



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Biblioteca "Alfredo L. Palacios"



Plan de negocio Okcoffe, exportación a Dinamarca

Cuesta Dunoyer, Karen

2008

Cita APA: Cuesta Dunoyer, K. (2008). Plan de negocio Okcoffe, exportación a Dinamarca. Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires.

Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Estudios de Posgrado

Este documento forma parte de la colección de tesis de posgrado de la Biblioteca Central "Alfredo L. Palacios". Su utilización debe ser acompañada por la cita bibliográfica con reconocimiento de la fuente.

Fuente: Biblioteca Digital de la Facultad de Ciencias Económicas - Universidad de Buenos Aires

Col. 1502/0443



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
MAESTRIA EN GESTION EMPRESARIA DEL
COMERCIO EXTERIOR Y DE LA INTEGRACION
CATEDRA SEMINARIO DE INTEGRACION FINAL

Empresa

OKCOFFE



EXPORTACION A DINAMARCA

PRESENTADO POR:

KAREN CUESTA DUNOYER

*Dep. D. 310. H. 41121, H. 12223 (415)
CSP,
Trab. Page.*

**ARGENTINA
2008**

INDICE

ANALISIS POLITICO ECONÓMICO Y PRESENTACION DE LA EMPRESA Y PRODUCTO.....	4
POTENCIAL DEL MERCADO OBJETIVO.....	4
FACILIDADES O RESTRICCIONES DEL GOBIERNO NACIONAL.....	5
BARRERAS.....	6,7 Y 8
COMPETENCIA DE OTROS PRODUCTOS O SUSTITUTOS.....	10
CANALES DE DISTRIBUCION.....	12
EL SECTOR INDEPENDIENTE: MAYORISTAS, MINORISTAS Y CADENAS.....	13
REQUERIMIENTOS DOCUMENTARIOS DE LA UE.....	15
LOGISTICA DE EXPORTACION.....	16
PRECIOS.....	17
ANALISIS FODA.....	20
COSTOS PARA LA EXPORTACION DE UN CONTENEDOR DE 20".....	22
CALCULO DEL PRECIO DE EXPORTACION FOB.....	23
CASH FLOW CASH FLOW 2009-2013.....	26
VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	27
BIBLIOGRAFIA.....	28
ANEXOS.....	29-50

ANALISIS POLITICO ECONOMICO Y PRESENTACION DE LA EMPRESA Y PRODUCTO

Breve perfil de la empresa y del producto a exportar¹

OK COFFEE es una empresa 100% colombiana dedicada a la producción y comercialización de bebidas Gourmets, aromatizadas, naturales e instantáneas, en presentaciones novedosas, practicas y versátiles, dirigidas a mercados exigentes dentro del territorio nacional e internacional, apoyados en un equipo humano eficaz, y comprometidos con el fin de generar una nueva cultura en la forma de preparar bebidas, y crear una imagen propia que sea reconocida como el sello de calidad de la industria colombiana, tomando como filosofía "lo mejor de Colombia para el mundo"

En cuanto a su visión se ve en el 2010 como una empresa reconocida en el mercado nacional e internacional y como la empresa líder colombiana en la producción y comercialización de bebidas Gourmet, a través de una gama de productos con alto valor agregado que satisfagan el gusto de los exigentes clientes

Utilizando dos de los pilares de nuestra economía, como son el café y la caña panelera, se ha escogido un producto innovador que une la panela pulverizada y deshidratada con café soluble, al cual se le agrega extractos de sabores tales como canela, vainilla, limón, brandy, amareto, anís, y el tradicional sabor del café original. Todo esto está concentrado en un cubo de excelente calidad de exportación, natural y sin alcohol, que por su forma de preparación novedosa, contribuye a aumentar el consumo del café colombiano.

En el país, el café no sólo representa el principal producto de exportación y, sin duda, el que genera más empleo en el campo. Es el símbolo de una nación deseosa de ofrecer y mostrar al mundo lo mejor de su agroindustria a través del sabor y aroma.

Nuestro producto es lo que podríamos llamar un café TRIDIMENSIONAL. Tradicionalmente estábamos acostumbrados a ver el café soluble en frascos o bolsas que nos permiten adicionar el café a la taza. Posteriormente y dependiendo de los hábitos debíamos adicionar el azúcar y si se quería con sabor debemos adicionar el saborizante; por lo tanto, nuestra gama de productos se compondrá de una extensa bandeja con diversos utensilios para preparar un delicioso café. El café tridimensional incluye todos los servicios en uno solo, un CUBO contiene todo lo que se necesita para preparar un buen café, recurriendo únicamente a una taza de agua o leche caliente, adicionar el CUBO espera solo un instante y degustar un café alimenticio, aromatizado y natural.

Ubicación de la Empresa

La empresa se encuentra estratégicamente ubicada dentro de la zona franca de Cartagena de Indias Colombia, lo que le da una posición privilegiada con respecto a otras del sector. Gracias al régimen que la cubre, OK COFFEE posee exenciones impositivas considerables tales como la exoneración del pago de IVA de las materias primas que compra en el mercado nacional así como la exportación del producto terminado. Igualmente la disminución del 50% del pago del impuesto a la renta y la desaparición de la mayoría de los trámites documentarios para realizar sus exportaciones entre otros.

Potencial del mercado objetivo

Dinamarca se considera como un mercado objetivo, porque en los últimos diez años, el mercado ha presentado además un acusado perfil de crecimiento (que es muy importante y marca la diferencia), una firmeza que no parece dar signos de agotamiento a corto plazo.

¹ www.okcoffee.com.co

Su potencial radica en que Dinamarca ocupa el tercer lugar en consumo de café per capita sobrepasada solamente por Suecia y Finlandia, por lo que nuestro producto tendría gran acogida. El café se puede encontrar en el 98% de todas las casas danesas, así que COFFEE OK sería una forma innovadora de consumo de café, pues la presentación en cubos, le da la característica de tomar CAFE fresco, de manera rápida.

Adicionalmente, los países nórdicos registran el mayor consumo de café por habitante, con cerca de 10 kg al año, lo que nos da la seguridad de tener una gran demanda.

En promedio, Los daneses consumen 4 tazas de café por día o 240 litros de café anualmente. Sobre una base anual compras de cada danés aproximadamente 6.5 kilogramos de café que ascienden a un total de 3.5 mil millones DKK (Coronas Danesas) para la población entera. El café se puede encontrar en el 98% de todas las casas danesas. 85% de todos los daneses sobre la edad de 30 años toman café, mientras que el 50% bajo la edad de 30 consumen esta bebida.

Distribución de la Población y descripción de mercado objetivo (Consumidor Final)

Distribución por edad y por sexo

EDADES	MUJERES	HOMBRES
0-19 años	639,5	673,2
20 - 64 años	1.625,30	1.655,40
más de 64 años	462,9	341,8
Total	2.727,70	2.670,40

Riesgo del País

Dinamarca es un país estable y económicamente, encontrándose dentro de los países más desarrollados y con mayor renta per cápita del mundo. Por este motivo, la calificación de riesgo OCDE la coloca en el nivel 0. Es uno de los países comunitarios que presenta los mejores indicadores económicos de convergencia; es uno de los países de la OCDE que ofrece mayor confianza a los hombres de negocios.

Facilidades o restricciones del gobierno nacional (país de origen)

Se puede tomar como una restricción, pero las medidas que se toman en cuanto a la calidad del café que se destina a exportación, no es más que una forma de mantener la imagen que se ha logrado construir de nuestro producto en el extranjero.

Los apoyos del Gobierno están temporales y localizados y se ejecutan a través de:

- a. incentivos directos a la actividad cafetera
- b. apoyo a programas de mejoramiento de la competitividad del café
- c. programas de acceso al crédito
- d. ajustes institucionales y del marco legal vigente
- e. programas de reconversión y desarrollo social.

El Gobierno continuará cofinanciando la asistencia técnica y la investigación científica, en cuanto al cultivo del café se refiere. En particular, buscará recursos para el desarrollo de los genomas del café y la broca. Los estudios serán adelantados por Cenicafe en conjunto con las universidades de Maryland y Cornell de los Estados Unidos.

Para garantizar el acceso a crédito, se dará continuidad a los procesos de refinanciación de la cartera con Bancafé, así como al Programa nacional de reactivación agropecuaria (PRAN).

Para apoyar el proceso de reconversión de la caficultura colombiana, se buscarán recursos con la banca multilateral como parte de un crédito para el desarrollo rural.

La garantía de compra, la provisión de bienes públicos y la estabilización del ingreso seguirán siendo los principales objetivos de la institucionalidad cafetera. Se impulsará la separación contable de las funciones del Fondo Nacional del Café (FNC), de las funciones comerciales, las relacionadas con la provisión de bienes públicos y las de estabilización del ingreso. Cada una tendrá recursos autónomos. Una vez se avance en dicha separación, se revisará el contrato de administración del FNC entre el Gobierno Nacional y la Federación Nacional de Cafeteros.

Para garantizar que la inversión pública llegue en igualdad de condiciones a las zonas cafeteras, el Gobierno Nacional buscará un equilibrio para la asignación regional de los recursos y respaldará la gestión de la Federación Nacional de Cafeteros en el ámbito internacional para la defensa de la calidad y el precio del café colombiano.

Por lo cual, podemos concluir, que el gobierno esta participando activamente en incentivar el proceso de exportación del café colombiano, pues todas estas medidas tienden a beneficiar al productor que tiene como objetivo internacionalizar el producto.

Barreras de entrada del café a Dinamarca²

Barreras Arancelarias

La Aduana danesa depende del Ministerio de Impuestos (*Skatteministeriet*). Salvo muy escasas excepciones, las mercancías procedentes de países de la OCDE no están sometidas a licencia o certificado de importación, pero Colombia no se encuentra en este grupo, por lo cual los productos agrícolas (como el café), requieren licencia de importación y/o están sometidos a restricciones cuantitativas. Corresponde a la Dirección General de Industria y Comercio (*Erhvervsfremmestyrelsen*) del Ministerio de Economía, Industria, Comercio y de Cooperación Nórdica, la concesión eventual de la correspondiente autorización de importación.

Arancel: Como miembro del EU, Dinamarca sigue las reglas y las regulaciones y aplica el arancel aduanero común del EU el sistema generalizado de la preferencia (GSP) o regímenes de la suspensión de la tarifa. El GSP para la lucha contra el narcótico, permite que algunos productos agrícolas (como el café) exportados por los países en vías de desarrollo tengan acceso al mercado comunitario con la exención total o parcial de impuestos. Las ventajas de GSP se han concedido a los 5 países andinos (entre los cuales esta Colombia).

