

IDEA DE NEGOCIO COFFEE CUBES

MARIA ISABEL CASTAÑO GIRALDO
VERÓNICA QUINTERO ALZATE
MARIA CAMILA SIERRA ECHEVERRI

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
RIONEGRO-ANTIOQUIA
2018

IDEA DE NEGOCIO COFFEE CUBES

MARIA ISABEL CASTAÑO GIRALDO
VERÓNICA QUINTERO ALZATE
MARIA CAMILA SIERRA ECHEVERRI

Trabajo de Grado

Alejandra Vélez Roldán
Decana y Coordinadora Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
RIONEGRO-ANTIOQUIA
2018

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Rionegro Noviembre del 2018 (día, mes,año)

Dedicatoria

Este proyecto es dedicado a Dios, quien ha sido el pilar fundamental en este proceso, gracias a él podremos obtener uno de los sueños más anhelados en nuestras vidas, sin dejar a un lado a nuestros padres, quienes nos han llenado de mucho amor; con mucho trabajo, esfuerzo y sacrificio han hecho hasta lo imposible para ser quienes somos, sin duda es un privilegio decir que somos sus hijas.

Agradecimientos

Agradecemos profundamente a la Universidad y a todas aquellas personas que nos han apoyado a lo largo de este caminar, gracias por compartirnos día a día sus conocimientos y hacernos personas exitosas; también agradecemos a Alejandra Vélez, quien decidió ser nuestra guía, tratándonos como sus hijas, motivándonos a salir adelante y siempre exigiéndonos para lograr ser la mejor versión de nosotras mismas.

Contenido

JUSTIFICACIÓN	1
DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	2
EQUIPO DE TRABAJO	3
PLAN DE MERCADO	4
SEGMENTO DE CLIENTES	4
ANÁLISIS DOFA	4
SEGMENTO OBJETIVO.....	5
COMPETENCIA.....	5
PROMOCIÓN.....	6
RELACIÓN CON CLIENTES.....	7
QUÉ PROBLEMA RESUELVE EL PRODUCTO AL CLIENTE.....	7
ALTERNATIVAS ACTUALES	7
PRODUCTO MÍNIMO VIABLE	7
PROPUESTA ÚNICA DE VALOR	8
CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	8
PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN	9
SISTEMA DE NEGOCIO	9
ANÁLISIS DE RIESGOS	10
PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	10
RECURSOS CLAVES	11
ACTIVIDADES CLAVES	11
PUNTOS DE PARIDAD Y DIFERENCIACIÓN	12
VENTAJA COMPETITIVA (VENTAJA JUSTA).....	12
POTENCIALES RIESGOS Y MEDIDAS A TOMAR.....	12
SOCIOS CLAVES	12
PLAN FINANCIERO	13
FLUJO DE INGRESOS	13
EL PRECIO QUE ESTÁ DISPUESTO A PAGAR EL CLIENTE	14
FUENTE DE INGRESOS	14
PROYECCIÓN.....	15
ESTRUCTURA DE COSTOS.....	15
GASTOS	15
COSTOS VARIABLES.....	15
COSTOS FIJOS	16
COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN	16
COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN.....	16
COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS:.....	16
PLAN DE INVERSIÓN.....	17
PRESUPUESTO	17
ENTIDADES DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO.....	17
ANEXOS	18

Índice de figuras

Figura 1 Canal de distribución.....	8
Figura 2 Plan de implementación	10
Figura 3 Proyección.....	15

Índice de Tablas

Tabla 1 Análisis DOFA	4
Tabla 2 Estrategias de cruce análisis DOFA	5
Tabla 3 Puntos de paridad y diferenciación.....	12
Tabla 4 Potenciales riesgos	12
Tabla 5 Precio dispuesto a pagar por el cliente	14
Tabla 6 Fuente de Ingresos	14
Tabla 7 Costos variables.....	15
Tabla 8 Presupuesto.....	17

Índice Anexos

Anexo 1 1er puesto VIII Foro de CTI & 1er encuentro de emprendimiento	18
Anexo 2 1er puesto, Primer feria de Innovación y Emprendimiento- UCO	19
Anexo 3 Participación en XVII Encuentro Departamental RedColsi Nodo Antioquia	19
Anexo 4 Proceso con Red Tecnoparque Sena (Desarrollo de idea) – Actualmente.....	20
Anexo 5 Anexo 3 Participación en XVII Encuentro Nacional RedColsi.....	20
Anexo 6 Feria Colombia Emprende por ASCOLFA	21
Anexo 7 Segunda Feria de Innovación y Emprendimiento- UCO	21

