

**CANELITA CAFÉ**



**SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES  
EMPRENDIMIENTO “CANELITA CAFÉ”**

**AUTOR:**

Daiana Flórez Arévalo

**Corporación Universitaria Minuto de Dios**

**Rectoría Cundinamarca**

**Programa Administración de Empresas**

**Sede Girardot (Cundinamarca)**

**Programa Administración de Empresas**

**Noviembre de 2021**

**CANELITA CAFÉ**

**SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES  
EMPREDIMIENTO “CANELITA CAFÉ”**

Daiana Flórez Arévalo

**Sistematización como requisito para optar al título de Administrador de Empresas**

**ASESOR(A)**

María Nela Portillo Hernández

Economista -Profesor líder servicio de Emprendimiento EPE

Alexander Beltrán

Administrador de Empresas

**Corporación Universitaria Minuto de Dios**

**Rectoría Cundinamarca**

**Sede Girardot (Cundinamarca)**

**Programa Administración de Empresas**

**Noviembre de 2021**

## **CANELITA CAFÉ**

### **DEDICATORIA**

A mis padres y a mi hermana por estar conmigo, por el apoyo, el amor que siempre me brindaron, por enseñarme a creer y no dejarme caer, por haberme permitido alcanzar una meta más y a todas las personas que en el proceso fueron mi motivación.

A la memoria de Oswaldo Reyes quien hizo parte de mi vida y creyó en mí, pero partió antes de ver este logro realizado el 04 de abril del 2021 dejándome la gran lección de que siempre se lucha hasta el final así la batalla está perdida.

Finalmente, a los docentes que se involucraron y fueron parte fundamental para que se realizara con éxito este trabajo, pero más para aquellos que lo hicieron de corazón.

## **CANELITA CAFÉ**

### **AGRADECIMIENTOS**

Quiero expresar mi gratitud a Dios, a mi familia por permitirme formarme en una carrera profesional y a mis colegas que hicieron parte del proceso.

De manera especial al programa de Administración de Empresas, que orientó mi formación académica y los tutores de la sistematización de la práctica Alexander Beltrán y María Nela por haber guiado no solo este trabajo sino a lo largo de mi carrera universitaria siempre con gran apoyo y disposición.

**HOJA DE APROBACIÓN**

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

---

---

**Jurado 1**

---

**Jurado 2**

---

**Jurado 3**

---

**Jurado 4**

## Tabla de Contenido

RESUMEN.....	11
ABSTRACT.....	12
INTRODUCCIÓN .....	13
1. ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL.....	15
1.1. MARCO CONCEPTUAL.....	15
1.2. MARCO TEÓRICO .....	17
1.2.1. La sistematización de experiencias.....	17
1.2.2. Innovación y Emprendimiento.....	18
1.2.4. Emprendimiento del café basado en la oportunidad.....	20
1.3. MARCO LEGAL .....	21
1.4. EJES O CATEGORÍAS .....	23
1.4.1. Categoría Del Mercado.....	23
1.4.2. El Grupo Económico De Alimentos Y Bebidas .....	24
1.4.3. Categoría del emprendimiento.....	24
1.4.4. Categorización En El Plan De Desarrollo Municipal .....	24
2. PLANEACIÓN Y METODOLOGÍA.....	25
2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE APRENDIZAJE .....	26
2.2. IDENTIFICACIÓN DE ACTORES INVOLUCRADOS Y PARTICIPANTES .....	26
2.3. ESTRUCTURA DEL MODELO DE RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	27
2.3.1. OBJETIVOS .....	27
2.3.2. VARIABLES, INDICADORES, HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS .....	28
2.3.3. MATRIZ DE PLANEACIÓN (DIAGRAMA DE GANNT Y TABLA DE RECURSOS).....	29
2.4. MODELO DE DIVULGACIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	30

## CANELITA CAFÉ

3. RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	30
3.1. Estudio de Mercado .....	30
3.2. ANÁLISIS MUESTRA .....	32
3.4. Población Y Muestra .....	35
Nivel de confianza:.....	36
3.6. ESTUDIO TÉCNICO.....	43
Tamaño Del Proyecto .....	43
3.8. Ingeniería Del Proyecto .....	47
3.8.1. Canales de distribución .....	47
Materias primas, materiales, e insumos.....	47
3.9. Tecnología .....	48
3.12. Proceso productivo.....	49
3.13. Plano de distribución.....	50
3.14. ESTUDIO FINANCIERO .....	50
3.15. Flujo de caja proyectado .....	54
3.16. Estudio Administrativo .....	54
Tipo de empresa .....	56
3.17. Momentos Históricos Y Experiencias .....	57
3.18. PRINCIPALES HITOS O HECHOS RELEVANTES (A LA VOZ DE LOS PARTICIPANTES .....	57
LÍNEA DE TIEMPO .....	58
4. APRENDIZAJES .....	59
4.1. Aportes significativos de la experiencia en lo humano .....	59
4.2. Aportes significativos en lo social.....	60
4.3. Aportes significativos en lo económico o técnico .....	61

## **CANELITA CAFÉ**

4.4. Principales aprendizajes para el perfil profesional .....	62
4.5. Aprendizajes abordados desde la perspectiva de la socialización de la experiencia..	63
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
8. BIBLIOGRAFÍA.....	66
Bibliografía .....	66

## LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Mano de Obra Principal .....	28
Tabla 2. Diagrama de Gannt .....	29
Tabla 3. Población Objetivo .....	31
Tabla 4. Población y Muestra .....	35
Tabla 5 Nivel de Confianza Encuesta .....	36
Tabla 6. Tabulación pregunta 1.....	36
Tabla 7. Tabulación pregunta 2.....	37
Tabla 8. Tabulación pregunta 3.....	38
Tabla 9. Tabulación pregunta 4.....	38
Tabla 10. Tabulación pregunta 5.....	39
Tabla 11. Tabulación pregunta 6.....	40
Tabla 12. Tabulación pregunta 7.....	41
Tabla 13. Tabulación pregunta 8.....	41
Tabla 14. Tabulación pregunta 9.....	42
Tabla 15. Tabulación pregunta 10.....	42
Tabla 16. Alternativas de localización .....	45
Tabla 17. Materias primas, materiales e insumos .....	47
Tabla 18. Tecnología. ....	48
Tabla 19 Inversión Equipos .....	51
Tabla 20 Inversión herramientas .....	52
Tabla 21 Inventario .....	53
Tabla 22 Costos estimados de producción .....	53
Tabla 23 Flujo de caja proyectado .....	54

**LISTADO DE FIGURAS**

Figura 1 Tamaño del proyecto .....	43
Figura 2 Proyecciones tamaño del proyecto.....	43
Figura 3. Capacidad de producción.....	44
Figura 4. Análisis de Factores vs Alternativas.....	46
Figura 5 Proceso productivo .....	49
Figura 6. Cursograma de producción .....	50
Figura 7. Plano de la empresa .....	50
Figura 8. Aportes sociales iniciales.....	54
Figura 12 Línea de Tiempo.....	59

# **CANELITA CAFÉ**

## **RESUMEN**

El objeto de este trabajo de sistematización de la práctica profesional, es relatar la experiencia vivida y los planteamientos desarrollados bajo el modelo Centro Progreso EPE y la Unidad Académica. Es importante expresar que todo el proyecto y sus diferentes ciclos que se vivieron durante el proceso de la carrera permitieron identificar los factores influyentes del entorno y su respectivo análisis

Teniendo en cuenta lo anterior, se define los aspectos generales del proyecto emprendedor y se relaciona con los alcances y obstáculos que puede llegar a tener a través de la evolución y formación del trabajo obtenida tras la creación de un modelo de plan de negocio llamado CANELITA CAFÉ, el cual es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de café saborizado en bolsas de té, reutilizables para el consumo, saludables y biodegradables con el ambiente. La descripción está basada en los aprendizajes y conocimientos adquiridos durante mi formación como estudiante del programa de Administración de Empresas y el servicio de Emprendimiento de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Esta práctica se representa a través de la divulgación desde el origen del proyecto y el entorno que esta fija, en primera instancia mediante el emprendimiento y la innovación con un nuevo producto y el impacto que este podría tener en el mercado ofreciéndoles una forma innovadora de consumir café y la practicidad de este nuevo modelo que irrumpe la tradicionalidad dando paso a disfrutar la misma tradición, pero modernizada a fin de satisfacer al consumidor que requiere de elementos más funcionales. Finalmente se evidencian los conocimientos adquiridos desde el origen del plan de negocios del proyecto productivo desarrollado en el municipio de Girardot identificando grandes aportes que tiene la experiencia sobre el proyecto.

## **CANELITA CAFÉ**

**PALABRAS CLAVE:** Sistematización, Práctica Profesional, Innovación, Emprendimiento, Café Orgánico

### **ABSTRACT**

The purpose of this work on the systematization of professional practice is to relate the lived experience and the approaches developed under the Centro Progresía EPE model and the Academic Unit. It is important to express that the entire project and its different cycles that were lived during the career process allowed identifying the influencing factors of the environment and their respective analysis

Taking into account the above, the general aspects of the entrepreneurial project are defined and related to the scope and obstacles that it may have through the evolution and training of the work obtained after the creation of a business plan model called CANELITA CAFÉ, which is a company dedicated to the manufacture and marketing of flavored coffee in tea bags, reusable for consumption, healthy and biodegradable with the environment. The description is based on the learning and knowledge acquired during my training as a student of the Business Administration program and the Entrepreneurship service of the Minuto de Dios University Corporation.

This practice is represented through the disclosure from the origin of the project and the environment that it sets, in the first instance through entrepreneurship and innovation with a new product and the impact that this could have on the market by offering them an innovative way of consuming coffee and the practicality of this new model that breaks through the traditional, giving way to enjoy the same tradition, but modernized in order to satisfy the consumer who requires more functional elements. Finally, the knowledge acquired from the origin of the

## **CANELITA CAFÉ**

business plan of the productive project developed in the municipality of Girardot is evidenced, identifying great contributions that experience on the project has.

**KEY WORDS:** Systematization, Professional Practice, Organic Coffee, Innovation, Entrepreneurship.

### **INTRODUCCIÓN**

Canelita café, es un proyecto de emprendimiento que tiene origen en el corazón de una madre Cundinamarqués, la señora Ana Victoria Cuellar que detectó la necesidad de llevar la tradición de una taza de café fresco con canela a la cotidianidad de aquellos que no tienen tiempo ni conocimiento para preparar una buena bebida de este tipo, en la búsqueda de un sistema práctico y fácil de llevar Doña Ana Cuellar reconoció una manera sostenible que cumplía con los requisitos de hacer el producto.

A partir de la descripción anterior, comienza la historia de este emprendimiento que enamoró a los Girardoteños ya que “Se trata de un producto que no puede faltar en los hogares, además tiene una presencia en las tiendas de barrio, siendo muy comercializado en el país, según un estudio de Nielsen de Colombia. Y mientras en los estratos 2 y 3 los hábitos de consumo están relacionados con las tradiciones y costumbres, mientras que el consumo de café en los niveles medio y superior está relacionado con la experiencia gustativa”. (EL ESPECTADOR, 2614)

Así mismo, se hará la descripción de los momentos más significativos durante el estudio del proyecto productivo Canelita Café, un proyecto ubicado en la categoría de grano tipo especial en la categoría de bebidas sostenibles según la (FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS, 2021) son diferenciados por características de origen, preparación o su producción. Básicamente

## **CANELITA CAFÉ**

son los que se cultivan sin la utilización de agroquímicos y con una inspección rigurosa desde las prácticas de cultivo previamente certificado hasta la taza de café en la que se sirve

La importancia de dar a conocer y abarcar la experiencia radica no solo en el hecho de la disminución de riesgos sino, también clarificar los resultados obtenidos contrastando con los aprendizajes recolectados a través de la experiencia en el reconocimiento de la viabilidad del producto teniendo en cuenta que, el mercado en general marcó un cambio sobresaliente tras las eventualidades de contingencia sanitaria alterando las tendencias de consumo y estilo de vida en las personas, por esto se realiza el trabajo de sistematización de la práctica mediante el lineamiento de emprendimiento Acuerdo 0014 de 24 de Julio de 2018 UNIMINUTO.

