

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION  
ASOCIACION AGROPECUARIA GETZECAFÉ**

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila  
ASOCOOPH

Presentado por:

Delia Yineth Quiscue Pachongo  
Representante legal

Huila, La Plata, 3 de junio de 2024

## CONTENIDO

1.	CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN .....	3
2.	NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO .....	4
2.1	JUSTIFICACION.....	4
3.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO .....	5
3.1	PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO .....	5
3.2	PROPUESTA DE VALOR.....	7
3.3	ALIADOS CLAVES .....	7
4.	MERCADO .....	9
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO .....	9
4.2	COMPETENCIA .....	10
4.3	PROVEEDORES.....	12
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES.....	12
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	12
5	ESTUDIO TECNICO .....	13
5.1	LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION	13
5.2	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA.....	13
5.3	PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION .....	14
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	17
6	RECURSOS CLAVES .....	18
7	PLAN FINANCIERO .....	20
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS .....	20
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS .....	20
7.3	ANALISIS FINANCIERO .....	21
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	22

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
<b>Nombre organización</b>	ASOCIACION AGROPECUARIA GETZECAFÉ	<b>NIT / RUT</b>	901110042 - 1	
<b>Dirección</b>	Vereda Alto Getzen	<b>Teléfono 1</b>	3202821597	
		<b>Teléfono 2</b>		
<b>Departamento</b>	Huila	<b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>	La Plata	
<b>Página web</b>		<b>E-mail</b>	<a href="mailto:asociacionmujeresjireh@gmail.com">asociacionmujeresjireh@gmail.com</a>	
<b>Nombre gerente</b>	Delia Yineth Quiscue Pachongo	<b>Celular</b>	3202821597	
		<b>Teléfono 1</b>		
<b>Cargo (si tiene otro)</b>	Representante Legal	<b>Antecedentes</b>	Cuentan con la formación brindada por Asocooph y el SENA	
<b>Nombre del representante legal</b>	Delia Yineth Quiscue Pachongo			
<b>Experiencia de la empresa en el sector</b>	Siete (7) Años de experiencia en el sector agrícola	<b>Año: 2023</b>	<b>Año: 2024</b>	
<b>Actividad principal</b>	0123 - Cultivo de Café	<b>Número de empleados (directos)</b>	0	0
<b>Fecha constitución</b>	29/08/2017	<b>Número de asociados (si aplica)</b>	11	22
<b>Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)</b>	Café Pergamino Seco			
<b>Figura jurídica</b>	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	<b>Ingresos de asociados</b>	\$ 300.000	

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

### GETZECAFÉ LA PLATA- HUILA

#### 2.1 JUSTIFICACION

El objetivo de apoyar a las asociaciones en el Huila en la formulación de su plan de negocios de acuerdo con su actividad principal es fortalecer su capacidad para promover el desarrollo sostenible y mejorar las condiciones de vida de las comunidades agrícolas en la región.

La asociación de cultivos agrícolas en el Huila puede tener varios impactos positivos en la comunidad local y en la región en general, y contribuye a la sostenibilidad en aspectos como la diversificación de la producción agrícola local, que proporcionen una fuente de ingresos más estable para los agricultores, dada la diferencia en los ciclos de crecimiento y precios de mercado, esto aumentará la disponibilidad y variedad de alimentos en la comunidad al garantizar un suministro constante de alimentos frescos y nutritivos, uso más eficiente de los recursos: haciendo uso eficiente de los recursos naturales, como el agua y los nutrientes del suelo, mediante el fomento de prácticas sostenibles como la rotación de cultivos y el uso de abonos verdes. Estas prácticas ayudan a mantener la salud del suelo, reducen la erosión y promueven la biodiversidad en los sistemas agrícolas.

Actualmente la organización carece de recursos económicos para la implementación de tecnología de bajo impacto ambiental, innovación alrededor de la taza de café para fomentar una cultura creciente de cafés especiales que le permitan ampliar la capacidad de producción y de esta forma cumplir la demanda insatisfecha de los productos del café y derivados. Además, requieren dar cumplimiento a la normatividad vigente de buenas prácticas de Agrícolas.

