce el riesgo de subvaloración del producto. En esta pregunta varias personas realizaron el comentario de que el rango de precios estaba muy bajo, tomando esta consideración se toman los precios de \$50.000

por la bolsa de 250 g y \$95.000 por la bolsa de 500 g. En la siguiente figura se muestra el resultado para esta pregunta:

Figura 12

Pregunta 5 rango de precios



Nota. Elaboración propia

En relación con la experiencia al consumir *CAFÉ CARDONAL*, las palabras más asociadas fueron “intenso” (21%), “familiar” (19%), “suave” (17%) y “natural” (16%), seguidas de “aromático” y “confiable”. Estas asociaciones reflejan una experiencia sensorial positiva y coherente con la identidad de la marca, destacando atributos tanto organolépticos como emocionales, lo cual fortalece el posicionamiento del producto como un café auténtico, cercano y de origen. Para un mejor entendimiento en la figura 13 se grafican estos resultados:

Figura 13*Pregunta 6 experiencia*

Nota. Elaboración propia

En conjunto, los resultados de la encuesta de validación confirman que *CAFÉ CARDONAL* cuenta con una propuesta de valor sólida y alineada con las expectativas del mercado de cafés especiales, lo cual respalda la viabilidad comercial del proyecto y orienta la toma de decisiones en materia de precios, promoción y canales de comercialización.

Durante la feria del sábado 6 de diciembre también se validó lo atractivo del producto en la venta, aunque este día asistieron pocas personas se logró vender una bolsa de 500gr por un precio de 35 mil pesos a una usuaria la cual se notó feliz y a gusto con su compra, como se puede contemplar en la imagen:

Figura 14

Consumidora satisfecha



3.11.2 Validaciones para Tiendas y Comercializadores

En este segmento de clientes se encuestaron 10 tiendas o comercializadoras de café en el municipio de Andes, entre estas Supermercado el Tesoro, Katías Tienda Artesanal, Premontano Café, Café La Travesía y otras, el formato de encuesta para este segmento de clientes se puede visualizar en los anexos de este documento.

Las tiendas encuestadas manifestaron, en su mayoría, que les parece competitivo el producto, pero que no contestan la opción “muy competitivo” porque existen otros cafés ya consolidados desde hace muchos años, con trayectorias y experiencias muy exitosas, que un café nuevo no las conseguiría en tan corto tiempo. El nivel de competitividad de *CAFÉ CARDONAL* se explica en el siguiente gráfico:

Figura 15

Pregunta 1 nivel de competitividad

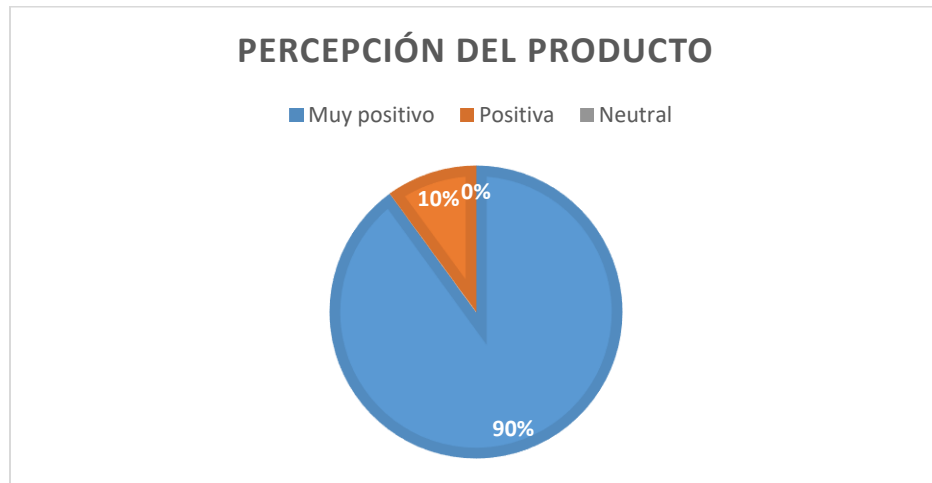


Nota. Elaboración propia

La percepción de los propietarios de las tiendas, al probar el café, fue muy positiva para el 90% de los encuestados, lo que significa que les gustó la marca y que puede tener gran acogida. En la figura 16 se refleja la percepción de las tiendas en cuanto a *CAFÉ CARDONAL*:

Figura 16

Pregunta 2 percepción del producto

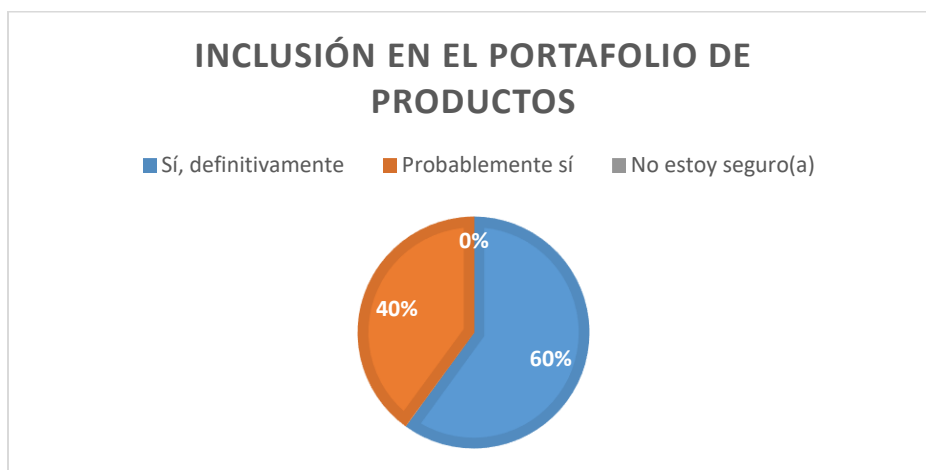


Nota. Elaboración propia

El 60% de las tiendas encuestadas manifiesta que definitivamente incluiría en el portafolio de sus productos el *CAFÉ CARDONAL*, lo que es demasiado positivo, incluso la dueña de Katías Centro Artesanal, manifiesta que se lleve de una vez una cantidad del producto a su tienda, lo cual representa una gran oportunidad para el crecimiento de la marca. Los resultados obtenidos se pueden visualizar en la figura 17:

Figura 17

Pregunta 3 inclusión en el portafolio de productos

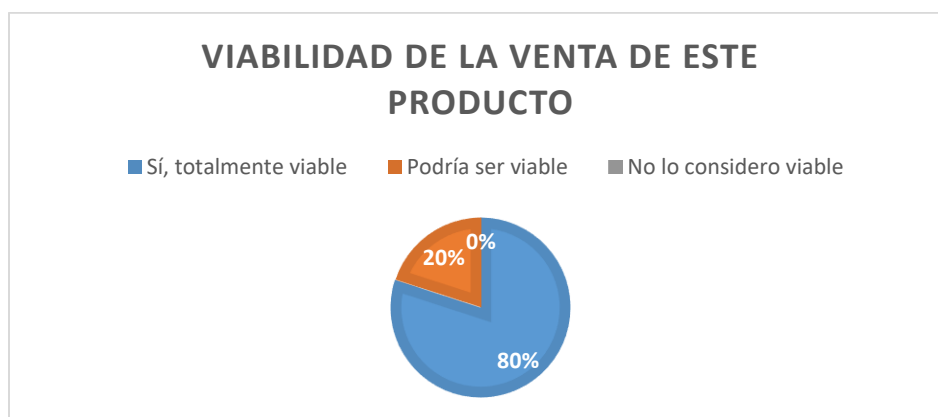


Nota. Elaboración propia

En cuanto a la viabilidad comercial, el 80% de las tiendas encuestadas considera totalmente viable la comercialización de *CAFÉ CARDONAL* en sus establecimientos, lo que indica una alta aceptación del producto y su potencial para ocupar un espacio relevante dentro de la oferta de cafés especiales en las tiendas del municipio de Andes. En la figura 18 se pueden visualizar los resultados obtenidos:

Figura 18

Pregunta 4 viabilidad en la venta del producto



Nota. Elaboración propia

En conjunto, los resultados de la encuesta confirman que *CAFÉ CARDONAL* cuenta con una alta aceptación en el canal de tiendas especializadas, una percepción positiva del producto y una viabilidad comercial favorable, lo que respalda su potencial de ingreso y crecimiento en el mercado de cafés especiales.

3.11.3. Entrevistas con Expertos

Durante la primera validación en el supermercado el Tesoro de Andes un experto de la Federación Nacional de Cafeteros explicó el control de las variables como la cantidad de café, la temperatura del agua y la cantidad de agua, pues de estos aspectos depende mucho el sabor del café que se sirve al consumidor final; igualmente manifestó que es mejor comercializar el café en grano, pues el tipo de molienda también puede afectar la textura y sabor del café ya preparado. En cuanto a la preparación recomienda utilizar métodos como V60 con el fin aprovechar mejor las cualidades de este café. Indica la importancia de cuidar características del café, tales como el aroma y sabor para así influir mejor en el consumidor. El experto enfatiza en la importancia de acceder a las distintas certificaciones, como el sello “Café Colombiano” otorgado por la Federación, con el fin de generar mejor percepción en los clientes.

De igual manera, otro experto de la FNC manifiesta la importancia de un adecuado proceso de tostión (torrefacción), para que no se desvirtúen las cualidades del producto.

También se entrevistó al señor Fabio Taborda, propietario de Café Maka, una marca con más de 4 años de trayectoria en el mercado, quien mencionó algo muy importante acerca de la comercialización, pues asegura que “lo que vende es la historia que se cuente”, en suma recomienda comercializar en grano, o que si se va a vender café molido que sea en una molienda suave para no afectar el sabor y textura del café.

En la feria de emprendimiento del 6 de diciembre también se logró hacer contacto con el propietario de la tienda Premontano Café, quien indicó que el producto es bastante atractivo y que sería prudente valorarlo a un precio un poco más alto para la libra de café.

Por último, en esta feria se estableció contacto con el propietario de Café La Traviesa, quién degustó el café y nos invitó a visitar su tienda para intercambiar ideas y conceptos dada su experiencia en el ramo. Así mismo un catador experto de la empresa Comfenalco nos invita a inscribirnos para participar en un evento para intentar acceder el sello de Cafés Especiales de Antioquia, se hace la inscripción desde el mes de enero de 2026 pero al momento de la presentación de este informe aún no se obtiene respuesta.

Figura 19

Entrevistas con expertos



3.12. Estimación de la Demanda Proyectada

La estimación de la demanda proyectada para *CAFÉ CARDONAL* se construye a partir del mercado alcanzable previamente definido en los dos segmentos objetivo: consumidor final y tiendas especializadas del municipio de Andes.

De acuerdo con los resultados del estudio de mercado, la demanda anual estimada es de 361,94 kg de café tostado, lo cual representa un escenario conservador acorde con la capacidad productiva inicial del emprendimiento y su nivel de posicionamiento en el mercado.

Para efectos de la planeación financiera, se establece una unidad promedio de venta de 400 gramos por bolsa, considerando la combinación de presentaciones de 250 g y 500 g ofrecidas por *CAFÉ CARDONAL*. Con base en este supuesto, la demanda proyectada en unidades se calcula de la siguiente manera:

$$361,94 \text{ kg} / 0,4 \text{ kg/unidad} = 904,85 \text{ unidades/año} = 905 \text{ unidades/año}$$

Esto equivale a una venta promedio de aproximadamente 75 unidades mensuales durante el primer año de operación.

Adicionalmente, se proyecta un crecimiento progresivo de la demanda, sustentado en el posicionamiento de marca, el fortalecimiento de canales de comercialización y el aumento del reconocimiento del producto en el mercado local. Se plantea el siguiente escenario de crecimiento:

Año 1: 905 unidades

Año 2: 1.086 unidades (crecimiento del 20%)

Año 3: 1.358 unidades (crecimiento del 25%)

Esta proyección es coherente con la naturaleza del emprendimiento, permitiendo un crecimiento gradual, sostenible y alineado con la capacidad operativa del proyecto.

En conjunto, la estimación de la demanda proyectada constituye la base para el desarrollo del estudio financiero, permitiendo determinar ingresos esperados, costos asociados y la viabilidad económica del negocio.

El análisis del mercado de cafés especiales en Antioquia evidencia un entorno favorable para la introducción de *CAFÉ CARDONAL*, caracterizado por consumidores que valoran el origen, la sostenibilidad y la trazabilidad del producto. Las validaciones realizadas con 100 consumidores y 10 establecimientos comerciales confirman una alta intención de compra (75% definitiva) y una disposición a pagar acorde con el segmento medio–Premium.

Con base en el mercado alcanzable estimado y en la capacidad operativa inicial del emprendimiento, se proyecta una demanda aproximada de 905 unidades anuales, equivalentes a cerca de 75 unidades mensuales, bajo un escenario conservador y realista de penetración en el mercado local de Andes.

Estos resultados respaldan la viabilidad comercial del proyecto y constituyen un insumo fundamental para la estructuración del estudio técnico y la evaluación financiera, así como para proyectar un crecimiento progresivo hacia mercados regionales en etapas posteriores.

4. Estudio Técnico

El presente estudio técnico tiene como propósito definir los aspectos operativos fundamentales para la puesta en marcha del proyecto Café Cardonal, enfocado en la producción y comercialización de café tostado especial de origen familiar, cultivado en el municipio de Andes. En este apartado se describen el proceso productivo, el tamaño de la planta, la localización del proyecto, así como la estimación de la inversión requerida y los costos asociados a la operación. Estos elementos permiten evaluar la viabilidad técnica del proyecto, garantizando una adecuada planificación de los recursos y una operación eficiente.

4.1. Localización

La localización del proyecto es un factor clave para su éxito, ya que influye directamente en los costos logísticos, la calidad del producto y la cercanía con los mercados objetivo (para nuestro caso serían habitantes del municipio de Andes y turistas que tienen un gusto especial por los cafés Premium). Para la definición de la ubicación se utilizó el método de factores ponderados, el cual permite evaluar diferentes alternativas con base en criterios como acceso a materia prima, costos de transporte, infraestructura, mano de obra y cercanía al mercado, lo cual se mostrará en la justificación logística.

4.1.1. Macro localización

El proyecto se desarrollará en el municipio de Andes, Antioquia, reconocido por su tradición cafetera y por contar con condiciones agroclimáticas óptimas para el cultivo de café de alta calidad. Esta ubicación ofrece múltiples ventajas, entre las que se destacan las condiciones climáticas ideales para la producción de café especial, la disponibilidad de materia prima gracias a la producción propia de la familia, así como el reconocimiento y la tradición en el sector cafetero que caracteriza la región. Adicionalmente, el municipio cuenta con una creciente afluencia de

turistas atraídos por la cultura cafetera y las experiencias rurales, lo que representa una oportunidad estratégica para la comercialización directa del producto, permitiendo ofrecer un café con identidad, historia y valor agregado al consumidor final.

En las figuras 20 y 21 se muestra dentro de la división política del municipio de Andes donde queda ubicado el corregimiento de San Bartolo y en si la división de este para indicar la ubicación de la vereda Risaralda, lugar de origen de *CAFÉ CARDONAL*.

Figura 20

División política del municipio de Andes



Nota: El mapa anterior presenta la división por corregimientos del Municipio de Andes. Fuente: Gobernación de Antioquia

Figura 21

División política corregimiento de San Bartolo



Nota: El mapa anterior presenta el corregimiento de San Bartolo con su división por veredas. Fuente: Gobernación de Antioquia.

