

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION GRUPO ASOCIATIVO CAFETERO  
AGROPECUARIO PARA LA PROSPERIDAD Y EL EMPRENDIMIENTO DE BARAYA  
GACAPEB**

Presentado a:

**Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila  
ASOCOOPH**

Presentado por:

**Dibdier Augusto Bermeo Huergo  
Representante legal**

Baraya - Huila, 8 de Mayo 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 .....	8
4. Mercado.....	11
4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO .....	11
4.2 COMPETENCIA .....	14
4.3 PROVEEDORES.....	15
4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES .....	15
4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	16
5. estudio tecnico .....	16
5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION	16
5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA.....	17
5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION .....	18
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	19
6 Recursos claves.....	20
7 Plan financiero .....	21
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS .....	21
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS .....	22
7.3 ANALISIS FINANCIERO .....	23
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD .....	25

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
<b>Nombre organización</b>	El Grupo Asociativo Cafetero Agropecuario para la Prosperidad y el Emprendimiento de Baraya-GACAPEB	<b>NIT / RUT</b>	901771877-8	
<b>Dirección</b>	Vereda Soto	<b>Teléfono 1</b>	3138603572	
		<b>Teléfono 2</b>	3153030648	
<b>Departamento</b>	Huila	<b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>	Baraya	
<b>Página web</b>	No tiene	<b>E-mail</b>	<a href="mailto:dayannaaroca10@gmail.com">dayannaaroca10@gmail.com</a>	
<b>Nombre gerente</b>	Dibdier Augusto Bermeo Huergo	<b>Celular</b>	3125863560	
		<b>Teléfono 1</b>		
<b>Cargo (si tiene otro)</b>	Representante Legal	<b>Antecedentes</b>	Técnico en Formulación y Gestión de Proyectos Agropecuarios	
<b>Nombre del representante legal</b>	Dibdier Augusto Bermeo Huergo			
<b>Experiencia de la empresa en el sector</b>	7 meses	<b>Año: 2023</b>	<b>Año: 2024</b>	
<b>Actividad principal</b>	Producción y Comercialización de Café	<b>Número de empleados (directos)</b>	0	0
<b>Fecha constitución</b>	31/10/2023	<b>Número de asociados (si aplica)</b>	8	8
<b>Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)</b>	Comercialización de Café Tostado y Molido			

<b>Figura jurídica</b>	E.S.A.L Empresa sin ánimo de lucro: Asociación	<b>Ingresos de asociados</b>		
------------------------	---	------------------------------	--	--

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO GACAPEB

### 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 agropecuarias en la región.

Las asociaciones agropecuarias 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 agropecuaria local, que proporcionen una fuente de ingresos más estable para los agricultores, ganaderos o pecuarios 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: mejorando el uso 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 agropecuarios.

La principal problemática que enfrenta nuestra organización en este momento es la necesidad de fortalecer la distribución de nuestro café tostado y molido. Para abordar este desafío, es fundamental adecuar un punto de venta directo en la vereda Soto del municipio de Baraya. Esta inversión no solo nos permitirá fortalecernos como organización, sino que también nos posicionará como agentes de cambio en toda la comunidad.

Además, es importante destacar que contar con implementos adecuados para mejorar tanto la labor administrativa como la comercial es esencial para el crecimiento sostenible y la competitividad del grupo asociativo. Estas herramientas

permitirán una gestión más eficiente de los recursos y procesos internos, lo que se traducirá en una mayor productividad y rentabilidad. En el ámbito administrativo, la implementación de sistemas y herramientas adecuadas facilitará la organización de la información, la toma de decisiones y el seguimiento de las actividades, lo que a su vez contribuirá a la transparencia y la eficacia en la gestión. En cuanto a la parte comercial, contar con equipos y recursos para mejorar la distribución, promoción y venta de los productos será fundamental para llegar a nuevos mercados, fidelizar clientes existentes y aumentar los ingresos. En resumen, la inversión en implementos para mejorar la labor administrativa y comercial no solo beneficiará directamente a la asociación, sino que también fortalecerá su impacto positivo en la comunidad y en la cadena de valor en su conjunto.