Colombia es beneficiario de las preferencias arancelarias otorgadas por la Unión Europea, como estímulo especial al desarrollo sostenible, más conocido como Régimen "SGP PLUS". El nuevo régimen de preferencias arancelarias incluye 6.600 productos diferentes, 4.037 sensibles y 2.563 no sensibles, si son de origen colombiano, todos con arancel cero entre los que se encuentra el café.³

Las exportaciones de Colombia no serán graduadas, es decir, no les podrá ser retirado el beneficio arancelario del "SGP PLUS", en los próximos 10 años por volumen de exportaciones, ya que la nueva fórmula que se aplicará para excluir de las preferencias a países altamente competitivos, señala una participación del 15% en las importaciones totales de la UE incluidas en el SGP por secciones del Sistema

² www.dipp.eu

³ www.proexport.com.co - vinculo "acceso al mercado del Reino Unido"

Armonizado. Este porcentaje sólo lo cumplen países con muy altas exportaciones como China, India y Tailandia, entre otros.⁴

En segundo lugar, y a partir de 2006, se harán exigibles las normas de higiene para alimentos y piensos, que en la práctica significa que todas las empresas de alimentos y piensos deben contar con sistemas HACCP. Para cumplir con los más altos y rigurosos estándares internacionales, actualmente OKCOFFE está certificado en HACCP, en KOSHER y en ISO 9000-2001.

Barreras Monetarias

Todos los productos a la venta en la UE están sometidos al Impuesto del Valor Añadido (IVA). Por lo general, las tarifas correspondientes a productos de primera necesidad son bajas y altas para los artículos de lujo. Aunque el propósito original era la armonización de los impuestos, existen todavía considerables diferencias entre los diferentes países en este respecto. Sin embargo, la armonización de las tarifas se mantiene en la agenda, por lo que este objetivo quizás pueda ser realizado a largo plazo.

Impuesto sobre el valor añadido (IVA): El impuesto sobre el valor añadido (IVA) se impone en prácticamente todos los productos en Dinamarca, tanto importados como domésticos. El impuesto sobre el valor añadido danés constituye 25 por ciento (2006) y está entre las tarifas más altas dentro del Unión Europea. El 25% del IVA se imponen en todas las ventas, sin importar el tipo del producto, el país de origen etc. Los territorios de Groenlandia y de las islas de Faroe se excluyen del territorio danés del IVA.⁵

Barreras no arancelarias

Control de divisas: los pagos a terceros países pueden efectuarse en cualquier divisa o en coronas danesa. No hay control de cambios en las operaciones de moneda extranjera. En la agricultura, el grueso de las barreras no arancelarias, BNA, se aplica en el marco de la política agrícola común, PAC, que afecta a casi el 75% del valor de las importaciones agrícolas de la UE. Se utilizan los gravámenes y los derechos variables, los precios de referencia (cuyo incumplimiento puede ocasionar la imposición de derechos compensatorios), las licencias y las restricciones voluntarias de las exportaciones.

Disposiciones antidumping: las medidas antidumping y compensatorias, así como las de salvaguardia, se aplican en varios sectores. La Comisión de la Comunidad Europea investiga los casos de importaciones subvencionadas y de dumping.

Las medidas de salvaguardia pueden ser de diversos tipos. En la práctica, las instituciones comunitarias suelen reducir a acuerdos de restricción voluntaria en las exportaciones. El comercio afectado por medidas antidumping y de salvaguardia ha registrado un notorio aumento.

Disposiciones sanitarias y fitosanitarias: certificado sanitario se exige para las importaciones de vegetales, plantas y sus partes, Las plantas y sus partes, frutas frescas, etc., pueden ser importadas sólo si se certifica la inspección oficial por parte del servicio fitopatológico en el país de origen, con el fin de dejar constancia de que no hay plagas ni contaminación.

⁴ Diario Oficial de la Unión Europea L 169/1, Reglamento (CE) No.980/2005, relativo a la aplicación de un Sistema de Preferencias Arancelarias Generalizadas.

⁵ Fuentes: Exporting to the European Union, August 1999, Centre for the Promotion of Imports from developing countries, CBI. Trade Policy and Agreements. Helpdesk. Tomado 22/12/05

Cupos de importaciones Actualmente: no hay contingentes en el café importado a Dinamarca de los países del programa de Danida (The Danish International Development Assistance). Sin embargo, al igual que el caso referente a tarifas del arancel, pero las regulaciones del cupo de importaciones pueden cambiar.

Documentos de importación:

- Factura comercial: se requiere factura en duplicado.
- Certificado de origen: usualmente no es solicitado. Sin embargo, si es exigido por el importador o para una carta de crédito, debe ser certificado por una cámara de comercio.
- Conocimiento de embarque: no hay regulaciones específicas.

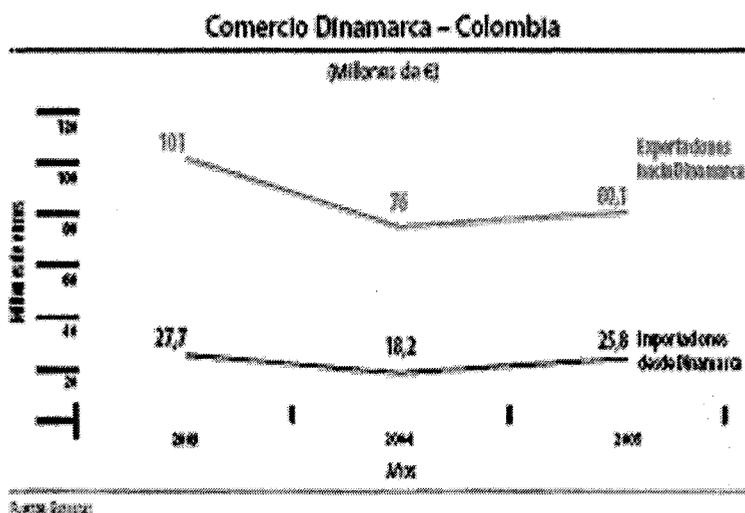
Barreras Comerciales

- Requisitos de empaquetado: El objetivo del empaquetado es cerciorarse de que el producto que se esta importando llegue con seguridad su destino. Entre los requisitos del EU hay límites para la presencia de los metales pesados (plomo, cadmio, mercurio y cromo hexavalente). El empaquetado incluye todos los productos hechos de cualquier material de cualquier naturaleza que se utilizará para la contención, la protección, la dirección, la entrega y la presentación de mercancías, de las materias primas a las mercancías procesadas, del productor al usuario o al consumidor.

- Etiquetado: Todos los comestibles en la unión europea deben adaptarse a las reglas de etiquetado del EU. Con respecto al etiquetado de los productos al exportar el café a Dinamarca, debe siempre ser posible remontar el café de nuevo al productor y al exportador extranjeros de los productos. Como mínimo, las etiquetas deben por lo tanto contener la información sobre el país de origen, fecha, mes, año del empaquetado así como el nombre del productor y exportador del café.

Comercio Bilateral de Colombia con Dinamarca (Productos, Cantidades)⁶

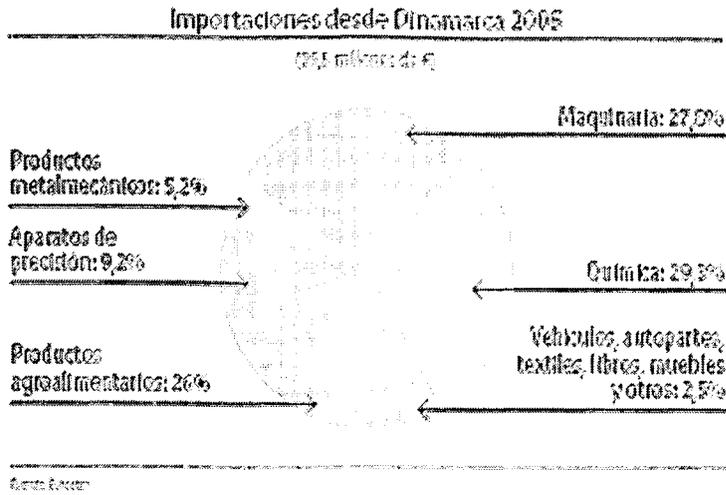
El comercio entre Dinamarca y Colombia cayó en cerca del 17%, a raíz de un declive del 20% en las exportaciones de bienes colombianos, que pasaron de 101 millones de € en 2003 a 80,1 millones de € en 2005, junto con un crecimiento en las importaciones de bienes daneses entre 2004 y 2005, que pasaron de 18,2 millones de € a 25,8 millones de €.



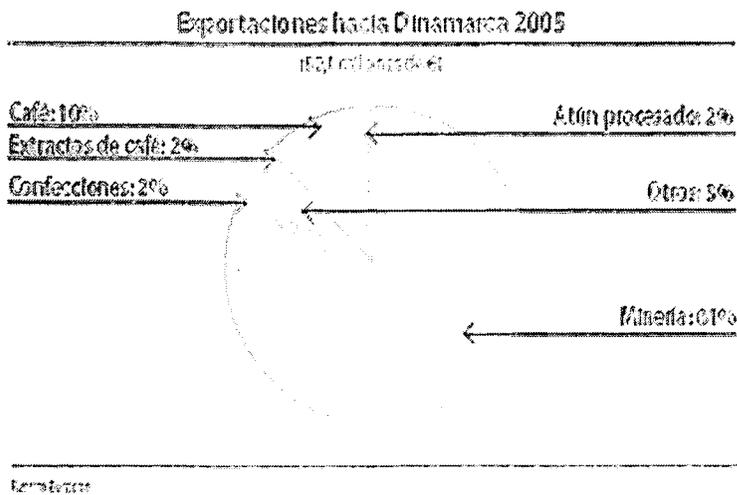
Dinamarca exporta a Colombia productos químicos por 5,6 millones de € (US\$ 6,9 millones) equivalentes al 25%, maquinaria por 5,2 millones de € (US\$ 6,4 millones) sumando el 23% del total y productos

⁶ <http://www.delcol.cec.eu.int/es/RELCOMCOLUE06.pdf>

agroalimentarios por 4,9 millones de € (US\$ 6,1 millones) lo que representa el 22%. Dentro de este último los cereales ocupan la mayor proporción.