4.1.2. Micro localización

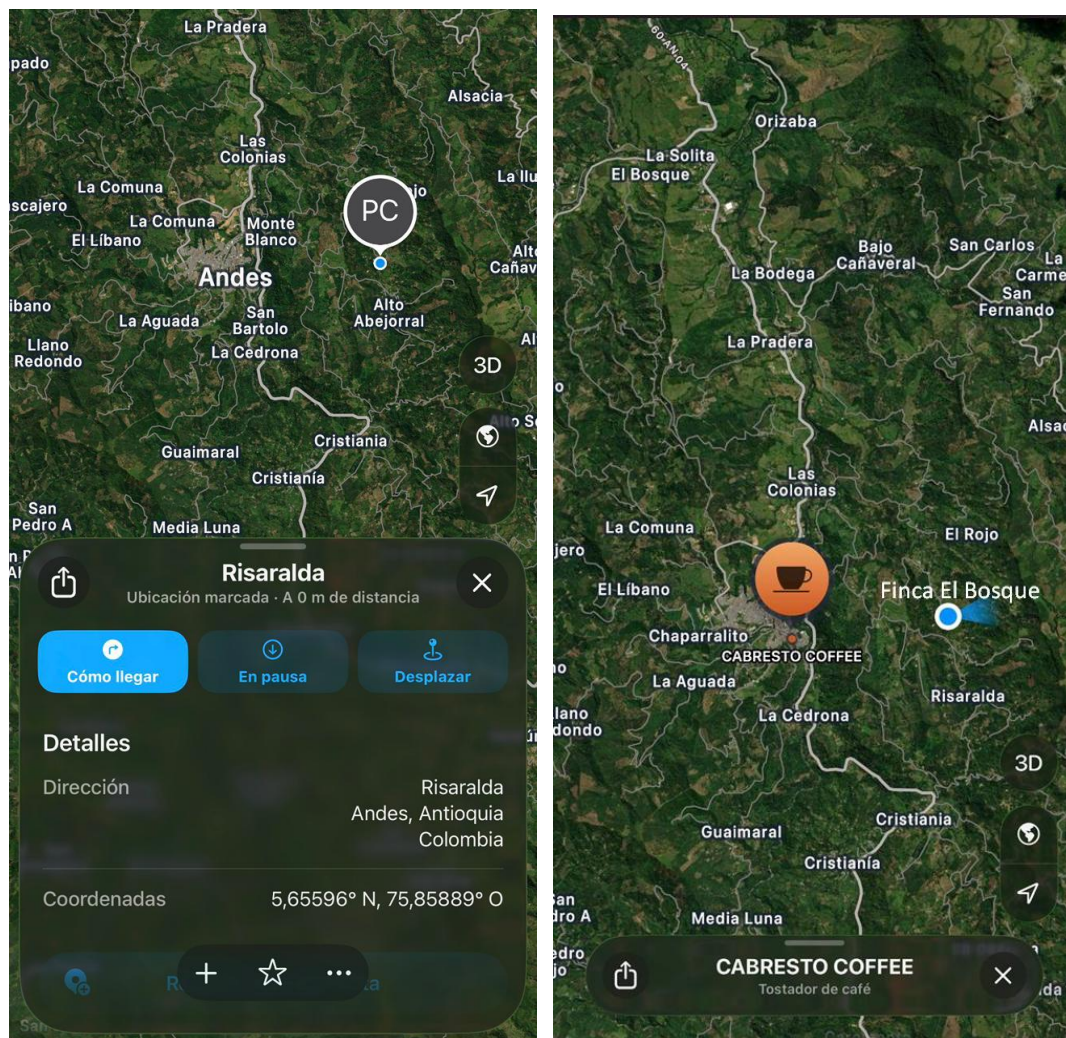
El negocio Café Cardonal está micro localizado en la finca familiar El Bosque, ubicada en la vereda Risaralda del municipio de Andes (coordenadas 5,65596° N, 75,85898° O), la cual cuenta con una altura de 1498 msnm. Esta ubicación presenta condiciones ideales para el cultivo de café de alta calidad, debido a su altitud, clima y características del suelo, factores que influyen directamente en el desarrollo del grano y en sus atributos sensoriales. Asimismo, al tratarse de una finca de propiedad familiar, se garantiza el control directo sobre el proceso productivo, desde la siembra hasta la recolección, lo que permite mantener altos estándares de calidad y asegurar la trazabilidad del producto. De igual manera, la finca cuenta con el espacio necesario para la adecuación de áreas destinadas al almacenamiento y procesamiento del café, optimizando así la operación y reduciendo costos asociados al transporte de la materia prima. Adicionalmente, su entorno rural y su identidad cafetera brindan una oportunidad para fortalecer la propuesta de valor

del proyecto, ofreciendo un producto con origen definido, tradición y un fuerte componente familiar.

En la figura 22 se puede visualizar la ubicación exacta de la finca el Bosque, que es donde se realiza todo el proceso de producción del café, y la ubicación del proveedor de transformación del café y su distancia entre estos dos.

Figura 22

Ubicación Finca el Bosque y Cabresto Coffee



Nota. Mapa creado con la aplicación Mapas de Iphone.

En la finca El Bosque se llevan a cabo los procesos desde la siembra, producción, recolección, beneficio, lavado, secado y almacenamiento del café, luego de estos procesos se transporta el café verde hacia el área urbana del municipio de Andes, a 18 minutos de la finca, para su proceso de trillado, torrefacción, selección, molienda y empackado con el proveedor Cabresto Coffee.

El proveedor Cabresto está ubicado en la carrera 50 #47-45 del municipio de Andes, Antioquia, exactamente a una distancia de 5,8 km de la finca El Bosque, el café se transporta hacia la planta de procesamiento en un vehículo tipo campero que presta el servicio desde y hacia la Vereda Risaralda y que tiene un valor por viaje de 60 mil pesos y que podría transportar hasta 4 cargas de café en un solo viaje.

4.1.3. Justificación Logística

La ubicación de producción y transformación de *CAFÉ CARDONAL* tiene su justificación logística con respecto a aspectos como disponibilidad de materia prima, costos logísticos, mano de obra e infraestructura, los cuales se explican en la siguiente tabla:

Tabla 11

Justificación logística

Factor	Andes	Jardín	Justificación de elección
Disponibilidad de materia prima	Alta	Media	Finca propia

Costos Logísticos	Medio	Alto	Cercanía al proveedor y costos de almacenamiento y transporte
Mano de obra	Disponible	Este municipio se enfoca más en el turismo	Tradición cafetera
Infraestructura	Adecuada	Adecuada, pero con mayores costos en transporte	Vías terciarias, menores costos en transporte

Nota. Elaboración propia

4.2. Tamaño de la Planta o Capacidad de Prestación del Servicio

En este apartado se desglosa tanto la cantidad anual producida por la finca El Bosque y su equivalente en café procesado, como la capacidad para transformación que tiene el proveedor Cabresto Coffee.

4.2.1. Demanda objetivo anual (kg)

La demanda objetivo anual de *CAFÉ CARDONAL* se determina a partir del estudio de mercado desarrollado en el capítulo 3, específicamente del cálculo del mercado alcanzable para los segmentos de consumidores finales y tiendas especializadas en el municipio de Andes.

Como resultado de dicho análisis, se estimó una demanda total de 361,94 kg de café tostado al año, bajo un enfoque conservador acorde con la etapa inicial del emprendimiento.

Adicionalmente, para efectos de la planeación operativa y financiera, esta demanda fue convertida a unidades de venta, considerando una presentación promedio de 400 gramos por bolsa.

De esta manera, la demanda anual corresponde aproximadamente a 905 unidades, equivalentes a cerca de 75 unidades mensuales, como se estableció en el apartado de estimación de la demanda proyectada.

En términos productivos, esta demanda implica una producción mensual aproximada de 30 kg de café tostado, lo cual permite operar mediante lotes pequeños, garantizando la frescura del producto y el control del perfil sensorial, aspectos clave en el segmento de cafés especiales.

Es importante considerar que durante el proceso de torrefacción se presenta una merma aproximada del 15% del peso del café verde. En este sentido, para satisfacer la demanda proyectada, se requerirá procesar aproximadamente 420 kg de café verde al año.

Esta demanda objetivo definida es coherente con la capacidad operativa inicial del proyecto, permitiendo una producción controlada, eficiente y alineada con la propuesta de valor basada en calidad, trazabilidad y producción artesanal.

4.2.2. Capacidad productiva de la finca

La finca El Bosque en su extensión total y en las condiciones de producción actuales cuenta con las características descritas en la tabla 12:

Tabla 12

Características de la finca El Bosque

Variable	Valor	Fuente
Área sembrada	1	Catastro
(ha)		Municipal

Densidad de siembra	6.000 árboles/ha	Conocimiento del propietario
Rendimiento por hectárea (cargas)	11	Conocimiento del propietario
Producción anual total (cargas)	11	Conocimiento del propietario
Conversión a kilogramo pergamino	1.375	Conocimiento del propietario
Conversión a kg tostado (85% de los kilos en pergamino)	1.168,75	Conocimiento del proveedor (Cabresto Coffee)

Nota. Elaboración propia

4.2.3 Capacidad de transformación

El proveedor de transformación para *CAFÉ CARDONAL* que es el proveedor Cabresto Coffee, ofrece a sus clientes la siguiente capacidad de producción con el fin de suplir su demanda de producción, tal como se puede notar en la tabla 13:

Tabla 13

Capacidad de transformación del proveedor

Variable	Valor
----------	-------

Capacidad máxima por 2.000

lote (kg)

Capacidad mensual 8.000

disponible (kg)

Costo por kg \$4.200

procesado

Capacidad anual 96.000

posible (kg)

Nota. Elaboración propia

4.2.4. Tamaño inicial recomendado

El volumen de producción proyectado para *CAFÉ CARDONAL* se establece con base en la demanda objetivo definida en el estudio de mercado, la cual corresponde a 361,94 kg de café tostado al año, equivalentes a aproximadamente 30,16 kg mensuales y cerca de 905 unidades anuales, considerando una presentación promedio de 400 gramos por unidad.

Para analizar la capacidad del proyecto, es importante tener en cuenta dos aspectos: la capacidad productiva de la finca y la capacidad del proveedor encargado del proceso de transformación.

Por un lado, la finca El Bosque, que es la base del negocio, tiene una capacidad de producción de 1.168,75 kg de café listo al año. Con base en este valor, el porcentaje de capacidad utilizada es el siguiente:

$$\text{Capacidad utilizada (\%)} = (361,94 \text{ kg} / 1.168,75 \text{ kg}) \times 100 = 30,97 \%$$

Esto significa que, durante el primer año, el proyecto utilizará aproximadamente el 31% de su capacidad productiva, dejando un margen disponible cercano al 69% para crecer en el futuro.

Por otro lado, el proceso de transformación del café (trillado, torrefacción, molienda y empaque) se realiza a través de un proveedor externo (Cabresto Coffee), el cual cuenta con una capacidad aproximada de 96.000 kg al año. Si se compara esta capacidad con la producción proyectada del negocio, se obtiene lo siguiente:

$$\text{Capacidad utilizada (\%)} = (361,94 \text{ kg} / 96.000 \text{ kg}) \times 100 = 0,38\%$$

Esto muestra que el proveedor tiene una capacidad mucho mayor a la que el proyecto necesita, por lo que no representa una limitación para el crecimiento.

En palabras más simples, el proyecto no está limitado por la transformación del café, sino por la cantidad que puede producir la finca y por la capacidad de vender el producto en el mercado.

En general, estos resultados son positivos, ya que indican que *CAFÉ CARDONAL* tiene espacio suficiente para crecer sin necesidad de realizar grandes inversiones en el corto plazo. Además, permite iniciar con una producción controlada, enfocada en la calidad del producto y en el posicionamiento de la marca en el mercado.

Finalmente, se identifica un potencial de crecimiento para *CAFÉ CARDONAL* a partir de la ampliación del área cultivada, ya sea mediante la adquisición de nuevos terrenos o el arrendamiento de parcelas a productores vecinos. Esta estrategia permitiría incrementar la producción de manera progresiva, manteniendo el control sobre la calidad del producto y la trazabilidad del proceso, en coherencia con la propuesta de valor del emprendimiento.

Adicionalmente, se contempla como proyección a futuro la posibilidad de incorporar de manera gradual los procesos de transformación (trillado, torrefacción, molienda y empaque), con

el fin de reducir la dependencia de proveedores externos, aumentar el valor agregado del producto y fortalecer la autonomía operativa del negocio.

4.3. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto de CAFÉ CARDONAL describe el conjunto de actividades, procesos y recursos necesarios para transformar el café producido en la finca El Bosque en un producto final listo para su comercialización, cumpliendo con estándares de calidad propios del segmento de cafés especiales.

El proceso productivo integra tanto actividades realizadas directamente en la finca, como aquellas que son tercerizadas con un proveedor especializado, permitiendo optimizar recursos, garantizar la calidad del producto y mantener un enfoque eficiente en la operación durante la etapa inicial del emprendimiento.

En este sentido, se presenta a continuación la descripción detallada del proceso productivo, así como su representación mediante un diagrama de flujo que permite visualizar de manera clara la secuencia de actividades y los puntos de control dentro del sistema.

4.3.1 Transformación o proceso productivo

El proceso productivo de CAFÉ CARDONAL inicia en la finca El Bosque con la producción y recolección del café, y finaliza con la entrega del producto tostado, molido, empacado y etiquetado listo para su venta al consumidor final.

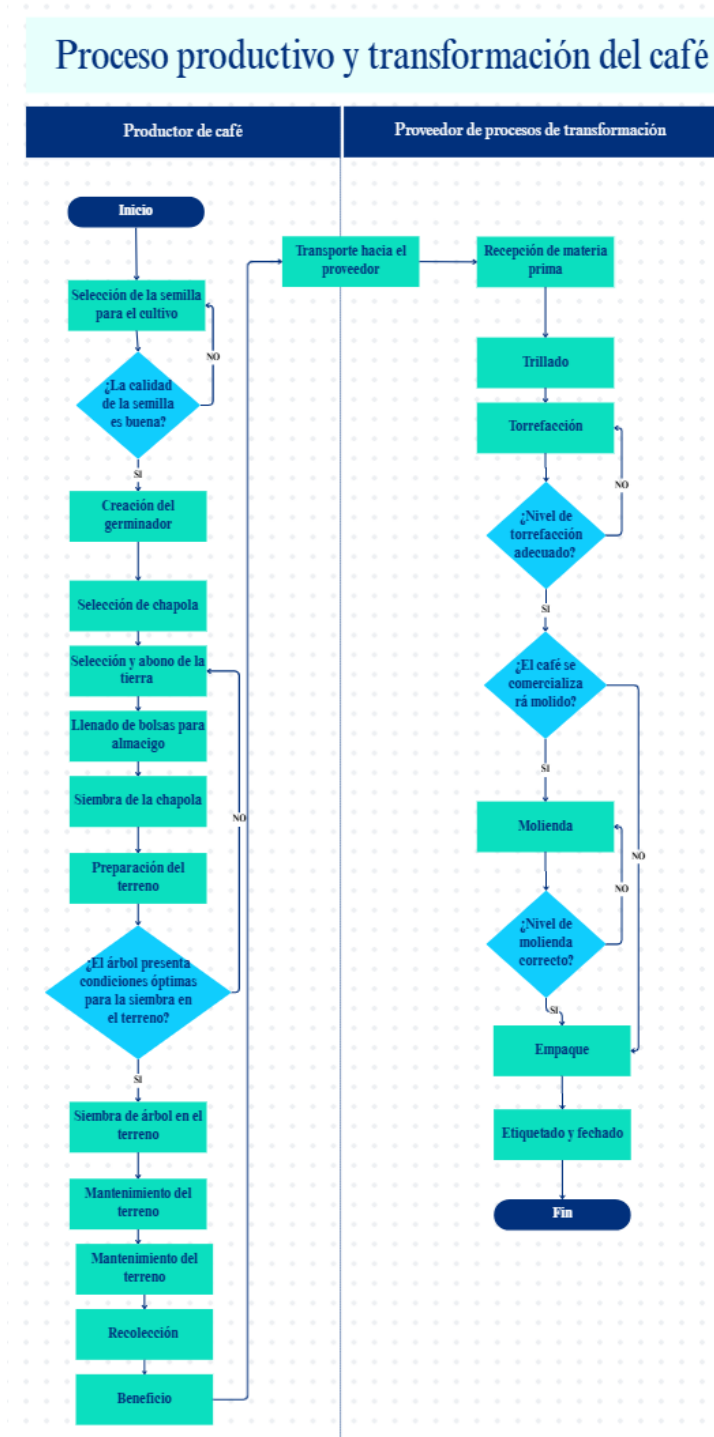
Este proceso se compone de una serie de etapas secuenciales que incluyen la producción primaria, el beneficio del café, el transporte hacia el proveedor de transformación, y las actividades de torrefacción, molienda, empaque y etiquetado.