Para tal fin es necesario ofertar un producto que contenga requisitos mínimos de calidad, elaborado con sumo cuidado en los procesos de producción, recolección en periodo adecuado sin presencia de granos verdes sobre maduros y secos. Mediante técnicas que garantizan calidad y son amigables con el medio ambiente, con tendencia al cultivo tradicional, orgánico, aplicación de abonos y productos orgánicos, despulpado en máquina equilibrada que evite daños en el grano; zaranda adecuada para la separación de pasillas, fermentación entre 16 y 24 horas; lavado haciendo uso eficiente del agua con hidro lavadores que permiten ahorrar 20 litros de agua por kilogramo de café, secado con un promedio de humedad de 10 a 12 por ciento, óptimo factor de rendimiento, almacenado en lugar adecuado de uso único para el café, aireado, uso de estibas y aislado de la pared para mantener la humedad

adecuada; transporte aislado de sustancias que puedan alterar las características propias del café; este proceso se resume en la presentación de café pergamino seco agradable a los paladares más exigentes del mercado.

Por lo anterior, se hace necesario gestionar recursos económicos para la compra de maquinaria que permitan adopción de tecnología, haciendo uso eficiente de los recursos naturales, implementando las Buenas Prácticas Agrícolas, así mismo es necesario adquirir equipos para generar valor agregado al producto principal, con el fin de obtener café de alta calidad con atributos sensoriales en taza para satisfacer las necesidades de los clientes.

### 3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO

#### 3.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER / CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO

Producto(s)/servicio(s) ofrecidos por la organización	Productos y/o servicios en los que se va a enfocar el plan de negocios
Café Pergamino Verde, Seco, Tostado y Molido	Café Pergamino Seco (CPS)
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
Características de Calidad: Compuesta por la acidez, el cuerpo, el aroma, el sabor, el amargo, condiciones subjetivas (análisis físico y sensorial), es decir, capacidad de estímulo sensorial al tamaño de la papila de la lengua y al entrenamiento del catador; la almendra contendrá una humedad del 10 al 12%, factor 88-87 de color verde o amarillo claro, olor característico de café fresco, broca y pasilla 1%. Olor característico a café fresco. Aroma: con notas dulces, tostados, Aroma a chocolate, Herbales especias.	Carga de Café (2 bultos - sacos) de 125 Kilogramos
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)

Sacos (Costal) de fique nuevo denominado 3 rayas con capacidad para 60 kilos

Marketing de Contenidos: La cual estará enfocada en atraer clientes potenciales de una manera natural, a partir de contenidos relevantes que se distribuyen en los distintos canales y medios en los que está la audiencia (Físicos y Digitales).

### Fotos de los productos



### CAPACIDAD DE PRODUCCION

Nombre del producto o servicio	¿Qué capacidad tengo?	¿Qué capacidad proyecto?	¿En qué período?	¿Cuáles son las épocas de mayor producción?	¿Cuáles son las épocas de menor producción?
Café Pergamino Seco (CPS)	38.024 kilogramos al año	38.024 kilogramos al año	Anual/Pero las ventas son mensuales	Agosto a Diciembre	Enero a Julio

### VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Café Pergamino Seco	Variedad Castillo y Colombia en Pergamino Seco	\$13.000 kg

### 3.2 PROPUESTA DE VALOR

Es un proyecto que cuenta con la implementación de mejoras en aspectos ambientales, productivas y sociales.

Contamos con la estandarización en la producción y fichas técnicas del producto (CPS), resultado de evaluar el tipo y horas de fermentación del café durante el proceso de beneficio, dándole atributos sensoriales en taza; y la implementación de las buenas prácticas agrícolas teniendo en cuenta principios de manejo del suelo, manejo del agua, producción de cultivos, protección de las plantas, cosecha y postcosecha, trazabilidad y registros desde el cultivo hasta el grano, bienestar, salud y seguridad para las Asociadas, Clientes y Consumidores finales.

Lo anterior nos permitirá la estandarización del producto (Café Pergamino Seco - CPS), cumpliendo con los estándares de calidad, factor de rendimiento 86 – 88, taza limpia, humedad de 10 a 12 por ciento, no tener más de 1 por ciento granos defectuosos del grupo uno (granos negros y vinagres) y hasta el 1 por ciento de granos brocados y cero (0) mezcla de café con otras producciones.

