

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
ASOCIACION DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE CACAO DE GIGANTE
HUILA – ASOCAGIGANTE



Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

Cristiam Humberto Rojas Plazas

Huila, Gigante, 18 de marzo 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	4
3.1	PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO	4
3.2	PROPUESTA DE VALOR	6
3.3	ALIADOS CLAVES	7
4.	MERCADO	8
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO	8
4.2	COMPETENCIA	9
4.3	PROVEEDORES	9
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES.....	10
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	10
5	ESTUDIO TECNICO	11
5.1	LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION	11
5.2	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA	11
5.3	PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION	12
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO	12
6	RECURSOS CLAVES	13
7	PLAN FINANCIERO	14
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	14
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	14
7.3	ANALISIS FINANCIERO	15
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD	17

1. Caracterización de la Organización

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Asociación de Productores y Comercializadores de Cacao de Gigante Huila - ASOCAGIGANTE	NIT / RUT	900336068-8	
Dirección	Instalaciones de la central de beneficio animal de Gigante	Teléfono 1	3212748595	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	Gigante	
Página web		E-mail	asocagigante2019@gmail.com	
Nombre gerente	Cristiam Humberto Rojas Plazas	Celular	3136387809	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Presidente Junta Directiva	Antecedentes	Tecnólogo en Procesamiento de alimentos egresado del SENA, con formación complementaria en cosecha, postcosecha y beneficio del cultivo del cacao	
Nombre del representante legal	Cristiam Humberto Rojas Plazas			
Experiencia de la empresa en el sector	9 años de experiencia si han tenido ayudas por parte de otras entidades del estado		Año: 2023	Año: 2024
Actividad principal	Comercialización de cacao en grano	Número de empleados (directos)		
Fecha constitución	27-ene-10	Número de asociados (si aplica)	43	
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Comercialización de cacao en grano			
Figura jurídica	E.S.A.L Entidades Sin Ánimo de Lucro: Asociación	Ingresos de asociados	12.000.000	

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Comercializadores de Cacao de Gigante Huila - ASOCAGIGANTE

2.1 JUSTIFICACION

La Asociación de Productores y Comercializadores de Cacao de Gigante Huila – ASOCAGIGANTE presenta bajos niveles de producción y rentabilidad de cacao en grano que permitan atender la actual demanda del producto en la región, por ende, bajos volúmenes de producción que no permiten acceder a mercados especializados, motivo por el cual el producto obtenido es vendido a los intermediarios de la zona.

Por lo anterior, la Asociación propone la implementación de protocolos para estandarización de calidad del cacao y requiere gestionar un plan de negocio para el fortalecimiento a ASOCAGIGANTE mediante el apoyo técnico tecnológico y mejoramiento de la cadena de valor ampliando la infraestructura de procesamiento principalmente.

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
Comercialización de cacao seco en almendra y chocolate de mesa	Comercialización de cacao seco en almendra

Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
Los granos de cacao deben cumplir con ciertos criterios que satisfagan las necesidades del comprador. El cacao debe estar adecuadamente fermentado y seco (7% de humedad), libre de olores y de cuerpos extraños, no debe superar los límites en los contenidos de granos pizarrosos (sin fermentar o sub fermentados), en el contenido de granos planchos, dobles, quebrados, mohosos, infestados de insectos o germinados. El límite inferior del peso de un grano debe ser de 1 gramo.	Cacao seco en almendra kilogramo
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Tulas y costales de fique de 60 kg	Pendón, tarjetas de presentación
Fotos de los productos	
	

CAPACIDAD DE PRODUCCION

Nombre del producto o servicio	¿Qué capacidad tengo?	¿En qué período?	¿Cuáles son las épocas de mayor producción?	¿Cuáles son las épocas de menor producción?
Cacao seco en almendra	180 toneladas	Mensual	Mayo, junio, noviembre y diciembre	Enero, febrero, marzo, abril, Julio, agosto, septiembre y octubre,

VARIEDAD/PRECIO.