Dado que parte del proceso es realizado por un proveedor externo, el modelo operativo combina actividades propias y tercerizadas, garantizando eficiencia en costos y calidad del producto final.

A continuación, se presenta el diagrama de flujo del proceso productivo, el cual permite identificar las etapas, decisiones y relaciones entre cada una de las actividades involucradas en la producción y transformación del café.

Figura 23

Diagrama de flujo producción y transformación



Nota. Elaboración propia

4.3.2. Requerimientos técnicos

Los equipos que requiere *CAFÉ CARDONAL* que son propios para el funcionamiento de la marca, sin tener en cuenta los equipos del proveedor, en la tabla 14 se describen estos equipos y sus características:

Tabla 14

Requerimientos técnicos

Equipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida útil
Despulpadora De Café Eléctrica 3 Chorros Motor 2hp	1	\$3.900.000 (Casa de la Licuadora Industrial, s. f.)	\$3.900.000	10 años
Portátil Lenovo Slim 3 Intel core i3-1315u Ram 8 gb Ssd 512 Pantalla 15,6FHD	1	\$1.449.000 (Falabella, s. f.)	\$1.449.000	5 años
Licencia Microsoft 365	1	\$ 369.999/año	\$ 369.999	1 año

Mueble Alacena	1	\$ 389.900	\$ 389.900	5 años
Nepal				
30.3X60X170				
Wengue (Para el				
almacenamiento				
del producto				
terminado)				

Nota. Elaboración propia, con investigación en páginas de ventas

4.4. Inversión Total Requerida

CAFÉ CARDONAL debe contar con la siguiente inversión mínima para operar inicialmente:

4.4.1. Inversión fija

Se compran dos equipos necesarios para operar, una despulpadora eléctrica por un valor de \$3.900.000; y un computador portátil Lenovo básico para diferentes labores relacionadas con la administración del negocio por un precio de \$1.449.000, la información de estos equipos se encuentra relacionada en el apartado anterior en la tabla 14. En cuanto al mobiliario, para el almacenamiento del café como producto terminado, con el fin de preservar sus propiedades, se tendrá una alacena que tiene un precio de \$ 389.900.

La inversión fija tiene un costo total de \$5.738.900.

4.4.2. Capital de trabajo

Se estima un capital de trabajo inicial teniendo en cuenta la demanda estimada mensual de 75 unidades, para esto se evalúan todos los costos de transformación los cuales se encuentran relacionados en la tabla 15:

Tabla 15*Capital de trabajo*

Concepto	Valor
Inventario Inicial	75 bolsas como inventario inicial, ya que, esta es la demanda proyectada mensual
Empaques	\$225.000 (\$3.000/unidad teniendo en cuenta un promedio del valor de las bolsas los dos tamaños de venta al público y \$350 de la etiqueta)
Trillado	\$30.000 (\$1.000/kg) (75 unidades equivalen a 30kg)
Costos de torrefacción inicial	\$129.000 (4.300/kg)
Molienda	\$6.000 (\$400/kg)
Empacado	\$30.000 (\$400/unidad)
Fechado	\$22.500 (\$300/unidad)
Transporte	\$6.000
Marketing Inicial	No aplica

Nota. Elaboración propia.

4.4.3. Inversión total inicial

La inversión total inicial que se requiere para el negocio *CAFÉ CARDONAL*, según lo indicado en los apartados de inversión fija y capital de trabajo expuestos anteriormente, se resumen en la tabla 16:

Tabla 16

Inversión total inicial

Concepto	Valor
Inversión Fija	\$5.738.900
Capital de trabajo	\$448.500
Total Inversión Inicial	\$6.187.400

Nota. Elaboración propia.

4.5. Costos Operativos

Los costos operativos de *CAFÉ CARDONAL*, se dividen en costos variables y costos fijos técnicos los cuales se calcularán teniendo como base la unidad kg. Estos costos se establecen de la siguiente manera:

4.5.1. Costos variables

Los costos variables para este negocio incluyen tanto los costos de producción, como los de transformación y los de venta, en la tabla 17 se encuentran relacionados, basándose en el costo por kg:

Tabla 17*Costos variables*

Concepto	Costo unitario (COP/kg)
Costo de producción agrícola	\$12.000
Costo torrefacción	\$7.450(Incluyendo todos los procesos de trillado y torrefacción)
Empaque	\$7.500(promedio entre los precios de empaque de los 2 tamaños a comercializar)
Transporte	\$200 (\$6.000 por bulto de 30kg)
Comisión marketplaces	\$36.250 (20% del valor de venta) (promediando el valor de venta de un kg)
Total costos variables	\$63.400

Nota. Elaboración propia.

4.5.2. Costos fijos técnicos

Los costos fijos técnicos se promedian por año con respecto a los conceptos de servicios públicos, mantenimiento y software. Los costos fijos técnicos de *CAFÉ CARDONAL* se relacionan en la tabla 18:

Tabla 18*Costos fijos técnicos*

Concepto	Costo unitario (COP/anual)
Servicios públicos	\$220.000
Mantenimiento	\$1.000.000
Software	\$ 369.999
Total costos fijos técnicos	\$1.589.999

Nota. Elaboración propia.

4.7. Costo Total Unitario

El costo total unitario se calculará teniendo en cuenta como unidad el kg, se tomarán algunos datos de la tabla 17 con el fin de hacer este cálculo, se suman el costo agrícola, el de transformación, el de empaque y el de logística, de la siguiente manera:

$$\text{Costo total por kg} = \$12.000 + \$7.450 + \$7.500 + \$200 = \$27.150$$

El precio de venta total para 1 kg sería de aproximadamente \$181.250 (promediando el precio de los dos tamaños disponibles), restando el costo total para obtener esta cantidad se tendría un valor de ganancia de \$154.100, si restamos también a este valor las comisiones tendríamos un valor total de ganancia de \$123.280, esto representa un 68,02% del valor total de kg y sería la ganancia obtenida.

5. Estudio Administrativo y Legal

5.1. Estudio Administrativo

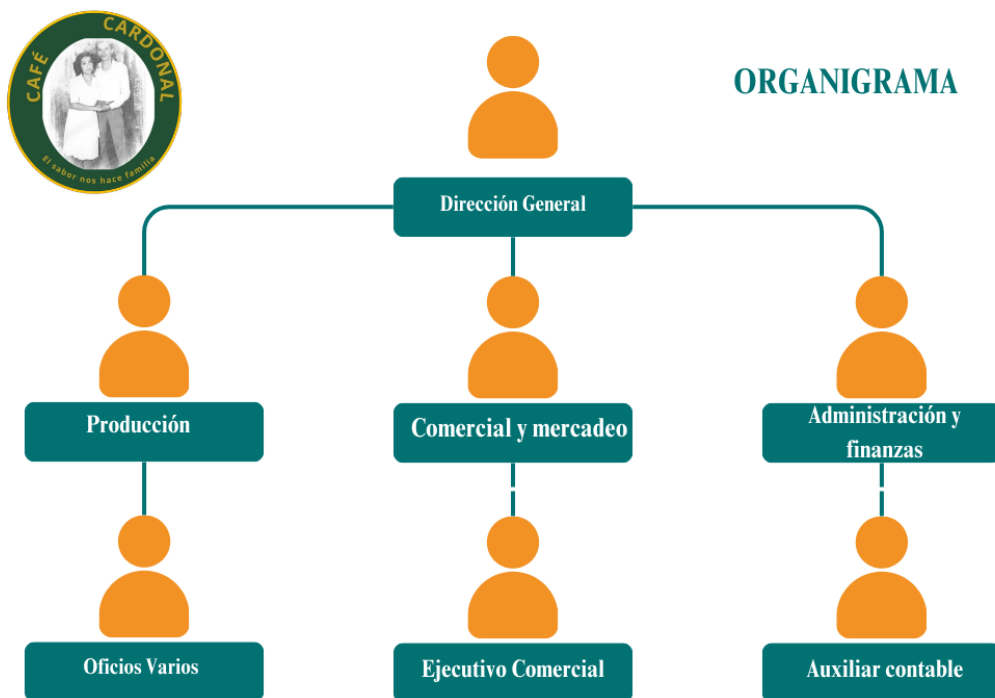
CAFÉ CARDONAL presenta una estructura administrativa simple compuesta por 4 empleados con diferentes tipos de contratos relacionados con las necesidades que como empresa apenas en constitución tiene, a continuación, se describe esta estructura de manera detallada.

5.1.1 Organigrama

CAFÉ CARDONAL considerando que se consolidará como una pequeña empresa cuenta solo con 4 áreas las cuales cuentan cada una con un empleado con diferentes modalidades de contrato y en su estructura jerárquica se organiza de la siguiente manera:

Figura 24

Organigrama



Nota. Elaboración propia.

5.1.2. Descripción de Áreas

Para *CAFÉ CARDONAL* como se pudo visualizar en la Figura 24 existen 4 áreas, las cuales son descritas a continuación:

5.1.2.1 Dirección General. Área encargada de la planificación estratégica, de la toma de decisiones y la supervisión general de la empresa. Esta función será asumida por el emprendedor, quien coordina todas las áreas y define el rumbo del proyecto.

5.1.2.2 Producción. Es el área encargada de todo el proceso productivo del café, desde la siembra hasta la obtención del grano listo para el proceso de transformación. Incluye actividades como establecimiento del cultivo, mantenimiento, recolección del café, y procesos como despulpado, fermentado, lavado y secado. Su objetivo principal es garantizar la calidad del café pergamino o verde, cumpliendo con los estándares de café especial.

5.1.2.3 Administración y Finanzas. Esta área se encarga de la gestión eficiente de los recursos de la empresa. Incluye la planificación financiera, control de ingresos y gastos, elaboración de presupuestos, manejo de inventarios y pagos a proveedores. También coordina y supervisa los procesos contables que son tercerizados, asegurando el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la correcta toma de decisiones financieras.

5.1.2.4 Comercial y Mercadeo. Responsable de la promoción, posicionamiento y venta del producto en el mercado. Incluye la gestión de marca, manejo de redes sociales, atención al cliente, diseño de estrategias publicitarias y búsqueda de nuevos canales de distribución. Esta área es clave para generar demanda, fidelizar clientes y posicionar a *CAFÉ CARDONAL* como un café especial Premium.

5.1.3. Áreas Administrativas y Cargos

En la tabla 19 se describen los cargos disponibles en cada área de la compañía, cuántas personas pueden acceder a ese cargo y el tipo de contratación de cada una.

Tabla 19*Disposición administrativa*

Área	Cargo	Número de personas	Tipo de vinculación
Dirección General	Gerente general	1	Tiempo completo
Comercial y mercadeo	Ejecutivo comercial	1	Tiempo parcial
Administración y finanzas	Auxiliar contable (Externo)	1	Prestación de servicios

Nota. Elaboración propia.

5.1.4. Descripción de cargos y funciones

En este apartado se describen las funciones, formación, experiencia, salario y prestaciones y se hace un cálculo del costo mensual por cada empleado en la compañía *CAFÉ CARDONAL*, en la tabla 20 se indican estos aspectos:

Tabla 20*Cargos y funciones*

Cargo	Funciones	Formación	Experiencia	Salario	Factor prestacional (Aprox. 1,52)	Costo total mensual
Gerente general	Dirigir la estrategia del	Ingeniero Industrial o	No requiere experiencia	\$2.000.000	\$1.040.000	\$3.040.000

negocio, toma de decisiones, supervisión de áreas, manejo de proveedores y control general del emprendimiento.

Ejecutivo comercial	Gestión de ventas, atención al cliente, manejo de redes sociales, promoción del producto y búsqueda de nuevos clientes.	Técnico o tecnólogo en mercadeo, ventas o áreas afines.	1 año en ventas o servicio al cliente.	\$1.000.000	\$520.000	\$1.520.000
Auxiliar contable	Registro contable, elaboración de estados	Técnico, tecnólogo o contador público.	1-2 años en procesos contables	\$500.000	No aplica	\$500.000

financieros,
presentación de
impuestos y
asesoría
contable.

Nota. Elaboración propia.

5.1.5 Costos de personal

Teniendo en cuenta los costos estipulados en la tabla 20, se calculan los costos anuales por el personal básico que requiere el negocio:

Tabla 21

Costos de personal

Cargo	Costo mensual total	Costo anual
Gerente general	\$3.040.000	\$36.480.000
Ejecutivo comercial	\$1.520.000	\$18.240.000
Auxiliar contable	\$500.000	\$6.000.000

Nota. Elaboración propia.

5.1.6. Políticas Administrativas Básicas

El proyecto *CAFÉ CARDONAL* establece un conjunto de políticas administrativas básicas que orientan la gestión organizacional, garantizando el uso eficiente de los recursos y el cumplimiento de los objetivos empresariales.

5.1.6.1. Política Salarial. La asignación salarial se realizará de acuerdo con las funciones, responsabilidades y perfil de cada cargo, tomando como referencia el mercado laboral y la normatividad vigente en Colombia. En la etapa inicial del proyecto, se priorizará la sostenibilidad financiera, por lo que algunos cargos podrán ser asumidos por el emprendedor.

5.1.6.2. Modalidad de Contratación. El personal será vinculado bajo modalidades flexibles acordes al tamaño del negocio, incluyendo contratación laboral directa y prestación de servicios. Esta estrategia permite optimizar costos y adaptarse a las necesidades operativas del emprendimiento.

5.1.6.3. Outsourcing Contable. Los procesos contables serán tercerizados mediante la contratación de un profesional, técnico o tecnólogo en esta área y sus funciones serán el registro de operaciones, elaboración de estados financieros y cumplimiento de obligaciones tributarias, garantizando el adecuado manejo de la información financiera.

5.1.6.4. Control Interno. Se implementarán mecanismos básicos de control interno que permitan el seguimiento de ingresos, gastos, inventarios y operaciones del negocio. Estos controles buscan prevenir errores, asegurar la transparencia y facilitar la toma de decisiones.

5.1.6.5. Gestión Documental. La información del negocio será organizada y almacenada de manera sistemática, tanto en formato físico como digital. Se garantizará el adecuado manejo de documentos administrativos, contables y comerciales, facilitando su consulta y cumplimiento de requerimientos legales.