Cabe señalar que, el café es un commodity con tendencias cambiantes porque está en constante cambio no sólo en términos de precio, sino también en términos de producción, por lo que se enfatiza que es la principal materia prima que constituye el producto. Por lo tanto, el emprendimiento es una fuente importante para promover el desarrollo socioeconómico y sectores afines. En este caso, el sector agropecuario a través de la fabricación y comercialización de productos elaborados con café se convierte en una alternativa promotora de la reducción del impacto del desempleo, pues "la informalidad laboral afecta 10,8 millones de personas en el país, que es el 48,2%" (Oficina Nacional de Estadísticas, 2018). Tomando en cuenta el desempleo y la informalidad laboral que vive el país en los últimos 10 años (2008-2018), "una de las posibles soluciones a este problema es el emprendimiento, porque las personas deben tener una combinación perfecta de esfuerzo, actitud, talento, creatividad e innovación para emprender un nuevo proyecto, ideas y oportunidades" (Pinzon, Lozano., 2017)

# CANELITA CAFÉ

## 1. ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL

### 1.1. MARCO CONCEPTUAL

Según Augusto Buitrago (2018), el concepto de emprendimiento “se entiende como la capacidad de un individuo para cumplir las metas establecidas en la vida”. Asegurar esta capacidad emprendedora es parte de la naturaleza de las personas y así, aportar al crecimiento y desarrollo económico que últimamente ha enmarcado el sistema monetario, es por esto que, la creación de una empresa no es más que la materialización del emprendimiento.” (p. 1-2)

Canelita Café es una idea de negocio que comenzó a operar en la ciudad de Apulo, y por su estructura fue trasladada posteriormente a la ciudad de Las Acacias, hoy conocida como Girardot, la ciudad está organizada como un "área especial turística y cultural" Se basa aproximadamente en 108.000 habitantes según datos de (Population.City, 2020).

Por otro lado, el Estado brinda herramientas, como políticas públicas que benefician a la sociedad, para fomentar la cultura emprendedora de las personas. Por ello, “la imagen del emprendedor puede intervenir en el proceso de creación y distribución de conocimiento, aplicado a la generación de empresas, el crecimiento de la riqueza, el empleo y el desarrollo económico”. (Lupiáñez Carrillo, Priede Bergamini, & López-Cózar Navarro, 2014, págs. 56-57)

Seguidamente, el entorno de un trabajo relacionado a través de la sistematización de las experiencias recolectadas durante el proceso se puede proyectar a través de la obtención de aprendizajes sobre la experiencia como lo menciona (Jara, Oscar., s. f.) todo esto con el fin de visualizarlo de mostrar el interés de aprender, la habilidad para realizar el análisis y la capacidad coherencia la experiencia mostrándose por sí sola y poder mejorar nuestra propia práctica, pero de

## CANELITA CAFÉ

acuerdo con este autor “cuando hablamos de sistematización estamos hablando de un ejercicio que está referido, necesariamente, a experiencia prácticas concretas” (Jara., 2001, p. 3).

Así mismo, la innovación juega un papel importante dentro de la sistematización y el emprendimiento haciendo grandes aportes al desarrollo económico y social. Por ello, “Es apasionante y exigente, buscar la comprensión, para adquirir conocimiento y el poder de comunicarlas. Buscamos apropiarnos críticamente de las experiencias vividas y darnos cuenta de ellas, compartiendo con otras personas lo aprendido” (Jara, Hollday., 1994, p. 3). Es por esto que, se busca generar un emprendimiento con alto potencial de crecimiento, el cual debería estar enfocado en aspectos como fortalecimiento del sector industrial donde se crea el emprendimiento, dinamizando el mercado con productos y servicios innovadores, diferenciados y con valor agregado, expandiendo el emprendimiento a distintas regiones y mercados globales (Quiroga y Mercedes, 2014, p.7).

En otras palabras, el término emprendedor se refiere a aquellos individuos que con sus acciones causan inestabilidad en los mercados definiéndolos como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones” (J., Shumpeter, 1934, p. 64). Es por ello que, resulta una experiencia que es capaz de recolectar para sistematizar el recorrido de la actividad emprendedora es enriquecedora y puede ser transmitida de esta manera.

De esta forma, se implica; “Innovar no significa solo crear un nuevo producto, se puede innovar creando una nueva organización o una nueva forma de producción o diferentes formas de realizar una determinada tarea. (Castillo, 1999, s. f.).

En definitiva, se apoyan no solo las políticas públicas sino también, diferentes fuentes de emprendimiento en el sistema educativo de la Universidad Minuto de Dios, desde el estímulo al

## **CANELITA CAFÉ**

emprendimiento guiado por docentes y mentores, a partir de que “todas las instituciones educativas desarrollen acciones de enseñanza claras y conscientes, a través del desarrollo de habilidades básicas y cívicas, promover el desarrollo de actitudes emprendedoras de los estudiantes y ayudar a consolidar la cultura emprendedora. ” (UNIMINUTO, s. f). Considerando las habilidades que deben poseer los estudiantes y egresados y la importancia de cada uno de ellos, para que a través de la experiencia sean capaces de asumir el rol del emprendimiento.

### **1.2. MARCO TEÓRICO**

Para tener una mayor comprensión acerca de la sistematización de las prácticas, el emprendimiento y las investigaciones es importante mencionar algunos teóricos, que para ello se tuvieron en cuenta:

#### **1.2.1. La sistematización de experiencias**

Según Oscar Jara. (2006); quien dice que; es una técnica que “permite producir conocimientos, analizar y reflexionar sobre las particularidades de una práctica” (p. 3). Así mismo desde otro punto de vista “es un proceso de reflexión que comprende ordenar u organizar lo que ha sido la marcha, los procesos, los resultados de un proyecto, buscando en tal dinámica las dimensiones que pueden explicar el curso que asumió el trabajo realizado.” (Martinic, 2002, p.13).

En consideración con lo anterior, el autor Iovanovich valora la sistematización como “incorporarse dentro de las transformaciones sociales vivos y complejos, sucumbiendo las relaciones para así, transitar por sus distintos ciclos, llegando así a entender los procesos desde su propia lógica, obteniendo como resultado enseñanzas que puedan aportar al enriquecimiento tanto de la práctica como de la teoría.” (Iovanovich, 2003, p.6)

## **CANELITA CAFÉ**

Por otra parte, el emprendimiento como uno de los ejes centrales a los cuales se encamina este método de sistematización fue introducido por primera vez por Richard Cantillón definiendo no el termino sino al individuo que lo apropia con características para asumir riesgos mostrándolo como un ser racional.

### **1.2.2. Innovación y Emprendimiento**

De acuerdo con Velez y Ortiz Restrepo (2016), hablar de liderazgo, inversión, política, proyectos, desafíos, oportunidades y otras palabras que incentiven a concretar la idea de emprender e innovar (p. 1). De este tema se habla hoy en día por la necesidad de motivación de muchas personas de lograr una oportunidad y desarrollo personal, resultando un estudio cada vez más interesante y necesario.

También, Ludwig Von Mises (2000), identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor. La primera propone al el emprendedor como un evaluador. La segunda característica es la de empresario donde el individuo construye la decisión de cómo utilizar los factores y, por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre. (p. 12)

Por consiguiente, en el Manual de Frascati plantea que la innovación va desde la transformación de una idea en un producto o un servicio comercializable, un procedimiento de fabricación o distribución operativo, nuevo o mejorado, o un nuevo método para proporcionar un servicio social.( (Organisation for Economic Co-operation and Development, pág. 3)

### **1.2.3. Innovación y economía:**

Desde el entorno macroeconómico, el emprendimiento centrado desde la innovación se considera como un factor que impulsa el desarrollo económico (Aparicio et al., 2016; Urbano et

## CANELITA CAFÉ

al., 2016). Por otra parte, a nivel micro, se considera que la motivación subyacente al emprendimiento es la innovación se esperará un mejor desempeño del negocio (Vivarelli, 2016). Por ello comparar la actividad emprendedora desde la necesidad con la innovación Urbano y Aparicio (2016) señalaron que es el segundo el que tiene impacto en términos de crecimiento económico.

Es por ello que, Vivarelli (2016) atribuye a los emprendedores basados en la innovación un papel para que los países de ingresos medios se encaminen hacia el desarrollo, pues para él, el emprendimiento innovador puede utilizarse como “un vehículo para fomentar y acelerar un cambio estructural en favor de esos regímenes que pueden considerarse motores para la innovación, la creación de capacidades y finalmente el crecimiento de la productividad y la convergencia” (pág. 78).

Cuando hablamos de la relación entre emprendimiento, innovación y desarrollo económico, “la distinción entre países avanzados y en desarrollo es especialmente importante” (Vivarelli, 2016, pag.17), pero la actividad emprendedora innovadora se concentra principalmente en países altamente desarrollados (Urbano et al., 2016), y se encuentra con menos frecuencia en los países menos avanzados Naudé (2011).

Por esta razón, en las investigaciones identifican el concepto de emprendimiento innovador a la noción schumpeteriana. En la obra de Schumpeter (1934), donde se expone su Teoría del Desarrollo Económico, el emprendedor genera el proceso de “destrucción creativa”.

## CANELITA CAFÉ

### 1.2.4. Emprendimiento del café basado en la oportunidad

Actualmente, el café se ha caracterizado por su aroma y sabor, convirtiéndose en uno de los 100 productos más comercializados a nivel mundial de acuerdo con datos obtenidos del Observatorio de Complejidad Económica (OIC por sus siglas en inglés) de MI Media Lob.

Siguiendo la definición anterior, “El café es uno de los grandes comodines del mercado mundial, pues más del ochenta por ciento (80%) de la producción es objeto del comercio internacional. La demanda de este rubro está altamente concentrada por parte de las grandes empresas comercializadoras de café en el mundo, las cuales exigen ciertos estándares de calidad y regularidad de la oferta.” (Quintero & Rosales, 2014)

Destacando que, Colombia es uno de los países cafetero reconocido por la calidad de sus productos gracias a diferentes variables mencionadas a continuación “El café de Colombia posee una calidad que se ha destacado en el mundo, lo que le ha conferido un gran prestigio. El café colombiano cuenta con ventajas competitivas en el mercado internacional y, de hecho, se les reconoce una prima o sobreprecio debido a varios factores como su origen geográfico.” (Puerta, 2013)

En consecuencia, identificar el café permite que las personas sepan lo que consumirán, no solamente las deben enfocarse en su sabor u olor, además de estas dos características es bueno saber cómo es su textura, cómo es su planta y cómo es el proceso que tiene antes de llegar a la mesa o taza del consumidor, como lo sugiere (Bembire, 2010) “el café es el producto obtenido de las semillas y frutos de la planta de café o cafeto. El café tiene un color marrón oscuro que puede variar en intensidad de acuerdo a cómo se lo prepara o de acuerdo al agregado de otros elementos

## **CANELITA CAFÉ**

como leche, crema o azúcar. Además, tiene una consistencia líquida pero untuosa y un sabor y aroma fuerte y muy llamativo”

Es importante resaltar que en nuestro país Colombia tras la pandemia, se ha logrado fortalecer el sistema de ventas por internet utilizando las redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, entre otras. Esto ha permitido una experiencia de mercado con más alcance a los consumidores por esta razón se ha puesto en punto clave y de gran importancia ya que da la escala a este nuevo campo que está en desarrollo y que puede traer mayores beneficios a todas las industrias del país, pues es el e-commerce puede funcionar de manera transversal en todas las compañías de cualquier sector (Marketing Digital, 2017).

### **1.3. MARCO LEGAL**

Existen Acuerdos, lineamientos, resoluciones y leyes que regulan y favorecen el arte de emprender a través de las cuales se proporcionan cualidades, beneficios de carácter personales y legales que deben ser consideradas ya que brindan un canal orientador, de vigilancia y control de las actividades emprendedoras en su desarrollo fomentando el fortalecimiento de la economía, entre las principales encontramos las siguientes:

- **Acuerdo 009 del 2018:** Establece los lineamientos para el desarrollo de las prácticas profesionales en los programas de pregrado de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.
- Resolución Rectoral 1400 del 2016, “Por medio de la cual se crea el Sistema Nacional de emprendimiento, prácticas profesionales, empleabilidad y los Centros de emprendimiento, prácticas y empleo, Progresía EPE para el Sistema Educativo UNIMINUTO”.