**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 Tostado y molido 500 gramos Café Tostado y molido 250 gramos	Café Tostado y molido

Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
Café tostado y molido, 100% puro café. Tostión oscura y molienda fina. Perfil de sabor Café de intenso sabor y aroma, de alto cuerpo y rendimiento.	Café Tostado y molido (500 gramos)
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Empaque tipo Bolsa Zipper hermético y válvula Desgasificadora	Pendón, tarjetas de presentación y sticker del empaque
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 Tostado y molido	500 unidades bimensuales (500 gramos)	3.300 unidades de 500gr	Anual	Todos los meses es la misma producción	Se maneja una producción constante

## VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Café Tostado y molido (500 gramos)	Tostado y molido	\$25.000

### 3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestro grupo asociativo se distingue por ofrecer café tostado y molido de alta calidad, respaldado por un compromiso inquebrantable con la sostenibilidad, la prosperidad y el emprendimiento de toda una comunidad. Al elegir nuestro producto, los clientes no solo disfrutan de una experiencia de café excepcional, sino que también contribuyen a una causa socialmente relevante. Garantizamos la trazabilidad y origen ético del café, brindando transparencia y confianza. Además, nuestra innovación radica en la combinación de calidad premium con impacto social y ambiental positivo, integrando prácticas sostenibles en toda nuestra cadena de valor.

Nos destacamos en un mercado competitivo al ofrecer un producto auténtico y genuino, respaldado por la pasión y dedicación detrás de cada grano de café.

En cuanto al valor agregado que entregamos al cliente, nuestro café no solo satisface su paladar exigente, sino que también les brinda la satisfacción de contribuir a una causa social y ambientalmente responsable. Resolvemos los problemas de los clientes al ofrecerles un producto de calidad que pueden disfrutar con confianza, sabiendo que están respaldando prácticas sostenibles y éticas. Satisfacemos las necesidades de los consumidores que buscan un café auténtico con un propósito, proporcionándoles una experiencia excepcional mientras contribuimos al empoderamiento de toda una comunidad y la protección del medio ambiente.

### 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).

<p><b>Ministerio de Agricultura</b></p>	<p>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.</p>
<p><b>Organización Internacional del Café</b></p>	<p>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.</p>
<p><b>Gobernación del Huila</b></p>	<p>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.</p>
<p><b>ADR</b></p>	<p>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.</p>

<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.
<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.
<b>Cooperativa Departamental de Caficultores del Huila Ltda.</b>	Cadefihuila, está dedicada a la compra y venta de café verde, proceso de trilla y venta de excelso nacional y de exportación, así como la compra y venta de fertilizantes y productos de provisión agrícola. Es la principal cooperativa de productores y comercializadores de café verde en Colombia, está comprometida con la sostenibilidad económica y social de los cafeteros y la producción de café de alta calidad. Actualmente parte de nuestra producción es vendida a la cooperativa.

## 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>Personas Naturales</b>	Nuestro café tostado y molido es apreciado por una amplia gama de consumidores, tanto mujeres como hombres, que residen en la zona rural y urbana del municipio de Baraya y Neiva, con edades comprendidas entre los 20 y 80 años. Estos consumidores, que pueden ser empleados o independientes, eligen nuestro café por la calidad excepcional que ofrecemos en cada etapa de nuestro proceso productivo. Desde el cultivo hasta el	Municipio de Baraya y Neiva		60	12%

	<p>tostado y molido, nos regimos por rigurosas prácticas agrícolas y estándares de calidad, lo que se refleja en el aroma y sabor distintivos de nuestro café. Nuestros clientes tienen la oportunidad de adquirir directamente el producto de manos de nuestros socios, con una frecuencia que puede variar entre semanal y mensual, según sus preferencias y necesidades.</p>				
<p><b>Tienda de Café</b></p>	<p>Tienda solidaria donde alrededor de 60 productores de café del Huila tienen presencia, convirtiéndose en una vitrina comercial que busca apoyar esta industria tan importante en el departamento del Huila.</p>	<p>Municipio de Neiva, Centro Comercial San Juan Plaza Local 217</p>	<p>Tienda Café Sol</p>	<p>20</p>	<p>4%</p>

<p><b>Palacio de Justicia de Neiva</b></p>	<p>Empresas y entidades Públicas y descentralizadas del Estado que en cumplimiento de la Ley 2046 del 06/08/2020 promueven la Estrategia de Compras Locales la cual busca apoyar el desarrollo y emprendimiento productivo de las familias y de las comunidades locales y que está dirigida principalmente a los pequeños productores agropecuarios que contribuyen a la seguridad alimentaria nutricional, así como al fortalecimiento de las economías locales de Colombia.</p>	<p>Municipio de Neiva</p>	<p>Palacio de Justicia</p>	<p>1</p>	<p>50%</p>
<p><b>Empresas (Micro y Pequeñas Empresas e Instituciones Públicas y Privadas)</b></p>	<p>Empresas con gran reconocimiento local en el departamento del Huila.</p>	<p>Municipio de Neiva</p>	<p>Fundación Jorge Eliecer Gaitán y Fosfatos del Huila</p>	<p>2</p>	<p>34%</p>
<p><b>TOTAL</b></p>				<p><b>100%</b></p>	