5.2. Estudio Legal

Este estudio legal contiene todas condiciones para la forma jurídica elegida y todos los costos para su formalización, los cuales servirán de insumo para calcular la inversión inicial del negocio.

5.2.1. Forma Jurídica

Para el desarrollo del negocio *CAFÉ CARDONAL*, se implementará la forma jurídica como Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), debido a las ventajas que ofrece para emprendimientos en etapa inicial. Esta forma jurídica permite que los socios tengan responsabilidad limitada, respondiendo únicamente hasta el monto de sus aportes, lo que protege su patrimonio personal frente a posibles riesgos del negocio. Asimismo, se caracteriza por su flexibilidad, ya que permite establecer de manera autónoma las normas de funcionamiento interno, adaptándose a las necesidades del emprendimiento. De igual forma, facilita la escalabilidad, al permitir la vinculación de nuevos socios o inversionistas mediante la emisión de acciones, lo que favorece el crecimiento futuro de la empresa. Finalmente, presenta una facilidad de constitución, dado que puede crearse de manera ágil mediante documento privado, con menores costos y trámites simplificados, incluso con un solo socio, lo cual la convierte en la alternativa más adecuada para *CAFÉ CARDONAL*.

5.2.2. Costos de formalización

En la tabla 22 se presentan los costos en los cuales deberá incurrir *CAFÉ CARDONAL* para poder realizar su formalización ante los entes gubernamentales.

Tabla 22

Costos de formalización

Concepto	Valor Estimado
Registro Cámara de Comercio	\$73.000 (formula= 24.220 + (8.477 x Activos / 1.000.000)). Información tomada de Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, (2026)

Formulario RUES	\$8.500 (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2026)
Solicitud de libros de actas del máximo órgano y de sus integrantes	\$24.200 (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2026)
Certificado de matrícula mercantil	\$6.100 (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2026)
Certificado de existencia y representación legal, inscripción de documentos	\$12.100 (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2026)
Certificados especiales	\$12.100 (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2026)
RUT	\$0 “La inscripción en el RUT no tiene ningún costo”(DIAN, 2026a)
Estatutos y asesoría jurídica	\$1.000.000 (Cardenas Vega, 2026)
Registro de marca en el SIC (Clasificación Niza 30)	\$970.000 Con descuento Mipyme (Superintendencia de Industria y Comercio, 2026)
Total	\$2.106.000

Nota. Elaboración propia.

5.2.3. Obligaciones tributarias

CAFÉ CARDONAL se registrará en el ámbito tributario con el régimen simple de tributación, ya que tendrá una naturaleza jurídica, que cuenta por el momento con una socia la cual reside en

Colombia, además, los ingresos brutos proyectados en el primer año de operación de este emprendimiento son inferiores a los 10.000 UVT (\$523.740.000). Este tipo de régimen fue creado con el fin de beneficiar a los comercios y emprendimientos y tiene beneficios como mejoramiento del flujo de caja por sus tarifas muy inferiores con respecto del impuesto sobre la renta, en una sola declaración se cancelan todos los impuestos aplicables, da incentivos en bancarización (las transacciones bancarias descontarán valor en la declaración), del impuesto también se puede descontar el 4x1.000, entre otros beneficios. En este régimen los impuestos se declaran anualmente y se pagan por adelantos bimestrales. (Ventanilla Única Empresarial, s. f.)

Para *CAFÉ CARDONAL* teniendo en cuenta sus ingresos brutos anuales se establece una tarifa consolidada del 1.2% anual, teniendo en cuenta que este negocio se sitúa en el primer grupo indicado por la DIAN siendo considerado un micro mercado. (DIAN, 2026b)

Los impuestos y retenciones a los cuales debe incurrir *CAFÉ CARDONAL* son los siguientes:

5.2.3.1. Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Según artículo 468-1 del estatuto tributario: café, incluso tostado o descafeinado, cáscara y cascarilla de café, sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción, son gravados con una tarifa de IVA del 5% (Secretaría Senado, 2026).

5.2.3.2. Retención en la fuente. Teniendo en cuenta lo establecido en el oficio 908674 de 2021 emitido por la DIAN: “Los contribuyentes del impuesto unificado bajo el régimen simple de tributación - SIMPLE no estarán sujetos a retención en la fuente y tampoco estarán obligados a practicar retenciones y autorretenciones en la fuente, con excepción de las correspondientes a pagos laborales”. (DIAN, 2021)

5.2.3.3. Industria y Comercio. *CAFÉ CARDONAL* está ubicado en el municipio de Andes, Antioquia y se encuentra clasificado con el código CIIU de la DIAN 4631: Comercio de productos alimenticios, para este código la Alcaldía del municipio establece en el acuerdo N° 002 del 12 de mayo de 2023, que se debe cobrar una tarifa de impuesto de industria y comercio de 8 por mil aplicados a la base gravable. (Consejo Municipal Andes, 2023)

5.2.3.4. Declaración de Renta. Para *CAFÉ CARDONAL*, al estar en el régimen simple de tributación, no se presenta una declaración de renta tradicional, sino una declaración anual del SIMPLE, donde se registran todos los ingresos del negocio y se calcula un único impuesto que ya incluye renta, ICA y el impuesto al consumo de las bebidas preparadas. Durante el año, el negocio debe realizar anticipos bimestrales según sus ingresos, y al final solo ajusta el valor total a pagar. Sin embargo, como *CAFÉ CARDONAL* vende productos gravados (como café empacado con IVA del 5%), este impuesto debe declararse y pagarse aparte.

5.2.4 Normatividad Aplicable al Sector

Para el sector donde se encuentra *CAFÉ CARDONAL* que es el de producción y comercialización del café existen diferentes normas que rigen el actuar de la empresa en su actividad. Estas normas se enumeran a continuación:

El Decreto 1071 de 2015 es el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural en Colombia. Emitido el 26 de mayo de 2015, compila y ordena toda la normativa reglamentaria del sector agropecuario, pesquero y de desarrollo rural del país. (Función Pública, 2015a)

La Ley 2550 del 29 de octubre de 2025 en Colombia crea el Fondo del Emprendimiento de Cafés Especiales, diseñado para fortalecer la caficultura mediante apoyo técnico, comercial y financiero. Esta norma busca posicionar a Colombia como líder mundial en cafés de calidad,

beneficiando a pequeños productores, jóvenes rurales y mujeres con incentivos especiales.(Ley 2550 de 2025 Congreso de la República de Colombia, 2025)

La norma NTC 5181 es la Norma Técnica Colombiana que establece las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) para la industria del café. Define directrices esenciales de higiene, personal, instalaciones, equipos y procesos para garantizar la inocuidad y alta calidad en la producción y comercialización del café tostado y molido.(Goyes & Bravo, 2019)

La norma NTC 2758 (Norma Técnica Colombiana) establece el vocabulario y las definiciones estandarizadas para el análisis sensorial del café. Cubre términos para café verde, tostado, molido, soluble y bebidas de café, facilitando la evaluación de calidad. Su objetivo principal es unificar el lenguaje cafetero y mejorar la reproducibilidad de los resultados en catación.

La Ley 126 de 1931 en Colombia (a menudo referida en conjunto con normativas de higiene de la época) regula la producción y comercialización del café, prohibiendo estrictamente la venta de café mezclado con otras sustancias y estableciendo el requisito de pureza. Fue una norma clave para proteger la calidad del producto nacional.(Sistema Único de Información Normativa)

La Resolución 5109 de 2005 establece en Colombia el reglamento técnico de rotulado y etiquetado para alimentos envasados y materias primas de consumo humano. Su objetivo es proporcionar información clara (nombre, ingredientes, lote, fabricante) para el consumidor. Ha sido actualizada o complementada por normas de etiquetado nutricional como las Resoluciones 810 de 2021 y 2492 de 2022.(INVIMA, 2005)

La Resolución 810 de 2021 del Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia establece el reglamento técnico sobre los requisitos de etiquetado nutricional y frontal para

alimentos envasados. Su objetivo es informar a los consumidores sobre productos con excesos de sodio, azúcares añadidos, grasas saturadas y grasas trans, mediante sellos de advertencia.(Ministerio de Salud y Protección Social, 2021).

La Resolución 2492 de 2022 de Colombia modifica la Resolución 810 de 2021, estableciendo el etiquetado frontal de advertencia octagonal y negro para alimentos procesados, con el fin de alertar sobre el "exceso de" sodio, azúcares, grasas saturadas, grasas trans y edulcorantes. Esta norma busca proteger la salud pública, especialmente la de niños, facilitando la toma de decisiones informadas.(Ministerio de Salud y Protección Social, 2022)

La Resolución 2674 de 2013 del Ministerio de Salud de Colombia establece los requisitos sanitarios para toda la cadena alimentaria (fabricación, procesamiento, envasado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización) para garantizar la higiene, reglamentando el registro, permiso o notificación sanitaria según el riesgo. Aplica a personas naturales o jurídicas y manipuladores de alimentos(Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., 2013).

El Decreto 1074 de 2015 es el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo en Colombia. Compila las normas vigentes reglamentarias de este sector en un solo cuerpo normativo, facilitando su consulta y aplicación para regular actividades comerciales, cámaras de comercio, protección al consumidor y turismo.(Función Pública, 2015b)

La Ley 1819 de 2016 por medio de la cual se adopta una reforma tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, y se dictan otras disposiciones (Función Pública, 2016).

El acuerdo N° 002 de 2023 expedido por el consejo municipal de Andes, mediante el cual se integra la normativa aplicable a los ingresos tributarios en el municipio de Andes, se define el

valor del Impuesto de Industria y Comercio para las empresas del municipio clasificando los valores por actividad económica (Consejo Municipal Andes, 2023).

En síntesis, aunque el marco normativo que regula la producción y comercialización del café en Colombia es amplio y busca garantizar estándares de calidad, inocuidad y transparencia, también representa un reto significativo para emprendimientos como *CAFÉ CARDONAL*, debido a la diversidad de requisitos técnicos, sanitarios y tributarios que deben cumplirse de manera simultánea. La coexistencia de múltiples normas puede generar complejidad en su interpretación y aplicación, especialmente para pequeñas empresas en proceso de consolidación. No obstante, el cumplimiento riguroso de esta normatividad no solo evita sanciones, sino que se convierte en un factor diferenciador que fortalece la credibilidad del negocio, facilita su formalización y le permite competir en mercados cada vez más exigentes, tanto a nivel nacional como internacional.

Luego de revisar la normatividad del sector se estiman los costos para los requerimientos legales, presentes en la tabla 23:

Tabla 23

Requerimientos legales

Requisito	Entidad	Costo estimado	Periodicidad
Registro mercantil	Cámara de Comercio	\$73.000 (Teniendo en cuenta la información presentada en la tabla 27 del presente documento)	Anual

Industria y Comercio	Alcaldía	8 x 1.000 del total de ingresos netos del periodo. (Consejo Municipal Andes, 2023)	Anual
Registro INVIMA	INVIMA	El café molido y tostado se considera un producto para el consumo humano de bajo riesgo, en la categoría 3.4 y subcategoría 3.4.2, según la resolución 719 de 2015.(INVIMA, 2015) Además, CAFÉ CARDONAL se considera una microempresa según el decreto 957 de 2019. (Función Pública, 2019) Teniendo en cuenta estas condiciones el INVIMA establece un costo de 0,00 UBV (Unidad de Valor Básico) en la Resolución 2025029573 de 2025: Actualización de Tarifas en INVIMA.(INVIMA, 2025)	Según trámite

Nota. Elaboración propia, con fuentes de las páginas como INVIMA y Cámara de Comercio de Medellín.

5.2.5 Costos legales anuales

Los costos legales mencionados en el apartado anterior se desglosan en la tabla 24 indicando su valor anual.

Tabla 24

Costos legales anuales

Concepto	Valor Anual
----------	-------------

Renovación matrícula	\$73.000
Industria y comercio	\$576.000 (Teniendo en cuenta que se tendrían unos ingresos al año de \$72.000.000)
Asesoría Contable	\$1.000.000
Otros	
Total	\$1.649.000

Nota. Elaboración propia.

6. Estudio financiero

El análisis financiero del proyecto *CAFÉ CARDONAL* se fundamenta en una serie de supuestos que permiten evaluar su viabilidad económica en un horizonte de tiempo determinado. Para el desarrollo del estudio, se establece que todas las cifras se expresan en pesos colombianos (COP) y se proyectan en un horizonte de evaluación definido, considerando un nivel de inflación acorde con las proyecciones económicas nacionales. Asimismo, el análisis se realiza en términos corrientes, incorporando los efectos de la inflación en los costos y precios, y contempla posibles alternativas de financiamiento, incluyendo recursos propios y, de ser necesario, el acceso a crédito. Estos supuestos permiten estructurar un modelo financiero coherente y realista, debidamente soportado en fuentes oficiales y literatura económica aplicable.

6.1. Supuestos y sus Proyecciones

Los supuestos y sus proyecciones a estimar se harán en un horizonte de tiempo de 5 años (desde 2026 hasta 2030).

6.1.1. Variables Macroeconómicas

Las variables macroeconómicas para considerar son las presentes en la tabla 25:

Tabla 25

Variables Macroeconómicas

Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inflación	6,23%	4,80%	4,00%	3,50%	3,00%
Devaluación Proyectada	4,50%	3,50%	3,00%	3,00%	3,00%
PIB Proyectado	2,80%	1,80%	2,50%	2,80%	3,00%

Nota. Elaboración propia

En la tabla 25 se presentaron las variables macroeconómicas a considerar para el análisis financiero del proyecto, las cuales tienen su justificación en la siguiente información:

6.1.1.1. Inflación. Fedesarrollo (2026) proyecta que la inflación en Colombia cerrará en 2026 en 6,23% y que irá bajando hasta la meta del 3% en 2030. Teniendo en cuenta este dato en el estudio financiero de *CAFÉ CARDONAL* se pone el dato para 2026 y se va bajando gradualmente hasta llegar hasta la meta proyectada en el año 2030.

6.1.1.2. Devaluación. La devaluación del peso colombiano se proyecta en 4,5% para 2026, disminuyendo progresivamente hasta 3% en 2030. Esta estimación se fundamenta en las advertencias de (Fedesarrollo, 2026) sobre presiones fiscales y externas en el corto plazo, así como en la teoría de paridad del poder adquisitivo, que sugiere que en el largo plazo la tasa de devaluación converge a niveles cercanos a la inflación.

6.1.1.3. PIB Proyectado. Según las proyecciones del equipo de economistas de BBVA, tras crecer 2,6% en 2025, la economía colombiana podría expandirse 2,8% en 2026, antes de moderarse hacia 1,8% en 2027 (BBVA, 2026). Estos valores se determinan como fijos en las proyecciones para estos dos años, luego se estipula que este indicador empieza a recuperarse hacia el 3% en 2030 como los indicadores anteriores.

6.1.2. Plan de Mercadeo

En el marco del plan de mercadeo, la tabla 26 presenta la proyección de los ingresos operativos del proyecto, calculados a partir de dos supuestos fundamentales: el crecimiento en unidades, definido en el cronograma de ventas, y el incremento en el precio por unidad, asociado al porcentaje de inflación estimado. Considerando estos factores y la previsión de la demanda, se estima que en el primer año se comercializarán 905 unidades de un producto promedio de 400

gramos. Con base en esta información, se procede a determinar los ingresos proyectados, integrando tanto la dinámica de crecimiento en volumen como la variación esperada en los precios.