JUSTIFICACIÓN

El sector cafetero es considerado uno de los sectores más importantes en Colombia, ya que potencializa la economía y es un gran generador de empleo; sin embargo, Antioquia no deja de serlo, porque es un productor invaluable, dado al gran número de municipios que subsisten de la caficultura, por esta razón, se ha visto la necesidad de crear un producto eficaz, exquisito y económico; es imprescindible aclarar que el café es la segunda bebida más consumida en el mundo, después del agua, y suma en gran cantidad en la economía de un país tan hermoso y diverso como lo es Colombia.

Coffee Cubes es un producto netamente orgánico y artesanal, donde el principal proveedor son los caficultores del oriente antioqueño, añadiendo de esta forma una gran cadena de valor agregado para el producto; la sociedad se ha acostumbrado a llevar un ritmo acelerado y no detenerse mucho a perder el tiempo, ya que en muchas ocasiones el tiempo es dinero, por esta razón, es necesario crear productos que minimicen el tiempo que las personas tardan en prepararlos y así buscar la satisfacción de los usuarios frente a los consumidores masivos de café.

Sin embargo los mercados no han incursionado en su totalidad en este tema, la cultura colombiana no es muy arriesgada, pero de igual forma debe comenzar a realizar una evolución constante, dicho esto, se crea un producto que no contiene complicaciones; la misión principal de Coffee Cubes es ser amigable con el medio ambiente, donde los productos utilizados no generan residuos ni contaminación.

Por último, Coffee Cubes, pretende contribuir de forma relevante e impactante, gran parte de los caficultores del Oriente Antioqueño y sus familias, brindando oportunidad de empleo, estabilidad social y laboral, y de esta forma comenzar a disfrutar de los beneficios que aporta el país.

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Coffee Cubes es una idea de negocio orientada en la búsqueda de soluciones innovadoras y de bajo costo, que busca principalmente reducir el tiempo en el que las personas tardan en prepararse un café.

Coffee Cubes es un producto que se ha destacado a lo largo de su desarrollo, por ser artesanal, innovador e instantáneo, donde el consumo masivo es fundamental, su preparación es tan simple como introducir el cubo en una taza con agua fría o caliente y disolverlo de manera fácil y rápida; este contiene la cantidad exacta de café y de azúcar, que al disolverse, se degusta una bebida tradicional colombiana, caracterizándose por ser este su factor diferencial, además de su delicioso aroma y buen sabor, brindando seguridad y rapidez para que las personas optimicen el tiempo de espera y puedan degustar de una bebida revitalizadora.

Durante la primera etapa del proceso se buscará la tecnificación del producto, el conocimiento del mercado y la sensibilización a la toma de café, ya que es la segunda bebida más consumida en el mundo; sin embargo, dado su novedad, innovación y aplicación se está realizando actualmente los trámites de patente.

Esta idea de negocio ha sido altamente reconocida, debido a los certificados de participación que ha obtenido en las diferentes ferias de emprendimiento en las cuales se ha presentado obteniendo el mayor puntaje y también el primer puesto, comenzando por la Primera feria de innovación y emprendimiento de la Universidad Católica de oriente, seguido por el VII Foro de Ciencia, Tecnología e Innovación y el primer encuentro de emprendimiento del Oriente Antioqueño y por último la participación Regional, Departamental y Nacional con la Red Colombiana de Semilleros de Investigación en la que el proyecto se encuentra concursando actualmente.

Coffee Cubes a pesar de ser un producto nuevo ha tenido una gran acogida por parte de los consumidores, sus ventas han sido significativas, contando con la seguridad de que cada vez que el producto mejore sus procesos tendrá un aumento a nivel económico, esta idea no solo se basa en producir, comercializar y generar ingresos; sino también, en la

contribución y generación de empleo a gran parte de los caficultores del Oriente Antioqueño y sus familias, también ayudando a las madres cabeza de familia para lograr una estabilidad social y laboral.

EQUIPO DE TRABAJO

Coffee Cubes se ha caracterizado por ser un equipo de trabajo eficaz y efectivo, que ha sido capaz de demostrar diferentes aptitudes y actitudes, donde es posible evidenciar la afinidad que este equipo tiene para el desarrollo de la idea de negocio.