Las exportaciones colombianas se concentran en productos de minería, sobre todo carbón de alto contenido calorífico por valor de 64,3 millones de € (US\$ 79,7 millones) equivalentes al 81%. En segundo lugar se encuentra el café con ventas por 8,3 millones de € (US\$ 10,4 millones) equivalentes al 10% del total. Tablas comercio Colombia- Union Europea. Anexo No. 7



Según el primer y segundo cuadro anexo, las importaciones realizadas en Dinamarca desde el resto del mundo en los que se refiere a la partida arancelaria 0901.90.90.00, que contiene los sucedáneos del café, nos muestran que solo en el 2007, Dinamarca importó desde Colombia un no tan representativo valor en Euros en este producto, € 99000. No obstante si viene importando en esta partida desde 2003 de países como Noruega, Malasia y Costa Rica.

Con lo anterior podemos ver que hasta el momento no existe ninguna competencia apreciable desde Colombia, que haya conquistado el mercado Danés con esta presentación o tipo de producto.

Del mismo modo, hay que destacar que el mercado de Dinamarca conoce muy bien, la calidad y buen sabor que posee el café colombiano, debido a que desde el año 2005, según tablas anexo 4. Compañías como la FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA, SKN CARIBECAFÉ LTDA, EXPOCAFE, C.I. COMPAÑÍA CAFETERA AGRICOLA DE SANTANDER SA. Entre otros. Han venido exportando el café tostado según los años registrados de las exportaciones de Colombia hacia Dinamarca.

De igual manera según datos de Mercosur online, indican que el tercer producto que se exporta desde Colombia hacia Dinamarca después de ACEITES CRUDOS DE PETROLEO O DE MINERAL BITUMINOSO y HULLA BITUMINOSA, es el Café. Entre los años 2003 y 2007. Colombia exporto su café en cerca de 22%, estando siempre ubicado entre el tercer y cuarto puesto del total de las exportaciones hacia ese país.

Desde 2004 Colombia se ha ubicado en el cuarto entre los países del mundo que Dinamarca utiliza como proveedor del total del café que consumen, después de Suecia, Brasil y Alemania. Ver ANEXO 7. DINAMARCA IMPORTACIONES DE CAFÉ DESDE SUS PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES.

Por otro lado vemos que aunque Dinamarca no está ubicado como uno de los principales socios comerciales de Colombia para la exportación de café. Es importante resaltar que al exportar hacia ese destino estaríamos diversificando riesgos en tanto y cuanto sigan perdurando la crisis de nuestros principales socios comerciales. por un lado la hipotecaria y financiera de Estados Unidos y por el otro la no muy buenas relaciones político comerciales con nuestro país hermano Venezuela. Ver cuadro anexo # 8 principales socios comerciales para las exportaciones de café colombiano.

Competencia

Competencia de otros producto o sustitutos

El café, en Dinamarca es una bebida nacional reemplazada solamente por la leche. Una casa danesa gasta en el promedio 524 DKK en el café anualmente, mientras que pasa 872 DKK en la leche, pues este es el producto con el que reemplazan el café.

Por otra parte, cuando pasamos a estudiar la competencia, encontramos que los gastos se reparten de la siguiente manera, si estudiamos los gastos promedios anuales: 473 DKK en las bebidas no alcohólicas, 870 DKK en el vino y 484 en la cerveza. Sin embargo, medido según cantidad el danés medio consume en su mayoría leche y café.

Tasa de cambio de la corona Danesa

- 1 EUR = 7,455 DKK
- 1 Corona Danesa = 0.134 euros

La corona danesa tiene una paridad central frente al euro de 7,46038 con una banda de fluctuación del +/- 2,25%.

El tipo de cambio de la corona danesa con el Euro se mantiene en torno a las 7,45 coronas por euro, con unas ligeras bandas de fluctuación del 2%. El Banco Central danés actúa en función de las decisiones del Banco Central Europeo, siguiendo sus actuaciones de política monetaria, por lo que el cambio entre ambas monedas permanece estable.

Pese al rechazo que los daneses manifestaron en referéndum (en dos ocasiones; el 92 y en el 2000) sobre su incorporación al euro, el Gobierno actual (liberal) ve con simpatía la entrada en el euro, aunque a corto/medio plazo no se prevea la convocatoria de un nuevo referéndum.

Competencia Directa:

Competencia en el país de destino

Empresa; MERRILD A/S, es una empresa constituida desde el 1964, Son fuertes mayorista en Dinamarca. es uno de los principales proveedores en el total de Dinamarca, una de cada tres tazas de café que se toman los daneses es de esta marca.⁷

Ofrece una gran cantidad de variedades de café, principalmente su estrategia de distribución está encaminada hacia la venta del servicios completo que incluye además de la bebida, toda la maquinaria requerida para la realización de un buen café, (Café, accesorios, maquinaria y servicio) especialmente para las instituciones, empresas u organizaciones.

El origen de su café en su mayoría, es el Arabica-frijol, que es suave y aromático, proceden de América Central y del Sur. Robusta frijoles, con su fuerte sabor fuerte y proviene de África y Asia; fabrican su café con la mezcla de frijoles de diferentes países proveedores.

El café soluble en sobre sin azúcar, en agua caliente y agua fría, es el sustituto directo para OKCOFFE. Su sabores son el Cappuccino instantáneo, Café choco sobre, Continental oro descafeinado sobre. Son de sabores suaves y redondos y más oscuros de lo normal.

Empresa: Nestle posee una gama de productos presentado en capsulas llamado Nespresso donde ofrece 12 gama de sabores. Los países productores que suministran el café son: Brasil, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Togo, Kenia y Etiopía. Este producto es súper elite y OKCOFFEE le competiría además de la calidad, con el precio. Debido a que el precio de este producto duplica, el de l cubo de okcoffe. Al este ser un producto costoso y accesible exclusivamente por pedidos, tiene menor acercamiento para el ciudadano común.

Además de café, Nespresso posee en su estrategia de distribución principalmente las maquinas para hacer café. Los siguientes son los productos en presentación de capsula de Nespresso, todos sin azúcar y saborizados muy distinta a nuestras presentaciones.

Vivalto

Vivalto es un Lungo intenso que combina una bella nota tostada y una sutil nota floral. Su crema destaca por su suavidad. Está igualmente delicioso preparado con leche.

Finezzo

Muy equilibrado, Finezzo es una suave mezcla de un carácter afrutado que deja percibir un cuerpo ligero. Su carácter es reforzado por una fina nota de acidez.

Arpeggio

Arpeggio es la combinación mediterránea por excelencia, presenta un carácter fuerte y un cuerpo intenso que persiste en el paladar. Su crema espesa y untuosa está presente hasta en el último sorbo.

⁷ WWW.Kompass.com

Ristretto

Ristretto es el espresso italiano típico. Es un espresso corto, que se caracteriza por un toque de acidez, con un cuerpo fuerte e intenso acompañado de una persistencia en el paladar agradable y duradera.

Decaffeinato Lungo

Decaffeinato Lungo presenta un cuerpo untuoso y una bella armonía en el paladar. Su tueste intenso revela sabrosas notas tostadas.

Roma

Gracias a su suavidad y a sus notas de madera, Roma es el café ideal para prepararse en una taza pequeña sin obtener un espresso muy fuerte.

Volluto

Su tueste delicado revela un cuerpo sutil pero contundente, notas suaves que recuerdan los cereales, y una nota equilibrada y fresca. El carácter de Volluto es reforzado por una pizca de acidez.

Cosi

Cosi es una mezcla muy típica para los amantes del espresso a los que les gusta percibir la sutileza de una crema suave y untuosa y que aprecian la acidez refrescante de la nota cítrica.

Decaffeinato

Es la mezcla descafeinada más ligera, ofrece un equilibrio rico y delicado, mezcla de suavidad y acidez. La crema del Decaffeinato se distingue por su color marrón claro y una textura uniforme en el paladar.

Livanto

Mezcla muy equilibrada, Livanto se caracteriza por su aroma denso y aterciopelado. Ofrece una armonía única.

Decaffeinato Intenso

Su sabor intenso y rico presenta una acidez escasa y convierte a este café descafeinado en un verdadero espresso, con toda su fuerza.

Canales de distribución

A los efectos comerciales de la exportación y de la distribución de productos, existen dos grandes zonas en Dinamarca: la zona metropolitana de Copenhague y el resto de la isla de Selandia, y la península de Jutlandia y la isla de Fionia, cuyo centro neurálgico es la ciudad de Aarhus. Conviene, antes de iniciar cualquier actividad exportadora, realizar un estudio previo de mercado que tenga en cuenta esta dicotomía.

Copenhague se está convirtiendo en uno de los más relevantes centros financieros y comerciales. Los métodos de distribución varían dependiendo del producto. Los bienes de consumo son vendidos directamente por importadores, mayoristas y detallistas. Los bienes industriales se comercializan por intermedio de agentes. Las mercancías, en general, son distribuidas a través de productos, agentes, representantes mayoristas, etc., o bien por venta directa a almacenes por departamento, detallistas u organizaciones de compra. Las compras de alimentos generalmente son efectuadas por organizaciones de compra.

En los últimos años las empresas han crecido, se han especializado y fusionado, tanto a nivel mayorista como minorista. Han entrado nuevos actores en el mercado con nuevos productos y marcas, destacando especialmente las cadenas internacionales de descuento. Las cadenas minoristas se han integrado verticalmente para formar grupos de compra transnacionales, aumentando así su poder negociador para hacer frente a los nuevos y grandes competidores.

La distribución alimentaria en Dinamarca se puede estructurar en los siguientes grupos: el sector independiente, liderado por los mayoristas Edeka y SuperGros, Coop, Dansk Supermarked, Aldi Marked y Lidl (Hard Discount), y otros mayoristas del sector HORECA (Metro, etc.).

El sector independiente: mayoristas, minoristas y cadenas

Las cadenas del sector independiente se caracterizan por su vinculación a los dos mayoristas del mercado, que son Edeka Danmark y Dagrofa/Supergros. A parte de estos dos grupos sólo quedan algunas pequeñas cadenas y tiendas, cuyo número decrece paulatinamente.

El sector de supermercados independientes se caracteriza por ser muy variado y con distintas formas de propiedad. Actualmente hay 1.380 tiendas independientes en Dinamarca, que representan un 29,3% del mercado. La mayoría son pequeños supermercados propiedad del tendero, además de las tiendas y cadenas propiedad de los ya mencionados Dagrofa/Supergros.