Tabla 26

Ingresos Operativos

Concepto		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Factor Crecimiento			20,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Unidades						
Factor Incremento			4,80%	4,00%	3,50%	3,00%
Precios						
Producto promedio por 400g	Cantidades	905	1.086	1.358	1.697	2.121
(promediando los dos tamaños disponibles)	Precio unitario	\$72.500	\$75.980	\$79.019	\$81.785	\$84.238
Total Ingresos Proyectados		\$65.612.500	\$82.514.280	\$107.268.564	\$138.778.705	\$178.677.582

Nota. Elaboración propia

6.1.3. Plan Operativo

En el plan operativo de *CAFÉ CARDONAL* se describen los costos, gastos e inversiones que experimenta el proyecto para su funcionamiento, en los siguientes apartados se explicarán detalladamente.

6.1.3.1. Costos Variables. Estos costos están definidos sobre todo por los costos de mano de obra y materia prima para el logro del producto terminado, estos costos se contemplan con un factor de incremento correspondiente a la inflación, en la tabla 27 se presentan estos costos por unidad y por el total de ventas anuales:

Tabla 27*Costos Variables*

Concepto	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Factor Incremento Costo Variable	Porcentaje		4,80%	4,00%	3,50%	3,00%
Producto promedio por 400g (promediando los dos tamaños disponibles)	Cantidades	905	1.086	1.358	1.697	2.121
	Costo unitario	\$7.780	\$8.153	\$8.480	\$8.776	\$9.040
Total Costos Variables		\$7.040.900	\$8.854.636	\$11.511.027	\$14.892.391	\$19.173.953

Nota. Elaboración propia

6.1.3.2. Costos Fijos. Los costos fijos del negocio están representados en una licencia de software necesaria para registrar las diferentes transacciones y apoyar todos los procesos administrativos de la empresa, en estos costos también se tienen en cuenta los servicios públicos de la finca donde se hace el proceso productivo del café. Estos costos incrementan según la inflación, en la tabla 28 se describen estos costos en periodo mensual y anual:

Tabla 28*Costos Fijos*

Concepto	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Factor Incremento Costos Fijos	Valor mes		4,80%	4,00%	3,50%	3,00%
Licencia Microsoft 365	\$30.833	\$369.999	\$387.759	\$403.269	\$417.384	\$429.905
Servicios Públicos	\$18.333	\$220.000	\$230.560	\$239.782	\$248.175	\$255.620

Total Costos Fijos	\$589.999	\$618.319	\$643.052	\$665.558	\$685.525
---------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Nota. Elaboración propia

6.1.3.3. Gastos Operativos. Los gastos operativos de este negocio se basan en el gasto por mantenimiento, gastos de depreciación de activos, gastos por impuestos que en este caso sería por el impuesto de industria y comercio representado en el 8 por mil pagado a la Alcaldía de Andes y los gastos por salarios, estos gastos se desglosan en la tabla 29:

Tabla 29

Gastos Operativos

Gastos Operativos		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Factor Incremento	Valor mes		4,80%	4,00%	3,50%	3,00%
Gastos Operacionales						
Mantenimiento	\$83.333	\$1.000.000	\$1.048.000	\$1.089.920	\$1.128.067	\$1.161.909
Gasto por depreciación		\$682.002	\$682.002	\$682.002	\$682.002	\$682.002
Gasto por impuestos			\$524.900	\$660.114	\$858.149	\$1.110.230
Gasto por salarios		\$60.720.000	\$63.634.560	\$66.179.942	\$68.496.240	\$70.551.128
Total Gastos Operativos		\$62.402.002	\$65.889.462	\$68.611.979	\$71.164.458	\$73.505.268

Nota. Elaboración propia

6.1.3.4. Inversión Inicial. Este apartado presenta la inversión inicial que se debe hacer en el negocio, teniendo en cuenta los activos fijos y el capital de trabajo que se calculó según las unidades a producir y comercializar en el año 1, tal como se muestra en la tabla 30:

Tabla 30*Inversión Inicial*

Concepto	Valor total del activo	Años de vida útil	Depreciación
Muebles Y Enseres Y Equipo De Oficina			
Mueble Alacena para almacenamiento del Café en producto terminado	\$389.900	5	\$70.182
Maquinaria Y Equipo			
Despulpadora de café eléctrica	\$3.900.000	10	\$351.000
Equipo De Computo			
Computador Portátil Lenovo	\$1.449.000	5	\$260.820
Inversión Capital De Trabajo			
Capital de trabajo	\$62.309.999		
Total Inversión Inicial	\$68.048.899		

Nota. Elaboración propia

6.1.4. Plan Administrativo

El plan administrativo para el negocio está compuesto por el costo salarial que se debe cubrir para su funcionamiento, se expresan los diferentes cargos y sus salarios además de su aumento que se da según el porcentaje de la inflación, esto se puede visualizar en la tabla 31:

Tabla 31*Plan Administrativo*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Factor Incremento Salarios	Valor mes	4,80%	4,00%	3,50%	3,00%

Gerente General	\$3.040.000	\$36.480.000	\$38.231.040	\$39.760.282	\$41.151.891	\$42.386.448
Ejecutivo Comercial	\$1.520.000	\$18.240.000	\$19.115.520	\$19.880.141	\$20.575.946	\$21.193.224
Auxiliar Contable	\$500.000	\$6.000.000	\$6.288.000	\$6.539.520	\$6.768.403	\$6.971.455
Total Nomina	\$60.720.000	\$63.634.560	\$66.179.942	\$68.496.240	\$70.551.128	

Nota. Elaboración propia

6.2 Ingresos

Los ingresos del negocio mostrados en la tabla 32 son solo los valores de las ventas del producto efectuadas en el año, *CAFÉ CARDONAL* no cuenta con otro tipo de ingresos.

Tabla 32

Ingresos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto promedio por 400g (promediando los dos tamaños disponibles)	\$65.612.500	\$82.514.280	\$107.268.564	\$138.778.705	\$178.677.582
Total Ingresos	\$65.612.500	\$82.514.280	\$107.268.564	\$138.778.705	\$178.677.582

Nota. Elaboración propia

6.2.1. Análisis Vertical y Horizontal Ingresos

El análisis vertical del año 1 indica que el 100% de los ingresos se concentra en el producto promedio de 400 gramos, el cual no representa un único producto, sino un valor promedio construido a partir de los diferentes productos ofrecidos por la empresa. Esto significa que, para efectos del análisis financiero, se ha consolidado la información en una sola referencia representativa, facilitando la proyección y evaluación de los ingresos, aunque en la operación real

exista variedad en la oferta. Además, se puede notar que la compañía no tiene más ingresos que los de su actividad principal que es comercializar café tostado especial.

Por su parte, el análisis horizontal de los ingresos muestra una tendencia de crecimiento favorable durante el periodo proyectado como se puede ver en la tabla 33. En 2027 se presenta un incremento del 26%, seguido de un crecimiento más pronunciado en 2028 del 30%. Para los años 2029 y 2030, el crecimiento se mantiene estable en 29%, lo que evidencia una fase de expansión inicial y posteriormente una estabilización en el ritmo de crecimiento. En conjunto, estos resultados reflejan un comportamiento positivo del negocio, con expectativas de consolidación en el mercado y una proyección de ingresos sostenida en el tiempo.

Tabla 33

Análisis Horizontal Ingresos

Año	Porcentaje
2026	
2027	26%
2028	30%
2029	29%
2030	29%

Nota. Elaboración propia

6.3. Egresos

Los egresos del negocio están representados costos variables y fijos y gastos operativos, en la tabla 34 se muestran valores y totales de estos conceptos:

Tabla 34*Egresos*

Concepto	2026	2027	2028	2029	2030
Costos variables	\$7.040.900	\$8.854.636	\$11.511.027	\$14.892.391	\$19.173.953
Costos fijos	\$589.999	\$618.319	\$643.052	\$665.558	\$685.525
Gastos operativos	\$62.402.002	\$65.889.462	\$68.611.979	\$71.164.458	\$73.505.268
Total Egresos	\$70.032.901	\$75.362.417	\$80.766.057	\$86.722.407	\$93.364.747

Nota. Elaboración propia

6.3.1. Análisis Vertical Egresos

El análisis vertical del año 1 evidencia que la mayor proporción de los egresos corresponde a los gastos administrativos, los cuales representan el 89% del total, lo que indica una alta carga operativa asociada a la gestión, comercialización y funcionamiento del negocio. En contraste, los costos variables participan con un 10%, reflejando que el costo directo del producto no es el principal componente del gasto en esta etapa. Los costos fijos son relativamente bajos, con un 1%. Esta estructura es típica en emprendimientos donde el esfuerzo principal está en posicionamiento y operación más que en producción. Los resultados de este análisis están en la tabla 35:

Tabla 35*Análisis Vertical Egresos*

Concepto	Porcentaje
Costos variables	10%
Costos fijos	1%
Gastos administrativos	89%

Nota. Elaboración propia

6.3.2. Análisis Horizontal Egresos

Por su parte, el análisis horizontal de los egresos muestra un crecimiento moderado y estable a lo largo del periodo proyectado. En 2027 los egresos aumentan un 8%, seguidos de incrementos del 7% en 2028 y 2029, y nuevamente un 8% en 2030, como se puede visualizar en la tabla 36. Este comportamiento indica un control adecuado de los gastos, con variaciones relativamente constantes que están asociadas a ajustes por inflación o crecimiento operativo. En conjunto, se observa una estructura de egresos controlada, aunque sería importante, a medida que el negocio crezca, buscar eficiencias en los gastos administrativos para mejorar la rentabilidad.

Tabla 36

Análisis Horizontal Egresos

Año	Porcentaje
2026	
2027	8%
2028	7%
2029	7%
2030	8%

Nota. Elaboración propia

6.4. Estado de Resultados

Para este negocio, luego de haber contemplado egresos e ingresos, se establece el siguiente estado de resultados, en la tabla 37:

Tabla 37*Estado de Resultados*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$65.612.500	\$82.514.280	\$107.268.564	\$138.778.705	\$178.677.582
Costos	\$7.630.899	\$9.472.955	\$12.154.078	\$15.557.949	\$19.859.478
Utilidad Bruta	\$57.981.601	\$73.041.325	\$95.114.486	\$123.220.756	\$158.818.104
Gastos operativos	\$62.402.002	\$65.889.462	\$68.611.979	\$71.164.458	\$73.505.268
Utilidad antes de impuestos	-\$4.420.401	\$7.151.863	\$26.502.507	\$52.056.297	\$85.312.836
Impuestos	\$0	\$57.215	\$212.020	\$416.450	\$682.503
Utilidad neta	-\$4.420.401	\$7.094.648	\$26.290.487	\$51.639.847	\$84.630.333

Nota. Elaboración propia

Este estado de resultados muestra una realidad muy marcada que es la baja rentabilidad en el año 1, esta pérdida es explicada principalmente por el alto peso de los gastos operativos frente al nivel inicial de ventas. Esta situación es común en emprendimientos en etapa de arranque, donde los costos de operación y posicionamiento son elevados. A partir de 2027, el negocio logra superar este punto de equilibrio, generando utilidades operativas positivas que crecen de manera significativa hasta alcanzar más de 85 millones en 2030.

6.5. Balance General

La tabla 38 contiene el balance general para este negocio, teniendo en cuenta los activos corrientes y no corrientes, el pasivo (conformado principalmente por los impuestos) y el patrimonio que es un aporte de los socios por 15 millones de pesos.

Tabla 38*Balance General*

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos corrientes						
Disponible	\$9.261.100	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000
Inversiones temporales		\$5.422.701	\$13.256.566	\$40.383.861	\$92.910.140	\$178.488.527
Total activo corriente	\$9.261.100	\$5.522.701	\$13.356.566	\$40.483.861	\$93.010.140	\$178.588.527
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	\$389.900	\$389.900	\$389.900	\$389.900	\$389.900	\$389.900
Maquinaria y equipo	\$3.900.000	\$3.900.000	\$3.900.000	\$3.900.000	\$3.900.000	\$3.900.000
Equipo de computación	\$1.449.000	\$1.449.000	\$1.449.000	\$1.449.000	\$1.449.000	\$1.449.000
Depreciación acumulada		(\$682.002)	(\$1.364.004)	(\$2.046.006)	(\$2.728.008)	(\$3.410.010)
Total activos no corrientes	\$5.738.900	\$5.056.898	\$4.374.896	\$3.692.894	\$3.010.892	\$2.328.890
Total activos	\$15.000.000	\$10.579.599	\$17.731.462	\$44.176.755	\$96.021.032	\$180.917.417
Pasivos corrientes						
Impuesto por pagar			\$57.215	\$212.020	\$416.450	\$682.503
Total pasivos corrientes			\$57.215	\$212.020	\$416.450	\$682.503
Total pasivos			\$57.215	\$212.020	\$416.450	\$682.503

Patrimonio						
Capital	\$15.000.000	\$15.000.000	\$15.000.000	\$15.000.000	\$15.000.000	\$15.000.000
Reserva Legal				\$709.465	\$3.338.514	\$8.502.498
Utilidades retenidas			(\$4.420.401)	\$1.964.783	\$25.626.221	\$72.102.083
Utilidad del periodo		(\$4.420.401)	\$7.094.648	\$26.290.487	\$51.639.847	\$84.630.333
Total patrimonio	\$15.000.000	\$10.579.599	\$17.674.247	\$43.964.735	\$95.604.582	\$180.234.915
Total pasivo y patrimonio	\$15.000.000	\$10.579.599	\$17.731.462	\$44.176.755	\$96.021.032	\$180.917.417

Nota. Elaboración propia

El balance general, considerando 2025 como año cero, muestra que el negocio inicia con una inversión de 15 millones en activos y sin endeudamiento. En 2026 se presenta una disminución en los activos debido a la pérdida inicial, lo cual es normal en la etapa de arranque. A partir de 2027, se evidencia un crecimiento acelerado, impulsado principalmente por el aumento en las inversiones temporales, reflejando una alta generación de liquidez.

Los activos no corrientes disminuyen por la depreciación, sin nuevas inversiones, lo que indica uso eficiente de la capacidad instalada. Por su parte, la empresa no presenta deudas, manteniendo un bajo riesgo financiero. Finalmente, el patrimonio crece de forma sostenida gracias a las utilidades generadas, lo que confirma la viabilidad y solidez financiera del proyecto en el tiempo.

6.6 Resultados

Los resultados obtenidos para flujos de caja y tasas de rentabilidad del negocio son los siguientes:

6.6.1. Costo Promedio Ponderado de los Recursos

Para un mejor calculo y análisis de resultados, se evalúa el costo promedio ponderado de los recursos (WACC), teniendo en cuenta que la tasa mínima de retorno para el accionista es del 10% como supuesto, el calculo de este indicador se tiene en la tabla 39.

Tabla 39

WACC

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	WACC
Impuesto por pagar		\$57.215	\$212.020	\$416.450	\$682.503	
Patrimonio	\$10.579.599	\$17.674.247	\$43.964.735	\$95.604.582	\$180.234.915	
Total pasivo y patrimonio	\$10.579.599	\$17.731.462	\$44.176.755	\$96.021.032	\$180.917.417	
Participación						
Impuesto por pagar	0,00%	0,32%	0,48%	0,43%	0,38%	
Patrimonio	100,00%	99,68%	99,52%	99,57%	99,62%	
Costo promedio ponderado	10,00%	9,97%	9,95%	9,96%	9,96%	9,97%

Nota. Elaboración propia

El WACC del proyecto se mantiene estable alrededor del 10% durante todo el periodo, lo que refleja una estructura financiera constante y de bajo riesgo. Esto se debe a que la financiación proviene casi en su totalidad del patrimonio, sin uso de deuda.