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Cacao seco en almendra	Seco	\$21.500

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Según Procolombia (2022), el 17% aumentaron las exportaciones de cacao en los últimos años al pasar de US\$14,5 millones en 2016 a US\$31,6 millones en 2022. De las cuales, el 77% de las exportaciones se originan en Santander y Huila.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Asociación de Productores y Comercializadores de Cacao de Gigante Huila – ASOCAGIGANTE, contempla su innovación en el proceso, mediante la implementación de protocolos para estandarización de calidad de cacao, a través de la central de beneficio, en donde se compra el cacao en baba y es fermentado y secado con los más altos estándares de calidad, que permite la obtención de cacao en almendra seco, con producción uniforme y que genera valor agregado como sus características sensoriales y organolépticas, las cuales pueden ser percibidas por el cliente en el momento de la compra a través de la prueba de calidad que se realiza en el laboratorio de la Asociación.

3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
SENA	Ofrece capacitación técnica especializada en cultivos agrícolas
ASOCOOPH	Aliados estratégicos que nos apoyan en el fortalecimiento de las habilidades socio empresariales y en la formulación de plan de negocio.
Alcaldía	Acompañamiento y respaldo a productores de cacao en diferentes proyectos productivos. Han realizado eventos para fomentar la asociatividad y el empresarismo en diferentes programas para darlos a conocer. Entrega en comodato del predio y formación técnica.
ONG GIZ	La GIZ trabaja en Colombia por encargo del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de Alemania. Con el fin de garantizar la paz en el país, la GIZ brinda apoyo a instituciones estatales y organizaciones de la sociedad civil para superar conjuntamente el conflicto y prevenir la violencia.
Gobernación del Huila	En su programa de alianzas productivas, hemos sido beneficiarios de una alianza para la calidad
AGROSAVIA	Brinda capacitación en el área de producción y calidad
Ecopetrol	Brinda formación
Cámara de Comercio	Nos brinda asesoría en asociatividad

4. MERCADO

4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO

Tipo de Cliente	Características del Cliente	Ubicación del cliente	Cantidad mensual estimada de clientes que realizarán adquisición de tu producto	% del total de ventas realizada por tipo de cliente
Exportador: Osito Colombia S.A.S	Es una empresa en Colombia, con sede principal en Garzón. Segmento del mercado que por sus características de ser clientes potenciales poseen poder adquisitivo para comprar el producto de manera directa	Calle 4 B Sur 17 - 60, Garzón Huila	1	50%
Exportador: Colcocoa	Es una empresa colombiana especializada en la exportación de cacao en grano de calidad, ofrecen pago de contado, precio diferencial, además ofrecen programas especiales para los productores de cacao.	Cl 54 26-154 Manizales - Caldas, con sede en Garzón, Huila	1	50%
TOTAL				100%

4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

Información competidor	Nombre competidor 1 Casa Luker	Nombre competidor 2 Nacional de Chocolates
Ubicación	Gigante	Ubicada en Medellín, en la carrera 43A # 1A Sur - 150
Cobertura	Regional: Zona centro y sur de Huila	Nacional: Con sede en el departamento del Huila
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL	Cacao en almendra	Cacao en almendra
Precios del producto principal	18.000 el kg	18.000 el kg
Canal de distribución	Mercado Internacional, exportación	Mercado Nacional, industrias transformadoras del grano.
Formas de pago	Contado	Contado
Venta directa o indirecta	Directa	Directa

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Colcocoa Manizalez	Costales de capacidad 75 kg
Gráficas Lismer de Garzón	Papelería general
Ferretería Multicentro Gigante	Materiales para los cajones y de construcción

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Orales y Escritos vía interacción directa (cara a cara) y llamada de voz vía teléfono celular y chat de WhatsApp
Redes sociales	Estrategia de Marketing Digital y de contenidos (Facebook)
Medios de difusión que se van a utilizar	Estrategia de Marketing Digital