## CANELITA CAFÉ

- **ACUERDO 014 - Julio 24 de 2018:** Determina los lineamientos para el desarrollo del emprendimiento para los estudiantes, egresados y graduados de los programas de pregrado de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Uniminuto.
- **Artículo 11. Práctica profesional en emprendimiento:** Con el objetivo de la implantación de ideas empresariales brindando escenarios y oportunidad a través del fortalecimiento y orientación de la Unidad Académica.
- **Artículo 67 de la Constitución Política:** Tiene por objeto la formación del colombiano en la práctica del trabajo.
- **Ley 789 de 2002:** por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social.
- **Ley 2060 De 31 De Diciembre Del 2020:** Establece un marco regulatorio para la creación de emprendimientos de manera sostenible, define algunas medidas para racionalizar y simplificar los procesos, trámites y tarifas para la creación de empresas, y prioriza varios beneficios para el sector social, agro, deportivo y de emprendimientos femeninos.
- **Ley 1014 De 2006:** De fomento a la cultura del emprendimiento que pretende promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y la presente ley.
- **Ley 1429 De 2010:** Tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

## CANELITA CAFÉ

- **EL ABC DE LOS LINEAMIENTOS CURRICULARES EN EMPRENDIMIENTO del 2017:** tiene por objeto conceptos primordiales que dan fuerza y forma a la idea de emprender y al perfil del emprendedor.
- **Resolución 719 De 2015- Ministerio De Salud Y Protección Social:** Por la cual se establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública.
- **Ley 76 De 1931:** Provee el fomento de la industria cafetera.
- **Ley 09 De 1979:** Por la cual se dictan medidas sanitarias.
- **Decreto 2078 De 1940:** Se dictan medidas relacionadas con la industria del café.
- **Decreto 1173/91:** Regulación de política cafetera.
- **Artículo 6:** Productos sometidos a análisis de laboratorio. Hasta tanto se expida el Certificado de Inspección Sanitaria (CIS), el INVIMA podrá autorizar el traslado de los alimentos y materias primas para alimentos sometidos a análisis de laboratorio.

### 1.4. EJES O CATEGORÍAS

#### 1.4.1. Categoría Del Mercado

El sector económico en el cual se ubica Canelita Café tiene inicio en la industria alimentaria de acuerdo con (Anacafe, 2020), ya que es un producto para consumo alimenticio perteneciente a la categoría cafetera por lo que trasciende a un proceso de manufactura que sectoriza en dos posiciones económicas que son el sector secundario y el terciario donde básicamente en el primero café es empacado y donde se agrupan todas las acciones mediante las cuales se da la transformación de las materias primas para lograr el producto. El segundo el proceso del café se centra en la comercialización del producto terminado.

## CANELITA CAFÉ

Los alimentos se concentran en un subsector donde se establecen los bienes de consumo donde la mercancía esta lista y terminada para emplear por el consumidor, en este caso como se determina que Canelita Café es orgánico por ende no tiene conservantes y es un bien no perecedero, donde la garantía se basa en esencia en consumir una vez destapado el producto en el menor tiempo posible.

### **1.4.2. El Grupo Económico De Alimentos Y Bebidas**

Hace énfasis, en la posición económica en la que se encuentra el producto hasta llegar a la categoría de las bebidas excluida los lácteos, basado en datos obtenidos de (FAO y OMS, 2021) donde se ubica específicamente en el sector de bebidas a base de Café, sucedáneos del café, té, infusiones de hierbas y otras bebidas calientes a base de cereales y granos, excluido el cacao preparados para consumo.

### **1.4.3. Categoría del emprendimiento**

En Colombia, a partir de la pronunciación de la ley 1014 del 2006, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo identifico dos tipos de emprendimiento, basados en la motivación para emprender, donde como resultado se obtienen las siguientes categorías:

- **La actividad emprendedora por oportunidad:** Está motivada para explotar alguna oportunidad de negocio, donde se considera está ubicada Canelita Café.
- **El espíritu emprendedor por necesidad:** Dada a partir de la falta de alternativas de empleo o estas son insatisfactorias (Reynolds et al., 2002; Benz, 2009; Devins, 2009).

### **1.4.4. Categorización En El Plan De Desarrollo Municipal**

Dentro del PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE GIRARDOT 2020-2023 se establece el proyecto en dos de sus cuatro ejes los cuales son:

## CANELITA CAFÉ

- **Eje 1. Cuidar, Proteger a la Gente y Garantizar Sus Derechos con sus respectivos programas:** Protección para todos y Caminar juntos hacia el futuro; y atendiendo a las recomendaciones del a nivel mundial, el municipio hará un despliegue de acciones que serán acuerdos institucionales con los sectores de gobierno,
- **Eje 2. Un acuerdo para todos por la competitividad de Girardot:** el programa Desarrollo económico, en el marco de las recomendaciones dadas a nivel mundial, nacional y departamental, busca la forma de incentivar la economía, garantizando todas las medidas higiénicas sanitarias, de limpieza, desinfección, dadas por todas las entidades e instituciones públicas y privadas.

## 2. PLANEACIÓN Y METODOLOGÍA

Este proyecto, surgió a través del descubrimiento de la necesidad de las personas por llevar consigo el café para prepararlo en cualquier lugar garantizando la sanidad de este, con un componente innovador orgánico y saborizado con canela. Sin embargo, la planificación y metodología proyecto está fundamentada en los lineamientos implementado por Centro Progres, en las prácticas profesionales 1, 2 y 3, la unidad Académica y la unidad Técnica de Emprendimiento

Teniendo en cuenta que, para realizar el proceso de reconstrucción de la experiencia se debe recurrir a la investigación con alcance descriptivo que permite relatar situaciones y eventos según (Hernández Sampieri, 2014).

La metodología de esta investigación tiene un enfoque mixto, ya que por su estructura financiera fue necesario acoger una perspectiva cuantitativa. Por otra parte, respecto su relación con la sistematización es fundamental la visión cualitativa donde no se pretende probar ninguna hipótesis, pero se realiza una la recolección de información y organización de datos, para ello como

## **CANELITA CAFÉ**

herramienta fue de utilidad la implementación de encuestas, entrevistas, archivos de registro, procesos de observación y tabulación estadística.

### **2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE APRENDIZAJE**

¿Cómo viabilizar y establecer el emprendimiento Canelita Café en el municipio de Girardot?

### **2.2. IDENTIFICACIÓN DE ACTORES INVOLUCRADOS Y PARTICIPANTES**

Entre la identificación de actores involucrados se encuentran: la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), Centro Progresá, la unidad Académica, la Unidad Técnica de emprendimiento, el programa Administración de Empresas y nuestra población de muestra que serían las personas mayores de 14 años habitantes del Municipio Girardot, y siendo como actores principales Ana Victoria Cuellar, María José Arciniegas, María Alejandra Fonseca, Lorena Lozano y Daiana Florez quienes hicieron parte del proyecto desde su inicio.

De igual manera, con estos actores se establece un buen plan de trabajo organizacional con los lineamientos expuestos para emprender, en los casos de estudio de emprendimiento la Corporación Universitaria Minuto de Dios a través del convenio con Uniminuto implantan reglas y deberes de lo que es un buen emprendimiento por parte de gestores como los son alumnos de dicha institución para este caso, que se inspiran en los principios consignados constitucional, humanistas, cristianismo, actitud ética, espíritu de servicio, inclusión, comunidad educativa, excelencia y equidad educativa, y la identidad cultural. También como fuente de inspiración se tomaron en consideración los principios misionales del emprendimiento que estos se guían por los

## **CANELITA CAFÉ**

principios de proyección social descritos en el lineamiento de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO).

Para Centro Progresía EPE, es importante mencionar que sus procesos de capacitación buscan que exista una vinculación del estudiante con los deberes para con las personas que harán parte de su proceso como empresarios en el emprendimiento, porque para llevar a cabo este proyecto se necesita poder ético, socio cultural y tratos ambientales, y que por parte del emprendedor existe una colaboración hacia sus colaboradores de apoyo, además es de suma importancia mencionar que una empresa la constituyen los empleados, es decir; una empresa sin trabajadores no podría llamarse empresa.

### **2.3. ESTRUCTURA DEL MODELO DE RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA**

#### **2.3.1. OBJETIVOS**

##### **2.3.1.1. Objetivo General**

Identificar hechos y acontecimientos más significativos durante el proceso de práctica profesional 1, 2 y 3 bajo la modalidad de emprendimiento en búsqueda de la viabilidad Canelita Café.

##### **2.3.1.2. Objetivos Específicos**

- Establecer la viabilidad del proyecto con la sistematización
- Recolectar información que permita precisar las experiencias
- Contrastar la información con la viabilidad
- Dar a conocer a través de un documento los aprendizajes y resultados obtenidos

# CANELITA CAFÉ

## 2.3.2. VARIABLES, INDICADORES, HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS

### 2.3.2.1. RECURSOS HUMANOS

#### Mano de obra

Para la fabricación del producto Canelita café, es fundamental cada uno de los cargos mencionados a continuación, los cuales tienen una serie de funciones para obtener un resultado de calidad.

Tabla 1. Mano de Obra Principal

NOMBRE DEL CARGO	CANTIDAD
P. de ventas	1
Operario encargado de envasar, sellar y empaquetar	1

#### Proceso productivo

- **Mezcla de productos:** Se mezclan 3,5 gramos de café y 1,5 gramos de canela pulverizada.
- **Envasado:** Se envasan en la bolsita los 5 gramos de café y canela, este procedimiento lo realiza un operario.
- **Sellado:** luego de envasarlo se sella por el operario que mezcla los productos.
- **Control de peso:** Se pesa en la gramera para que tenga las medidas requeridas del producto.
- **Empacado cajas:** Se empaca 12 unidades por caja. Lo realiza un operario.
- **Almacenamiento:** Después de ser empacado se deposita en la bodega hasta ser transportado a su destino final.



# CANELITA CAFÉ

Módulo de acción	18/02/2021	11/11/2021												
Entrega del documento	02/11/2021	16/11/2021												
Sustentación del documento como Opción de grado.	23/11/21	23/11/21												

<b>completado</b>	<b>en proceso</b>	<b>no iniciado</b>
-------------------	-------------------	--------------------

Fuente: Elaboración propia

## 2.4. MODELO DE DIVULGACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Emprender es una de las experiencias que más lecciones me pudo brindar porque nadie cree en ti, ni en el proceso y todo lo juzgan, pero entre la brecha de emprender y hacerlo en el proceso académico es la más importante de la vida ya que todo el aprendizaje se ve reflejado en lo que un día solo fue una idea y más adelante puede ser empleo para muchos hogares que es como una meta invisible de cada emprendedor puesto que más que materializar un proyecto productivo es poder contribuir socialmente. En consecuencia, surge por la necesidad dentro del municipio de Girardot de crear en un futuro un espacio para además de tomar un café, se pueda platicar, compartir y socializar.

Por último, el modelo de divulgación está compuesto en esencia por un documento donde se evidencia todo el proceso del conocimiento y compuesto por un estudio de mercado, el cual ha sido desarrollado durante las prácticas, es por ello que la reconstrucción de la experiencia se desarrolla en la creación de un plan de mercado.

## 3. RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA

### 3.1. Estudio de Mercado

#### Mercado Consumidor

# CANELITA CAFÉ

## Características Cualitativas

Canelita café es un producto 100% orgánico que tiene como objetivo todas las personas consumidoras de café y que estén dispuestas a vivir una experiencia diferente e innovadora, basado en la seguridad de su consumo ya que viene en una presentación personal que permite ser práctica y rápida.

Su segmentación de mercado va dirigida a estratos en los 2, 3, 4, 5 que tengan la capacidad adquisitiva por encima de \$1'000.000 según la encuesta realizada. El café orgánico es un producto exclusivo y su proceso de cultivación es diferente porque no contiene pesticidas o ningún tipo de químico que pueda alterar sus nutrientes y logre ser más natural u orgánico.

Gracias a la encuesta se pudo detectar que la población interesada en el producto está entre los 19 y 35 años de edad en su mayoría empleados y estudiantes que consumen café de manera constate por sus actividades diarias ya que el café es caracterizado por ser es un estimulante gracias a su cafeína que permite desarrollar actividades con más energía. Por otro lado, la población encuesta prefieren 12 unidades por caja ya que se ajusta a su necesidad con un valor entre \$12.000 y \$14.000 pesos por caja. El café es el líquido más consumido a nivel mundial después del agua gracias a ello canelita café fue un producto altamente aceptado por su innovación y preferencia.

## Características cuantitativas

De acuerdo a los datos proporcionados por el DANE, el municipio de Girardot cuenta con un aproximado 43.632 hogares, los cuales 31.243 cumplen con la demanda potencial y el poder adquisitivo para adquirir el producto canelito café.

Tabla 3. Población Objetivo

ESTRATO	NÚMERO DE PERSONAS
---------	--------------------

## CANELITA CAFÉ

2	<b>14.708</b>
3	<b>11.681</b>
4	<b>4.172</b>
5	<b>682</b>
<b>TOTAL</b>	<b>31.243</b>

Fuente: Estadística DANE 2019

Se debe llevar a cabo una proyección poblacional para un periodo de 5 años 2021, 2022, 2023 y 2024. Para dicha proyección es necesario tomar la proyección de la población de Girardot 2016, 2017, 2018 y 2019 (fuente PLAN DE ACCIÓN TERRITORIAL) para realizar el procedimiento de regresión lineal y hallar el número de hogares del municipio de Girardot para los años 2021, 2022, 2023 y 2024.