6.6.2. Flujo de Caja, TIR y VPN del Proyecto y del Inversionista

Para analizar los resultados de este estudio financiero de una manera más completa se calculan los flujos de caja, la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VPN), tanto

para el proyecto como para el inversionista, teniendo en cuenta que el negocio no tiene financiamiento porque afecta mucho su rentabilidad y el inversionista aporta 15 millones de pesos para el inicio del proyecto. La tabla muestra esta información:

Tabla 40

Flujo de Caja, VPN y TIR

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$65.612.500	\$82.514.280	\$107.268.564	\$138.778.705	\$178.677.582
Costos	\$7.630.899	\$9.472.955	\$12.154.078	\$15.557.949	\$19.859.478
Gastos operativos	\$62.402.002	\$65.889.462	\$68.611.979	\$71.164.458	\$73.505.268
Utilidad operativa	-\$4.420.401	\$7.151.863	\$26.502.507	\$52.056.297	\$85.312.836
Impuesto de renta operativo	-\$35.363	\$57.215	\$212.020	\$416.450	\$682.503
Beneficio fiscal financiero	\$35.363				
Utilidad operativa después de impuestos	-\$4.420.401	\$7.094.648	\$26.290.487	\$51.639.847	\$84.630.333
Depreciación y amortización	\$682.002	\$682.002	\$682.002	\$682.002	\$682.002
Flujo de caja bruto operativo	-\$3.738.399	\$7.776.650	\$26.972.489	\$52.321.849	\$85.312.335
TIR del Proyecto	23,73%				

VPN del Proyecto	\$44.093.507					
Flujo de Caja Libre del Inversionista		-\$3.738.399	\$7.776.650	\$26.972.489	\$52.321.849	\$85.312.335
TIR del Inversionista	78,36%					
VPN	\$97.002.044					

Nota. Elaboración propia

El flujo de caja del proyecto muestra un comportamiento favorable, aunque con una fase inicial exigente. En 2026 se registra un flujo negativo de -3.738.399, explicado por el alto peso de los gastos operativos frente a las ventas; sin embargo, a partir de 2027 el proyecto genera flujos positivos y crece de forma acelerada hasta alcanzar 85.312.335 en 2030. Esto evidencia un punto de equilibrio temprano y una mejora progresiva en la eficiencia operativa, donde los ingresos crecen a mayor ritmo que los costos y gastos. No obstante, la estructura inicial revela una alta dependencia del cumplimiento de las proyecciones de ventas, lo que representa un riesgo si el crecimiento esperado no se materializa.

En términos de rentabilidad, la TIR del proyecto del 23,73% supera ampliamente el WACC del 9,97%, lo que indica que la inversión genera valor y ofrece un margen de seguridad atractivo frente a posibles variaciones. Este resultado se refuerza con un VPN positivo de 44.093.507, confirmando que el proyecto no solo recupera la inversión, sino que crea valor adicional en términos reales.

Desde la perspectiva del inversionista, los indicadores son aún más elevados: una TIR del 78,36% y un VPN de 97.002.044. Dado que no se utilizó financiamiento, esta rentabilidad proviene exclusivamente del desempeño operativo del proyecto y de una inversión inicial relativamente

baja, lo que reduce el riesgo financiero, pero concentra el riesgo en la operación del negocio. Si bien estos resultados hacen el proyecto altamente atractivo, también sugieren que existe una fuerte sensibilidad a las proyecciones de ingresos.

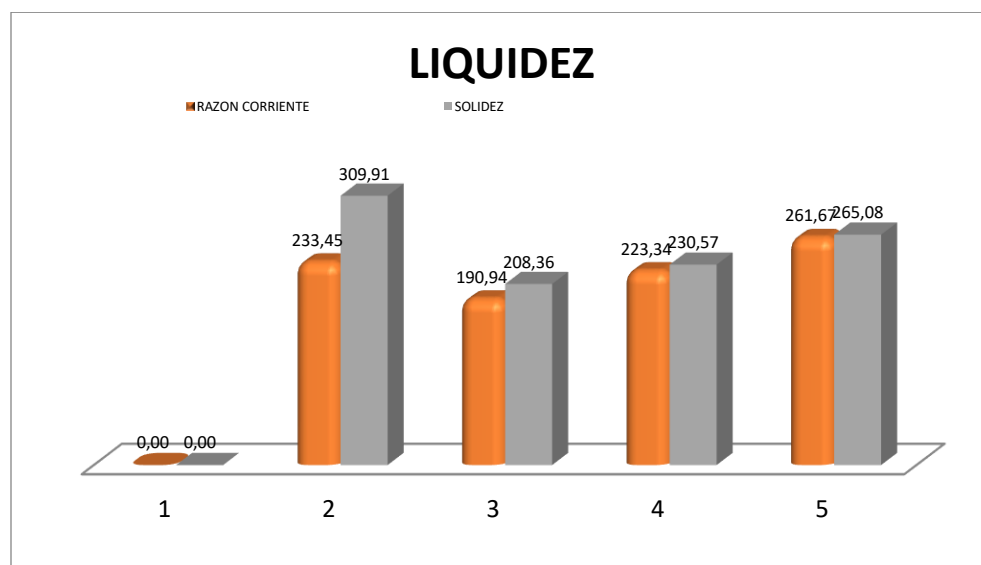
En conclusión, el proyecto es financieramente viable, rentable y generador de valor; sin embargo, su éxito depende en gran medida del cumplimiento de las metas de ventas y del control de los gastos operativos.

6.6.3. Indicadores de Liquidez

Los indicadores de liquidez presentan niveles bastante altos durante todo el periodo analizado. La razón corriente y la solidez muestran valores superiores a 1 y, en algunos casos, significativamente elevados (por ejemplo, niveles superiores a 200), lo que indica que la empresa tiene una alta capacidad para cubrir sus obligaciones de corto plazo. Estos indicadores se muestran en la figura

Figura 25

Indicadores de Liquidez



Nota. Elaboración propia

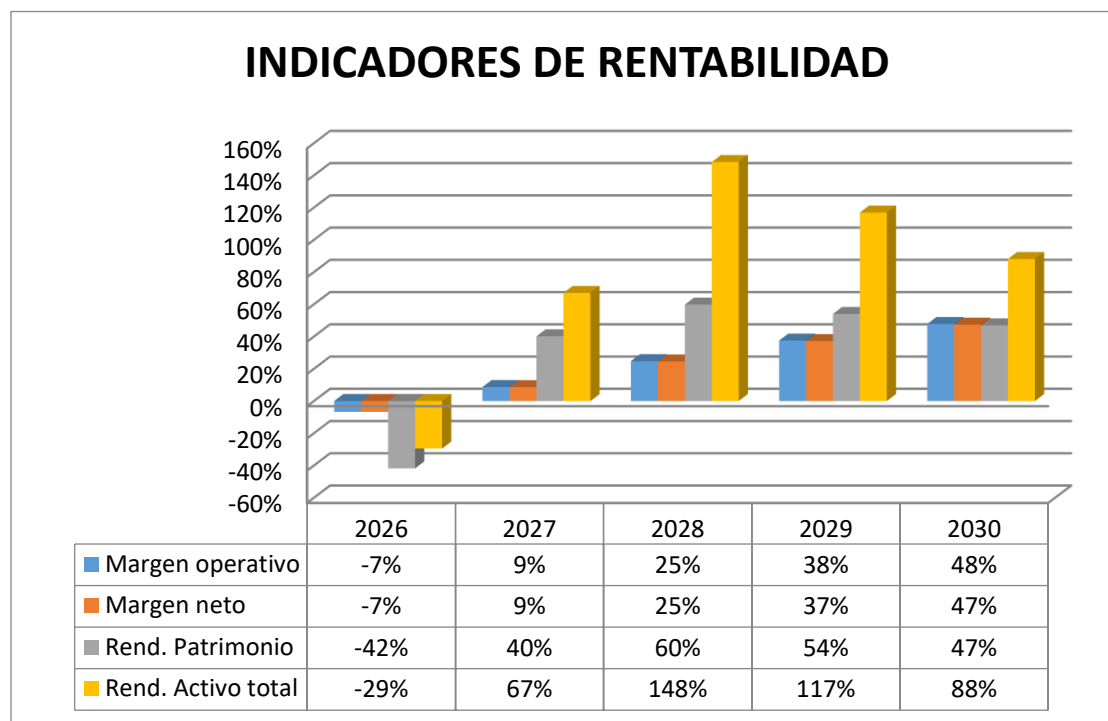
6.6.4. Indicadores de Rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad muestran una evolución muy positiva del proyecto a lo largo del tiempo. El margen operativo y el margen neto pasan de valores negativos en 2026 (-7%) a niveles altos en 2030 (48% y 47%, respectivamente), lo que evidencia que el negocio logra superar rápidamente su fase inicial de pérdidas y alcanza una operación altamente eficiente. Esto confirma que el crecimiento de las ventas está superando ampliamente el incremento de los costos y gastos.

Por su parte, la rentabilidad sobre el patrimonio presenta un comportamiento aún más destacado, pasando de -42% en 2026 a 60% en 2028 y estabilizándose en niveles cercanos al 47% en 2030. Esto indica una alta capacidad de generación de beneficios para los inversionistas. Asimismo, la rentabilidad del activo total alcanza picos elevados (148% en 2028), lo que sugiere un uso muy eficiente de los recursos del proyecto.

No obstante, estos niveles tan altos de rentabilidad también pueden reflejar un modelo sensible a las proyecciones de ingresos, por lo que es importante considerar que pequeñas variaciones en las ventas podrían impactar significativamente estos indicadores.

Todos estos datos se muestran en la figura 26, para un mejor entendimiento:

Figura 26*Indicadores de Rentabilidad*

Nota. Elaboración propia

6.6.5. Indicadores de Generación de Valor

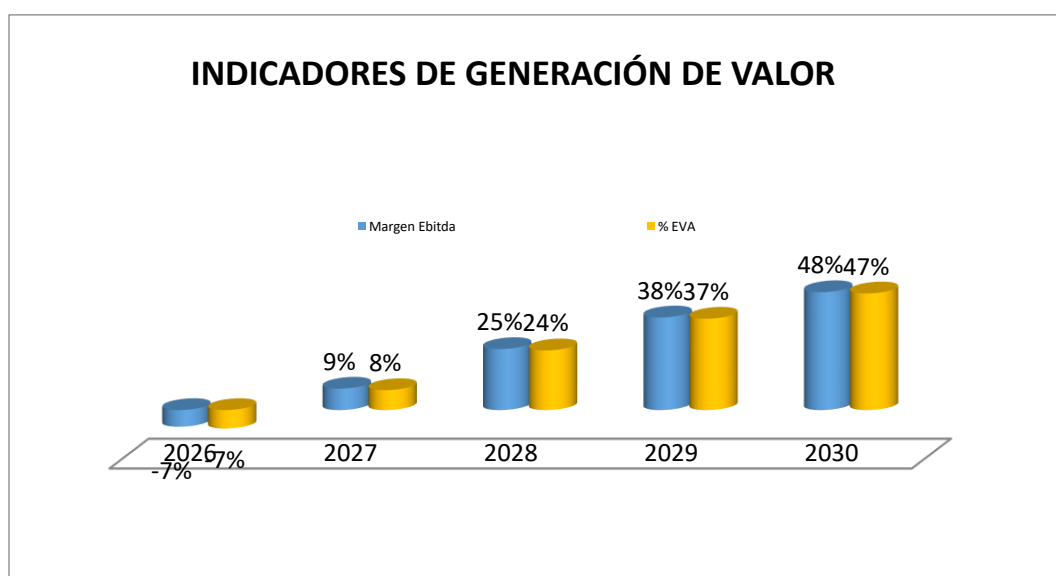
Los indicadores de generación de valor presentes en la figura 27 refuerzan la viabilidad del proyecto. El margen EBITDA muestra una tendencia creciente, pasando de valores negativos en 2026 a un 48% en 2030, lo que indica una mejora sustancial en la capacidad del negocio para generar flujo operativo antes de gastos financieros y no operativos.

De manera complementaria, el EVA (Valor Económico Agregado) también evoluciona favorablemente, pasando de -7% en 2026 a 47% en 2030. Esto significa que, a partir de 2027, el proyecto no solo genera utilidades, sino que también crea valor por encima del costo del capital invertido.

En conjunto, estos indicadores confirman que el proyecto no solo es rentable contablemente, sino que también es generador de valor económico real. Sin embargo, al igual que en los indicadores anteriores, este comportamiento depende en gran medida del cumplimiento de las proyecciones de crecimiento.

Figura 27

Indicadores de Generación de Valor



Nota. Elaboración propia

En conjunto, los indicadores muestran un proyecto financieramente sólido, rentable y generador de valor, con una mejora progresiva desde su etapa inicial hasta alcanzar niveles altos de eficiencia. No obstante, el análisis también evidencia una fuerte dependencia del crecimiento en ventas y posibles excesos de liquidez, por lo que sería recomendable optimizar el uso de los recursos y evaluar escenarios de riesgo que permitan validar la sostenibilidad de estos resultados en condiciones menos favorables.

6.7. Análisis de Sensibilidad

Para el análisis de sensibilidad se definieron tres escenarios. El primero corresponde al escenario base, previamente analizado. El segundo es un escenario optimista, en el cual se asume un incremento del 10% en los precios de venta y en las cantidades demandadas, junto con una reducción del 5% en los costos. Finalmente, se plantea un escenario pesimista, donde los precios y las cantidades vendidas disminuyen en un 10%, mientras que los costos aumentan en un 5%. En la Tabla 41 se presentan los resultados obtenidos para cada uno de estos escenarios.

Tabla 41

Escenarios análisis de sensibilidad

Supuesto	Escenario Base	Escenario Optimista	Escenario Pesimista
Precios +10%		Si	
Cantidades +10%		Si	
Costos -5%		Si	
Precios - 10%			Si
Cantidades - 10%			Si
Costos +5%			Si
TIR	23,73%	47,10%	-1%

VPN	\$44.093.507	\$128.217.217	-\$31.584.155
------------	---------------------	----------------------	----------------------

Nota. Elaboración propia

El análisis de sensibilidad de *CAFÉ CARDONAL* evidencia que el proyecto es financieramente viable en el escenario base, al presentar un VPN positivo y una TIR superior al costo de oportunidad, lo que indica generación de valor para los inversionistas en condiciones normales.

En el escenario optimista, el proyecto muestra un desempeño altamente favorable, alcanzando incrementos significativos en la TIR y el VPN. Esto demuestra que mejoras en variables como el precio de venta, el volumen de ventas y la reducción de costos tienen un impacto considerable en la rentabilidad, evidenciando un alto potencial de crecimiento.

Por el contrario, en el escenario pesimista, el proyecto presenta una TIR negativa y un VPN inferior a cero, lo que indica que bajo condiciones adversas el proyecto no es rentable y destruye valor. Esto confirma que existe una alta sensibilidad frente a disminuciones en ingresos y aumentos en costos.

En conjunto, los resultados muestran que el proyecto tiene un nivel de riesgo moderado-alto, ya que su rentabilidad depende en gran medida del comportamiento de variables clave como precios, cantidades y costos.

Se concluye que, aunque el proyecto es viable, es fundamental implementar estrategias orientadas al control de costos y gastos, la estabilidad en la demanda y el fortalecimiento del precio de venta, con el fin de reducir la exposición al riesgo y garantizar su sostenibilidad en el tiempo.