## 4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional: Apu Café	Competidor 2 Local: Café Armadillo
<b>Ubicación</b>	Departamento del Huila	Acevedo, Neiva
<b>Cobertura</b>	Nacional e Internacional	El café se distribuye en el municipio de Baraya y de Neiva
<b>Presentación del Producto Principal/Valor Agregado</b>	Café Tostado y molido 250 gr	Café Tostado y molido 250 gr
	Café Tostado y molido 500 gr	Café Tostado y molido 500 gr
	Un café con reconocimiento nacional e internacional, con gran variedad de cafés especiales.	Café que se destaca por su aroma, sabor y frescura del café.
<b>Precios del producto principal/Por Mayor y al Detal</b>	Entre \$19.000 y \$30.000	\$ 25.000,00
	Entre \$49.000 y \$65.000	\$ 13.000,00
<b>Canal de distribución</b>	Tiendas donde se ofrece toda una variedad de productos a base de café, ubicadas en Bogotá, Neiva y San Agustín (Huila) y en su Sitio Web.	Se entrega directamente al cliente y en la tienda Café Sol en Neiva.
<b>Formas de pago</b>	Efectivo	Efectivo
<b>Venta directa o indirecta</b>	Directa	Directa

### 4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Productores de café - Asociados	Café Pergamino Seco
Cooperativa Cadefihuila	Abono, fertilizantes, insumos
DYD COFFE COL	Toda la parte de torrefacción del café

### 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

<b>Canales de comunicación</b>	Directa: Voz a voz, Presentación personalizada, llamadas, mensajes de WhatsApp
<b>Redes sociales</b>	Actualmente el grupo asociativo no cuenta con ninguna red social. El objetivo es comenzar a tener presencia, inicialmente en Facebook.
<b>Medios de difusión que se van a utilizar</b>	Radio, redes sociales y participación en Ferias, Vitrinas Comerciales y Mercados.

#### 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Por ahora el punto directo es el que tiene cada una de las asociadas en sus fincas. Se quiere por medio de este plan de negocios obtener los recursos que permitan la adecuación de un punto de venta en el municipio de Baraya.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Actualmente contamos con presencia en la Tienda Café Sol, que es una tienda solidaria donde varias marcas de café huilense tienen presencia y que está ubicada estratégicamente en el centro comercial San Juan Plaza del municipio de Neiva.
¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?	Con la participación en ferias que sean gratuitas inicialmente, las patrocinadas por el SENA, la Alcaldía, la Gobernación del Huila, la Cámara de Comercio, Asocooph y la Tienda Café Sol.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	A través de Marketing Digital: Las redes sociales son indispensables para dar a conocer las ventajas de nuestro producto y ampliar la cobertura que tenemos actualmente, se realizarán degustaciones del producto para fortalecer la imagen y preferencia de los clientes, se asistirá a las ferias agrícolas, vitrinas comerciales y mercados campesinos, donde nos podamos dar a conocer.
Marketing Digital	
Página Web	

### 5. ESTUDIO TECNICO

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

Cultivo (Fincas cafeteras de los Asociados); Torrefacción Municipio de Neiva.

## 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
Cultivo (Fincas cafeteras de las Asociados); Torrefacción Municipio de Neiva.	
Descripción de área productiva	
Se cuenta con varias fincas de los asociados que poseen infraestructura física, para el proceso de beneficio y secado. El proceso de torrefacción y maquila se paga a un tercero.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Cultivo: Vereda Soto municipio de Baraya Torrefacción: Neiva - Huila	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Agua: SI</li> <li>· Luz /Tipo de energía: SI</li> <li>· Gas: Pipeta y Domiciliario</li> <li>· Teléfono: Red Móvil</li> </ul>
Formalización del área de trabajo (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
Fotografías del área productiva	
	