Se tiene una visión compartida y un deseo mutuo por conseguir y alcanzar el sueño de que no se quede solo en idea de negocio, sino también que sea una gran empresa que aporte de manera significativa al desarrollo del oriente antioqueño. Como equipo debe manejarse cierta flexibilidad a la hora de toma de decisiones, sea para bien de la idea o para el bien mutuo solucionando los problemas de la mejor manera y con el fin de darles pronta solución para que estos no interfieran en el trabajo como equipo; es indispensable centrarse en la búsqueda y de mejoras continuas para el producto, buscando ofrecerlo con los mejores estándares de calidad para que coffee cubes sea reconocido tanto a nivel nacional como internacional, por exclusividad en sabor y por presentación artesanal a la hora de adquirir el producto.

El equipo está compuesto por las diferentes disciplinas necesarias para tener recursos creativos y novedosos para la solución y la búsqueda de alternativas, con el fin de darle conclusión a los retos inesperados. Otra característica a resaltar de este equipo de trabajo es la búsqueda de opiniones de personas expertas en temas de interés común, logrando una mejora continua en producto y presentación, manejo de proveedores, entre otras.

Por ser un equipo de trabajo comprometido han tenido la oportunidad de estar presentes en diferentes ferias, lo cual les ha permitido conocer personas que quieren apoyar el proyecto y que les interesa de cierta forma su comercialización ya que ha sido un producto exitoso.

PLAN DE MERCADO

SEGMENTO DE CLIENTES

- Mercado empresarial: Tienda a Tienda, ya que de esta forma se comenzará a vender Coffee Cubes de forma masiva
- Mercado de consumo: Personas entre los 30 y 45 años
- Mercado geográfico: Oriente Antioqueño y sus alrededores
- Mercado psicográfico: Personas con un estilo de vida agitado

ANÁLISIS DOFA

Fortalezas	Debilidades
. Café artesanal . Empaque creativo . Precio económico . Beneficios para salud . Café con azúcar	. Producto fácil de imitar . No abusar de su consumo . No apto para todo público . Solo ofrecemos un producto . Falta de recursos
Oportunidades	Amenazas
. Demanda alta . Comercialización amplia . Crecimiento rápido de mercado . Buena aceptación . Ventas rápidas	. Alta competencia nacional . Variación climática . Rechazo hacia el producto por aquellos que perciben el café como perjudicial para la salud

Tabla 1 Análisis DOFA

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	Fortalezas . Café artesanal . Empaque creativo . Precio económico . Beneficios para salud . Café con azúcar	Debilidades . Producto fácil de imitar . No abusar de su consumo . No apto para todo público . Solo ofrecemos un producto . Falta de recursos
Oportunidades . Demanda alta . Comercialización amplia . Crecimiento rápido de mercado . Buena aceptación . Ventas rápidas	FO . Crear un portafolio de productos . Posible expansión a otros lugares con más facilidad	DO . Comunicación y publicidad por redes sociales . Ofrecer cubos de café con endulzante
Amenazas . Alta competencia nacional . Variación climática . Rechazo hacia el producto por aquellos que perciben el café como perjudicial para la salud	FA . Buscar nuevos productos artesanales de café al gusto del cliente . Innovar en portafolio de productos de manera que la competencia sea más reducida	DA . Buscar fuentes de financiamiento . Fomentar por medio de publicidad el consumo de café mostrando sus beneficios y su debido consumo

Tabla 2 Estrategias de cruce análisis DOFA

SEGMENTO OBJETIVO

El producto se centra en personas adultas, entre los 30 y 45 años, basándose en el nivel de responsabilidad, actividades y gestión del tiempo que tienen en mayor medida, Coffee Cubes pretende satisfacer las necesidades de este mercado objetivo, de manera rápida, con calidad, efectividad y buen servicio.

COMPETENCIA

Coffee Cubes, no cuenta con una competencia directa en el mercado local, pero sí con productos sustitutos, donde estos últimos cumplen con la misma función, algunos ejemplos de estos son, Nescafé, Colcafé, Nestlé, entre las más reconocidas.