7. Análisis de riesgos

Para el proyecto *CAFÉ CARDONAL*, se realiza un análisis de riesgos de tipo mixto (cualitativo y cuantitativo), mediante el uso de la matriz probabilidad–impacto, con el fin de identificar, evaluar y plantear estrategias de mitigación frente a los eventos que puedan afectar el desarrollo del negocio.

La metodología para evaluar los riesgos es que se calificará según el conocimiento de las condiciones, la probabilidad de que ocurra riesgo en el ámbito, las calificaciones para este aspecto son: Baja (1), media (2) y alta (3); también se evaluará el impacto que tiene cada aspecto en el negocio, el impacto se puede clasificar con las siguientes calificaciones: bajo (1), medio (2) y alto (3). Luego de evaluar estos dos aspectos se multiplican y esto genera un resultado que se llamará nivel de riesgos, que se clasifica en los siguientes tipos: 1 – 2: Bajo, 3 – 4: Medio y 6 – 9: Alto (Riesgo severo). En la tabla 42 se encuentran los resultados de los diferentes niveles de riesgo, evaluando varios escenarios de riesgo y las posibles acciones de prevención:

Tabla 42

Matriz probabilidad impacto

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Nivel	Clasificación	Acción	
Variación en la producción del café (clima, plagas)	3	3	9	Alto	Implementar	prácticas agrícolas sostenibles y control fitosanitario
Dependencia de un solo proveedor de torrefacción	3	2	6	Alto	Buscar	proveedores alternativos y proyectar inversión futura en tostadora propia y de ser posible una transformadora completa (trilla,

					torrefacción, molienda, empacado, etiquetado)
Incremento en costos de producción y transformación.	2	3	6	Alto	Control de costos y negociación con proveedores
Baja demanda inicial del producto	2	3	6	Alto	Estrategia de marketing digital y posicionamiento de marca
Problemas de calidad en el producto final	2	3	6	Alto	Establecer estándares de calidad y supervisión del proceso, estos estándares de conocimiento del proveedor Cabresto Coffee.
Cambios en normatividad sanitaria o tributaria	1	3	3	Medio	Asesoría contable y legal recurrente.
Falta de capital de trabajo	2	3	6	Alto	Se debe evaluar la planificación financiera todo el tiempo, en casos extremos se debe acceder a financiamiento
Pérdida de identidad de marca	1	2	2	Bajo	Estrategia clara del negocio, estatutos y valor agregado de la marca.

Nota. Elaboración propia

En esta matriz de probabilidad- impacto se identificaron los riesgos severos identificados para *CAFÉ CARDONAL*, con niveles entre 6 y 9, los cuales requieren atención prioritaria, ya que pueden afectar significativamente la operación y sostenibilidad del emprendimiento. Entre ellos se encuentra la variación en la producción de café por factores climáticos o plagas, lo cual impacta directamente la oferta del producto, frente a lo cual se plantea la implementación de buenas prácticas agrícolas, la diversificación de áreas de siembra y el monitoreo constante del cultivo. Asimismo, la dependencia de un proveedor de torrefacción puede generar retrasos o afectar la

calidad, por lo que se propone establecer alianzas con múltiples proveedores y evaluar a futuro la adquisición de maquinaria propia. El incremento en los costos de producción representa un riesgo para la rentabilidad, mitigable mediante el control estricto de costos, la optimización de recursos y la negociación con proveedores. Por su parte, la baja demanda inicial, común en nuevos emprendimientos, se abordará con estrategias de marketing en redes sociales, la promoción del valor diferencial basado en la tradición familiar y la producción sin agroquímicos, y la participación en ferias y mercados locales. También se identifican posibles problemas de calidad que podrían afectar la reputación de la marca, por lo que se hace necesario establecer estándares en cada etapa, supervisar el proceso de torrefacción y fomentar la retroalimentación de los clientes. Finalmente, la falta de capital de trabajo puede limitar la operación, lo cual se enfrentará mediante una adecuada planificación financiera, el acceso a fuentes de financiamiento y el manejo eficiente del flujo de caja. En resumen, aunque *CAFÉ CARDONAL* enfrenta riesgos relevantes asociados a la producción agrícola, la dependencia de terceros y su posicionamiento en el mercado, la implementación de estrategias preventivas y correctivas permitirá mitigar estos impactos y asegurar la viabilidad y sostenibilidad del negocio en el tiempo.

8. Conclusiones

El desarrollo del estudio de factibilidad para el negocio Café Cardonal permitió evaluar de manera integral su viabilidad técnica, comercial, financiera, organizativa y legal, evidenciando que el proyecto es pertinente como emprendimiento familiar en el municipio de Andes. Los resultados obtenidos demuestran que existe coherencia entre las condiciones del entorno, la propuesta de valor del producto y la capacidad operativa del negocio, lo que respalda su implementación y proyección en el mercado de cafés especiales.

Se logró definir de manera clara el concepto del negocio *CAFÉ CARDONAL*, estructurando una propuesta de valor diferenciada basada en el origen familiar del café, su proceso de producción y una identidad de marca que resalta la tradición y el sentido de pertenencia. Esto permite posicionar el producto como una opción auténtica dentro del mercado de cafés especiales, generando un valor agregado que trasciende lo funcional.

El análisis del mercado objetivo evidenció la existencia de una demanda potencial para el café tostado especial en el municipio de Andes, así como oportunidades de posicionamiento frente a la competencia. La caracterización del consumidor, junto con la identificación de canales de comercialización adecuados, permitió establecer que el proyecto es comercialmente viable y cuenta con condiciones favorables para su inserción en el mercado.

La evaluación técnica del proyecto permitió definir un proceso productivo claro y funcional, así como los recursos, capacidades y requerimientos necesarios para la operación del negocio. La decisión de tercerizar ciertas etapas, como la tosti3n, contribuye a optimizar la inversi3n inicial y facilita la puesta en marcha, evidenciando la viabilidad t3cnica del emprendimiento.

Se logró identificar una estructura administrativa adecuada para el funcionamiento de Café Cardonal, junto con los requisitos legales y normativos necesarios para su operación. La elección de una forma organizacional flexible y el cumplimiento de la normativa vigente garantizan la formalización del negocio y su sostenibilidad en el tiempo.

A partir del estudio financiero realizado, se concluye que el proyecto es viable, ya que presenta una adecuada relación entre costos, ingresos, inversión inicial y flujos de caja, evidenciada en un VPN positivo y una TIR superior al costo de oportunidad en el escenario base, lo que indica generación de valor; sin embargo, el análisis también muestra que esta viabilidad depende significativamente del comportamiento de variables clave como el precio de venta, el volumen de ventas y los costos y gastos operativos, por lo que, aunque el proyecto es rentable, es fundamental implementar estrategias que permitan controlar los costos, mantener la estabilidad de la demanda y mitigar riesgos, garantizando así su sostenibilidad y rentabilidad en el tiempo.

El análisis de riesgos permitió identificar las principales variables que pueden afectar el desempeño del proyecto, especialmente aquellas relacionadas con la demanda, los precios y la producción. No obstante, mediante la formulación de estrategias de mitigación, se concluye que estos riesgos son manejables, lo que fortalece la estabilidad y viabilidad del emprendimiento en el mediano y largo plazo.

Para finalizar, se espera que a futuro *CAFÉ CARDONAL* logre expandirse y pueda realizar el proceso de transformación en una fábrica propia, con el fin de reducir costos y dejar de depender del proveedor y su disponibilidad.

Referencias

- Agronet. (2024). *Cerca de 549.000 familias cafeteras producen más de 10,6 millones de sacos de café cada año en Colombia*. <https://agronet.gov.co/noticias/cerca-de-549000-familias-cafeteras-producen-mas-de-106-millones-de-sacos-de-cafe-cada-ano>
- Alcaldía de Medellín, & Creame Incubadora de Empresas. (2021). *Cafés Especiales y de Origen*. 45-47. <https://ode.medellindigital.gov.co/wp-content/uploads/2022/02/5.-Cafes-Especiales-y-de-Ori%CC%81gen.pdf>
- Arias Jimenez, F. (05 de octubre de 2021). Aprueban Conpes para el sector cafetero. <https://www.elcolombiano.com/negocios/caficultura-colombiana-tiene-plan-estrategico-para-modernizar-y-elevar-su-rentabilidad-EO15823016>
- Bastos, L. M., Salazar, R. Y., Mora, C., & Duarte, M. (2019). *Análisis de las tendencias en la producción y el consumo de café a nivel internacional*. 1(1), 22-26. <https://doi.org/https://doi.org/10.22463/27111121.2369>
- BBVA. (2026, marzo 11). *Colombia crecería 2,8% en 2026 y 1,8% en 2027, con inflación al alza y elevada presión fiscal*. <https://www.bbva.com/es/co/economia-y-finanzas/colombia-creceria-28-en-2026-y-18-en-2027-con-inflacion-al-alza-y-elevada-presion-fiscal/>
- Business Research Insights. (15 de septiembre de 2025). *Tamaño del mercado de café sostenible, participación, crecimiento y análisis de la industria, por tipo (orgánico y no orgánico), por aplicación (hogares, cafeterías y otros), y conocimientos regionales y pronósticos para 2032*. <https://www.businessresearchinsights.com/es/market-reports/sustainable-coffee-market-118127#:~:text=El%20tama%C3%B1o%20global%20del%20mercado%20de%20caf%C3%A9%20sostenible%20se%20cultiva%20y%20procesa%20para>

Café Quindío. (s.f.). *Nosotros*. <https://www.cafequindio.com.co/pages/nosotros>

Cámara de Comercio Colombo Americana. (2025, febrero 18). *La Economía De Colombia Creció 1,7% En 2024, Con El Café Como Protagonista*. <https://amchamcartagena.org/la-economia-de-colombia-crecio-17-en-2024-con-el-cafe-como-protagonista/>

Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2026). *Tarifas de derechos por registro y matrícula*. <https://www.camaramedellin.com.co/quiero-crear-mi-empresa-o-negocio/tarifas-de-derechos-por-registro-y-matricula>

Canal Trece. (2025, noviembre 19). *¿Cuánto café consumen los colombianos? Mitos y verdades sobre la bebida que nos identifica*. <https://canaltrece.com.co/noticias/cuanto-cafe-consumen-los-colombianos-mitos-y-verdades-sobre-la-bebida-que-nos-identifica/#:~:text=En%20promedio%2C%20un%20colombiano%20consume,caf%C3%A9%20al%20a%C3%B1o%20por%20persona>

Cardenas Vega. (2026, enero 2). *¿Cuánto Cobra un Abogado por Registrar una Marca?* <https://www.cardenasvega.com/index.php/cardenas-vega/boletin-intelectual/item/cuanto-cobra-abogado-registrar-marca#:~:text=Un%20abogado%2C%20en%20promedio%2C%20cobra,materia%20de%20derecho%20de%20marcas>

Casa de la Licuadora Industrial. (s. f.). *DESPULPADORA DE CAFÉ ELECTRICA 3 CHORROS MOTOR 2HP*. <https://casadelalicuadoraindustrial.com/tienda/linea-bebidas/maquinas-para-cafe/despulpadora-de-cafe-electrica/>

Coffee Media. (2024). Ranking de los principales departamentos productores de café en Colombia 2024. <https://www.instagram.com/p/DC7wxB8M7qR/>

Colcafé. (2024, octubre 25). *Redefiniendo el futuro del café: Tendencias para 2024-2025*.

<https://industriacolombianadecafe.com/actualidad/redefiniendo-el-futuro-del-cafe-tendencias-para-2024-2025/>

Comité de Cafeteros de Antioquia. (2025). Circunscripción 1: Suroeste Lejano.

<https://fncantioquia.org/caficultura-de-antioquia/circunscripcion-1/>

Consejo Municipal Andes. (2023). *Acuerdo N° 002 del 12 de mayo de 2023*. [https://www.andes-](https://www.andes-antioquia.gov.co/Ciudadanos/ImpuestoIndustriaYComercio/ACUERDO%20002%20DE%202023%20ESTATUTO%20DE%20RENTAS%20MUNICIPAL.pdf)

[antioquia.gov.co/Ciudadanos/ImpuestoIndustriaYComercio/ACUERDO%20002%20DE%202023%20ESTATUTO%20DE%20RENTAS%20MUNICIPAL.pdf](https://www.andes-antioquia.gov.co/Ciudadanos/ImpuestoIndustriaYComercio/ACUERDO%20002%20DE%202023%20ESTATUTO%20DE%20RENTAS%20MUNICIPAL.pdf)

CONPES. (27 de septiembre de 2021). *Política para la Sostenibilidad de la Caficultura*

Colombiana. [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%
c3%b3micos/4052.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%c3%b3micos/4052.pdf)

Delarte Café Especial. (2024, mayo 15). *¿Cafés buenos? En Colombia existen muchas marcas de*

café que producen con calidad y buenos sabores [Reel Instagram].

https://www.instagram.com/reel/C6__770R-Oq/

DIAN. (2021). *Oficio 908674 de 2021 DIAN*.

https://normograma.dian.gov.co/dian/compilacion/docs/oficio_dian_908674_2021.htm#:~:text=de%20tributaci%C3%B3n%20%2D%20simple.-,Los%20contribuyentes%20del%20impuesto%20unificado%20bajo%20el%20r%C3%A9gimen%20simple%20de,las%20correspondientes%20a%20pagos%20laborales.

[,Los%20contribuyentes%20del%20impuesto%20unificado%20bajo%20el%20r%C3%A9gimen%20simple%20de,las%20correspondientes%20a%20pagos%20laborales.](https://normograma.dian.gov.co/dian/compilacion/docs/oficio_dian_908674_2021.htm#:~:text=de%20tributaci%C3%B3n%20%2D%20simple.-,Los%20contribuyentes%20del%20impuesto%20unificado%20bajo%20el%20r%C3%A9gimen%20simple%20de,las%20correspondientes%20a%20pagos%20laborales.)

DIAN. (2026a). *RUT*. [https://www.dian.gov.co/tramitesservicios/tramites-y-](https://www.dian.gov.co/tramitesservicios/tramites-y-servicios/tributarios/Paginas/RUT.aspx#:~:text=La%20inscripci%C3%B3n%20en%20el%20RUT%20no%20tiene%20ning%C3%BA%20costo%2C%20el,a%20inscribirse%20en%20el%20RUT%3F&text=Quienes%20est%C3%A9n%20obligados%20al%20cumpli)

[servicios/tributarios/Paginas/RUT.aspx#:~:text=La%20inscripci%C3%B3n%20en%20el%20RUT%20no%20tiene%20ning%C3%BA%20costo%2C%20el,a%20inscribirse%20en%20el%20RUT%3F&text=Quienes%20est%C3%A9n%20obligados%20al%20cumplimiento,sin%20personer%C3%ADa%20jur%C3%ADdica%20o%20similares.](https://www.dian.gov.co/tramitesservicios/tramites-y-servicios/tributarios/Paginas/RUT.aspx#:~:text=La%20inscripci%C3%B3n%20en%20el%20RUT%20no%20tiene%20ning%C3%BA%20costo%2C%20el,a%20inscribirse%20en%20el%20RUT%3F&text=Quienes%20est%C3%A9n%20obligados%20al%20cumplimiento,sin%20personer%C3%ADa%20jur%C3%ADdica%20o%20similares.)