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

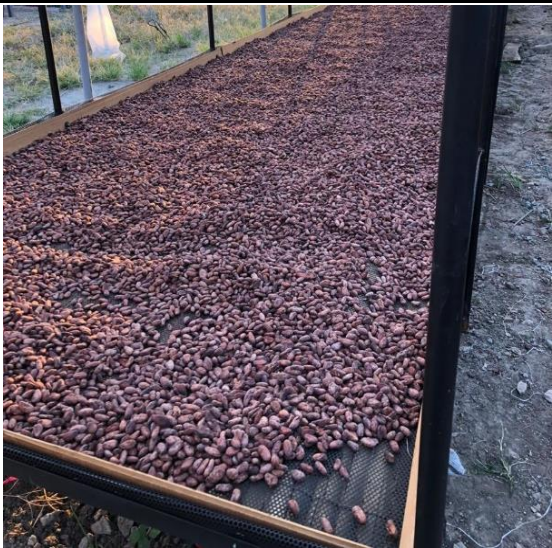
Canal	Describe el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	La empresa cuenta con un punto de venta físico A través de este punto venderemos a nuestros Clientes (existentes y nuevos) consumidores, minoristas y mayoristas sin la intervención de intermediarios.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Empresas Exportadoras Osito de Colombia S.A.S y COLCOCOA
¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?	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 nuestros productos.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	De acuerdo con las necesidades de nuestros clientes, así como la ubicación de esta previa caracterización, definimos los siguientes: 1. Punto de Venta Directo: Demostración personalizada del producto a los compradores. Esto nos permitirá mayor acercamiento, confianza e interacción. 2. Participación en ferias, especialmente ferias con clientes internacionales o exportadores directos

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio Gigante, Vereda El Tendido, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

· Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc) Infraestructura completa (Central de beneficio para cacao) ubicada en la central de beneficio animal actual de Gigante	
Descripción de área productiva 3200 metros cuadrados	
Ubicación Infraestructura completa ubicada en la central de beneficio animal actual de Gigante	Dispone de servicios públicos · Agua: SI · Luz /Tipo de energía: SI · Gas: No · Teléfono: No
Formalización del área de trabajo (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc) · Cuentan con comodato otorgado por la Alcaldía municipal a la Asociación	
Fotografías del área productiva	
	

5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 compra de caco en baba	Se realiza la compra del producto directamente al productor y asociado, el cual trae el producto cacao fresco libre de contaminantes hasta la planta, el cual es pesado y revisado a través de una muestra de calidad.
Proceso 2- Fermentación	Se realiza el proceso de fermentación el cual consiste la colocación de los granos cosechados en cajones de madera, con sus respectivos volteos, según protocolo de fermentación para estandarización de la calidad y resaltar los atributos sensoriales del grano.
Proceso 3- Secado	El secado se realiza de forma natural, en marquesinas, para estandarizar la calidad del grano.
Proceso 4- Empaque	El producto es empacado en costales de fique
Proceso 5- Comercialización	Se realiza la entrega el producto al cliente

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Cristian Humberto roya	Representante legal	Encargado del área administrativa y comercial
Yolanda Valderrama	Secretaria	Llevar actas y registro en las reuniones
Carlos Humberto Roa	Tesorero	Llevar los registros e información financiera de la asociación
Reinadlo Guzmán	Presidente	Encargado del área administrativa y comercial
Carlos Humberto Medina	Fiscal	Encargado de la veeduría de la empresa

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Cajones para el cacao	Dimensión 3 metros de ancho x 1 metro de largo. El cajón fermentador modular de cacao corresponde a una estructura desarmable de cajón en madera de cedro o mónico. Este cajón fermentador consta de tres secciones separadas por tablas deslizables que permitirán realizar el traslado del grano de cacao de un espacio a otro hasta que se termine de realizar el proceso.	30	\$ 1.000.000	\$ 30.000.000
Bascula	Báscula Digital en Pedestal 150kg Marca Badecol. Material: lámina Alfajor.	3	\$ 300.000	\$ 900.000
Insumos y herramientas				
Pala	Tipo garlancha	5	\$ 14.500	\$ 72.500
Costales	De fique	50	\$ 50.000	\$ 2.500.000
Empaques	Tulas	50	\$ 1.000	\$ 50.000
Estibas	De madera	30	\$ 70.000	\$ 2.100.000
Rieles	Sistema para el secado del Cacao por medio de rieles	1	5.000.000	\$ 5.000.000
Canastillas	Plásticas	300	20.000	\$ 6.000.000
Vasijas	Plásticas	1	2.500.000	\$ 2.500.000
Valor total inversiones requeridas				\$ 49.122.500

Nota: La organización aportará el valor correspondiente a \$19.122.500.