PROMOCIÓN

La forma en que Coffee Cubes se dará a conocer, y llegará a los consumidores, mostrando sus beneficios, su valor agregado y diferenciador, sus atributos y ventajas que el producto como tal le aportarán, será por medio de la publicidad tradicional, ya que se hará uso de las revistas universitarias y locales que puedan aportar para su extensión, también por mercadeo directo, al comercializar el producto de cara al cliente, se le está brindando una atención selectiva a cada cliente, más adelante Coffee Cubes contará con mercadeo digital, ya que actualmente este medio, tiene un soporte de marketing muy grande y fuerte, el cual será de gran ayuda, por medio de las páginas web, blogs y algunas redes sociales, se podrá contar con un público más amplio, y por ende muchos más consumidores, por último, las relaciones públicas, exposiciones y ferias, donde ya se tiene campo y se seguirá fortaleciendo cada vez más.

Coffee Cubes utiliza como estrategia de promoción el “empuje”, ya que es un producto de bajo costo y con el que se toma la decisión de adquirirlo precisamente en el momento de la compra; con esta estrategia se busca generar demanda a través de la promoción y sobre todo del precio favorable, se pretende obtener una buena rentabilidad y unas ventas fuertes más por la cantidad de oferta que por el precio del producto. Las características del producto, que lo identifican dentro de la estrategia de “empuje” son, además del precio; el diseño atractivo del empaque; las promociones comerciales y la generación de confiabilidad, con las promociones comerciales se quiere incitar a los consumidores a preferir el producto, y a través de los puntos de venta poder brindar una venta directa a cada cliente.

RELACIÓN CON CLIENTES

Queremos adquirir nuevos clientes y fidelizarlos mediante el servicio post venta. siendo significativa la imagen y percepción que obtienen los consumidores frente a nuestra marca, por eso de considerar como canal base los medios digitales, ya que de esta manera podemos crear una imagen más formal de la empresa y sabremos qué quiere el cliente y cómo es su comportamiento de compra frente a nuestro producto. siempre nos destacamos por tener un producto innovador y único en el mercado Colombiano con un sabor exquisito el cual ayuda que el consumidor quede satisfecho para adquirir nuevamente el producto, es importante fidelizar los clientes.

QUÉ PROBLEMA RESUELVE EL PRODUCTO AL CLIENTE

1. Coffee cubes es un producto de uso diario. Dado su tamaño y peso ligero el cliente puede llevarlo siempre con él.
2. Ahorro de tiempo. El tiempo para preparar un café con nuestro producto es mínimo.
3. Despierta. Un cubo de coffee cubes disminuye la somnolencia y la sensación de cansancio.

ALTERNATIVAS ACTUALES

Algunas de las alternativas a tener en cuenta son las infusiones, el Té, las bebidas energizantes y demás métodos que hacen función de productos sustitutos y que reemplazan al café cuando este no puede ser consumido.

PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

Coffee Cubes se ha dado a conocer mediante muestras mínimas y degustaciones, donde se especifica su presentación y las funcionalidades del producto, su razón de éxito,

es que se ha logrado evidenciar el grado de aceptación por parte de los clientes; siendo una reacción alentadora, dejándose sorprender por su buen sabor, su practicidad y su excelente calidad.

PROPUESTA ÚNICA DE VALOR

Para su preparación solo se requiere extraer agua caliente del dispensador y poner un cubo de coffee cubes que posee la cantidad exacta de café y azúcar para disfrutar de un delicioso café colombiano. Es un producto artesanal, con empaque creativo.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Figura 1 Canal de distribución

Canal directo: (Venta directa, página web para pedidos)

Canal largo: Comercialización en tiendas.

PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

Nuestra principal propuesta de publicidad y marketing es venta personalizada, ya que el cliente siente más fidelidad con el producto y permite que este obtenga mejoras continuas, ya que principalmente consideramos que la opinión del cliente es muy importante; mediante este canal de publicidad se busca que la organización logre sus metas en ventas y realice procesos de reingeniería.

Seguido de este incursionamos en redes sociales, ya que como es una empresa tan nueva, debemos tener en cuenta que la publicidad en medios masivos de comunicación genera un costo que no tenemos la capacidad de soportar.

SISTEMA DE NEGOCIO

Este proyecto ha tenido varios cambios a la hora de la tecnificación del proceso tal cual como el empaque de manera individual y con una maquina flowpack que nos proporciona Manjares de Antioquia, esto ha hecho que el producto quede con más estándares de calidad para el consumo humano; también tuvo cambios significativos en la manera como se hace el proceso de producción empezando con una producción de 6 cubos y en este momento se realiza a nivel masivo sacando 28 cubos, este cambio lo realizamos por los altos índices de ventas y participación en ferias.