EDEKA DANMARK

Edeka es uno de los mayores actores del sector de la alimentación en Dinamarca, Tiene capacidad para suministrar efectivamente más de 10.000 artículos a todas las cadenas asociadas. Tipo de empresa: Central de compras /mayorista. Cuota de mercado 2005: 3,9%. Cifra de ventas 2005: aprox. 485 millones de Euros (3.600 mill. Dkk)

Nº de cadenas de supermercados: 6

Nº de tiendas: 274

Cadenas asociadas: Aktiv Super

Nº de tiendas: 43

Cobertura geográfica: Jutlandia, Fionia, Langeland

- Edeka Merko

Merko reúne un gran número de pequeños supermercados y tiendas.

Nº de tiendas: 87

Cobertura geográfica: nacional

- Edeka Focus

Focus es la cadena para tiendas de proximidad, con una selección de productos bien definida y una buena posición en el mercado.

Nº de tiendas: 97

Cobertura geográfica: nacional

- Edeka Coma

COMA es una cadena para comercios independientes que intentan competir con las tiendas de descuento. Se trata de tiendas muy dinámicas, con una variedad limitada de productos.

Nº de tiendas: 10

Cobertura geográfica: Selandia

- Edeka Complet (quioscos)

Complet es un concepto para propietarios de quioscos privados que desean combinar los productos típicos de este tipo de establecimientos con productos diarios de Edeka.

Nº de tiendas: 39

Cobertura geográfica: nacional

Además de todas las cadenas mencionadas anteriormente, Edeka cuenta con aproximadamente 34 tiendas detallistas y otros 3 supermercados como clientes.

- Rema 1000

Tipo de empresa: Cadena de supermercados (tiendas de descuento)

Cuota de mercado 2005: 3,2%

Nº de tiendas: 131

Cobertura geográfica: nacional

DAGROFA A/S

Dagrofa es el grupo mayorista de artículos de consumo más importante de Dinamarca, que provee a grandes y pequeños supermercados, tiendas de descuento, quioscos, tiendas de fast food, restaurantes, etc. a través de Supergros a/s.

- Iso supermarked a/s

La cadena ISO, de supermercados de gama alta, es propiedad de Dagrofa. Se trata de comercios situados en zonas céntricas, con un amplio surtido de productos, y con una gran variedad de productos delicatessen, ecológicos, de marca, etc.

Nº de tiendas: 12 supermercados

Cobertura geográfica: Copenhague

- Dreisler storkøb

Dreisler es una cadena de supermercados y almacenes de bajo precio, también propiedad de Dagrofa a/s. productos de consumo, carnicería y verduras, y un número aceptable de artículos de non-food.

Nº de tiendas: 9 supermercados e hipermercados

Cobertura geográfica: Norte y centro de Jutlandia

- Dagrofa s-engros

Dagrofa S-Engros es la mayor cadena de Cash & Carry de Dinamarca. Entre sus clientes cuenta con quioscos y comercios, bares, discotecas, tabernas, pizzerías, cafés, restaurantes, etc.

Nº de tiendas: 28

Cobertura geográfica: nacional

- Sùgro danmark a/s

Sùgro es propiedad de Dagrofa a/s (50%) y 7 mayoristas (50%) que cubren todo el país.

Los clientes de Sùgro son quioscos, tiendas de servicio, comercios, panaderías, estancos, cantinas, pabellones de deportes, etc. Los productos que comercializa son artículos de confitería y dulces, snacks, bebidas alcohólicas, vino, tabaco, y similares.

Nº de tiendas: 280 tiendas asociadas

SUPERGROS

La distribución a todos los puntos de Dinamarca se realiza desde las cinco terminales que la empresa tiene el país: dos en la zona Oeste (Veje y Herning) y tres en el Este (dos en Ringsted y otro en Brøndby).

Tipo de empresa: Mayorista

Cuota de mercado 2005: 20,6%

Nº de cadenas clientes: 11

Nº de tiendas: 881

Cadenas del grupo:

- Fog fødevarer a/s

Énfasis en los productos frescos.

Nº de tiendas: 12 supermercados

Cobertura geográfica: región de Storstrøm

JACO GRUPPEN HOLDING A/S

El grupo Jaco está formado por Jacodan A/S, Jaco Supermarkeder A/S, Alta Discount A/S y CBJ Ejendomsselskab Aps. Tiene las cadenas de supermercados Jaco/SuperBest, Super Alta y Alta, que se encuentran en Jutlandia y Fionia, siendo Jacodan A/S el mayorista para Alta y Super Alta, entre otros.

Tipo de empresa: Mayorista propietaria de supermercados

Cifra de ventas 2005: aprox. 192 millones de Euros (1.430 mill. Dkk)

Cuota de mercado 2005: 1%

Nº de cadenas: 3

Nº de tiendas: 4 supermercados y 53 tiendas de descuento

Cobertura geográfica: Jutlandia y Fionia

- ABC LAVPRIS

La empresa tiene almacén propio en Skjern.

Tipo de empresa: Cadena de supermercados

Cuota de mercado 2005: 0,5%

Nº de tiendas: 10

Cobertura geográfica: Jutlandia

- LØVBJERG

Tipo de empresa: Cadena de supermercados

Cuota de mercado 2005: 0,8%

Nº de tiendas: 10

Cobertura geográfica: Jutlandia y Fionia

COOP DANMARK

Coop posee la red de cadenas más extensa del país y, al tener establecimientos de todos los perfiles (desde tiendas de descuento hasta tiendas de alto nivel), tiene la capacidad potencial de llegar al máximo número de consumidores daneses.

Tipo de empresa: Cooperativa

Cifra de ventas 2005: aprox. 4.477 millones de Euros (33.400 mill. Dkk)

Cuota de mercado 2005: 36,3%

Nº de cadenas: 7

Nº de tiendas: 1.163

Cadenas:

- IRMA A/S

Nº de tiendas: 68 supermercados

Cobertura geográfica: región de Copenhague (Irma CITY) y Selandia

- FAKTA A/S

El surtido de artículos de sus supermercados es bastante limitado, compuesto por unas 1.350 referencias de productos domésticos básicos, y otras 3.500 suplementarias.

Nº de tiendas: 319 tiendas de descuento

Cobertura geográfica: nación.

Requerimientos documentarios de la Unión Europea para las importaciones de sucedáneos del café

Clasificación (nomenclador).

Según el diario oficial de la Unión Europea, publicado el 31 de diciembre de 2007 y puesto en vigencia a partir de 1 enero de 2008, en adelante

Código NC	Designación de la mercancía	Tipo del derecho Convencional (%)
0901	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción: - Café sin tostar:	
0901 11 00	Sin descafeinar.....	Exención
0901 12 00	Descafeinado	8.3
	- Café tostado:	
0901 21 00	Sin descafeinar	7.5
0901 22 00	Descafeinado.....	9
0901 90 -	los demás:	
0901 90 10	Cáscara y cascarilla de café	Exención

REGLAMENTO (CE) No 1214/2007 DE LA COMISIÓN de 20 de septiembre de 2007 por el que se modifica el anexo I del Reglamento (CEE) no 2658/87 del Consejo relativo a la nomenclatura arancelaria y estadística y al arancel aduanero común
Diario Oficial de la Unión Europea 31.10.2007

Requerimientos generales y específicos:

Country : Colombia
Date : 2008
Provider : mendel verlag 2008
#: Overview of import procedures
#: General requirements :
o Customs Import Declaration
o Declaration of Dutiable Value
o Commercial Invoice
o Pro Forma Invoice
o Packing List
o Certificate of Origin
o Air Waybill
o Bill of Lading

Product code : 0901
Product description : 0901 - coffee, whether or not roasted or decaffeinated; coffee husks and skins; coffee substitutes containing coffee in any proportion
o Specific requirements :
o Import Registration
o Sanitary Registration of Foodstuffs
o Phytosanitary Import Permit
o Phytosanitary Certificate
o Certificate of Analysis

Documentos y formalidades.

La factura Pro-forma será suficiente elemento para la apertura de la carta de crédito o medio de pago acordado. En muchos casos, puede requerirse la firma de un contrato que seguramente incluirá alguna cláusula que penalice la falta de cumplimiento de las entregas o las condiciones defectuosas de los productos.

Logística de Exportación

Agente de compra controlado por el país

Este tipo de agente es un comprador oficial de un gobierno extranjero, que trata de adquirir determinados bienes para su país.

Algunos de los nombres de los agentes comerciales de Dinamarca mas reconocidos son: EBERHARDT AGENCIES & SHIPPING APS, BEB Furniture Style, Niels Ancher Andersen, Vagn Jensen Agentur

- o Como parte de nuestra estrategia de distribución, vamos a trabajar en conjunto con un agente que es la compañía de administración de exportaciones; ya que como nuestra empresa apenas va a ingresar al mercado de Dinamarca, esta es una opción viable para nuestra situación que es una de las primeras exploraciones al lanzarnos al negocio de exportación y sobre todo que estas empresas entienden las culturas extranjeras a las cuales adecuan sus políticas, logística y cuestiones impositivas y legales.
- o La exportación se hará directamente a un distribuidor en Copenhague llamado. Codina Export S.L. , el cual por su experiencia en la distribución de alimentos en algunos países Europeos como España y Dinamarca en este caso, se encarga de distribuir nuestro producto a grandes cliente Daneses entre los que se encuentran: Dagrofa/Supergros y Edeka Danmark, y sus filiales, que son la Cadena de Distribución más grande, y de mayor importancia que se encuentran en Dinamarca

UNIDAD DE VENTA (cm)	UNIDAD DE VENTA (grams)	CAJA (cm)	PALLET
Alto: 3 cm	Peso neto: 103,2 GRS	Altura: 16,5	Unidades/caja: 56
Ancho: 8,5 cm	Peso bruto: 105 GRS	Ancho: 48	Base/pallet :10 cajas
Profundo: 6 cm		Profundo: 19,5	Altura/pallet: 6 cajas
		Total peso bruto: 5779,2 grs	Cajas/pallet: 60
			Unidades/ pallet 3360
			Altura: 1,20
			Peso: 401 kgs

PRECIOS

Precios por cubos en presentación Beepack x 12, 18 y vinilo x 36 cubos

Precio por Cubo FOB 1 x 1 Pallet 40,320 cubos.	Precio por Cubo FOB 1 x 20" 806,400 cubos.
US\$ 0,1420	US\$ 0,1320

Reporte de Ruta Marítima

País Origen: COLOMBIA País Destino: DINAMARCA

Punto Embarque: CARTAGENA Punto Desembarque: COPENHAGUE

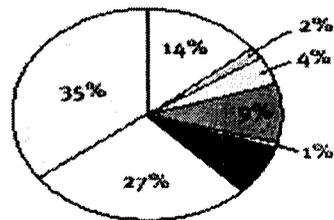
**Línea Marítima : ZIM CONTAINER SERVICE - Agente Comercial:
TRANSMARES LTDA.**

Punto de embarque	Punto de desembarque	Conexiones	Denominación comercial	Tipo	Frecuencias (Días)	Tiempo de tránsito (días)	Tipo de Carga	Observaciones
CARTAGENA	COPENHAGUE			IN	9	21	Cont. 20', Cont. 40', Cont. 40'R, Cont. 40' HC	

CONVENCIONES

Tipo Denominación Comercial (Conferenciado CF, Consorcio CS, Independiente IN)

Cobertura de los medios de comunicación - Porcentaje de la Población a la cual llegan los medios de comunicación



Folletos publicitarios
 Periódicos
 Periódicos regionales
 TV
 Revistas especializadas
 Revistas
 Radio
 Otros
**Consumo publicitario total
 (en mill. de coronas) 23.668**
Fuente: Estadísticas Dinamarca.