DIAN. (2026b). *Tarifas RST*. <https://micrositios.dian.gov.co/regimen-simple-tributacion/tarifas-rst/>

Falabella. (s. f.). *Portátil Lenovo Slim 3 Intel core i3-1315u Ram 8 gb Ssd 512 Pantalla 15,6FHD*. Recuperado <https://www.falabella.com.co/falabella-co/product/146164555/Portatil-Lenovo-Slim-3-Intel-core-i3-1315u-Ram-8-gb-Ssd-512-Pantalla-15,6FHD/146164556>

Federación Nacional de Cafeteros. (2016, diciembre). *LA RENTABILIDAD DEL CAFICULTOR, UN COMPROMISO DE TODOS*. https://federaciondefcafeteros.org/static/files/Periodico_2016Baja2.pdf#:~:text=Dada%20la%20evoluci%C3%B3n%20de%20las%20princi%2D%20pales,de%2025%25%20y%20registra%20una%20tendencia%20ascendente.

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (Septiembre de 2025). *Estadísticas Cafeteras*. <https://federaciondefcafeteros.org/wp/estadisticas-cafeteras/>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (agosto de 2025). *Informe Mensual de Exportaciones*. <https://federaciondefcafeteros.org/app/uploads/2025/09/Informe-Expos-Agosto-25-1.pdf>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (s.f.). *Consumo interno de café aumentaría a 2,8 kg per cápita en 2021*. <https://federaciondefcafeteros.org/wp/listado-noticias/consumo-interno-de-cafe-aumentaria-a-28-kg-per-capita-en-2021/>

Fedesarrollo. (2026, abril 6). *Fedesarrollo advierte sobre persistencia inflacionaria y riesgos fiscales en 2026*. <https://www.fedesarrollo.org.co/noticias/fedesarrollo-advierte-sobre-persistencia-inflacionaria-y-riesgos-fiscales-en-2026>

Función Pública. (2015a, mayo 26). *Decreto 1071 de 2015 Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural*.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=76838>

Función Pública. (2015b, mayo 26). *Decreto 1074 de 2015 Sector Comercio, Industria y Turismo*.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=76608>

Función Pública. (2016, diciembre 29). *LEY 1819 DE 2016*.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=79140#:~:text=Por%20medio%20de%20la%20cual,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones>.

Función Pública. (2019, junio 5). *DECRETO 957 DE 2019*.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=94550>

Goyes, B. M., & Bravo, T. O. (2019). *Criterios de Implementación ISO 14000: 2015, Caso de estudio Tostadora de café Aroma Andino sector productivo: Café*.

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/31030/1086104996.pdf#:~:text=Las%20BPM%20en%20la%20industria%20de%20caf%C3%A9,y%20los%20requisitos%20exigidos%20para%20su%20comercializaci%C3%B3n>.

Indonesia Specialty Coffee. (23 de febrero de 2025). Los 10 principales países productores de café del mundo en 2025. <https://specialtycoffee.id/es/articles/top-10-coffee-producing-countries-in-the-world/>

INVIMA. (2005, diciembre 29). *Resolución 005109 de 2005: Reglamento técnico sobre requisitos de rotulado de alimentos envasados y materias primas*.

<https://www.invima.gov.co/biblioteca/resolucion-005109-2005-requisitos-rotulado-alimentos#:~:text=Inicia%20Sesi%C3%B3n->

[,Resoluci%C3%B3n%20005109%20de%202005:%20Reglamento%20t%C3%A9cnico%](https://www.invima.gov.co/biblioteca/resolucion-005109-2005-requisitos-rotulado-alimentos#:~:text=Inicia%20Sesi%C3%B3n-)

20sobre%20requisitos%20de%20rotulado,primas%20de%20alimentos%20en%20Colombia.

INVIMA. (2015, marzo 11). *Resolución 719 de 2015*.

https://www.invima.gov.co/invima_website/static/attachments/normatividad_normatividad_interna/Resolucion_200719_20de_202015_1.pdf

INVIMA. (2025, julio 18). *Resolución 2025029573 de 2025: Actualización de Tarifas en INVIMA*.

<https://www.invima.gov.co/biblioteca/resolucion-2025029573-actualizacion-tarifas-invima>

Juan Valdez. (s.f.). ¿QUÉ HACE QUE NUESTRA MARCA SEA ÚNICA?

<https://es.juanvaldez.com/vende-juan-valdez-2/#:~:text=Vende%20Juan%20Valdez,-%C2%BFQU%C3%89%20HACE%20QUE&text=M%C3%A1s%20que%20un%20prop%C3%B3sito:%20%C2%ABGeneramos,en%20cada%20taza%20de%20café%C3%A9.%C2%BB>

La Feria de la Greca. (2026a). *Molino Electrico Delonghi Kg89*.

<https://laferiadelagrec.com/electricos/molino-electrico-delonghi-kg89/>

La Feria de la Greca. (2026b). *TOSTADORA ELECTRICA DOMESTICA JMS-270*.

<https://laferiadelagrec.com/domesticas-tostadoras/tostadora-electrica-domestica-jms-270/>

Ley 2550 de 2025 Congreso de la República de Colombia, 2550, Congreso de la República de Colombia (2025).

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=191278>

MinAgricultura. (s.f.). Programas de Extensión Cafetera.

<https://www.minagricultura.gov.co/atencion-ciudadano/preguntas-frecuentes/Paginas/Caficultores.aspx>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2021, junio 16). *Resolución 810 de 2021*.

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%20810de%202021.pdf

Ministerio de Salud y Protección Social. (2022, diciembre 13). *Resolución numero 2492 de 2022*.

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%202492de%202022.pdf

Pergamino. (s.f.). *¿Quiénes somos?* <https://co.pergamino.co/pages/quienes-somos>

Procolombia. (2025). *Publicaciones y Estudios de Mercado*. <https://procolombia.co/publicaciones>

Salazar Gallego, F. A. (2021). *Café de Colombia, análisis de los Principales Productores de café del mundo*. 6. <https://repository.upb.edu.co/server/api/core/bitstreams/fdd1f0cd-014e-4ff0-a42f-abfc7f14eb1a/content>

Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2013, julio 22). *Resolución*

2674 de 2013 Ministerio de Salud y Protección Social.
<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=54030#:~:text=La%20resoluci%C3%B3n%202674%20de%202013%20del%20Ministerio,19%20y%2020%20de%20marzo%20de%202013>.

Secretaria Senado. (2026). *Leyes desde 1992* (Estatuto Tributario).

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto_tributario_pr019.html

Sistema Único de Información Normativa. (s. f.). *LEY 126 DE 1931*. Recuperado
<https://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=1824536>

Superintendencia de Industria y Comercio. (2026). *TASAS SIGNOS DISTINTIVOS - 2026*.
<https://www.sic.gov.co/tasas-signos-distintivos>

Telencuestas. (2026). *Proyección de la población de Andes para 2026*.
<https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2026/antioquia/andes>

Ventanilla Única Empresarial. (s. f.). *Régimen Simple de Tributación*. Recuperado
<https://www.vue.gov.co/tramites-y-consultas/regimen-simple-de-tributacion#:~:text=Los%20contribuyentes%20inscritos%20en%20el,Nacional%20al%20Consumo%20en%202022>.

Vitrina de Emprendimiento Rural. (s.f.). CABRESTO COFFEE. <https://vitrina-emprendimiento-rural.aureliollano.org.co/cabresto-coffee/>

Poster

www.linkedin.com/in/paolaandreacardonaalvarez

Anexo 2. Encuestas de Validación**ENCUESTA DE VALIDACIÓN PARA POTENCIALES CONSUMIDORES DE CAFÉ CARDONAL**

Gracias por tomarte unos minutos para responder esta encuesta. Café Cardonal nace como un homenaje a una familia cafetera de Andes, Antioquia, que ha cultivado café con tradición, amor y esfuerzo. Queremos conocer tu opinión para validar nuestro producto y brindarte una experiencia auténtica desde la finca hasta tu taza.

1. ¿Qué tan satisfecho(a) quedaste con el sabor y el aroma del café que acabas de probar?
 - ☐ Muy satisfecho.
 - ☐ Satisfecho.
 - ☐ Regular.
2. Al saber que este café es: especial, libre de agroquímicos y producido por una familia caficultora tradicional, la cual quiere contar su historia con cada café consumido, ¿Cómo cambia tu percepción del producto?
 - ☐ Aumenta mucho mi valoración.
 - ☐ Aumenta un poco mi valoración.
 - ☐ No cambia mi percepción.
3. ¿Comprarías este café especial?
 - ☐ Sí, definitivamente.
 - ☐ Probablemente sí.
 - ☐ No estoy seguro(a).
4. ¿Estarías dispuesto(a) a pagar un poco más por este café, de lo que cuesta una marca comercial?

☐ Sí, definitivamente.

☐ Probablemente sí.

☐ No estoy seguro(a).

5. En comparación con otros cafés especiales que haya probado, ¿En qué rango de precios ubicarías la libra de café de esta nueva marca?

☐ Entre 25 mil y 30 mil pesos.

☐ Entre 30 mil y 35 mil pesos.

☐ Entre 35 mil y 40 mil pesos.

6. ¿Cuál de estas palabras describe mejor tu experiencia al probar café Cardonal?

☐ Suave.

☐ Intenso.

☐ Aromático.

☐ Confiable.

☐ Natural.

☐ Familiar.

Agradecemos tu colaboración en el diligenciamiento de esta encuesta.

La información recolectada será utilizada únicamente con fines académicos y para la validación del proyecto Café Cardonal.

ENCUESTA DE VALIDACIÓN PARA TIENDAS Y COMERCIALIZADORES

Gracias por tomarse unos minutos para responder esta encuesta. Café Cardonal es un café especial de origen familiar, producido en Andes, Antioquia. Su opinión nos ayudará a evaluar la viabilidad comercial del producto en su establecimiento.

1. ¿Qué tan competitivo considera este café frente a otras marcas de café especial que maneja su tienda?

- ☐ Muy competitive
- ☐ Competitivo
- ☐ Poco competitivo

2. Sabiendo que es un café especial, libre de agroquímicos y con trazabilidad desde el cultivo hasta la taza, ¿qué percepción le genera como producto para su negocio?

- ☐ Muy positive
- ☐ Positiva
- ☐ Neutral

3. ¿Estaría dispuesto(a) a incluir Café Cardonal dentro del portafolio de su tienda?

- ☐ Sí, definitivamente
- ☐ Probablemente sí
- ☐ No estoy seguro(a)

4. ¿Considera viable vender este café a un precio un poco más alto que una marca comercial, por su valor agregado?

- ☐ Sí, totalmente viable
- ☐ Podría ser viable
- ☐ No lo considero viable

5. ¿En qué rango de precio considera adecuado vender la libra de Café Cardonal en su establecimiento?

- ☐ Entre \$25.000 y \$30.000
- ☐ Entre \$30.000 y \$35.000

-
- ☐ Entre \$35.000 y \$40.000

Agradecemos su colaboración en el diligenciamiento de esta encuesta.

La información recolectada será utilizada únicamente con fines académicos y para la validación del proyecto Café Cardonal.

Anexo 3. Evidencia de Participación en Feria

A 2

Evidencia Participación Ferial

 GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA República de Colombia	Evaluación Evento(s) Acceso a Mercados	Código: FO-M2-P1-007
		Versión: 3
		Fecha de aprobación: 18/05/2022
		Página: 1 de 2

A continuación, le presentamos este formato para que por favor nos colabore con la evaluación.

Objetivo: Medir el impacto de las actividades realizadas por la Gobernación de Antioquia en el procedimiento de acceso a mercados, orientado a unidades productivas del Departamento de Antioquia.

Nombre del evento	Feria de emprendimiento subregional		
Fecha de realización	Día: 06	Mes: Diciembre	Año: 2023
Municipio de realización del evento	Andes, Antioquia		

Invitados por la siguiente Secretaría:

Productividad y Competitividad		Agricultura y Desarrollo Rural	☒
Turismo		Secretaría de las Mujeres	
Otra		Cuál?	

¿En cuál(es) actividad(es) que se realizó (aron) durante el evento participó?

Evento académico	☒	Rueda de negocios		Muestra comercial	☒
Gira técnica comercial		Misión empresarial		Salón de Proveedores	
Rueda financiera		Show room		¿Otra?	
¿Cuál?					

A continuación, califique el grado de satisfacción de su participación en el evento, así: **N.A (No Aplica)** cuando en este evento **NO se realizó o suministró ninguno de los ítems evaluados**, y de 1 a 5 según el grado de satisfacción donde: 1: Malo; 2: Regular; 3: aceptable; 4: Bueno; 5: excelente

IMPACTO DEL EVENTO EN SU PRODUCTO O SERVICIO, cómo calificaría usted lo siguiente:	Calificación					
	N.A	1	2	3	4	5
Logró contactos de importancia empresarial y/o técnica						☒
La promoción y/o comercialización de sus productos y/o servicios a través de la participación en el evento						☒
Realizó negocios importantes para su crecimiento empresarial						☒
Hizo contactos o alianzas estratégicas con proveedores o clientes						☒
Sus expectativas de participación fueron cumplidas						☒

LOGISTICA DEL EVENTO, cómo calificaría usted lo siguiente:	Calificación					
	N.A	1	2	3	4	5
Organización y coordinación del evento fue lo que esperaba						
El tiempo de planeación del evento fue adecuado						
El stand o el espacio donde se realizó la actividad estuvo acorde a sus requerimientos básicos						
Las instalaciones son adecuadas para este tipo de eventos						
Calidad de la alimentación						
Calidad del hospedaje						
La atención del personal fue amable y oportuna						

A 3

Evidencia Participación Feria2

 GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA República de Colombia	Evaluación Evento(s) Acceso a Mercados	Código: FO-M2-P1-007	
		Versión: 6	
		Fecha de aprobación: 18/05/2022	
		Página: 2 de 2	

EVALUACIÓN ACTIVIDAD ACADÉMICA (por favor elaborar si asistió a un evento académico)	Calificación					
	N.A	1	2	3	4	5
La exposición del (los) profesional(es) cumplió con sus expectativas		1	2	3	4	5
En qué medida el programa cumplió con sus necesidades y expectativas		1	2	3	4	5
El contenido permite la aplicabilidad en el desarrollo de algún o algunos de los procesos de su proyecto productivo		1	2	3	4	5
Fue adecuado y suficiente el tiempo y horarios establecidos para el desarrollo de la actividad académica		1	2	3	4	5

EN GENERAL, COMO EVALÚA EL EVENTO REALIZADO	1	2	3	4	X
---	---	---	---	---	---

¿Considera que se debe realizar este tipo de evento nuevamente? ☒ Sí ☐ No

Observaciones y sugerencias: (acá puede relacionar acciones de mejora en este proceso o TEMAS DE INTERÉS para futuros eventos)

Información adicional:

Nombre del participante	Paola Andrea Cardona Álvarez				Doc. Identidad			
Organización que representa	Café Cardonal							
Breve descripción del producto o servicio	Café especial molido, producido sin agroquímicos con trazabilidad completa.							
Caracterización	Indígena	Afrodescendientes	Mayoría	Discapacitados	Desplazado	Joven (14-28 años)	Campesino	LGTBI
Ciudad - Municipio	Andes, Antioquia							
Teléfonos:	Fijo:				Celular: 3052856385			
Correo electrónico	paolaandrecardona1999@gmail.com							
Página web								

En este evento realizó algún tipo de ventas?	N.A*	☒ Sí	☐ No
Valor de las ventas realizadas	\$ 35.000	Cantidad vendida (unidad de medida)	1 Libra

¡Muchas gracias por su participación en el evento!