Tratamos de tener mucho orden desde el momento de compra de materias primas hasta el momento de alguna posible venta; ya que el exito tambien es abarcado por el orden en el que se realicen las cosas, como integrantes de este proyecto también decidimos crear cierto tipos de tareas en el cual cada una de las integrantes se desempeña de la mejor manera para así ahorrar tiempo y lograr una producción de coffee cubes con cada uno de los estándares de calidad importantes para el éxito del producto.

Tenemos objetivos para implementar y lograr que nuestro proyecto cree procesos suficientemente sistematizados para lograr el alcance de metas, permitiéndonos esto garantizar un proceso eficaz estando o no a la hora de producir

ANÁLISIS DE RIESGOS

Las posibles causas de amenazas y situaciones adversas no esperadas que Coffee Cubes podría enfrentar, serían principalmente dos; la alta competencia nacional reflejada en el sector caficulator y también en el sector productivo, en el cual se encuentran fuertes competidores, sin dejar a un lado que estos son grandes organizaciones que se caracterizan por llevar muchos años en el mercado y un gran abarque; la variación climática influye de forma significativa, ya que puede contribuir positiva o negativamente al desarrollo de el producto final.

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

ACTIVIDAD	2017						2018												2019	2020
	JUL O	AGO S	SE PT	OC TU	NO V	DIC	ENE RO	FE BR	MAR ZO	AB RIL	MAYO	JUNIO	JUL IO	AGO S	SE PT	OC TU	NO V			
Búsqueda e inicio de la idea de negocio																				
Integración del equipo																				
Creación Coffee Cubes																				
Plan de marketing																				
Desarrollo del producto																				
Tecnificación del producto																				
Mejorar la imagen, y calidad del producto																				
Analizar el plan financiero y disminuir costos																				
Explorar los posibles proveedores																				
Relacionamiento con clientes																				
Publicidad en redes y otros medios																				
Gestión de ventas al por mayor																				
Registro de marca																				
Identificar ubicación estratégica para producción																				
Contratar personal calificado																				
Promover procesos ambientalmente amigables																				
Diversificación																				

Figura 2 Plan de implementación

Para Coffee Cubes, es muy significativo realizar planes de implementación, ya que de esta forma se observa claramente la asignación de las tareas por parte de cada uno de los integrantes del equipo, delegación de actividades y tiempos estimados para la realización del producto; esto con el fin de hacer una organización próspera y exitosa,

donde los presupuestos sean realistas y se evitarán al máximo las graves consecuencias que puedan llegar en el tiempo y la falta de credibilidad en los inversionistas.

Dado esto, las responsabilidades se designan de la siguiente manera; Maria Isabel es la encargada de las relaciones con el cliente y con posibles inversionistas, Verónica se encarga del Marketing de la Organización, Maria Camila es responsable de la producción, verificando que los cubos tengan las cantidades exactas y validar el correcto funcionamiento de las máquinas, por último, se encuentra Manuela, quien se destaca por sus habilidades en el área financiera, definiendo los costos utilizados para cada producción, evitando los gastos no contemplados.

RECURSOS CLAVES

Debido al desarrollo y el éxito de Coffee Cubes, fue posible evidenciar que para el correcto funcionamiento de esta nueva organización, es necesario recursos claves tales como, Máquina liofilizadora, pesas grameras, probetas volumétricas, máquina de embalaje automático, materia prima, moldes, planta de producción; considerando esto como recursos físicos; seguido por los recursos financieros, que se obtendrán por medio de convocatorias, becas, ahorros propios y préstamos; por último, los recursos humanos e intelectuales hacen referencia a Asesores, empleados calificados, caficultores, fundamentalmente contar con una marca registrada para evitar el plagio del producto

ACTIVIDADES CLAVES

- Identificar ubicación estratégica para producción
- Contratar personal calificado para manejo de maquinaria y producción artesanal
- Fidelizar al cliente mediante servicio post-venta
- Mercadeo y pedidos online
- Diversificación

PUNTOS DE PARIDAD Y DIFERENCIACIÓN

Puntos de paridad	Puntos de diferenciación
Bebida de consumo masivo	Producto artesanal y creativo Optimizador de tiempo Fácil preparación

Tabla 3 Puntos de paridad y diferenciación

VENTAJA COMPETITIVA (VENTAJA JUSTA)

Una de las grandes ventajas es que potencializamos el proceso de los caficultores, generando empleo en el oriente antioqueño y sus alrededores, sin dejar a un lado que “Coffee Cubes”, posee las cantidades exactas para degustar de un exquisito café Colombiano.