### 3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
<b>Asocooph</b>	Promueve e integra a las entidades de economía solidaria del departamento del Huila bajo los preceptos de la doctrina universal del cooperativismo.
<b>Federación Nacional de Cafeteros</b>	Posicionar el café colombiano en el mercado nacional e internacional como una gran experiencia de consumo por ser un producto altamente deseado por clientes y consumidores finales, con la misión de procurar el bienestar de los caficultores colombianos.
<b>Centro Nacional de Investigaciones de Café</b>	Como brazo científico de la FNC, Cenicafé genera conocimiento y tecnologías enfocados en aumentar la productividad, competitividad, sostenibilidad y rentabilidad de la caficultura del país, para transferirlos a los productores.

<b>Fondo Nacional del Café</b>	Cuenta parafiscal, conformada por dineros considerados públicos, que se nutre principalmente de la contribución cafetera pagada por cada libra de café exportado (verde, tostado, soluble o en extracto).
<b>Ministerio de Agricultura</b>	Con sus Programas de Extensión Cafetera; Apoyo al Ingreso del Caficultor y Protección al Ingreso Cafetero, con actividades necesarias para la transferencia de mayor precio al caficultor y de servicio de extensión, por medio del desarrollo de los programas de Crédito, Gestión Empresarial, Transferencia de Tecnología y Cafés Especiales.
<b>Organización Internacional del Café</b>	Principal organización intergubernamental que se ocupa del café, y reúne en su seno a los Gobiernos exportadores e importadores para resolver, mediante la cooperación internacional, los desafíos con que se enfrenta el sector cafetero mundial.
<b>Gobernación del Huila</b>	A través de su Secretaría de Agricultura y su Convenio "Apoyo al caficultor para la renovación de cafetales, en la región cafetera del departamento del Huila", busca la renovación de cerca de 1.800 hectáreas de cafetales, mediante siembras y soqueo, que impactará a más de 3.500 caficultores, además del piloto nacional para implementar un reglamento para exportar café a la Unión Europea libre de deforestación. Este piloto constituye un gran logro para toda la cadena de producción cafetera y cacaofera del Huila, pues permitirá estar a la vanguardia en la definición de estrategias de implementación, monitoreo, seguimiento, reporte y acceso a información, en materia productiva, comercial y ambiental, para que el departamento garantice el acceso al mercado europeo luego de la implementación del nuevo reglamento.
<b>ADR</b>	Ejecutar la política de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial formulada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de la estructuración, cofinanciación y ejecución de planes y proyectos integrales de desarrollo agropecuario.

<b>Alianzas Productivas</b>	Facilitar herramienta de inserción de pequeños y medianos productores agrícolas en agrocadenas, permitiendo enfrentar de una mejor manera los problemas de acceso a mercados, información, financiamiento, infraestructura e innovación tecnológica.
<b>ICA</b>	Implementar acciones orientadas a lograr una producción agropecuaria competitiva, con el fin de aportar al logro de los objetivos de la Apuesta Exportadora de Colombia a través de la gestión de recursos de asistencia técnica y cooperación internacional en materia de sanidad.
<b>SENA</b>	Desarrollar, administrar y ejecutar programas de formación profesional integral, en coordinación y en función de las necesidades sociales y del sector productivo. A través de la asesoría personalizada recibida para la formulación del Plan de Negocios, además que nos encontramos vinculados en el Centro de Desarrollo Empresarial SBDC, en el programa de fortalecimiento empresarial el cual consiste en fortalecimiento de las habilidades emprendedoras de los asociados, participación en ferias, eventos y vitrinas empresariales.
<b>Sector Privado</b>	Cámara de Comercio del Huila: Fomentar la competencia y mejorar la productividad en un determinado sector, dentro del territorio nacional. Estas agrupaciones brindan apoyo a través de ayudas financieras, investigaciones, información del sector y estadísticas de consumo.