Creemos que los medios de comunicación que formarían parte de la estrategia y mezcla promocional de nuestro producto, sería principalmente la televisión ya que es el medio masivo mas importante y visto en Dinamarca, penetrando a través de comerciales de nuestro producto; también utilizaríamos las emisoras para promocionarlo y pondríamos avisos en alguno de los periódicos de alta circulación como los son Berlingske Tidende, Politikenm, Jyllandsposten, Information, Aktuelt, BT, Ekstra Bladet, Weekendavisen.

Análisis FODA.

Oportunidades:

- ✓ Mercados internacionales en fuerte crecimiento
- ✓ Creciente inserción internacional
- ✓ Bajas barreras de entrada (competencia diversificada)
- ✓ Reconocimiento de nuestra calidad por ser un producto "típico" Colombiano
- ✓ Fácil acceso a la información del mercado
- ✓ Producto de alto valor agregado que adquiere elevada rentabilidad en la comercialización
- ✓ Producto óptimo para la comercialización internacional (la comprobación es la elevada tasa de comercialización, también que no presenta restricciones para-arancelarias como algunos alimentos, medicamentos, etc.).
- ✓ Posibilidad de aumentar valor agregado sin restricciones de capital significativas
- ✓ Auge del café a nivel mundial
- ✓ Tradición y reconocimiento de Colombia en el café.
- ✓ estímulos a la renovación de los cafetales en Colombia
- ✓ incentivos directos a la actividad cafetera por parte del gobierno Colombiano
- ✓ apoyo a programas de mejoramiento de la competitividad del café
- ✓ programas de acceso al crédito
- ✓ Apoyo insuficiente para ferias y exposiciones

Amenazas:

- Conflicto interno
- Una de las principales amenazas para la economía cafetera del país es el envejecimiento de su parque de árboles de café
- Estacionalidad
- Reevaluación del peso colombiano
- Huelgas de camioneros (exigencia que se haga cumplir la tabla de fletes, que según denuncian, no es respetada por las empresas que contratan sus servicios).

Fortalezas:

- ✓ Disponibilidad de recursos humanos de primera línea
- ✓ Reducción de costos de comercialización mediante la selección de un distribuidor en el país de destino.
- ✓ Mano de obra a costos competitivos
- ✓ Conciencia de la necesidad de mejorar constantemente la calidad de la preparación del café para satisfacer las necesidades de la demanda internacional.
- ✓ Excelente diseño local y algunas experiencias exitosas de productos innovadores
- ✓ Flexibilidad en la Producción.
- ✓ Mano obra calificada
- ✓ Capacidad de ampliar nuestra línea de productos
- ✓ Café 100% colombiano.
- ✓ Elaborado con panela 100% orgánica.
- ✓ Presentación innovadora.
- ✓ Variedad de sabores: vainilla, natural, brandy, amaretto, caramelo y canela.
- ✓ Fácil de preparar.
- ✓ 18 meses para consumirlo.
- ✓ Preparaciones calientes.

Debilidades:

- Falta de imagen como marca (empresa nueva)
- Baja capacidad instalada
- Lejanía de los mercados más provisorios (altos costos de transporte)
- Falta de manejo y conocimiento con respecto a los consumidores finales en el lugar de destino.
- necesidad que el agua o la leche se encuentren calientes

Análisis de la situación

Como se aprecia en el FODA, el sector presenta una gran cantidad de oportunidades en el plano internacional, lo que vislumbra un crecimiento augurioso de poder aprovecharlas, partiendo de la calidad del café colombiano, su reconocimiento.

Por otra parte, los productores locales (y la cadena de valor de café colombiano en general), poseen los recursos y la capacidad para elaborar un producto más que competitivo.

Costos totales para la exportación de un contenedor de 20''

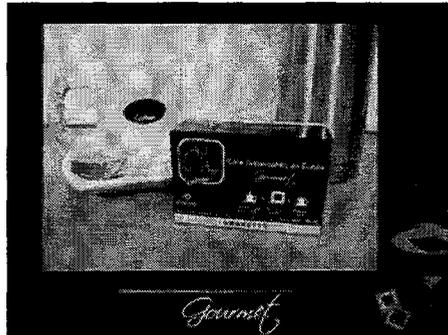
Costos de Producción (CT)		Valor USD
Costos EXW		\$ 31.290
Materia prima y materiales (no contiene IVA)	\$ 18.000	
mano de obra	\$ 7.000	
Gastos de Fabricación	\$ 3.000	
Gastos de Exportación	\$ 2.000	
Gastos de Administración	\$ 890	
OTROS Gastos	\$ 400	
Otros Gastos Registrados		Valor USD
Flete Camión Interno	109 USD	\$ 109

Despachante		Valor USD
Honorarios despachante de aduana	1%/FOB	
SIM		\$ 10
Certificado Origen		\$ 11
gasto de despachante	80.000 pesos/ 2300 USD	\$ 35
Gastos Bancarios y de Despacho para la Exportación		Valor USD
seguro de crédito a la exportación	2%	
comisión bancaria	1,50%	
Seguro Transporte Interno	0,5%/FOB	
Cotización USD	\$ 2.300 pesos	
Impuestos, Beneficios y Utilidades		Valor USD
Utilidad de la operación	30%/FOB	
reintegro de la exportación	No existe	
Derecho de Exportación	No existe	
Impuesto a las Ganancias	15%	
Gastos Sociedad de Intermediación Aduanera		Valor USD
gastos alquiler contenedor	120USD/20FT	\$ 120
toll fee	40USD/20FT	\$ 40
confeccion del B/L	35USD	\$ 35
Gate out		\$ 25
Alquiler de 23 Pallets Usd 3,45 cada pallet		\$ 80

Cálculo del Precio de Exportación OKKCOFFE

	costos	SIM + Gs. Despte.	Cont.+Gs. Port.	Flete interno	Cert. Orig.	B/L	Alquiler de pallet	Insumos importado										
FOB	31.290,00	+	35,00	+	205,00	+	109,37	+	10,93	+	35,00	+	80	+	5000			
=	I	+	0,0150	-	0,005	-	0,01	-	0,020	-	0,035	-	0,03	-	0,30	-	(0,3 x 0,1765)	
			comision Bancaria	%Seguro	%HonD	%seguro de cred a la Exportación	Comisión de vta exterior	Hon prof comercio	%UIG								Coef de acrecenta	
			FOB															
	36.765,3	=	65.412,86															
	0,56205																	

- Después de haber realizado todos los cálculos para la determinación del precio FOB, correspondiente a la exportación de un Contenedor 20' FT Standard (SD), que contiene 806.400 unidades de cubos de café saborizados. Las cuales saldrán desde el puerto Cartagena de Indias Colombia hacia el puerto de Copenhague en Dinamarca. Es el precio FOB con acrecentamiento US \$ 65.412,86 debido a que no sobrepasa lo esperado y todavía estamos muy por debajo del precio de referencia en el mercado u otras cotizaciones que esta alrededor de US \$ 106.444,8. Los que nos daría una ventaja competitiva extraordinaria.



Calculo de comprobación de los ingresos y egresos + utilidad y cálculo de la utilidad bruta y neta de Impuesto a la RENTA.

INGRESOS DE LA EXPORTACION		
Precio FOB		65.412,86
TOTAL DE INGRESOS		65.412,86
EGRESOS DE LA EXPORTACIÓN		
Total de Gastos en UM		36.765,30
Comision bancaria 1,5%		551,47
Seguro de crédito a la expo 2%		735,306
Comisión de vta exterior 3,5%		1286,79
Seguro flete interno 0,5%		183,82
Honorarios prof. De comercio. 3%		1102,96
insumos importados temporales		5000
Honorarios Desp. 1%		367,65
TOTAL DE EGRESOS		45.993,30
EGRESOS + UTILIDAD		
Total de Egresos		45.993,30
Utilidad: 30% s/FOB		19.623,86
TOTAL EGRESOS + UTILIDAD		65.617,15
Utilidad Bruta 30%		19.623,86
Impuesto a las Ganancias 15%	utilidad Bruta x 15%	2943,5787
Utilidad Neta de la Operación		16.680,28

Total gastos administrativos Exportación seis envíos anuales de cubos de café saborizados desde Colombia hacia Dinamarca

Flete Camión Interno	109 USD	\$ 109
----------------------	---------	--------

Despachante		Valor USD
Honorarios despachante de aduana	1%/FOB	654,13
DEX		\$ 10
Certificado Origen		\$ 11
gasto de despachante	80.000 pesos/ 2300 USD.	\$ 35
Gastos Bancarios y de Despacho para la Exportación		Valor USD
seguro de crédito a la exportación	2%	1308,25
comisión bancaria	1,50%	981,19
Seguro Transporte Interno	0,5%/FOB	327,06
Cotización USD	\$ 2.300 pesos	
Comision de venta al exterior	3,5% FOB	2289,45
Honorarios profesional de comercio exterior	3% FOB	1962,39
Gastos Sociedad de Intermediación Aduanera		Valor USD
gastos alquiler contenedor	120USD/20FT	\$ 120
toll fee	40USD/20FT	\$ 40
confeccion del B/L	35USD	\$ 35
Gate out		\$ 25
Alquiler de 23 Pallets Usd 3,45 cada pallet		\$ 80
Total gastos adm expo mes		\$ 7.987
Total gastos adm expo anual (\$3.736 x 6)		\$ 47.925