### 3.2. ANÁLISIS MUESTRA

Cuando realizamos este proceso es fundamental obtener una muestra poblacional que tenga las características ejemplares de la población que se va a estudiar y es allí donde se aplica la siguiente formula:

$$n = \frac{P(1-p)}{\frac{e^2}{z^2} + \frac{p(1-P)}{N}}$$

Donde el tamaño muestral para realizar la encuesta es de **207 habitantes de Girardot.**

### 3.3. MERCADO COMPETIDOR

El sector económico en el cual se ubica canelita café tiene inicio en la industria alimentaria ya que es un producto para consumo alimenticio y más exactamente perteneciente a la categoría cafetera por lo que trasciende a un proceso de manufactura que sectoriza en dos posiciones económicas que son el sector secundario y el terciario donde básicamente en el primero café es empacado y donde se agrupan todas las acciones mediante las cuales se da la transformación de las

## **CANELITA CAFÉ**

materias primas para lograr el producto, en el segundo el proceso del café se centra en la comercialización del producto terminado.

Los alimentos se concentran en un subsector donde se establecen los bienes de consumo donde la mercancía esta lista y terminada para emplear por el consumidor y en este caso como se determina que canelita café es orgánico se establece que por ende no tiene conservantes y es un bien no duradero (perecedero) donde la garantía se basa en esencia en consumir una vez destapado el producto en el menor tiempo posible.

El grupo económico de alimentos y bebidas hace énfasis en la posición económica en la que se encuentra el producto hasta llegar a la categoría de las bebidas ubicado específicamente en el último sector de bebidas calientes donde se contemplan los cafés preparados para consumo.

La trascendencia del café en Colombia desde el ámbito tradicional abre las puertas a infinidad de consumo y la necesidad de tener nuevas experiencias ya que por más de 300 años se ha mantenido esta cultura cafetera con variedades de granos, texturas, sabores que a día de hoy estos atributos son más valorados por los consumidores dispuestos a pagar más por la calidad del mismo a cambio de una experiencia sensorial y saludable que además cuenta con una serie de certificaciones las cuales se han hecho más explícitas a lo largo de los años con el fin de mantener un sistema de gestión de calidad que garantice todos los atributos que puede ofrecer el producto. Por lo anterior es evidente que la evolución en el consumo del café es volátil y estas categorías de cafés especiales tienen más impacto y alcance en los hogares volviéndose parte de la cotidianidad siendo Colombia un gran participante de producción de café especial a nivel mundial que se encuentra en proceso de desarrollo gracias a los países importadores.

### **Tipología de la Competencia**

## **CANELITA CAFÉ**

Tras un análisis de la competencia que tiene Canelita Café se entiende que, aunque la competencia no es directa es un proceso que requiere tiempo y dinero cambiar la cultura tradicional del café además de un capital de inversión para lograr tecnificar la empresa. Uno de los actores más predominantes a cerca de la cobertura es que una de estas marcas está en el municipio y tiene ventas en supermercados de cadena así que es una competencia fuerte, a continuación, se presentan las características de las empresas competidoras para canelita café.

### **- JUAN VALDEZ (Procafecol S. A.)**

A nivel nacional Juan Valdez como marca cuenta con una planta principal en Chinchiná, caldas bajo la firma de Procafecol S. A. además de cuenta con cuatro líneas de negocio:

Tiendas especializadas, Grandes Superficies, Canal Institucional y el portal e-commerce y 200 tiendas en operación, líderes en la categoría en grandes superficies, posicionándose como la marca de Café Premium más reconocida y admirada en Colombia y consolidando nuestro modelo de expansión a nuevos mercados en el mundo además de sus más de 5.000 puntos de venta a nivel mundial, esta es una empresa solida financieramente ya que a nivel internacional es reconocida por su calidad.

### **- KOLADO CAFFÉ:**

Kolado caffè, busca para ti un grano de gran calidad, cultivado por campesinos colombianos, para que, a través de las bolsas filtrantes FILS, puedas disfrutar de una deliciosa taza de café colado, preparada a tu gusto en cualquier momento y lugar con punto físico en Bogotá y ventas a nivel nacional por medio de canales digitales.

### **Características de los competidores**

Entre las características tomadas en cuenta de los competidores están:

## CANELITA CAFÉ

- Productos
- Precio
- Ubicación
- Tecnología
- Situación financiera
- Infraestructura
- Mano de obra
- Proveedores
- Tradición
- Atención al cliente
- Cobertura
- Posicionamiento
- Canales de distribución
- Publicidad
- Segmentación de mercado
- Expansión

### 3.4. Población Y Muestra

Tabla 4. Población y Muestra

POBLACIÓN Y MUESTRA	
Población 101.018	En Girardot hay aproximadamente 101.018 habitantes sin contar los municipios aledaños que harían parte de un pequeño porcentaje de ventas de la empresa.
Muestra 31.243	Personas mayores de 14 años y que puedan consumir el producto.

Fuente: Elaboración propia

### 3.5. Encuesta

La realización de dicha encuesta se llevó a cabo a 207 habitantes de Girardot gracias al análisis muestral, entre estratos 2, 3, 4 y 5. Con el fin de obtener información verídica para el desarrollo del proyecto.

# CANELITA CAFÉ

## Nivel de confianza:

<b>MEDIA</b>	<b>104</b>
MARGEN DE ERROR	6.80%
DESVIACIÓN ESTÁNDAR	59,89991653
<b>N</b>	<b>207</b>
<b>ALFA</b>	<b>0.05</b>

Tabla 5 Nivel de Confianza Encuesta

## Objetivo del Instrumento (encuesta)

Poder obtener información sobre los hábitos de consumos, preferencias y gastos e ingresos de la población objetiva del proyecto, para poder evaluar la factibilidad del ofrecer un producto dentro de la localidad y que este a su vez pueda responder a esas necesidades y aportar beneficios a la salud de los consumidores.

## Formato de la encuesta

La aplicación y estructuración de la encuesta se tomó en cuenta el nivel de ingreso, consumo y preferencias de los consumidores, adicionalmente conocer también los medios de comunicación y comercialización posibles. Es importante mencionar que esta se realizó a un total de 207 personas, teniendo en cuenta la composición del mercado y el respectivo resultado de la encuesta propia, dichas encuestas se adjuntarán en los anexos del presente estudio de investigación.

## Presentación de los resultados de la encuesta

Para la describir los resultados de la encuesta, se realizó a través de Excel para la tabulación y graficas de cada una de las preguntas y su correspondiente análisis.

### 1. ¿Consume usted regularmente café?

Tabla 6. Tabulación pregunta 1

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Valido</b>	<b>Acumulado</b>
<b>SI</b>	199	96,14	96,14	96,14

## CANELITA CAFÉ

<b>NO</b>	8	3,86	3,86	3,86
<b>TOTAL</b>	207	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

Tomando en consideración el total de la muestra a la que se le realizó la encuesta se demuestra que un 96.14% de la población consume café, y un 3,86 de esta muestra no lo hace, las razones pues no sienten agrado al tomar café, otros simplemente no les gusta. Por su parte la población que, si la consumen, sienten satisfacción y diferentes sentimientos al tomar, adicionalmente, hay quienes lo toman solo por cuestiones de negocios y otros por socializar, y otros que mientras exista el café, un buen lugar y una buena compañía siempre tomará el café. Con esto hemos demostrado que en su mayoría gran parte de la población del municipio consume café de diferentes maneras y sabores.

### 2. ¿Con qué frecuencia consume café?

Tabla 7. Tabulación pregunta 2

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Valido</b>	<b>Acumulado</b>
<b>Diario</b>	128	61,84	61,84	61,84
<b>Semanal</b>	39	18,84	18,84	18,84
<b>Mensual</b>	40	19,32	19,32	19,32
<b>TOTAL</b>	207	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la muestra y población se pudo identificar que un 61,84% de los posibles consumidores toman café a diario y con una regularidad, un 18,84% hacen tienen un consumo semanal de café y un 19,32% tienen un consumo mensual, se pudo demostrar que el café durante la cotidianidad de la vida de los habitantes del municipio, siempre está presente al igual que en

## CANELITA CAFÉ

cualquier momento de la su día a día se toman un break para tomar el café. Además de eso se puede ver que los mismos habitantes consideran el café hasta para socializar.

### 3. ¿Qué es lo más importante para usted al momento de consumir café?

Tabla 8. Tabulación pregunta 3.

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Valido</b>	<b>Acumulado</b>
<b>Precio</b>	3	1,45	1,45	1,45
<b>Calidad</b>	81	39,13	39,13	39,13
<b>Marca</b>	2	0,97	0,97	0,97
<b>Sabor</b>	114	55,07	55,07	55,07
<b>Textura</b>	7	3,38	3,38	3,38
<b>TOTAL</b>	207	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta los resultados que obtuvimos de la encuesta, en su mayoría de los encuestados, consideran que lo más importante de un café es su sabor con un nivel del 55%, por su parte un 39% prefieren un café por su calidad, si un café es de primera siempre va a tener un excelente sabor, además de eso el café suele revivir sentimientos y emociones es por ello que si el café no tiene una buena calidad su sabor será común y no generará un gentilicio de clientela como se debe, por otro lado están las minorías que con un 3% prefieren el café por du textura, un 2% por su precio y un 1% por su marca.

### 4. ¿Cuál es su marca favorita de café?

Tabla 9. Tabulación pregunta 4.

<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Valido</b>	<b>Acumulado</b>
-------------------	-------------------	--------------------------	------------------

## CANELITA CAFÉ

<b>Juan Valdez</b>	75	36,23	36,23	36,23
<b>Nescafé</b>	40	19,32	19,32	19,32
<b>Colcafé</b>	11	5,31	5,31	5,31
<b>Sello Rojo</b>	38	18,36	18,36	18,36
<b>Águila Roja</b>	32	15,46	15,46	15,46
<b>OMA</b>	11	5,31	5,31	5,31
<b>TOTAL</b>	207	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

En consecuencia, con el gráfico, el 36,23% de las personas encuestadas a la hora de comprar un café toman como referencia la marca Juan Valdez, este resultado nos permite generar las estrategias apropiadas para incrementar las ventas, de igual manera, el 19,32% de las personas encuestadas prefieren Nescafe, el 18,36% Sello Rojo, el 15,46% prefieren adquirir Café Águila Roja y, por último, el 5,31% prefiere la marca OMA.

### 5. ¿Alguna vez ha probado un café orgánico acanelado?

Tabla 10. Tabulación pregunta 5.

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Valido</b>	<b>Acumulado</b>
<b>SI</b>	50	24,15	24,15	24,15
<b>NO</b>	157	75,85	75,85	75,85
<b>TOTAL</b>	207	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

Si nos guiamos por las gráficas y la tabulación de esta pregunta de la encuesta, se obtuvo que un 75,85% de los encuestados no ha probado el café orgánico acanelado, esto nos deja en claro que las estrategias para la innovación y el consumo del mismo, puesto que cuando un café es nuevo

## CANELITA CAFÉ

en el mercado este suele ser poco visto o consumido ya que las personas prefieren lo tradicional y lo que conocen, nos dejan la oportunidad de crear estrategias para dar a conocer el producto. Y otro lado está el 24% de consumidores que han probado este tipo de café.

- 6. Sabiendo que el café orgánico acanelado que Canelita Café ofrece, es producido sin la ayuda de químicos como pesticidas, contiene un porcentaje de carbohidratos, proteínas y además es estimulante por su contenido de cafeína, ¿estaría dispuesto a consumir nuestro producto?**

Tabla 11. Tabulación pregunta 6.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Acumulado
<b>SI</b>	199	96,14	96,14	96,14
<b>NO</b>	8	3,86	3,86	3,86
<b>TOTAL</b>	207	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con el gráfico, pudimos obtener como resultado que un 96% de la población encuestada consumiría nuestro producto, mientras conozcan las propiedades y contenido de nuestro producto están dispuestos a consumir algo nuevo, dándonos la oportunidad de formular las estrategias para la promoción del producto. Por su parte un 4% de los encuestados no están dispuestos a consumir nuestro producto.