## 4. MERCADO

### 4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO

Tipo de Cliente	Características del Cliente	Ubicación del cliente	Identificación del Cliente	Cantidad mensual estimada de clientes que realizarán adquisición de tu producto	% del total de ventas realizada por tipo de cliente
<b>Empresas (Micro y Pequeñas Empresas e Instituciones Públicas y Privadas)</b>	Cooperativas conformadas por pequeños caficultores de la zona de influencia que comprende 7 municipios, comercializa café pergamino seco, insumos, reconoce sobre precio por calidad y tiene capacidad de compra.	La Plata, Huila	<b>CADEFIHUILA</b>	1	100%
				<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

#### 4.2 COMPETENCIA

<b>Información competidor</b>	<b>Competidor 1 Regional Asociación de Mujeres Cafeteras del Pital Huila</b>	<b>Competidor 2 Local Asociación de Mujeres Cafeteras del Occidente del Huila "Las Rosas Coffee"</b>
-------------------------------	--	--

<b>Ubicación</b>	Pital, Huila	La Plata
<b>Cobertura</b>	Departamental (Regional)	Departamental (Regional)
<b>Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/Valor agregado</b>	Café Verde y Pergamino Seco por Cargas de 125 Kg Café estándar. Realizan sus procesos de beneficio de forma tradicional, la recolección del grano es hecha por mujeres lo que genera un valor agregado, sin embargo, continúan obteniendo café estándar.	Café Verde y Pergamino Seco por Cargas de 125 Kg AAA/ Café Tostado en grano y/o molido 125 gramos, 250 gramos y 500 gramos, Cuentan con maquinaria y equipo de última tecnología para realizar el proceso de beneficio y secadores solares para secado natural, lo que permite obtener grandes atributos sensoriales. Cuentan con sellos de certificación como Practices. Intervienen el segundo eslabón de la cadena, mediante la torrefacción. Tienen una estrategia de mercado fuerte y comercializan en tiendas y supermercados en el municipio de La Plata y tienen alianza con Cadefihuila y Coocentral en su línea de café de mujer.
<b>Precios del producto principal/ mayor y al detal Por</b>	CPS Estándar 125 Kg \$1.300.000 por mayor, no venden al detal porque es un commodity	CPS AAA 125 Kg \$1.600.000 al por mayor, no venden al detal porque es un commodity. Café tostado 125 gramos \$6.000, 250 gramos a \$15.000 y 500 gramos a \$30.000 al detal y al por mayor 125 gramos \$5.000, 250 gramos \$13.000 y 500 gramos a \$26.000
<b>Canal de distribución</b>	Indirecto (Productor a comercializadores)	Café Tostado: Desde la planta de torrefacción a consumidor y o industrial. (Mayoristas, Minoristas) Café Pergamino seco: Desde la central de beneficio al exportador. (Mayoristas)

<b>Formas de pago</b>	Contado	Crédito 30 días
<b>Venta directa o indirecta</b>	Indirecta a los intermediarios como comercializadoras SKN del municipio	CPS Directa a Importadores y Exportadores Café Tostado Indirecto a Tiendas y supermercados

#### 4.3 PROVEEDORES

<b>Proveedor</b>	<b>Tipo de servicio o producto que suministra</b>
<b>Cadefihuila La Plata</b>	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos

#### 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

<b>Canales de comunicación</b>	Orales y Escritos vía interacción directa (cara a cara) y llamada de voz vía teléfono celular y chat de WhatsApp
<b>Redes sociales</b>	Estrategia de Marketing Digital y de contenidos (Facebook, Instagram, Google+ y YouTube). Está en proceso de elaboración.
<b>Medios de difusión que se van a utilizar</b>	Radio (emisora) y televisión regional, Estrategia de Marketing Digital

#### 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

<b>Canal</b>	<b>Describe el funcionamiento del canal</b>
<b>¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?</b>	No se tiene contemplado por las características del producto, (commodity o materia prima) un canal de Distribución Directo.

<p><b>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</b></p>	<p>Aliados Estratégicos (Aliados): A través de la implementación de la estrategia de distribución donde utilizaremos intermediarios para llevar el producto a los clientes, los cuales le añadirán características para mejorarlo (Exportación) Cadefihuila</p>
<p><b>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</b></p>	<p>A través de Ferias organizadas por el SENA, Comité de Cafeteros, Asocooph, y Concursos Especializados de Café y a través de una campaña masiva de medios publicitarios (físicos y digitales) informaremos y sensibilizaremos a los clientes sobre los canales mediante de los cuales podrán adquirir nuestro producto (CPS).</p>
<p><b>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</b></p>	<p>De acuerdo con los hábitos de compra de nuestros clientes, así como la ubicación de esta previa caracterización, definimos el siguiente:  - Distribución Exclusiva: Solo utilizaremos un intermediario en determinada área. Cadefihuila</p>

## 5. ESTUDIO TECNICO

### 5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Municipio La Plata, veredas Betania, Bajo Betania, Alto Betania, Departamento Huila.