CASH FLOW 2009-2013

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	392.477,16	457.890,02	588.715,74	654.128,60	784.954,32
Costos de producción	187.740,00	297.628,51	382.665,23	425.183,59	510.220,31
Adecuación Oficina	4.500,00	450,00	4.600,00	700,00	1.200,00
Salarios	35.000,00	37.800,00	40.824,00	44.089,92	47.617,11
Seguridad Social	3.150,00	3.402,00	3.674,16	3.968,09	4.285,54
Alquiler	24.000,00	25.920,00	8.400,00	9.072,00	9.797,76
Luz y agua	6.000,00	6.480,00	6.998,40	7.558,27	8.162,93
promocion y publicidad	15.600,00	9.672,00	5.996,64	3.717,92	2.305,11
Sistema informático	5.000,00	-	6.500,00	-	7.000,00
gastos administracion exportación	47.925,00	52.238,25	56.939,69	62.064,26	67.650,05
Gastos financieros (i=18%)	9.000,00	6.000,00	3.000,00	-	-
Otros gastos	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Amortizaciones (50.000 en 3 años)	16.666,67	16.666,67	16.666,67	-	-
TOTAL GASTOS	355.581,67	457.257,43	537.264,79	557.354,06	659.238,81
RESULTADO	36.895,49	632,59	51.450,95	96.774,54	125.715,51
Impuesto	-	94,89	7.717,64	14.516,18	18.857,33
FLUJO DE CAJA	36.895,49	537,70	43.733,31	82.258,36	106.858,18
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	36.895,49	37.433,20	81.166,50	163.424,86	270.283,05
PRESUPUESTO DE TESORERIA					
Tesorería saldos	-	53.647,78	25.385,87	44.401,03	75.762,71
Cobros	353.229,44	434.995,52	559.279,95	588.715,74	706.458,89
Capital	15.000,00	-	-	-	-
Prestamos Bancarios	50.000,00	-	-	-	-
Total entradas	418.229,44	488.643,30	584.665,82	633.116,77	782.221,60
Compras	192.240,00	298.078,51	387.265,23	425.883,59	511.420,31
Gastos de Personal	38.150,00	41.202,00	44.498,16	48.058,01	51.902,65
Gatos financieros	9.000,00	6.000,00	3.000,00	-	-
Otros gastos	108.525,00	101.310,25	88.834,73	83.412,45	95.915,85
Pago prestamos	16.666,67	16.666,67	16.666,67	-	-
Total Pagos	364.581,67	463.257,43	540.264,79	557.354,06	659.238,81
Saldo	53.647,78	25.385,87	44.401,03	75.762,71	122.982,79

Calculo del VAN:

VALOR ACTUAL NETO(VAN) = Usd \$ 14.371,48

Se recupera la inversión inicial de US\$ 50.000 en 2 años 2 meses 2 días. La misma corresponde a la compra de un depósito para almacenamiento.

La tasa de descuento aplicada es del 18% ponderada según el país, la región y la actividad correspondiente.

Calculo de la TIR:

TIR = 90,03%

La elevada TIR surge como consecuencia de los crecientes flujos de fondos por incremento de las ventas en el tercer período, cuarto período y quinto período, de una marca que pretende desarrollar nuevos mercados con estructuras instaladas en funcionamiento, personal capacitado, y conocimiento del sector cafetero.

Viabilidad del proyecto

Este proyecto se considera como viable, pues hay una serie de diferenciadores que hacen de nuestro producto una opción innovadora, y que lo convierte en una herramienta de fácil acceso para el mercado danés,

La empresa ya ha dado los primeros pasos para proyectarse en el ámbito internacional, estudiando las variables que le afectan, y ha posicionado el producto en mercados alternos al nacional, debido a que cuenta con la comercialización de OKCOFFEE en varios países del mundo, en los cuales se cuenta con distribuidores autorizados, como lo son Venezuela, Perú, Mexico y España.

Adicionalmente se cuenta con un gran portafolio productos para satisfacer todo tipo de segmentos, es por esto que la empresa tiene bases para ofrecer productos en exportación, y no fallar en la entrega de los mismo, es decir que la capacidad que ofrece esta sustentada en la amplia gama de productos que pone a disposición del consumidor final, en este caso la comunidad danesa.

Paralelamente se ofrece una serie de VALORES AGREGADOS, que marcan la diferencia, como por ejemplo:

Diversidad: Los sabores de nuestro café hacen de este una nueva cultura, la forma más rápida de satisfacer las necesidades de diversos paladares y en especial de amoldarse flexiblemente a las cambiantes exigencias de los consumidores.

Procedencia: El café de Colombia es un café reconocido y apetecido en el mundo, el café de OKCOFFEE es un café gourmet, endulzado con jugo de caña natural.

Alimento: El café de OKCOFFEE es un café que como bebida tiene propiedades medicinales y alimenticias, contiene proteínas, minerales, carbohidratos, vitaminas y posee cualidades cicatrizantes y contiene 50% menos azúcar.

Por último se muestra claramente con el cálculo del valor actual neto positivo, mayor que cero, que es un negocio con altas posibilidades de éxito. Mostrando de esta manera su viabilidad.

BIBLIOGRAFIA

- <http://es.wikipedia.org/>
- www.EncartaMSN.com
- Enciclopedia Encarta 2007
- www.monografias.com
- Ministerio de Economía: www.oem.dk
- Ministerio de Hacienda: www.fm.dk
- Bolsa de Valores de Copenhague: www.xcse.dk
- Banco Nacional de Dinamarca: www.nationalbanken.dk
- Dinamarca Estadísticas: www.dst.dk
- <http://www.delcol.cec.eu.int/es/RELCOMCOLUE06.pdf>
- **Trade Competitiveness Map** Analyse country and product competitiveness with trade flows:
www.intracen.org
- <http://www.dian.gov.co/dian/15servicios.nsf/pages/Arancel?openDocument>
- market access database: <http://mkaccdb.eu.int/mkaccdb2/indexPubli.htm>
-
- Ministerio de comercio, industria y turismo de Republica de Colombia: www.mincomercio.gov.co
- Proexport Colombia: www.proexport.com.co

ANEXO 1. IMPORTACIONES DANESAS DE SUCEDÁNEOS DEL CAFÉ DESDE COLOMBIA 2007

Trade Statistics (Imports)
Denmark / Colombia

For product 0901909000 in Year 2007 

Product label:

Product code: 0901.90.90.00

Export to: [excel](#)

Indicators	Import Value to the EU/MS (1000 EURO)
EU Member State(s)	Denmark
Years	2007
Partners	
	Colombia 0.990

Source : [Comext](#)

Last updated on : 23/07/2008

Fuente: Market access database. A service provided by external trade, European Commission.

ANEXO 2. IMPORTACIONES EUROPEAS DE SUCEDÁNEOS DEL CAFÉ DESDE COLOMBIA 2003-2007

Trade Statistics (Imports)
EU27 / Colombia

For product 0901909000 in Year 2007 

Product label:

Product code: 0901.90.90.00

Export to: [excel](#)

Indicators	Import Value to the EU/MS (1000 EURO)	Import Qty to the EU/MS (1000 kg)
EU Member State(s)	EU27	EU27
Years	2007	2007
Partners		
	Colombia 2.480	0.200

Indicators	Import Value to the EU/MS (1000 EURO)	Import Qty to the EU/MS (1000 kg)
EU Member State(s)	EU27	EU27
Years	2006	2006
Partners		
Colombia	0.830	0.100

Indicators	Import Value to the EU/MS (1000 EURO)	Import Qty to the EU/MS (1000 kg)
EU Member State(s)	EU27	EU27
Years	2005	2005
Partners		
Colombia	6.440	0.500

Indicators	Import Value to the EU/MS (1000 EURO)	Import Qty to the EU/MS (1000 kg)
EU Member State(s)	EU27	EU27
Years	2004	2004
Partners		
Colombia	0.160	0.100

Indicators	Import Value to the EU/MS (1000 EURO)	Import Qty to the EU/MS (1000 kg)
EU Member State(s)	EU27	EU27
Years	2003	2003
Partners		
Colombia	7.370	1.200

Source : [Comext](#)

Last updated on : 23/07/2008

Fuente: Market access database

A service provided by external trade, European Commission.

ANEXO 3. IMPORTACIONES DANESAS SUCEDÁNEOS DEL CAFÈ DESDE OTROS PAISES

Trade Statistics (Imports)
Denmark / all Partners ()

For product 0901909000 in Year 2007 

Product label:

Product code: 0901.90.90.00

Export to: [excel](#)

Indicators	Import Value to the EU/MS (1000 EURO)
EU Member State(s)	Denmark
Years	2007
Partners	
Colombia	0.990
Costa Rica	0.290
Honduras	0.010
Hong Kong	0.030
Indonesia	0.340
Japan	0.040
Malaysia	0.360
Norway	4.090
Sri Lanka	0.280
Switzerland	0.350
Syrian Arab Republic	0.590
Thailand	0.250
United States	1.840
Total EXTRA-EU27	9.460

Indicators	Import Value to the EU/MS (1000 EURO)	Import Qty to the EU/MS (1000 kg)
EU Member State(s)	Denmark	Denmark
Years	2006	2006
Partners		
Costa Rica	0.280	0.000
Greenland	0.140	0.000
Israel	2.990	0.300
Malaysia	5.280	0.400
Sri Lanka	0.100	0.000
Thailand	0.390	0.100
Turkey	3.350	0.400
Total EXTRA-EU27	12.530	1.200

Indicators	Import Value to the EU/MS (1000 EURO)	Import Qty to the EU/MS (1000 kg)
EU Member State(s)	Denmark	Denmark
Years	2005	2005
Partners		
Costa Rica	2.450	0.100
Norway	0.170	0.000
Thailand	0.350	1.400
Total EXTRA-EU27	2.970	1.500

Indicators	Import Value	Import Qty to the
------------	--------------	-------------------

	to the EU/MS (1000 EURO)	EU/MS (1000 kg)
EU Member State(s)	Denmark	Denmark
Years	2004	2004
Partners		
Australia	1.620	0.100
Costa Rica	0.040	0.000
Israel	1.060	0.000
Mexico	9.570	0.600
Norway	42.170	4.000
Syrian Arab Republic	0.080	0.100
Thailand	0.030	0.000
Total EXTRA-EU27	54.570	4.800

Indicators	Import Value to the EU/MS (1000 EURO)	Import Qty to the EU/MS (1000 kg)
EU Member State(s)	Denmark	Denmark
Years	2003	2003
Partners		
Canada	14.950	16.100
Mexico	16.450	1.300
Total EXTRA-EU27	31.400	17.400

Indicators	Import Value to the	Import Qty to the EU/MS
------------	---------------------	-------------------------

	EU/MS (1000 EURO)	(1000 kg)
EU Member State(s)	Denmark	Denmark
Years	2002	2002
Partners		
Israel	5.600	1.500
Norway	31.200	2.000
Switzerland	26.500	2.500
Total EXTRA-EU27	63.300	6.000

Source : [Comext](#)

Last updated on : 23/07/2008

Fuente: Market access database. A service provided by external trade, European Commission.