- 7. Teniendo en cuenta que la presentación de cada bolsita de café orgánico acanelado que Canelita Café comercializa contiene 5 gramos de producto y rinde 3 tazas lo cual serían aproximadamente 300 ml ¿en qué presentación le gustaría encontrar nuestro producto?**

## CANELITA CAFÉ

Tabla 12. Tabulación pregunta 7.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Acumulado
<b>10 unidades por caja</b>	76	36,71	36,71	36,71
<b>12 unidades por caja</b>	131	63,29	63,29	63,29
<b>TOTAL</b>	207	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

Queda en evidencia que, un 63% de los encuestados, prefieren obtener el producto en grandes cantidades (12 unidades), de acuerdo a estos resultados podemos articular la cantidad de productos que se van a comercializar, y para un 37% prefieren el producto en cajas que contengan 10 unidades.

### 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de 10 unidades de este producto?

Tabla 13. Tabulación pregunta 8.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Acumulado
<b>6.000 A 8.000</b>	74	35,75	35,75	35,75
<b>8.100 A 10.000</b>	99	47,83	47,83	47,83
<b>10.100 A 12.000</b>	27	13,04	13,04	13,04
<b>12.100 A 14.000</b>	7	3,38	3,38	3,38
<b>TOTAL</b>	207	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

Con estos resultados pudimos obtener los posibles precios, por las que los posibles clientes estarían dispuestos a pagar por una caja de 10 unidades del producto, con un 47,83% que puede adquirirlo en un rango de precios de 8.100 pesos, un 35,75% que pueden pagar nuestro producto entre 6.000 a 8.000 pesos por caja de 10 unidades, y tan solo un 13,04% y un 3,38% pueden adquirir el producto a altos costos, esto se debe a que tienen un estatus económico más alto.

### 9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de 12 unidades de este producto?

## CANELITA CAFÉ

Tabla 14. Tabulación pregunta 9.

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Valido</b>	<b>Acumulado</b>
<b>8.100 A 10.000</b>	64	30,92	30,92	30,92
<b>10.100 A 12.000</b>	72	34,78	34,78	34,78
<b>12.100 A 14.000</b>	60	28,99	28,99	28,99
<b>14.100 A 16.000</b>	11	5,31	5,31	5,31
<b>TOTAL</b>	207	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

El 34,78% de los posibles consumidores consideran pagar el producto en un rango de precios de 10.100 a 12.000 pesos por una caja de 12 unidades, entre los 8.100 y los 10.000 pesos sólo lo pueden adquirir un 30,92% de los consumidores encuestados, un 28,99% los prefiere pagar entre 12.100 y 14.000 pesos por la caja de 12 unidades, y tan sólo un 5,31% pagarían el producto entre 14.100 y 16.000 pesos por caja, con esto demostramos que el producto por caja de 12 unidades hay que estudiarlo pues es muy baja la cantidad que de consumidores que pueden pagar niveles alto de precios, puesto que la mayoría son de estratos menores, es importante que se pueda llegar a un precio adecuado para el consumidor final.

### 10. ¿Cada cuánto estaría dispuesto (a) a consumir nuestro producto?

Tabla 15. Tabulación pregunta 10.

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Valido</b>	<b>Acumulado</b>
<b>Diario</b>	106	51,21	51,21	51,21
<b>Semanal</b>	76	36,71	36,71	36,71
<b>Quincenal</b>	11	5,31	5,31	5,31
<b>Mensual</b>	14	6,76	6,76	6,76
<b>TOTAL</b>	207	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

## CANELITA CAFÉ

Con esta pregunta pudimos obtener los resultados para saber con qué frecuencia y que tan consecuente sería el consumo de café canelita, y pudimos obtener según las respuestas anteriores que ya conocen el producto su contenido y sus cantidades y precios, esta pregunta fue clave, obteniendo un 76,37% de que sí consumirían nuestro producto con más frecuencia semanal, un 11,5% sólo lo haría quincenalmente y un 14,7% lo harían mensualmente. Y su mayoría el 106,51% tendrían un consumo diario de nuestro producto.

### 3.6. ESTUDIO TÉCNICO

#### Tamaño Del Proyecto

Figura 1 Tamaño del proyecto

Año	Número de Hogares	Grado de Aceptación Ajustada	Demandante Potenciales
<b>2020</b>	40.436	80,95%	32.732
<b>2021</b>	40.865	82,57%	33.741
<b>2022</b>	41.289	85,05%	35.114
<b>2023</b>	41.710	85,05%	35.472
<b>2024</b>	42.125	85,90%	36.183

Fuente: Elaboración propia

Figura 2 Proyecciones tamaño del proyecto

AÑO	TAMAÑO DEL PROYECTO	1. COMPETENCIA	TAMAÑO DEL PROYECTO2	2. IMPROVISTO	TAMAÑO DEL PROYECTO3
<b>2010</b>	913.878	3,0%	27.416	6,5%	25.633
<b>2011</b>	942.067	3,2%	30.146	6,8%	28.096
<b>2012</b>	980.396	3,6%	35.294	7,0%	32.823
<b>2013</b>	990.395	3,7%	36.644	7,2%	34.005
<b>2014</b>	1.010.251	4,0%	40.410	7,5%	37.379

Fuente: Elaboración propia

# CANELITA CAFÉ

## Factores limitantes del proyecto

OPERACIONES	PRODUCCIÓN DIARIA
	TIEMPO (MIN)
mezcla de productos (café y canela)	2
Envasado (en las Fils)	3
sellado	4
control de peso	2
empacado (en caja)	5
almacenamiento	5
total	21

MINUTOS DE DEMORA EL

Como la jornada de trabajo es de 480 minutos, se alcanzan a realizar dos ciclos en el día. En donde cada ciclo es de 23 unidades (cajas x12)

estos son los ingredientes para producir 276 unidades de Canelita Café de las cuales el 100% de la producción equivale a 23 cajas de 12 unidades

INGREDIENTES	Gramos
CAFÉ	276
CANELA	276

Figura 3. Capacidad de producción.

## Localización

### Factores de localización

- **Infraestructura física:** este factor se tiene en cuenta ya que la idea es contar con un establecimiento donde se pueda distribuir adecuadamente las áreas como la de producción, la de cargo y descargue entre otras fundamentales que requieren de un previo análisis.
- **Servicios públicos:** es necesario contar con una óptima disponibilidad de los servicios ya que es esencial para el funcionamiento de la planta
- **Acceso vial:** El acceso vial es uno de los factores más importantes ya que se debe tener en cuenta que en el ingreso y salida de los vehículos de carga pesar puedan

## CANELITA CAFÉ

realizarlo cómodamente además de que es un factor multipropósito porque el acceso a la planta no solo por proveedores sino por consumidores debe ser una experiencia amena.

- **Seguridad:** la seguridad del lugar es importante porque al interior de la planta están las máquinas y todos los equipos además de que también debe estar alejada de la zona rosa donde con frecuencia hay conflictos y disturbios.
- **Costo de arrendamiento:** este factor es tenido en cuenta para ser evaluado y valorado correctamente.
- **Opinión de los consumidores:** Es un factor importante ya que es relevante conocer la opinión acerca de la ubicación.

### Alternativas de localización

Tabla 16. Alternativas de localización.

<b>Las Alternativas de Localización contempladas son</b>	<b>A las afueras vía Tocaima.</b>
	<b>A las afueras vía Ricaurte.</b>
	<b>Barrio Santander.</b>

### Ponderación de factores

### Análisis de cada factor VS alternativas

## CANELITA CAFÉ

FACTOR	A	B	E
Disponibilidad de servicios públicos	Cuenta con todos los servicios publicos y son eficientes en su funcionamiento. No presentan inconvenientes (cortes)	Cuenta con todos los servicios publicos y son eficientes en su funcionamiento. No presentan inconvenientes (cortes)	Cuenta con todos los servicios publicos y son eficientes en su funcionamiento. No presentan inconvenientes (cortes). Cuenta con transformador propio.
Costo de arrendamiento			
Infraestructura	es una bodega de 400 m <sup>2</sup> con 2 baños zona de parqueo, zona verde, una parte de la bodega esta destinada para la parte de almacenamiento y produccion y una oficina aparte para el área administrativa.	es una bodega de un piso de 384m <sup>2</sup> con un amplia zona adaptable para parqueo y con 1 solo baño	es una bodega de 120m <sup>2</sup> con 2 baños, uno de ellos con ducha
Vías Acceso		la maya vial se encuentra en buen estado	las vías son deficientes por el tamaño
Seguridad	la zona cuanta con vigilancia y esta a las afueras de la ciudad	esta ubicado en una zona en donde hay urbanizaciones con un sistema de vigilancia solidos	la zona es insegura
Opinión de los consumidores	De los encuestados, el 56% afirmaron que estan de acuerdo con esta ubicación.	De los encuestados, el 19% afirmaron que estan de acuerdo con esta ubicación.	De los encuestados, el 9% afirmaron que estan de acuerdo con esta ubicación.

Figura 4. Análisis de Factores vs Alternativas.

## Calificación

### 3.7. Toma de decisión

- El 56% de las personas encuestadas, es decir 115 personas de 207 estuvieron de acuerdo en que la ubicación más óptima seria vía Tocaima.
- Las condiciones que ofrece la bodega consultada son favorables.
- Las vías de acceso son de calidad

Por las razones anteriores, se procede a tomar la decisión de establecer *la bodega y distribuidora de canelita café por la zona vía Tocaima.*

# CANELITA CAFÉ

## 3.8. Ingeniería Del Proyecto

### 3.8.1. Canales de distribución

- **CANALES:** Canelita café es una empresa dedicada a la fabricación de café en porciones personales de alta calidad, por tanto, adoptamos un canal de distribución, siendo este uno indirecto ordenado de la siguiente manera:

#### **PRODUCTOR- DISTRIBUIDORES- DETALLISTAS- CONSUMIDOR.**

- **COBERTURA:** Tendrá cobertura a nivel regional
- **UBICACIONES:** la fábrica estará ubicada en Girardot, municipio de Cundinamarca.
- Contando con un solo punto de distribución autorizado, mismo lugar en donde se realizará las ventas y el almacenamiento del producto.
- **TRANSPORTE:** Se garantiza que el medio de transporte sea el adecuado, que traiga y distribuya con los mejores tiempos y con el costo más competitivo de acuerdo a los recursos con los que cuenta contamos.
- **LOGÍSTICA:** Es el conjunto de métodos que utilizamos para lograr organización en la empresa.
- **DISTRIBUCIÓN INTENSIVA:** Canelita café venderá por medio del máximo de intermediarios que sea posible, con el objetivo de generar gran disponibilidad del producto en el mayor número de puntos de venta.

### **Materias primas, materiales, e insumos**

Tabla 17. Materias primas, materiales e insumos

<b>Nombre</b>	<b>Características</b>	<b>Unidad</b>
<b>Café</b>	Café orgánico	Según la demanda
<b>Canela</b>	Canela orgánica	Según la demanda

## CANELITA CAFÉ

<b>Mesones</b>	Metálico para realizar el procedimiento de empaquetado.	2
<b>Cucharas</b>	Metálicas para la manipulación del café orgánico.	12
<b>Embudos</b>	Para llevar acabo de proceso de empaquetar.	12
<b>Recipientes de vidrio</b>	Vidrio para la manipulación del producto.	12
<b>Cajas</b>	Cajas de cartón para empaquetar las bolsas de té en cantidades de 12 unidades	Según la demanda
<b>Bolsas de té biodegradables</b>	Bolsas biodegradables para empaquetar la mezcla de café orgánico y canela en porciones individuales de 5gramos.	Según la demanda

### 3.9. Tecnología

A continuación, se especifica el requerimiento tecnológico que exige la producción de Canelita Café.

Tabla 18. Tecnología.