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)	Cacao seco en almendra (Kilogramos) \$21.000
¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)	Contado 100%
¿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?	Las ventas generalmente son mensuales
¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?	Teniendo en cuenta los costos, precios de la competencia y estableciendo un margen de utilidad

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Cacao seco en almendra	Kilogramos	\$ 21.000	\$16.050	\$ 4.964

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	1.349.333	16.192.000	17.001.600	17.851.680
Costos Mp	26.249.667	314.996.000	330.745.800	347.283.090

Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Acueducto	50.000	600.000	600.000	600.000
Arrendamientos	2.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
Dotaciones	120.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000
Servicios Públicos	500.000	600.000	600.000	600.000
Mantenimiento equipos	150.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
Caja menor	500.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Comunicación y teléfono	60.000	720.000	720.000	720.000
Dotación al personal de administración	120.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000
Gastos bancarios	100.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Papelería y oficina				
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación				
Transportes vendedores				
Gastos Domicilios	50.000	600.000	600.000	600.000
Valor total		369.588.000	386.147.400	403.534.770

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 30.000.000	\$ 13.124.833
Créditos	\$ 19.122.500	\$ 0
Total	\$ 49.122.500	\$ 13.124.833

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 462.000.000	\$ 485.100.000	\$ 509.355.000
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 314.996.000	\$ 330.745.800	\$ 347.283.090
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 16.192.000	\$ 17.001.600	\$ 17.851.680
(-) COSTOS FIJOS	\$ 54.242.500	\$ 54.242.500	\$ 54.242.500
= UTILIDAD BRUTA	\$ 76.569.500	\$ 83.110.100	\$ 89.977.730
(-) GASTOS FIJOS	\$ 22.010.000	\$ 10.510.000	\$ 9.360.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 53.274.482	\$ 56.290.344	\$ 57.445.344
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 1.285.018	\$ 16.309.756	\$ 23.172.386
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1.285.018	\$ 16.309.756	\$ 23.172.386
(-) IMPUESTOS	\$ 436.906	\$ 5.545.317	\$ 7.646.887
= UTILIDAD NETA	\$ 848.112	\$ 10.764.439	\$ 15.525.499

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 462.000.000	\$ 485.100.000	\$ 509.355.000
Egresos operativos	\$ 440.312.482	\$ 425.287.744	\$ 441.525.114
Flujo Operativo	\$ 21.687.518	\$ 59.812.256	\$ 67.829.886
Ingresos no operativos	\$ 62.247.333	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 62.247.333	\$ 436.906	\$ 5.545.317
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 436.906	-\$ 5.545.317
Flujo Neto	\$ 8.562.685	\$ 59.375.350	\$ 62.284.569
Saldo anterior	\$ 0	\$ 8.562.685	\$ 67.938.035
Saldo final	\$ 8.562.685	\$ 67.938.035	\$ 130.222.604

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	36,87%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 31.047.890
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	2,6 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 segundo año por valor de \$ 59.375.350, 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 36,87% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 36%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 31.047.890, 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 2,6 años.

Viabilidad Social

Desde el componente social, el plan de negocios contribuirá a la generación de empleo con la contratación de un auxiliar operativo tiempo completo, quien será el encargado del área de operaciones, un contador por prestación de servicios y el representante legal recibirá una bonificación mensual.

Adicionalmente este plan de negocio contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los asociados, ya que se genera valor a su producto al venderlo seco.

Se dignifica la labor del productor quien, a través de la implementación de procesos productivos, genera atributos a su producto, el cual verá reflejado en el producto final el cacao en almendra.

El plan de negocios busca además el empalme generacional y el apoyo a los hijos de los asociados para que adquieran habilidades en el área de producción y comercialización de cacao.

Viabilidad Ambiental

El plan de negocios es sostenible ambientalmente, ya que se implementan las buenas prácticas agrícolas y procesos que permiten hacer uso eficiente de los recursos naturales.

Viabilidad Económica

El negocio aportará un pago de impuestos, por \$ 5.545.317 en el segundo año que genera en reinversión social.

Se dinamiza la economía de la región con la compra de insumos, materias primas y maquinaria y equipos.