### 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<p><b>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</b></p>
<p>Predios Rurales (veredas Betania, Bajo Betania, Alto Betania, Municipio de La Plata - Huila)</p>
<p><b>Descripción de área productiva</b></p>

7 hectáreas de café ubicadas en el Municipio de La Plata, veredas Betania, Bajo Betania, Alto Betania

Ubicación	Dispone de servicios públicos
Municipio de La Plata - Huila	Agua: SI
	Energía Eléctrica: NO
	Gas: NO

**Formalización del área de trabajo**

De los predios: Certificado de Libertad y Tradición.

**Fotografías del área productiva**



**5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN**

Etapas del Proceso	Descripción
--------------------	-------------

<p>Proceso 1. <b>Germinador</b></p>	<p>La semilla debe estar disponible 8 meses antes del trasplante definitivo en campo, de este período, dos meses corresponden a la etapa de germinador y seis meses al almácigo. En las etapas del proceso productivo de germinador y almácigo se necesitan insumos que se pueden adquirir en la zona, como guaduas o estacones de madera redonda, arena lavada de río, tierra, pulpa descompuesta o materia orgánica, bolsas plásticas, materiales para disponer sombra en viveros, plaguicidas de baja toxicidad, solo si se requieren.</p>
<p>Proceso 2. <b>Almácigo</b></p>	<p>Su finalidad es el desarrollo adecuado y la selección de las plántulas para el establecimiento definitivo del cultivo. En este proceso es indispensable asegurarse de la buena selección del material.</p>
<p>Proceso 3. <b>Preparación del terreno, trazado ahoyado y siembra</b></p>	<p>En la adecuación del terreno se determina un sistema de siembra y un trazo para lo cual se utilizan herramientas y materiales sencillos como estacas de madera. Cuando el sistema de producción es bajo sombra, se necesitan semilla y colinos de guamo y plátano, principalmente. En las etapas de establecimiento, crecimiento y producción son necesarios insumos como: herramientas (palines, machetes), plaguicidas de baja toxicidad, sólo si son necesarios, selector de arvenses para su manejo, fertilizantes químicos y abonos orgánicos.</p>
<p>Proceso 4. <b>Manejo de arvenses</b></p>	<p>Esta actividad está basada en la selección de coberturas nobles, que permiten la conservación del recurso suelo. El establecimiento de coberturas protege el suelo del impacto de las gotas de lluvia, principal causante de la erosión de los suelos colombianos cafeteros.</p>
<p>Proceso 5. <b>Establecimiento del sombrío.</b></p>	<p>El sombrío para los cafetales debe disponerse según las condiciones climáticas, el tipo de suelo y la pendiente del terreno.</p>

<p>Proceso 6. <b>Fertilización</b></p>	<p>El concepto de nutrición para el cultivo del café está enmarcado dentro de lo que se conoce como agricultura sostenible, que es la que optimiza la efectividad de los insumos sin deterioro del medio ambiente, procurando la conservación del suelo y fundamentalmente de su capa orgánica. Comprende las etapas de instalación, establecimiento, crecimiento y producción. Los 14 laboratorios de suelos distribuidos en la zona cafetera colombiana garantizan la racionalidad de los fertilizantes y las enmiendas utilizadas en las etapas mencionadas. Esta práctica se complementa con adiciones sucesivas de materia orgánica, principalmente por el manejo de subproductos del cultivo. La fertilización foliar no es utilizada en el cultivo del café.</p>
<p>Proceso 7. <b>Control de Plagas</b></p>	<p>Dentro de los controles utilizados para el manejo de plagas en café se encuentran el biológico, el cultural, el legal, el mecánico, el natural y el químico.</p>
<p>Proceso 8. <b>Manejo de Enfermedades</b></p>	<p>El manejo de las enfermedades en el café tiene su componente ambiental. La roya del cafeto es la principal enfermedad del cultivo en Colombia. Para su control, además de las variedades Colombia y Castillo, existe la alternativa del control químico mediante la determinación del porcentaje de infección por lote. Esto garantiza controles oportunos con una racionalización en la aplicación de fungicidas de baja categoría toxicológica.</p>
<p>Proceso 9. <b>Beneficio Ecológico y manejo de subproductos</b></p>	<p>El beneficio ecológico del café por vía húmeda es un conjunto de operaciones realizadas para transformar el café cereza en pergamino seco, minimizando las incidencias frente al medio ambiente, conservando la calidad exigida por las normas de comercialización, evitando pérdidas del producto y eliminando procesos innecesarios, como el consumo excesivo de agua, logrando así, el aprovechamiento de sus subproductos. Lo anterior, en busca de un desarrollo sostenible de la región cafetera colombiana. Este proceso reduce la contaminación producida en más de un 90%.</p>