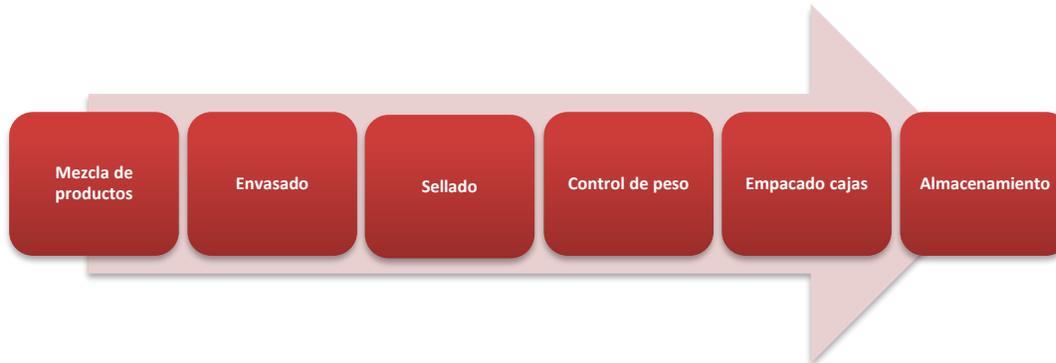
NOMBRE	CARACTERÍSTICAS	UNIDAD
<b>Gramera</b>	Es necesaria para el control de peso para cada bolsita. Unidades de medida: Gramas/Onzas, escalas de medición: 1gr en 1gr, alimentación: 2 Pilas AA, pero Máximo: 10kg.	<b>4</b>
<b>Selladora</b>	Adecuado para sellar las bolsitas modelo: LP-11 Voltaje: CA 110V-120V/50Hz, Poder: 90W, GW: 0,7kg, tamaño del	<b>4</b>

## CANELITA CAFÉ

	producto: 37 * 7 *5,2 cm	
--	--------------------------	--

### 3.12. Proceso productivo

Figura 5 Proceso productivo



Fuente: elaboración propia

- 1. Mezcla de productos:** Se mezclan 3,5 gramos de café y 1,5 gramos de canela pulverizada
- 2. Envasado:** Se envasan en la bolsita los 5 gramos de café y canela, este procedimiento lo realiza un operario.
- 3. Sellado:** luego de envasarlo se sella por el operario que mezcla los productos.
- 4. Control de peso:** Se pesa en la gramera para que tenga las medidas requeridas del producto.
- 5. Empacado cajas:** Se empaca 12 unidades por caja. Lo realiza un operario
- 6. Almacenamiento:** Después de ser empacado se deposita en la bodega hasta ser transportado a su destino final.

# CANELITA CAFÉ

Mezcla de productos	●	□	→	□	D	▽	2		1
Envasado	●	□	→	□	D	▽	3		
Sellado	●	□	→	□	D	▽	4		
Control de peso	○	□	→	■	D	▽	2		
Empacado	●	□	→	□	D	▽	5		1
Almacenamiento	○	□	→	□	D	▽	5		
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>2</b>

Figura 6. Cursograma de producción.

### 3.13. Plano de distribución

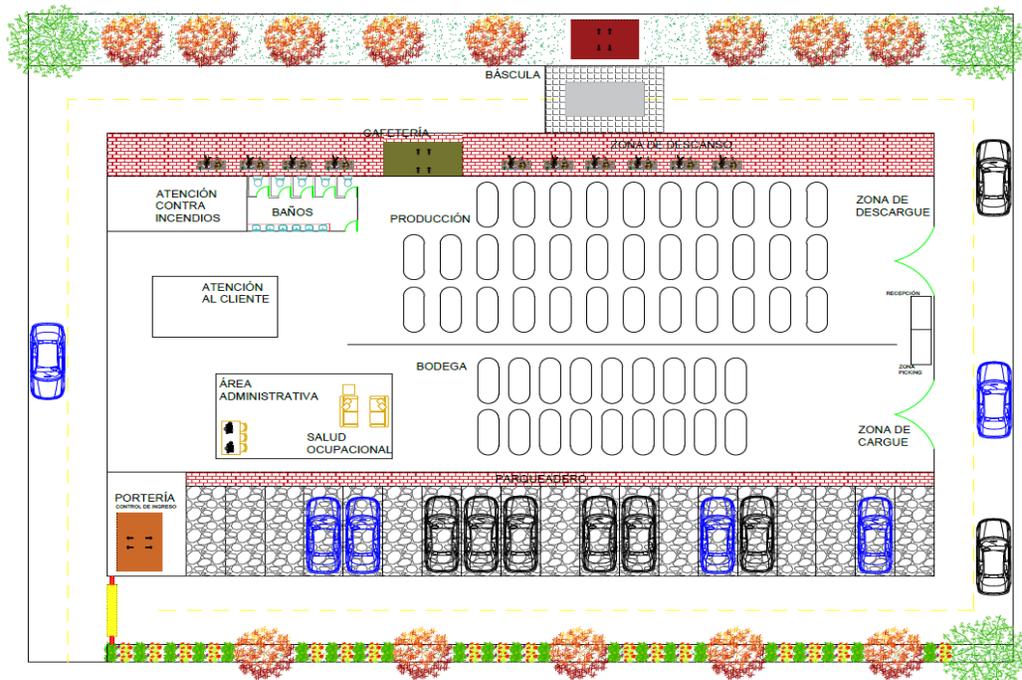


Figura 7. Plano de la empresa.

### 3.14. ESTUDIO FINANCIERO

#### Inversiones iniciales

Los datos arrojados por el estudio financiero en los estados de fuentes y usos proyectados los aportes sociales inicialmente están dados por un valor de \$ 51.757.713

## CANELITA CAFÉ

Ya que este es el capital inicial requerido para poner en funcionamiento la empresa en el que incurre el capital de trabajo y el resumen del plan de inversiones y al cual no se le aplican las inversiones pre operativas ya que es un monto que se puede diferir a cinco años amortizados por \$ 5.214.000

En el resumen de inversiones se incluyen:

- ✓ MUEBLES Y ENSERES
- ✓ EQUIPO DE OFICINA
- ✓ TOTAL, INVERSIONES FIJAS

Tabla 19 Inversión Equipos

Descripción	Foto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
PORTÁTIL LENOVO IDEA S145 AMD 3020E 1TH 8GB WIN 10 HOME 14" GREY		2	\$ 1.469.900,00	\$ 2.939.800,00
Silla Oficina Moblihouse - 1287 ASIENTO NEGRO		2	\$ 209.900,00	\$ 419.800,00
Escritorio INVAL 4603 Tabaco		2	\$ 249.000,00	\$ 498.000,00

## CANELITA CAFÉ

Multifuncional Epson L4160		1	\$ 929.000,00	\$ 929.000,00
Televisor Samsung 43 Pulgadas Crystal 4K Uhd Smart Tv Un43tu6900kxzl		1	\$ 1.189.000,00	\$ 1.189.000,00
				<b>\$ 5.975.600,00</b>

**Tabla 20 Inversión herramientas**

Descripción	Foto	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Mesón En Acero Inoxidable 120 X 60		2	\$ 200.000,00	\$ 400.000,00
Juego Cucharas Para Café Tramontina Acero Inoxidable X 12 Pz		1	\$ 44.900,00	\$ 44.900,00
Embudo Winco Sf5 De Boca Ancha De Acero Inoxidable De 5 Pul		2	\$ 85.000,00	\$ 170.000,00

## CANELITA CAFÉ



Recipiente en Vidrio x 3		4	\$ 500.000,00	\$ 2.000.000,00
TOTAL				\$ 2.614.900,00

En el capital de trabajo se incluyen:

- ✓ NOMINA ADMINISTRACIÓN
- ✓ M.O.D.
- ✓ COSTOS Y GASTOS DE FUNCIONAMIENTO PRIMER MES
- ✓ INVENTARIOS

Tabla 21 Inventario

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Por Libra	Costo Total
Café Orgánico	Libras	48	\$ 16.000	\$ 768.000
Canela Orgánica	Libras	48	\$ 40.000	\$ 1.920.000
Cajas	Unidades	48	\$ 1.200	\$ 57.600
Bolsas de 5 Gramos	Unidades	960	\$ 700	\$ 672.000
				\$ 3.417.600

Tabla 22 Costos estimados de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTO					
CONCEPTOS	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
<b>PRODUCTO 1</b>	<b>\$ 238.451.314</b>	<b>\$ 263.167.755</b>	<b>\$ 313.992.447</b>	<b>\$ 391.973.419</b>	<b>\$ 512.057.800</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>	203.785.426	\$ 227.184.579	\$ 276.641.808	\$ 353.203.445	\$ 471.814.575
<b>MANO DE OBRA</b>	34.665.470	35.982.758	37.350.103	38.769.407	40.242.644
<b>COSTOS INDI. PRODUCCIÓN</b>	\$ 418	\$ 418	\$ 536	\$ 567	\$ 581
	PRODUCTO				
<b>UNIDADES A PRODUCIR</b>	61.529	66.083	77.523	95.355	122.713
<b>COSTO UNIT. EQUIVALENTE – PRODUCTO</b>	\$ 3.875	\$ 3.982	\$ 4.050	\$ 4.111	\$ 4.173
<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>	47,70%	47,00%	45,62%	44,15%	42,76%

## CANELITA CAFÉ

PRECIO DE VENTA	\$ 12.000	\$ 12.456	\$ 12.929	\$ 13.421	\$ 13.931
-----------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Figura 8. Aportes sociales iniciales.

### Fuentes de financiación

Las fuentes de financiación de Canelita Café serán recursos propios por lo que no se acude a ninguna entidad en búsquedas de fondos monetarios y esta explícito en los estados financieros y en las razones financieras.

### 3.15. Flujo de caja proyectado

Tabla 23 Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Años	0	1	2	3	4	5
<b>Saldo Inicial de Caja</b>	\$ -	\$ 2.257.470	\$ 747.135	\$ 439.832	\$ 843.173	\$ 1.553.242
<b>FUENTES DE INGRESOS</b>						
Ingresos		\$ 66.120.000	\$ 67.442.400	\$ 69.789.396	\$ 72.218.066	\$ 74.731.255
Recaudos de cartera			\$ 3.480.000	\$ 3.549.600	\$ 3.673.126	\$ 3.800.951
Aportes de Los Socios	\$ 13.084.570					
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 18.084.570</b>	<b>\$ 66.120.000</b>	<b>\$ 70.922.400</b>	<b>\$ 73.338.996</b>	<b>\$ 75.891.193</b>	<b>\$ 78.532.206</b>
<b>Total Fuente de Ingresos</b>	<b>\$ 18.084.570</b>	<b>\$ 68.377.470</b>	<b>\$ 71.669.535</b>	<b>\$ 73.778.827</b>	<b>\$ 76.734.366</b>	<b>\$ 80.085.448</b>
Inversión - Activos	\$ 10.409.500					
Compra -Inventarios	\$ 3.417.600	\$ 32.486.400	\$ 33.136.128	\$ 33.798.851	\$ 34.474.828	\$ 35.164.324
Pago beneficios empleados		\$ 23.379.435	\$ 24.501.648	\$ 25.677.727	\$ 26.910.258	\$ 28.201.951
pagos Gastos		\$ 10.089.470	\$ 10.440.584	\$ 10.803.916	\$ 11.179.892	\$ 11.568.952
Gastos	\$ 2.000.000					
Impuesto de renta			\$ 1.476.314	\$ 980.131	\$ 941.116	\$ 1.076.415
<b>Total Egresos Operativos</b>	<b>\$ 15.827.100</b>	<b>\$ 67.630.335</b>	<b>\$ 71.229.703</b>	<b>\$ 72.935.654</b>	<b>\$ 75.181.123</b>	<b>\$ 77.686.672</b>
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>\$ 2.257.470</b>	<b>\$ 747.135</b>	<b>\$ 439.832</b>	<b>\$ 843.173</b>	<b>\$ 1.553.242</b>	<b>\$ 2.398.776</b>

### 3.16. Estudio Administrativo

#### Visión

## **CANELITA CAFÉ**

Para el año 2024, Canelita Café será una empresa de reconocimiento local que ofrece un café saborizado a canela orgánico, ayudando a mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores e incentivándolos a prestar un buen servicio a nuestros clientes, usando insumos biodegradables siendo amables con el medio ambiente.

### **Misión**

Ofrecer un café canela orgánico de excelente calidad, que responda a las expectativas de nuestros consumidores, llevándolos a vivir una experiencia diferente, y aportando a los sueños del agricultor cafetero de la región.

### **Políticas de la empresa**

- ✓ La empresa **Canelita Café** en base a nuestra responsabilidad aseguramos rigurosos estándares de calidad en los productos que fabricamos y comercializamos para lograr la satisfacción de nuestros consumidores, aspirando a ser una buena empresa.
- ✓ Promover la integridad en nuestros colaboradores y generar compromiso y amor propio por Canelita Café.
- ✓ Esforzarse a que haya pocos desperdicios buscando ser amables con el medio ambiente implementando normas de un buen manejo de nuestros recursos.
- ✓ Trabajar constantemente en el mejoramiento de nuestros procesos, teniendo en cuenta los temas normativos o tecnológicos que afecten a nuestro producto o procedimientos.
- ✓ Capacitar constantemente a nuestros colaboradores con técnicas y dinámicas que les permitan ser más productivos, dándoles incentivos que permitan su desarrollo personal y social.
- ✓ Tener una comunicación abierta y asertiva con nuestros clientes y proveedores.

### **Valores Corporativos**

## CANELITA CAFÉ

- ✓ **Liderazgo:** formando en cada uno de nuestros colaboradores líderes con criterio que nos ayuden a cumplir nuestras metas.
- ✓ **Compromiso:** con la empresa y los clientes.
- ✓ **Respeto:** entre nuestros colaboradores y clientes, atendiendo de manera oportuna y ofreciendo un buen producto.
- ✓ **Calidad:** un producto de marca que se ofrecerá requiere un estándar en su producción cuidando cada uno

### Tipo de empresa

- Canelita Café es una sociedad por acciones simplificada.