POTENCIALES RIESGOS Y MEDIDAS A TOMAR

Riesgos	Acciones para mitigarlos
• Por el momento, solo ofrecemos un producto y es fácil de imitar. • Alta competitividad	• Innovar y diversificar el portafolio de productos • Generar fidelización con excelentes atributos y alta calidad

Tabla 4 Potenciales riesgos

SOCIOS CLAVES

- Buscar proveedores clave para materia prima de alta calidad
- Asociación con caficultores de la región
- Alianza con proveedores de Panela Pulverizada
- Alianzas estratégicas con marcas



PLAN FINANCIERO

FLUJO DE INGRESOS

Ventas

Proyección mensual: 300 cajas

PVP: $4400/0.55 = \$8000$

$1 - 0.45 = 0.55$

Costos totales por unidad: \$2600

Gastos totales por unidad: \$1800

Total costo unitario = \$4400

EL PRECIO QUE ESTÁ DISPUESTO A PAGAR EL CLIENTE

Señale con X	Nivel de precio	Descripción Percepción
	Barato y mala calidad	
	Buen precio	
X	Caro, pero dispuesto a pagar	Buen sabor y aroma, producto ecológico, calidad, creativo, buena elección para un souvenir u obsequio, rico y práctico
	Caro, no vale la pena comprar	

Tabla 5 Precio dispuesto a pagar por el cliente

FUENTE DE INGRESOS

Rubro	Valor pesos
INCENTIVO CAPITAL SEMILLA	
AHORROS	\$2'500.000
PRÉSTAMOS	
SOCIOS	
OTROS	
TOTAL	2'500.000

Tabla 6 Fuente de Ingresos

PV= PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO O SERVICIO \$8.000

CVP = COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO/ SERVICIO EN \$4.400

EL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN EN \$ 3.600

PROYECCIÓN

CALCULO PROMEDIO AÑO 1											
Producto	COSTO	PRECIO	RENTABILIDAD	CAPACIDAD DE PRODUCCION/ MES							
COFFEE CUBES	4.400	8.000	45,125%	300							
PRONOSTICO DE VENTAS CANTIDAD											
PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11
COFFEE CUBES	300	360	300	300	300	300	300	300	300	300	300
COSTO DE VENTAS- COP											
PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11
COFFEE CUBES	1.320.000	1.320.000	1.320.000	1.320.000	1.320.000	1.320.000	1.320.000	1.320.000	1.320.000	1.320.000	1.320.000
PRONOSTICO DE VENTAS COP											
PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11
COFFEE CUBES	2.640.000	2.880.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.472.000	2.472.000	2.472.000	2.472.000	2.472.000

Figura 3 Proyección

ESTRUCTURA DE COSTOS

COSTOS VARIABLES: Materia prima

COSTOS FIJOS: MOD

COSTOS TOTALES: \$2600 und

GASTOS

GASTO FIJO: Arrendamiento

GASTO VARIABLE: Publicidad y servicios públicos

COSTOS VARIABLES

Producto o servicio	Cantidad a vender en un mes	Costo variable unitario	Precio de venta unitario	Costo variable Total	Venta Total
Caja Coffee Cubes (12 unid)	800	4.400	\$8000	4.400	

Tabla 7 Costos variables

COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN

- Salario: \$461.500 Jornada incompleta(4hrs)
- Prestaciones sociales: \$314.075
- Arriendo: \$1.800.000
- Servicios: \$ 800.000
- Transporte: \$ 44.105
- Mantenimiento (maquinaria y equipo): \$350.000
- Aseo: \$230.750 Jornada incompleta (2hrs)
- Vigilancia: \$461.500 Jornada incompleta (4hrs)
- TOTAL COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN: \$4.461.930

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN

- Salario: \$ 1.000.000
 - Prestaciones sociales: \$680.554
 - Gastos de representación: \$500.000
 - Papelería: \$500.000
 - Mantenimiento (equipo de oficina): \$150.000
- TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN: \$2.830.554

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS:

- Salario: \$800.000
- Prestaciones sociales: \$544.444
- Publicidad y mercadeo: \$4.000.000

TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACIÓN: \$5.344.444

PLAN DE INVERSIÓN

PRESUPUESTO

	<i>ACTIVIDAD</i>	<i>RUBRO</i>	<i>VALOR UNITARIO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>MESES</i>	<i>VALOR TOTAL</i>
1	Adquirir máquina mezcladora de alimentos		10.000.000	1		10.000.000
2	Máquina de embalaje automático		30.000.000	1		30.000.000
3	Comprar Computador portátil e impresora portatil	Papelería	4.400.000	1 de cada uno		4.400.000
4	Máquina envasadora		20.000.000	1		20.000.000

Tabla 8 Presupuesto

ENTIDADES DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO

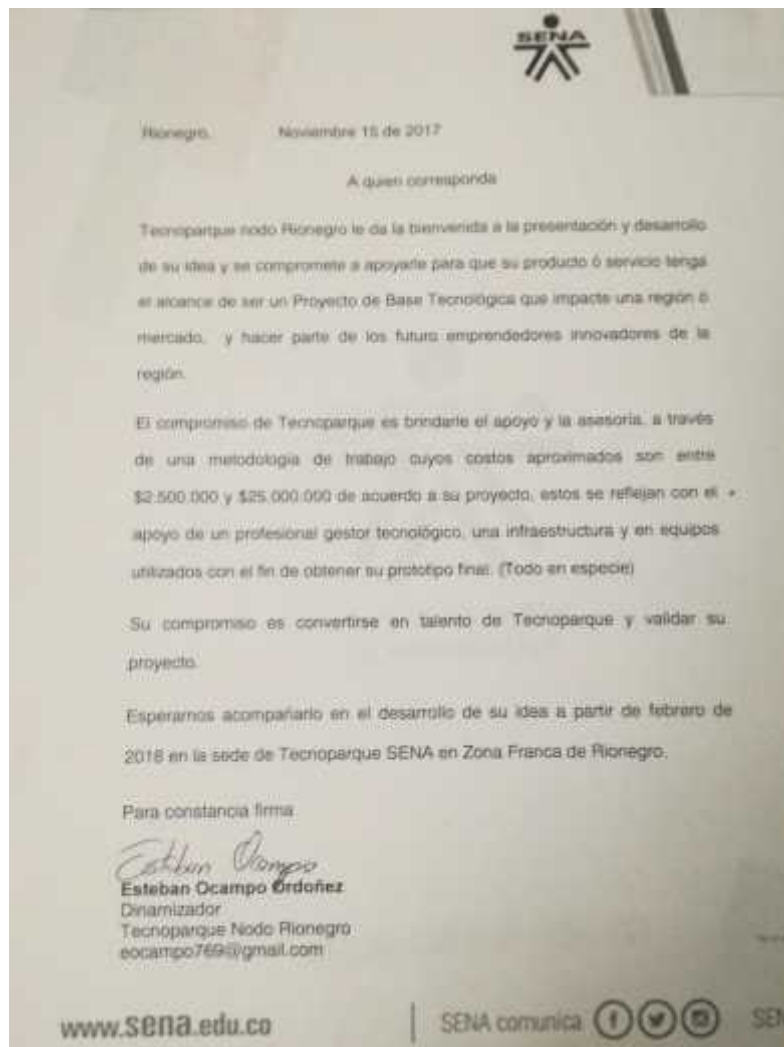
1er puesto, Primer feria de Innovación y Emprendimiento- UCO

1er puesto: VIII Foro de CTI & 1er encuentro de emprendimiento

Proceso con Red Tecnoparque Sena (Desarrollo de idea) - Actualmente

Participación en XVII Encuentro Departamental RedColsi Nodo Antioquia

ANEXOS



Anexo 1 1er puesto VIII Foro de CTI & 1er encuentro de emprendimiento



Anexo 2 1er puesto, Primer feria de Innovación y Emprendimiento- UCO



Anexo 3 Participación en XVII Encuentro Departamental RedColsi Nodo Antioquia



Anexo 4 Proceso con Red Tecnoparque Sena (Desarrollo de idea) – Actualmente



Anexo 5 Anexo 3 Participación en XVII Encuentro Nacional RedColsi



Anexo 6 Feria Colombia Emprende por ASCOLFA



Anexo 7 Segunda Feria de Innovación y Emprendimiento- UCO