Proceso 10. <b>Descontaminación de aguas y lixiviados en el beneficio del café</b>	Cenicafé ha desarrollado diferentes tecnologías que permiten atenuar el impacto ambiental de los subproductos del proceso de beneficio. Los Sistemas Modulares de Tratamiento Anaerobio (SMTA), fueron diseñados para descontaminar las aguas residuales generadas en el 78 lavado del café y originadas en beneficios húmedos donde se retira el mucílago o baba del café por el método de fermentación natural.
Proceso 11. <b>Comercialización</b>	El café se comercializa como una materia prima, lo cual significa que se compra y vende en mercados regulados.

#### 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Delia Yined Quiscue Pachongo	Representante Legal con funciones de Gerente General, Operativa y Comercial	Orientar, dirigir, ejecutar, gestionar y planear las directrices, buscando estrategias y políticas para cumplir las metas trazadas por la empresa. asignados. Suministrar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades. Llevar a cabo la planeación, evaluar y dirigir las operaciones productivas y de las ventas minoristas o mayoristas. Gestionar al personal y asignarle responsabilidades. Evaluar los productos o servicios que se pondrán a la venta.
Luis Gentil Y	Vicepresidente	Relevar al presidente en sus funciones cuando este no está disponible en la situación.
Gloria Ines Liz	Secretaria	Llevar las actas de la asamblea
Adriana Yasno	Tesorería	Llevar la información financiera

## 6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantida d	Valor unitario	Valor total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
<b>Ecomil RI 500 Completa</b>	<p>ECOMILL- CENICAFÉ Tecnología ecológica para el lavado del café en proceso con fermentación natural. Con la tecnología ECOMILL – CENICAFÉ se REDUCE el consumo específico de agua, de 20 L/kg de café pergamino seco (cps), a valores entre 0,3 y 0,5 L/kg de cps, y la contaminación generada en el proceso en más de 90%, mezclando la pulpa y mucílago. Un módulo ECOMILL® completo se compone de los siguientes elementos: Despulpadora, una o varias según la capacidad del equipo, operada sin agua. Transportador de la pulpa, sin agua. Transportador del café despulpado hasta los tanques de fermentación, sin agua. Tanque de fermentación, uno o varios según la capacidad del equipo, con tolva. Transportador mecánico del café con mucílago en “punto” de lavado. Lavador mecánico de flujo ascendente de granos y descarga radial de mieles. Estructura metálica para soportar los componentes del módulo. Dosificación de café en “punto” de lavado. Disponen de dosificadores que entregan el flujo de café en “punto” de lavado requerido. Cada dosificador consta de una tolva, un tornillo sinfín y una</p>	1	\$35.000.000	\$35.000.000