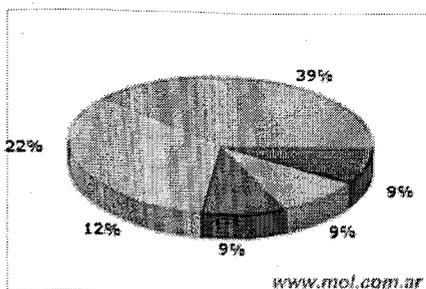
ANEXO 4. EMPRESAS COLOMBIANAS EXPORTADORAS DE CAFÉ A DINAMARCA. DESDE EL AÑO 2005 HASTA EL MES DE JUNIO DE 2008.

COLOMBIA 2008 EXPORT
del 1/1/2008 al 30/6/2008

Cliente: UBA - UBA
28/9/2008 - 20:01

Posición: 0801119000 Producto: CAFÉ INCLUSO TOSTADO O DESCAFEINADO LOS DEMAS
País de Destino:  DINAMARCA

[Inicia seguimiento](#)

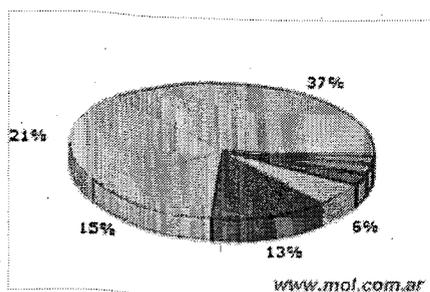
Productos	US\$	%
■ C.I. COMPANIA CAFE	2.146.320	39,11%
■ FEDERACION NACIONAL	1.210.316	22,06%
■ SKN CARIBECAFE LTD	644.662	11,75%
■ LOUIS DREYFUS COMM	502.654	9,16%
■ EXPOCAFE S.A.	500.642	9,12%
■ OUTSPAN COLOMBIA S.	463.347	8,61%
■ Otros	0	0,00%
Totales	5.468.441	100%

COLOMBIA 2007 EXPORT
del 1/1/2007 al 31/12/2007

Cliente: UBA - UBA
28/9/2008 - 19:44

Posición: 0801119000 Producto: CAFÉ INCLUSO TOSTADO O DESCAFEINADO LOS DEMAS
País de Destino:  DINAMARCA

[Inicia seguimiento](#)

Productos	US\$	%
■ C.I. COMPANIA CAFE	2.513.265	37,49%
■ SKN CARIBECAFE LTD	1.060.821	21,37%
■ FEDERACION NACIONAL	1.161.640	14,95%
■ EXPOCAFE S.A.	930.626	12,62%
■ CARCAFE LTDA C.I.	432.419	5,57%
■ TULA EXPORTADORA D.	223.786	2,85%
■ OUTSPAN COLOMBIA S.	183.363	2,36%
■ LAUMAYER Y CIA E.	157.914	2,03%
■ VILLEGAS Y CIA S.C.	56.107	0,72%
■ Otros	0	0,00%
Totales	7.770.853	100%



COLOMBIA 2006 EXPORT

del 1/1/2006 al 31/12/2006

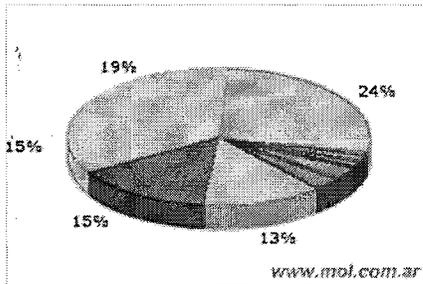
Cliente:

UBA - UBA

26/9/2008 - 19:59

Posición: 0901119000 Producto: CAFÉ INCLUSO TOSTADO O DESCAFEINADO LOS DEMAS
País de Destino: DINAMARCA

Inicia seguimiento



Productos	US\$	%
FEDERACION NACIONAL	2.296.306	24,12%
C.I. COMPANIA CAFE	1.824.562	19,17%
EXPOCAFE S.A.	1.483.480	15,27%
SKN CARIBECAFE LTD.	1.410.932	14,92%
CARCAFE LTDA. C.I.	1.222.433	12,84%
C.I. RACAFE & CIA.	309.656	3,25%
COFFEE EXPORT & C.I.	303.367	3,16%
A LAUMAYER Y CIA E.	146.697	1,56%
TULA EXPORTADORA D.	128.467	1,35%
SURTI CAFE S.A.	114.080	1,20%
Otros	307.621	3,22%
Totales	9.519.191	100%



COLOMBIA 2005 EXPORT

del 1/1/2005 al 31/12/2005

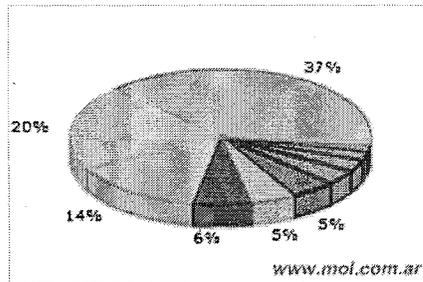
Cliente:

UBA - UBA

26/9/2008 - 20:00

Posición: 0901119000 Producto: CAFÉ INCLUSO TOSTADO O DESCAFEINADO LOS DEMAS
País de Destino: DINAMARCA

Inicia seguimiento



Productos	US\$	%
FEDERACION NACIONAL	3.624.668	37,50%
SKN CARIBECAFE LTD.	1.936.822	20,04%
EXPOCAFE S.A.	1.392.492	14,41%
C.I. COMPANIA CAFE	614.660	6,36%
C.I. RACAFE & CIA.	470.136	4,88%
C.I. COMPANIA CAFE	463.203	4,79%
C.I. TRILLADORA DE	351.703	3,64%
CARCAFE LTDA. C.I.	277.697	2,87%
TULA EXPORTADORA D.	179.321	1,86%
SHISON GONG RONG H.	154.666	1,60%
Otros	199.821	2,06%
Totales	9.688.021	100%

ANEXO 5

EXPORTACIONES DE CAFÉ COLOMBIANO SEGÚN PAÍSES DE DESTINO
Años Cafeteros 2001/02 - 2006/07
Miles de sacos de 60 kilos

<u>PAISES</u>	<u>01/02</u>		<u>02/03</u>		<u>03/04</u>		<u>04/05</u>		<u>05/06</u>		<u>06/07</u>	
	<u>Sacos</u>	<u>%</u>	<u>Sacos</u>	<u>%</u>	<u>Sacos</u>	<u>%</u>	<u>Sacos</u>	<u>%</u>	<u>Sacos</u>	<u>%</u>	<u>Sacos</u>	<u>%</u>
TOTAL	10.625	99,9	10.499	100,0	10.220	100,0	11.032	100,0	10.752	100	11.177	100
AMERICA	4.153	39,1	4.260	40,6	4.368	42,7	4.533	41,1	4.532	42,2	4.659	41,7
Estados Unidos	3.419	32,2	3.633	34,6	3.638	35,6	3.817	34,6	3.793	35,3	3.968	35,5
Canadá	594	5,6	499	4,8	591	5,8	627	5,7	602	5,6	563	5,0
Argentina	13	0,1	9	0,1	12	0,1	7	0,1	8	0,1	8	0,1
Otros (1)	128	1,2	120	1,1	127	1,2	83	0,7	131	1,2	119	1,1
EUROPA	4.721	44,4	4.630	44,1	3.981	39	4.445	40,3	4.363	40,6	4.768	42,7
Unión Europea	4.540	42,8	4.415	42,1	3.738	36,6	4.136	37,4	4.181	39,0	4.555	40,8
Alemania	1.784	16,8	1.872	17,8	1.342	13,1	1.451	13,1	1.472	13,7	1.436	12,9
Bélgica	575	5,4	627	6,0	510	5,0	701	6,4	546	5,1	779	7,0
Italia	252	2,4	250	2,4	280	2,7	391	3,5	386	3,6	407	3,6
Reino Unido	306	2,9	311	3,0	266	2,6	367	3,3	441	4,1	448	4,0
Suecia	281	2,6	238	2,3	262	2,6	267	2,4	267	2,5	315	2,8
Países Bajos	262	2,5	252	2,4	240	2,4	173	1,6	209	1,9	225	2,0
España	244	2,3	250	2,4	220	2,1	234	2,1	275	2,6	290	2,6
Finlandia	212	2,0	141	1,3	171	1,7	175	1,6	203	1,9	228	2,0
Francia	340	3,2	202	1,9	163	1,6	153	1,4	158	1,5	17	0,1
Dinamarca	111	1,0	104	1,0	117	1,1	91	0,8	64	0,6	63	0,6
República Checa	53	0,5	62	0,6	46	0,5	57	0,5	6	0,1		
Polonia	44	0,4	45	0,4	42	0,4	16	0,1	72	0,7	64	0,6
Portugal	16	0,2	23	0,2	22	0,2	20	0,2	16	0,1	33	0,3
Austria	21	0,2	11	0,1	19	0,2	8	0,1	1	0,0		
Grecia	18	0,2	13	0,1	17	0,2	16	0,1	15	0,1	18	0,2
Otros Unión Europea	24	0,2	14	0,2	20	0,2	17	0,2	50	0,5	231	2,1