### 5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 <b>Selección y pesaje de materia prima</b>	Se hará para determinar con exactitud la cantidad de materia prima que entrega el proveedor para su correspondiente pago; y a partir de esta cantidad se controlarán los porcentajes de la calidad de café que este suministra.
Proceso 2 <b>Trillado</b>	Consiste en el descascarado o pelado de la cubierta del grano, eliminando por pulimento las cáscaras plateadas y finalmente su clasificación. Se retira mecánicamente el pergamino que cubre la almendra del café, obteniéndose la almendra. Aquí se produce una merma en el peso por el cisco que se retira.
Proceso 3 <b>Tostado</b>	El tueste del café es la fase primordial en la producción de un buen café donde el grano es sometido a un proceso de torrefacción a una temperatura de 198o y 230°C durante el cual pierden peso y se desarrolla el aroma, color y el gusto típico del café. En general, dependiendo % de tosti3n este podr3 ser leve, brind3ndole un sabor suave, medio-sabor redondo y un rico aroma y un mayor tostado brinda un sabor fuerte y distintivo. Por la temperatura que maneja en este proceso, mi caf3 se destacaría por su aroma intenso y cuerpo medio
Proceso 4 <b>Molido del caf3</b>	Se reduce el tama3o del grano previamente tostado para la extracci3n de compuestos soluble y aromas para que quede listo para el consumo.
Proceso 5 <b>Empacado y sellado</b>	El caf3 se aislar3 del medio ambiente, para mantener sus 3ptimas caracter3sticas hasta el momento de su empleo. Se empacar3 en bolsas metalizadas de 250 gramos y 500 gramos

Proceso 6 <b>Almacenado</b>	Se manejará un stock inventarios con el fin de contar con disponibilidad ante cualquier pedido o requerimiento por parte del cliente.
Proceso <b>Comercialización</b> 7	Se hará entrega de pedidos al cliente.

#### 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
<b>Dibdier Augusto Bermeo Huergo</b>	Representante Legal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de gestión comercial en ferias agrícolas y agroindustriales.
<b>Jean Carlos Barrera Herrera</b>	Vicepresidente	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de actividades que promuevan el alcance los objetivos de la organización.
<b>Paula Andrea Pinzón Conde</b>	Presidenta	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de actividades que promuevan el alcance los objetivos de la organización.
<b>Henry Bonilla</b>	Fiscal	Responsable de la gestión del flujo de caja, la planificación financiera, la inversión, el endeudamiento entre otras funciones.
<b>Maudy Dayanna Aroca Méndez</b>	Secretaria	Prestar apoyo administrativo a los directivos y los asociados.

## 6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
<b>Máquina de secado eléctrica</b>	SECADORAS DE CAFÉ TIPO SILO MARCA PENAGOS. diseño especial con materiales de la más alta calidad, pintura electroestática y cuenta con una compuerta inferior para la descarga del café lo que permite que sea fácil de operar. Capacidad: 10 @ (125 kg.). Número de mallas: 3. Altura del lecho estático de café por malla: 25 cm. - Conexión de gas: 1/2". - Presión de gas requerida: 40 Psi- 2,5 Bar. - Potencia eléctrica requerida: 3/4 HP. Conexión de red: monofásica 110/220 V 60 Hz. Consumo de potencia eléctrica: 11 / 5,5 amp. Dimensiones generales: 1,25 * 1,05 * 1,5 m.	5	\$ 4.920.000	\$ 24.600.000
<b>Insumos y herramientas</b>				
<b>Equipos de Computo</b>				
<b>Computador</b>	Computador All In One LENOVO 27" Pulgadas IdeaCentre Aio 3 - 27ALC6 - AMD Ryzen 7 - RAM 16GB - Disco SSD 1TB - Negro.	1	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000
<b>Impresora</b>	Impresora Multifuncional HP Smart Tank 720	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000

	Conexión por WIFI y Bluetooth a Color con Carga Continúa			
	Compatibilidad Universal escaner y copidora			
<b>Otros</b>				
<b>Valor total inversiones requeridas</b>				<b>\$ 30.035.999</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 Tostado y Molido (500 gramos) \$25.000
¿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

## PROYECCION VENTAS AÑO 1, 2 Y 3

		Incremento porcentual según investigación de mercado	
		5%	5%
NOMBRE PRODUCTO	TOTAL AÑO (En Unidades) 1	TOTAL AÑO (En Unidades) 2	TOTAL AÑO (En Unidades) 3
Café Tostado y Molido (500 gramos)	3.300	3.465	3.638

## 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Café Tostado y Molido	500 gramos	\$ 25.000	\$8.506,12	\$ 16.493,88

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$964.183	\$ 11.570.196	\$ 12.148.706	\$ 12.756.141
Costos Mp	\$1.100.000	\$ 13.200.000	\$ 13.860.000	\$ 14.553.000
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Caja menor	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Gastos Bancarios	\$30.000	\$360.000	\$360.000	\$360.000

Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos Representación	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
<b>Valor total</b>		<b>\$27.530.196</b>	<b>\$28.768.706</b>	<b>\$30.069.141</b>

### 7.3 ANALISIS FINANCIERO

#### Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
<b>Aportes</b>	\$ 30.035.999	\$ 35.000.000
<b>Créditos</b>	\$ 0	\$ 0
<b>Total</b>	\$ 30.035.999	\$ 35.000.000

#### Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>VENTAS</b>	\$ 82.500.000	\$ 86.625.000	\$ 90.956.250
<b>(-) COSTO VARIABLE M.P.</b>	\$ 13.200.000	\$ 13.860.000	\$ 14.553.000
<b>(-) COSTO VARIABLE M.O.</b>	\$ 11.570.196	\$ 12.148.706	\$ 12.756.141
<b>(-) COSTOS FIJOS</b>	\$ 5.710.300	\$ 5.710.300	\$ 5.710.300
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 52.019.504	\$ 54.905.994	\$ 57.936.809
<b>(-) GASTOS FIJOS</b>	\$ 24.660.000	\$ 3.660.000	\$ 1.560.000

<b>(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS</b>	\$ 5.800.000	\$ 5.965.000	\$ 6.138.250
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses</b>	\$ 21.559.504	\$ 45.280.994	\$ 50.238.559
<b>-intereses</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>OTROS EGRESOS</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 21.559.504	\$ 45.280.994	\$ 50.238.559
<b>(-) IMPUESTOS</b>	\$ 7.545.826	\$ 15.848.348	\$ 12.559.640
<b>= UTILIDAD NETA</b>	\$ 14.013.678	\$ 29.432.646	\$ 37.678.919

**Flujo de caja:**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>Ingresos operativos</b>	\$ 82.500.000	\$ 86.625.000	\$ 90.956.250
<b>Egresos operativos</b>	\$ 55.230.196	\$ 32.168.706	\$ 31.369.141
<b>Flujo Operativo</b>	\$ 27.269.804	\$ 54.456.294	\$ 59.587.109
<b>Ingresos no operativos</b>	\$ 65.035.999	\$ 0	\$ 0
<b>Egresos no operativos</b>	\$ 65.035.999	\$ 7.545.826	\$ 15.848.348
<b>Flujo no operativo</b>	\$ 0	-\$ 7.545.826	-\$ 15.848.348
<b>Flujo Neto</b>	\$ 23.969.804	\$ 46.910.468	\$ 43.738.761
<b>Saldo anterior</b>	\$ 0	\$ 23.969.804	\$ 70.880.272
<b>Saldo final</b>	\$ 23.969.804	\$ 70.880.272	\$ 114.619.033

### **Análisis financiero:**

<b>TIR (Tasa interna de Retorno)</b>	31,05%
<b>VAN (Valor Neto Anual)</b>	\$ 20.037.307
<b>PRI (Período de Retorno de la Inversión)</b>	3 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 \$ 29.432.646, 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 31,05%, es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 31%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 20.037.307, 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 3 años.

### **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 de campo. Para lo cual se utilizarán 180

jornales en total por año para atender el total de la producción del plan de negocio.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de un contador y un asistente técnico por prestación de servicios, un auxiliar operativo o mayordomo y al representante legal se vincularán de nómina, en reconocimiento por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Baraya – 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**

Estamos comprometidos firmemente a implementar acciones destinadas a prevenir, controlar y reducir los impactos ambientales no deseados generados por nuestra actividad ganadera. Estas medidas forman parte de un proceso continuo de mejora ambiental en todas nuestras operaciones. Asimismo, nos esforzamos por promover el progreso sostenible del medio ambiente, cumpliendo rigurosamente con la legislación ambiental de nuestro país y buscando siempre prácticas que minimicen nuestro impacto en el entorno.

### **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 del 35% por valor de \$15.848.348 a partir del segundo año, lo que generará una reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.

Además, 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.

Contribuciones a la seguridad social: Las asociaciones y sus empleados suelen contribuir a los sistemas de seguridad social, como los fondos de pensiones y los seguros de salud. Estas contribuciones no sólo proporcionan seguridad económica a los trabajadores y sus familias, sino que también pueden ayudar a financiar programas de seguridad social más amplios.

Se dinamiza la economía de la región a través de la compra y venta de productos y servicios, como lo son insumos, materias primas, maquinaria y equipos.