	columna de alivio de presiones, que permite reducir notoriamente el daño mecánico al café. Todas las partes del dosificador están construidas en acero inoxidable. La carcasa del tornillo sinfín se puede abrir para lavarlo completamente.			
<b>Tolva de almacenamiento café pulpa - capacidad 5.000 kg café cereza</b>	Tolva cereza. Fabricada en acero inoxidable para larga vida útil, con chasis en tubería recubierta con pintura en polvo.	1	\$ 400.000	\$ 400.000
<b>Secador completo</b>	Secadora De Café Tipo Silo A Gas Penagos Sc-60. Capacidad en peso: 750 kg. Capacidad de producción en peso: 750 kg/h Largo x Ancho x Altura: 300 cm x 150 cm x 240 cm	1	\$15.000.000	\$15.000.000
<b>Bolmba de esplada 20LT</b>	Fumigadora GOODYEAR GY2002SP De Espalda Con Lanza 20 litros Manual. Pistón (mm) 45. Presión de trabajo: (bar / mpa) 2 -4 / 0,2 – 0,4. Lanza: Acero inoxidable. Dimensiones (L x An x Al) 46 x 19 x 61cm. Peso Neto: 4.8Kg.	2	\$ 130.000	\$ 260.000
<b>Equipos de computo</b>				
<b>Equipo de computo</b>	LENOVO 23,8" Pulgadas , Ryzen 5 - RAM 8GB - Disco SSD 512GB. Pantalla antirreflejo FHD, Imágenes mas claras y nítidas. Capacidad de almacenamiento estado solido 1 TB. Procesador de 12º generación, mayor rendimiento y velocidad. Cámara de alta resolución FHD, videollamadas mas claras. Wifi 6 Mayor velocidad y menor consumo de energía	1	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000
<b>Valor total inversiones requeridas</b>				<b>\$53.360.000</b>

## 7 PLAN FINANCIERO

### 7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces? (\$/unidad de empaque)	Café Pergamino Seco (CPS) Kilogramo \$13.000
¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)	Contado
¿Cómo prefieren pagar? (efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, por internet)	Efectivo
¿Las ventas de mi negocio, serán diarias, semanales, mensuales, semestrales o de que tipo?	Mensuales
¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?	Sacando los costos variables y fijos inmersos en el proceso, teniendo en cuenta los precios estándar del café y empresas de la competencia, así como la capacidad de pago de los clientes.

### PROYECCION VENTAS AÑO 1, 2 Y 3

		Incremento porcentual según investigación de mercado	
		5%	5%
NOMBRE PRODUCTO	TOTAL AÑO 1 (En Unidades)	TOTAL AÑO 2 (En Unidades)	TOTAL AÑO 3 (En Unidades)
Café Pergamino seco (Kilogramo)	38.024	39.925	41.921

### 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Café Pergamino Seco (CPS)	Carga de 125 kg	\$13.000	\$10.555	\$2.945

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mp	\$ 8.434.991	\$ 101.219.888	\$ 106.280.882	\$ 111.594.927
Costos Mo	\$ 15.504.286	\$ 186.051.432	\$ 195.354.004	\$ 205.121.704
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Acueducto	\$14.000	\$168.000	\$168.000	\$168.000
Energía	\$60.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Fletes	\$300.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000
Mantenimiento de Equipos	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Caja Menor	\$3.500.000	\$42.000.000	\$42.000.000	\$42.000.000
Teléfono	\$45.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000
Gastos Bancarios	\$200.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000
Papelería	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos Domicilios	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Empaques	\$500.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000
<b>Valor total</b>		\$ 345.099.320	\$ 359.462.886	\$ 374.544.630

### 7.3 ANALISIS FINANCIERO

#### Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 53.360.000	\$ 70.304.972
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 53.360.000	\$ 70.304.972

#### Estado de Resultados Projectado:

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
-------	-------	-------

VENTAS	\$ 494.312.000	\$ 519.027.600	\$ 544.978.980
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 101.219.888	\$ 106.280.882	\$ 111.594.927
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 186.051.432	\$ 195.354.004	\$ 205.121.704
(-) COSTOS FIJOS	\$ 11.054.000	\$ 11.054.000	\$ 11.054.000
= UTILIDAD BRUTA	\$ 195.986.680	\$ 206.338.714	\$ 217.208.350
(-) GASTOS FIJOS	\$ 45.540.000	\$ 45.540.000	\$ 45.540.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 128.522.000	\$ 134.225.600	\$ 140.214.380
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 21.924.680	\$ 26.573.114	\$ 31.453.970
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 21.924.680	\$ 26.573.114	\$ 31.453.970
(-) IMPUESTOS	\$ 7.235.144	\$ 8.769.128	\$ 10.379.810
= UTILIDAD NETA	\$ 14.689.536	\$ 17.803.986	\$ 21.074.160

#### Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 494.312.000	\$ 519.027.600	\$ 544.978.980
Egresos operativos	\$ 468.999.182	\$ 366.712.886	\$ 381.794.630
Flujo Operativo	\$ 25.312.818	\$ 152.314.714	\$ 163.184.350
Ingresos no operativos	\$ 133.664.972	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 123.664.972	\$ 7.235.144	\$ 8.769.128
Flujo no operativo	\$ 10.000.000	-\$ 7.235.144	-\$ 8.769.128
Flujo Neto	\$ 10.007.846	\$ 145.079.570	\$ 154.415.222
Saldo anterior	\$ 0	\$ 10.007.846	\$ 155.087.416
Saldo final	\$ 10.007.846	\$ 155.087.416	\$ 309.502.638

#### Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	41,67%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 86.269.016
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	2,5 años

## 7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Según la información financiera obtenida en el Plan de Negocio, se obtendrán utilidades a partir del primer año por valor de \$ 14.689.536, las cuales irán incrementado año tras año.

Según los cálculos financieros proyectados en el Plan de Negocio realizado la Tasa Interna de Retorno (TIR) esperada será del 41,67% (Formato financiero) es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 41%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 86.269.016, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa, a una tasa de descuento del 15%.

Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en el tercer año.

### **Viabilidad Social**

Con el fortalecimiento de la actividad productiva y comercial, estaremos contribuyendo al cierre de la brecha de porcentajes de desempleo e informalidad laboral, teniendo en cuenta que se espera continuar generando empleo a través de la contratación de jornaleros, Operario 1( Plateo y Fertilización; Aplicación de Enmiendas, Operario 2 (Desyerbas; Conservación de suelos; Control fitosanitario; Control mecánico de arvenses y otras labores culturales, Operario 3: Beneficio y Secado, Operarios para la Recolección. Para lo cual se utilizarán 1800 jornales en total por año para atender el total de hectáreas del plan de negocio.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de un contador por prestación de servicios y al representante legal se le reconocerá el salario mínimo legal vigente como una bonificación mensual por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de La Plata – Huila, adicional que estaremos contribuyendo con unos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia, como lo son: Fin de la Pobreza, Salud y Bienestar, Igualdad y Genero, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Producción y Consumo Responsable.

### **Viabilidad Ambiental**

Se establece la producción de café sustentable como alternativa de solución a las afectaciones sociales, ambientales y económicas que provoca la producción de café hoy en día, asociados a conceptos como la sensibilidad por el medio ambiente, la salud, la responsabilidad social o la equidad económica, por lo anterior se implementará tecnología de bajo impacto ambiental, el cual permitirá un ahorro del 90% del agua utilizada para el lavado.

## **Viabilidad Económica**

El trabajo asociativo, nos permitirá, reducir costos operativos y de producción, al igual que otros gastos relacionados con el negocio, acceso a recursos financieros de capital, ya que los socios contribuyen con fondos a través de sus cuotas o buscar inversiones conjuntas, unido a ello identificar oportunidades para optimizar procesos, reducir desperdicios y mejorar la productividad, lo que conduce a un mejor rendimiento financiero en general adaptándose a cambios en el entorno empresarial o económico, compartir recursos según sea necesario, lo que les permite ajustarse más fácilmente a fluctuaciones en la demanda del mercado, cambios en los precios de los insumos o condiciones económicas adversas. Aprovechamiento de economías de escala, al aumentar el volumen de producción o la escala de las operaciones, mayor capacidad de negociación; al unir fuerzas, los socios pueden tener una posición de negociación más fuerte frente a proveedores, clientes y otras partes interesadas. Esto puede conducir a mejores términos comerciales, descuentos por volumen y oportunidades de colaboración más favorables, Ampliación de la base de clientes y mercados, expandir las ventas y aumentar los ingresos, ya que se tiene acceso a una audiencia más amplia sin la necesidad de invertir recursos significativos en marketing o expansión geográfica.

El negocio aportará un pago de impuestos con una Tasa de Impuestos del 33% por valor de \$ 7.235.144 a partir del primer año, lo que generará una reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.

A demás contribuye significativamente a la economía del país a través de sus impuestos y contribuciones fiscales, así como mediante la generación de empleo, la creación de valor agregado y la promoción del crecimiento económico.