Otros	181	1,7	215	2,0	243	2,4	309	2,8	182	1,7	213	1,9
Europa												
Noruega	111	1,0	145	1,4	147	1,4	155	1,4	117	1,1	148	1,3
Rusia	19	0,2	18	0,2	56	0,5	72	0,6	55	0,5	61	0,5
Suiza	14	0,1	31	0,3	9	0,1	37	0,3	5	0,0	1	0,0
Otros (2)	37	0,4	21	0,2	31	0,3	45	0,4	4	0,0	4	0,0

OTROS PAISES	1.752	16,4	1.609	15,3	1.871	18,3	2.054	18,6	1.856	17,3	1.750	15,7
Japón	1.482	13,9	1.316	12,5	1.569	15,4	1.679	15,2	1.495	13,9	1.313	11,7
Corea del Sur	88	0,8	125	1,2	130	1,3	205	1,9	150	1,4	190	1,7
Australia	32	0,3	33	0,3	36	0,4	43	0,4	45	0,4	51	0,5
Otros (3)	149	1,4	135	1,3	136	1,3	126	1,1	167	1,6	195	1,7

(1) Principalmente, Ecuador, Chile, Perú y Antillas. (2) Principalmente, Rumania, Eslovenia, Hungría y Bulgaria. (3) Principalmente, Israel, Sudáfrica, Hong Kong, Nueva Zelanda, Taiwán y Singapur.
Fuente: Grupo Información Comercial - FNC

ANEXO 6 Exportaciones Colombianas por tipos de café

EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR TIPOS DE CAFÉ										
Años Cafeteros 1999/00 - 2006/07										
Equivalente en miles de sacos de 60 kilos de café verde										
Años Cafeteros	VERDE		SOLUBLE		EXTRACTO		OTROS *		TOTAL	
	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice
1998/99	9.742	100,0	492	100,0	40	100,0	50	100,0	10.324	100,0
1999/00	8.423	86,5	596	121,3	32	79,4	15	29,5	9.065	87,8
2000/01	8.841	90,7	594	120,9	34	83,7	4	7,9	9.473	91,8
2001/02	10.003	102,7	593	120,6	27	67,2	6	11,4	10.629	103,0
2002/03	9.914	101,8	557	113,4	19	46,5	9	17,7	10.499	101,7
2003/04	9.566	98,2	614	125,0	24	59,7	16	32,2	10.220	99,0
2004/05	10.352	106,3	640	130,2	23	58,4	17	33,4	11.032	106,9
2005/06	10.110	103,8	604	122,9	19	48,5	18	36,5	10.752	104,1
2006/07	10.587	108,7	560	113,9	16	39,7	14	28,8	11.177	108,3

* Tostado y Molido.

Fuente: Grupo Información Comercial - FNC

ANEXO 7. DINAMARCA IMPORTACIONES DE CAFÉ DESDE SUS PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES. (EN MILES DE DOLARES)

Trade Performance HS : Imports of Denmark - 09 Coffee, tea, mate and spices (2006, in USD thousands)

Rank	Leading partners	Import value	Imports as a share of total imports (%)	Imports as a share of world imports (%)	Growth of imports in value (% p.a.)	Growth of imports in volume (% p.a.)	Number of imported products	Share 3 im produ
0	World	174,307	0.2063	0.7907	14	-1	29	
1	Sweden	47,475	272.391	0.2150	76	91	15	
2	Brazil	32,729	187.785	0.1482	6	-14	1	
3	Germany	27,866	159.883	0.1262	18	14	17	
5	Netherlands	5,809	33.330	0.0263			10	

Trade Performance HS : Imports of Denmark - 09 Coffee, tea, mate and spices (2005, in USD thousands)

Rank	Leading partners	Import value	Imports as a share of total imports (%)	Imports as a share of world imports (%)	Growth of imports in value (% p.a.)	Growth of imports in volume (% p.a.)	Number of imported products	Share 3 im produ
0	World	168,39	0.2267	0.8567	18	-2	29	
1	Sweden	48,604	288.693	0.2449	114	135	18	
2	Brazil	35,689	211.982	0.1799	12	-15	1	
3	Germany	24,005	142.582	0.1210	18	12	19	
5	Netherlands	5,877	34.908	0.0296			12	

Trade Performance HS : Imports of Denmark - 09 Coffee, tea, mate and spices (2004, in USD thousands)

Rank	Leading partners	Import value	Imports as a share of total imports (%)	Imports as a share of world imports (%)	Growth of imports in value (% p.a.)	Growth of imports in volume (% p.a.)	Number of imported products	Share 3 imported products
0	World	141,134	0.2111	0.8657	17	1	30	
1	Brazil	33,197	235.265	0.2025	14	-4	1	
2	Germany	26,438	187.364	0.1613	34	26	19	
3	Sweden	15,674	111.080	0.0956	77	79	17	
5	Netherlands	8,444	59.842	0.0515			14	

ANEXO 8. EXPORTACIONES DE CAFÉ DESDE COLOMBIA HACIA SUS PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES

Trade Performance HS : Exports of Colombia - 09 Coffee, tea, mate and spices (2006, in USD thousands)

Rank	Leading partners	Exports in value	Exports as a share of total exports (%)	Exports as a share of world exports (%)	Growth of exports in value (% p.a.)	Growth of exports in volume (% p.a.)	Number of exported products (which value > USD 100.000)	Share exports
0	World	1,491,981	61.169	67.830	17	1	9	
1	United States of America	536,55	359.626	24.379	19	2	6	
2	Japan	210,524	141.105	0.9565	14	1	1	
3	Germany	201,667	135.169	0.9163	10	-5	2	
4	Canada	83,73	56.121	0.3804	19	2	4	
5	Belgium	78,141	52.374	0.3550	24	3	1	

Trade Performance HS : Exports of Colombia - 09 Coffee, tea, mate and spices (2005, in USD thousands)

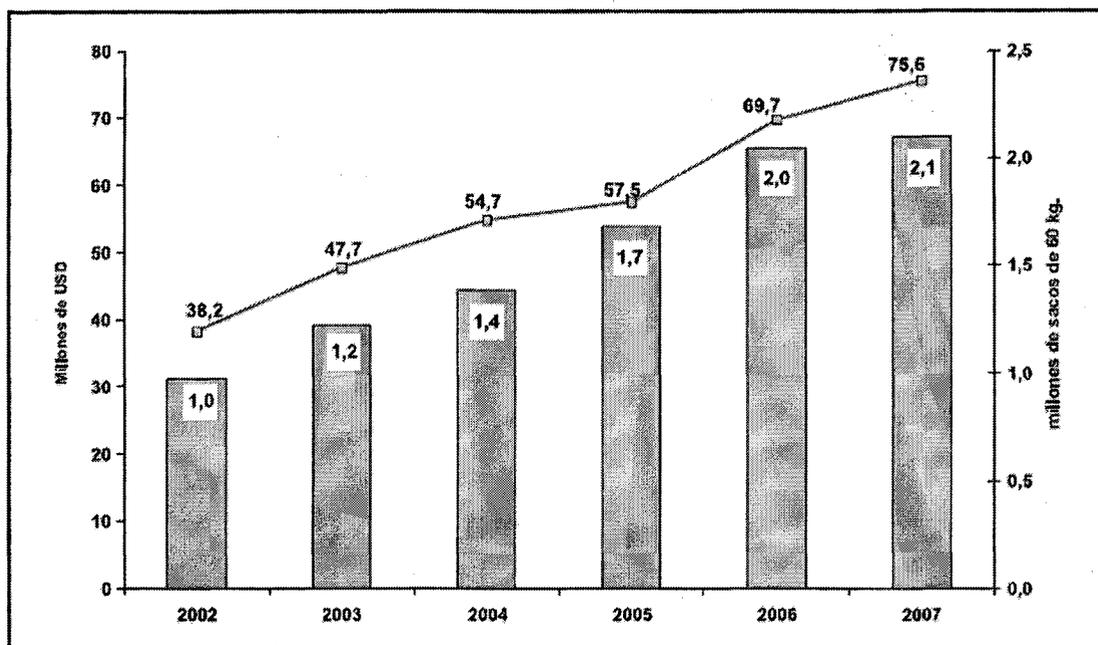
Rank	Leading partners	Exports in value	Exports as a share of total exports (%)	Exports as a share of world exports (%)	Growth of exports in value (% p.a.)	Growth of exports in volume (% p.a.)	Number of exported products (which value > USD 100.000)	Share exports
------	------------------	------------------	---	---	-------------------------------------	--------------------------------------	---	---------------

0	World	1,497,878	70.687	78.629	24	2	9
1	United States of America	538,657	359.618	28.141	26	4	6
2	Japan	226,87	151.463	11.852	22	3	2
3	Germany	201,399	134.458	10.522	14	-6	2
4	Canada	94,14	62.850	0.4918	31	8	3
5	Belgium	93,115	62.165	0.4865	41	11	1

Trade Performance HS : Exports of Colombia - 09 Coffee, tea, mate and spices (2004,in USD thousands)

Rank	Leading partners	Exports in value	Exports as a share of total exports (%)	Exports as a share of world exports (%)	Growth of exports in value (% p.a.)	Growth of exports in volume (% p.a.)	Number of exported products (which value > USD 100.000)	Share of exports
0	World	968,855	57.912	61.691	11	0	8	
1	United States of America	348,727	359.942	22.082	14	2	7	
2	Japan	161,789	166.992	10.245	14	6	1	
3	Germany	133,634	137.932	0.8462	-1	-12	1	
4	Canada	57,798	59.657	0.3660	17	6	3	
5	Belgium	51,126	52.770	0.3237	24	6	1	

Anexo 10. Exportaciones de café Colombiano con valor agregado



Fuente: FNC

Volumen y valor de Café de Colombia exportado con valor agregado. 2002-2007

Este comportamiento tiene un mayor significado cuando se analizan los mayores ingresos percibidos por los productores, los cuales crecieron en el período de referencia 98%, al pasar de USD 38 millones en 2002 a USD 76 millones en 2007.

En el período 2002-2007 se destaca el crecimiento de 115% en el volumen transado de café con valor agregado, el cual pasó de 975 mil sacos de 60 kg. de café verde a 2,1 millones. Gracias a la implementación de esta estrategia, en 2007 más del 79% del café transado por el Fondo Nacional del Café fue exportado con algún tipo de valor agregado.