### Instancias legales

Los trámites para abrir una empresa dependen del lugar donde se planea ubicar, en el caso de CANELITA CAFÉ SAS, se diligenció un documento dirigido a la secretaría de planeación solicitando la verificación y aprobación del suelo para el establecimiento el cual se obtuvo positiva respuesta.

Se plantean los siguientes trámites comerciales:

- Registro ante cámara de comercio, DIAN para la constitución de la empresa.
- Consulta de tipo de empresa en el caso de Canelita Café es una Sociedad Anónima.
- Consulta de nombre: Canelita café.
- RUT: registro único Tributario.
- Consulta de marcas y patentes.
- Obtención del certificado de existencia y representación legal.

## **CANELITA CAFÉ**

### **3.17. Momentos Históricos Y Experiencias**

La estructuración del trabajo de investigación se establecen las estrategias de mercado, y todo lo relacionado con este, siendo primordial aplicar los conocimientos obtenidos en las distintas áreas durante el proceso de realización del proyecto, a partir de allí comenzaron a suscitar diferentes acontecimientos que han contribuido en nuestra formación profesional, cuando se inició este proyecto se realizó una serie de reflexiones sobre lo importante que es emprender en el país y sobre todo la importancia que tiene para mí como persona. Además, se pudieron observar ciertas carencias en los aspectos destacables del proyecto, convirtiendo el interés existente en poder crear una solución para la sociedad. Entonces, partiendo desde lo anteriormente expuesto, se plantea esta solución y se comienza a crear una solución surgiendo Canelita Café, y con arduo trabajo y gran dedicación más el apoyo de los profesores, se crearon las directrices que condujeran al mejoramiento de las carencias halladas.

En consecuencia, el aporte que han realizado los profesores dentro de este estudio y la universidad, se crean nuevas ideas y se amoldan a las necesidades de la comunidad y creando un producto bastante orgánico y asequible a la comunidad, esto llevó a que emprender no sólo es crear un negocio para producir dinero, emprender implica crear conciencia, sentido de pertenencia, y sobre todo generar un efecto de reciprocidad y cordialidad cuando se crean estos espacios de consumo se debe equilibrar cada una de ellas y garantizar un estilo de vida saludable y amigable.

### **3.18. PRINCIPALES HITOS O HECHOS RELEVANTES (A LA VOZ DE LOS PARTICIPANTES)**

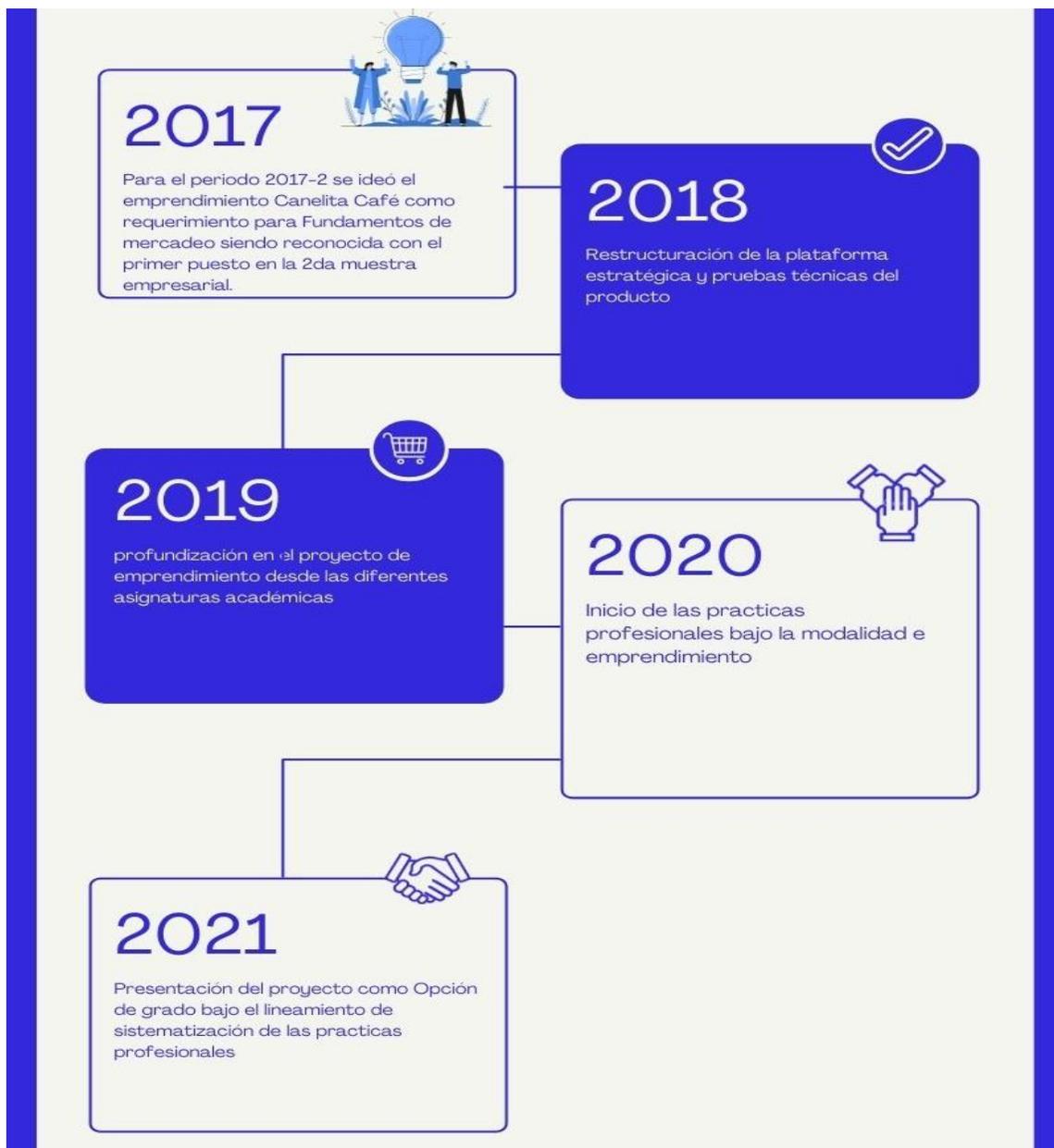
Entre los hechos más significativos desde la creación del emprendimiento están:

- Trabajar el proyecto con un gran equipo de compañeras y el apoyo recibido desde la unidad técnica y académica

## CANELITA CAFÉ

- Reconocer en el proyecto un poquito de cada docente que oriento su formación
- La presentación de la propuesta en diferentes eventos
- Conseguir el primer puesto en la 2da muestra empresarial del programa Administración de Empresas en Uniminuto, CR Girardot
- Reconocimiento a nivel institucional del proyecto

## LÍNEA DE TIEMPO



## 4. APRENDIZAJES

### 4.1. Aportes significativos de la experiencia en lo humano

Cuando se inició la idea del emprendimiento de Canelita Café nos centramos en demostrar el sentido cultural, donde en este café los clientes podrán contar con unos espacios para la socialización y compartir indistintamente con amigos o familia además de crear experiencias. El objetivo es brindarle al cliente una experiencia agradable, donde además de compartir aprendan a degustar el sabor del café que ofrecemos; adicionalmente se intenta crear conciencia ecológica por medio del consumo de nuestro café orgánico además de los distintos ambientes que se pretenden crear dentro del café, la información alusiva de cuidado del medio ambiente también estarán presentes en nuestras instalaciones para crear esa conciencia por el planeta que necesitamos todos como seres humanos.

Canelita Café es un producto hecho para los amantes de café y para los no tan amantes también, porque además de ser un café orgánico este café llevará amor, el amor con los empleados y cada uno de los que formamos parte del café realizamos la labor para hacerlo llegar a nuestros cliente, en cuanto a la responsabilidad social de café estará enfocado en el ofrecimiento de empleos dignos para mitigar el desempleo que es tan común en estos tiempos, además de eso seremos un café consciente, queremos entregar un café de calidad a nuestros clientes y apostando por poder obtener y alcanzar a ser una marca propia de café.

## **CANELITA CAFÉ**

Estamos comprometidos no sólo con nuestros clientes, compartiéndoles el mejor café orgánico, y guiarlos a que consuman un café orgánico y saludable, cuidamos y protegemos al medio ambiente, desde lo que es el cultivo de cada granito de café hasta el empaque donde se guardará el café, con empaques reciclados y ecológicos diseñando un empaque reutilizable. Además, apoyamos a la comunidad con los espacios que le brindamos para salir de la monotonía y con la promoción de productos locales para impulsar también su crecimiento. Y con cada uno de los proveedores y aliados de Canelita Café, con producciones sostenibles y responsables en todos los ámbitos y con la promoción de empleos dentro de la comunidad para mitigar el desempleo que vive en la actualidad.

### **4.2. Aportes significativos en lo social**

Con este emprendimiento se quiere procesar un café con un método poco común en la comunidad, al utilizar productos orgánicos y artesanales estamos aportando a la comunidad un beneficio saludable a cada uno de los que consumen café, que adopten un consumo regulado y consiente del café, ya que está comprobado que el exceso de café causa problemas en la salud, nuestro café aporta nutrientes esenciales, y aumentan el rendimiento físico.

Los aportes relevantes de Canelita Café en lo social, incluyen el cambio emocional en el nivel social, con estos espacios para compartir y conocer y divertirse se crean patrones de emociones a través de la experiencia que se vive, la comunidad y su necesidad de un lugar así, nos da la oportunidad de atender a sus necesidades desde la más grande hasta la más pequeñas, considerando la más grave tener un espacio como Canelita Café y la más pequeña un café de calidad, y para los empresarios y trabajadores y sus citas tiene un lugar acorde y cercano para llevar a cabo citas y

## **CANELITA CAFÉ**

reuniones trabajo o de negocio. Con Canelita Café y su promoción de empleo se busca disminuir el desempleo y causar un impacto en la pobreza ayudando a los más necesitados de la comunidad.

Este proyecto queda demostrado a través de nuestra indagación que cuenta con un apoyo y aceptación por parte de la comunidad, porque intenta satisfacer las necesidades y la conservación de una vida saludable de todos y cada uno de nuestros clientes, es por eso que nuestro producto está hecho con productos orgánicos y artesanales, el anterior café que se consume en la población es un café común y con pocos nutrientes y con un alto riesgo de impacto en la salud de los clientes, como final nuestro emprendimiento a través de sus proceso confiables y garantizados aspecto que la comunidad presta mucha atención a esto y han aceptado nuestro método de trabajo y nuestro productos, logrando así que cuando lo consuman se sientan seguros del producto que están ingiriendo.

### **4.3. Aportes significativos en lo económico o técnico**

Este emprendimiento comienza con una inversión inicial de \$ (43.194.211) millones, donde la financiación salen de los propios recursos del emprendedor, cuando se realiza el estudio se expande y se le toma más confianza a emprender, este emprendimiento demostré que es viable, las ganas de emprender deben siempre estar puesto que para hacerlo se necesitan ganas y la asesoría, además de contar con un equipo de trabajo que sea optimo y con las mismas ganas de emprender y progresar que el emprendedor.

El café al ser consumido por la mayoría de población es un producto que se vuelve muy demandante, por lo tanto; este emprendimiento no será sólo por momentos sino que se trabajará para crear estabilidad económica, a medida que vaya pasando el tiempo, con este proyecto de emprendimiento no sólo se beneficiará el emprendedor sino también cada uno de los empleados y

## **CANELITA CAFÉ**

equipo de trabajo que se tiene, además de eso le brinda la oportunidad a la universidad de que por medio de este proyecto se creen nuevos y que mejoren nuestra gestión para obtener mejores beneficios de él.

### **4.4. Principales aprendizajes para el perfil profesional**

Cuando se comienza a emprender suele tornarse algo confuso o hasta querer desistir de emprender, pasando así por fuertes obstáculos que son parte de este proceso para crear un aprendizaje completo y complejo.

Durante la iniciación de la sistematización se hace mucho énfasis en el deber social y la detección de las diferencias de las actividades que se van desarrollando para sustentar nuestros conocimientos y aprendizajes sobre el mismo, cada aprendizaje se va reseñando a lo largo de la sistematización, proyectando los procesos éticos, administrativos y los deberes sociales para atacar cada una de las necesidades de la comunidad.

Emprender no es fácil, para un administrador de empresas esto no le es indiferente pues además de emprender debe ser un líder, observador, estratega y tomar las mejores decisiones para poder lograr las metas propuestas, no obstante es importante mencionar cada persona que se especializa en la administración tiene ideales y pensamientos distintos, existen esos que sólo quieren ser administradores pero de los que dirigen, hay otros que sólo se dedican a la toma de decisiones, y otros que sólo son administradores pero no proyectan lo que saben y quedan en el silencio. Para un administrador lo importante de todo es poder obtener las habilidades para salir de las dificultades, y el emprendimiento es un buen ejercicio para la especialización y la adquisición de los conocimientos necesarios, no son siempre los mismos cabe destacar siempre son retos y conocimientos diferentes, lo que aprendieron más grande que se obtuvieron fue el crecimiento tanto

## **CANELITA CAFÉ**

en lo personal como en lo profesional, crecer no significa sólo darle rentabilidad a mi emprendimiento, crecer significa evolucionar y saber afrontar los retos y siempre mantener la disciplina y constancia hasta lograr lo cometido, otro es el servicio que se ofrece cuando se emprende y se ofrece un servicio o producto hay que asegurarse que este primero sea aceptado y guste y por sobre todo siempre atender a nuestros clientes de la mejor manera la cordialidad en este tipo de emprendimiento hace que los clientes sean amables y muy consecuentes, es decir; quedes en la memoria de estos, y las finanzas que se llevan son lo más engorros al ver tanto dinero y tantos números te entra el desespero por gastar el dinero sin contar las consecuencias, pero siendo un administrador aprendes a darte rentabilidad y hacer un uso correcto para todo.

Considero que el aprendizaje más grande que se puede obtener dentro del perfil profesional es la manera y forma en que nos dirigimos hacia nuestros clientes, cada cliente es diferente y cada uno está pasando por situaciones diferentes, y recibirlos de una manera agradable ayuda al cliente. Además, dentro del perfil se pudo aprender a liderar un equipo de trabajo que es súper importante en cada una de las fases del emprendimiento, cuando se es un líder, pero también humano se puede lograr una armonía empresarial y alcanzar los objetivos, no es necesario que un líder este solo dando órdenes, un líder trabaja con su equipo, siente las emociones y se adentra en todo el proceso de emprendimiento.

### **4.5. Aprendizajes abordados desde la perspectiva de la socialización de la experiencia**

Lo que son los procesos de socialización de la experiencia como una emprendedora pude identificar que hay muchas personas que suelen utilizar diálogos o iniciativas hechas por ellos ya puestos en marcha, produciendo así un deber social. Crean la idea de que cuando se emprende no se emprende por generar dinero o crear un negocio como tal, sino que al emprender debes generar

## **CANELITA CAFÉ**

ese sentido social de ayudar a la comunidad, los tutores también generan un impacto en como emprendedores que somos, producen con su determinación que el emprendimiento se lleve a cabo y que además de eso aprendas sobre ellos; con las pautas de emprendimiento provocan que utilicemos el razonamiento y la lógica. Canelita Café quiere causar su impacto en el medio ambiente disminuyendo los procesos contaminantes de la fabricación del producto, además es fundamental mencionar que el emprendimiento no sólo será un deseo de negocio, sino que atenderá necesidades de la comunidad. Cuando se pueden tener ideas y plasmarlas a la realidad se vuelve una experiencia que debe trascender, perdurar y transmitir para que los futuros emprendedores puedan llevar a cabo estos procesos de manera adecuada y con ganas de lograrlo y ver que se pueden encontrar necesidades diferentes en cualquier ámbito que se quiera emprender.

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Encaminar a Canelita Café en las prácticas profesionales y trabajar el proyecto durante el periodo académico, fue un reto para todos los que aportamos a este. Sin embargo, la experiencia y el documento con todos sus anexos ha sido una fuente de conocimiento que trasciende no solo en esta idea de negocio sino también, en el espíritu emprendedor hacia cualquier idea de negocio con un campo teórico – práctico donde se aceptan los errores con la condición de corregirlos, considerando que es un simulador empresarial que ofrece oportunidades de crecimiento personal y profesional.

Uno de los factores clave para llevar a cabo la reconstrucción de esta experiencia fue la orientación desde el programa de Administración de Empresas, Unidad Técnica de Centro

## **CANELITA CAFÉ**

Progresó y a los participantes del proyecto quienes contribuyeron a la estructuración del emprendimiento acorde a los lineamientos.

Como resultado, se obtiene una forma de conocimiento adquirida desde el ámbito personal para cada uno de los integrantes suscitada a través de su participación y el cumplimiento de los objetivos planteados

## **RECOMENDACIONES**

- Un emprendimiento puede ser del modelo o forma que se desee, pero su importancia debe radicar en crear conciencia social, que sea sostenible y que responda a las necesidades de la población que se estudia.
- Las posibilidades de generar empleo para la empresa o emprendimiento y la comunidad se van a relacionar y va a variar de acuerdo a los procesos de trabajo, hay procesos que luego de puestos en marcha los emprendimientos van a determinar diferentes procesos propios del emprendimiento.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO. (2018). *LOS LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA PROYECCION SOCIAL* .

Acevedo, O. (2015). Competencia por el mercado del café, entre grandes y pequeños. *Revista dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/dinamica-del-sector-caficultor-tiendas-venta-cafe-pais/209863>

Alcaldía de Girardot. (2020). *Tramites*. Girardot. Obtenido de <http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/Ciudadanos/Paginas/Tramites-y-Servicios.aspx>

Anacafe. (2020). ANACAFE. Obtenido de El sector café, como parte de la Industria Alimentaria y de Producción Agrícola puede y debe continuar prestando servicios y realizando sus actividades.

Arias Fidigias, G. (2012).

Ayuso, M. (11 de Julio de 2017). *Alma, Corazón, Vida*. Obtenido de Beneficios de tomar café que han desvelado las investigaciones científicas: [https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2013-12-09/beneficios-de-tomar-cafe-que-han-desvelado-las-investigaciones-cientificas\\_59249/#:~:text=4.,%2C%20potasio%2C%20magnesio%20y%20niacina](https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2013-12-09/beneficios-de-tomar-cafe-que-han-desvelado-las-investigaciones-cientificas_59249/#:~:text=4.,%2C%20potasio%2C%20magnesio%20y%20niacina).

Bembire, C. (Abril de 2010). *Definicion ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/cafe.php>

Buitrago Nova, J. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración & Desarrollo*, 2.

Buitrago Nova, J. A. (Noviembre de 2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración&Desarrollo*, 7-8. Obtenido de [file:///C:/Users/Dhaiana%20Florez/Downloads/Dialnet-EmprendimientoEnColombia-6403431%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Dhaiana%20Florez/Downloads/Dialnet-EmprendimientoEnColombia-6403431%20(3).pdf)

Cano, C., Vallejo, C., Caicedo, E., Amador, J., & Tique, E. (2012). *Borradores de Economía*. Bogotá: Banco de la Republica.

Departamento Nacional de Planeación. (2020). *Departamento Nacional de Planeación*. Recuperado el 2020 , de Fichas y Tableros: <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/25307>

EL ESPECTADOR. (2614). Cultura de placer y tradición. *EL ESPECTADOR*.

Fages, C. (2020). El Coronavirus sacude la industria mundial del café. *RFI*.

## CANELITA CAFÉ

FAO y OMS. (2021). *CODEX ALIMENTARIUS*. Obtenido de GFS - CATEGORIA DE ALIMENTOS :  
<https://www.fao.org/gsfaonline/foods/index.html?id=233#cat233>

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS. (s.f.). *guia ambiental para el sector cafetero*.

Federacion Nacional de Cafeteros . (2020). Producción de café de Colombia cae 12% en marzo.  
*Federacion Nacional de Cafeteros .*

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS (FNC). (20 de OCTUBRE de 2021). *FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS (FNC)*. Obtenido de Cafés especiales:  
<https://federaciondecafeteros.org/wp/programas/cafes-especiales/>

Federacion Nacional de Cafeteros. (2019). *Café de Cundinamarca*.

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS. (2021). *FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS*. Obtenido de Cafés especiales: <https://federaciondecafeteros.org/wp/programas/cafes-especiales/>

Feracion Nacional de Cafeteros. (2011). nuestros cafes especiales. Recuperado el 09 de septiembre de 2020, de  
[http://www.federaciondecafeteros.org/clientes/es/nuestra\\_propuesta\\_de\\_valor/portafolio\\_de\\_prod](http://www.federaciondecafeteros.org/clientes/es/nuestra_propuesta_de_valor/portafolio_de_prod)

Gomez , L., Martinez, & Arzusa , M. (2006). Política pública y creación de empresas. *Pensamiento & Gestión*, 5-8.

Gonzales Perez, M., & Gutierrez Viana, S. (2012).

Gonzalez Perez, M. A., & Gutierrez Viana, S. (2012). Cooperation in coffee markets: The case of Vietnam and Colombia. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*.

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodologia d ela Investigación* (Sexta ed.). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

International Coffee Organization . (2017/18). World coffee consumption. *International Coffee Organization .*

International Coffee Organization. (2018). Crop year production by country. *International Coffee Organization.*

Jara Hollday , O. (2003). Para sistematizar experiencias. *Asociación de Pedagogos de Cuba*, 6.

Jara Hollday, O. (1994). Orientaciones teorico-practicas para la sistematizacion de experiencias . *Alforja*.

Juan Valdez. (2020). *Juan Valdez*. Recuperado el 29 de septiembre de 2020, de BUSCADOR DE TIENDAS:  
<https://www.juanvaldezcafe.com/es-co/tiendas/>

Lewin B, G., & Varangis, D. (2004).

## CANELITA CAFÉ

Lis Gutierrez, J. P., Campo Robledo, J. A., & Herrera Saavedra, J. P. (2011). Estudio sobre el sector del Café. *superintendencia de industria y comercio*.

Lupiáñez Carrillo, L., Priede Bergamini, T., & López-Cózar Navarro, C. (2014). EL EMPRENDIMIENTO COMO MOTOR DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO. *Colaboraciones*, 56-57.

Marketing Digital . (2017). *Marketing Digital* .

Nieto, D. (06 de septiembre de 2020). ¿Cómo afecta la crisis del COVID-19 a la economía colombiana? *Universidad del Bosque*. Obtenido de <https://www.unbosque.edu.co/centro-informacion/noticias/como-afecta-la-tesis-del-covid-19-la-economia-colombiana>

ortega , g. (21 de octubre de 2015). *Prezi*. Obtenido de proceso del cafe: <https://prezi.com/b7eo2odg4fzf/proceso-del-cafe/#:~:text=sector%20secundario,son%20transformados%20en%20nuevos%20productos>.

Piedrahita, A. (2011).

Population City. (2020). *Population City*. Obtenido de Girardot · Población.

Population.City. (2020). *Girardot · Población*. Obtenido de <http://poblacion.population.city/colombia/girardot/>

Puerta, G. (octubre de 2013). *Gerencia Tecnica*. Obtenido de Programa de Investigacion cientifica: <https://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/388/1/avt0316.pdf>

Quintero, M., & Rosales, M. (17 de septiembre de 2014). *El mercado mundial del café*:. Obtenido de Vision General: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545897005.pdf>

Rojas, J. (10 de Septiembre de 2014). *Expertos aseguran el café y la cafeína no tienen efectos nocivos para la salud*. Obtenido de Radio Television Martin .

Santa, P., & Martins , F. (2010).

Sanz, E. (2018). *Muy Interesante*. Recuperado el 2020, de ¿En qué país se consume más café?: [https://www.muyinteresante.es/salud/articulo/i-en-que-pais-se-consume-mas-cafe#:~:text=Por%20t%C3%A9rmino%20medio%20a%20nivel,holandeses%20\(8%2C2\)](https://www.muyinteresante.es/salud/articulo/i-en-que-pais-se-consume-mas-cafe#:~:text=Por%20t%C3%A9rmino%20medio%20a%20nivel,holandeses%20(8%2C2)).

Sy Corvo, H. (2019). *Competencia indirecta: características y ejemplos*. Recuperado el Septiembre de Septiembre de 2020, de Lifeder: <https://www.lifeder.com/competencia-indirecta/>

TOSTAO' Café & Pan. (2019). *LO MEJOR DE NUESTROS CAFETALES A TU ALCANCE*. Recuperado el 29 de septiembre de 2020, de Encuentra aquí el TOSTAO' más cercano: <https://tostao.com/tiendas/>

UNIMINUTO. (s.f.). *UNIMINUTO*. Obtenido de <http://umd.uniminuto.edu/web/santander/emprendimiento>

## **CANELITA CAFÉ**

Velez, X., & Ortiz Restrepo, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las ciencias, 2*.