

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION
ASOCIACIÓN VISIONARIOS DEL CAMPO

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

José Gildo Diaz

Representante legal

Huila, Isnos, 12 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	10
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO.....	10
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	17
7	PLAN FINANCIERO	19
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	19
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	20
7.3	ANALISIS FINANCIERO	20
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	22

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	ASOCIACIÓN VISIONARIOS DEL CAMPO	NIT / RUT	901072855-7	
Dirección	Veredas Ciénaga Chiquita, San Vicente, Bajo Brisas, Sinaí	Teléfono 1	3128953170	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	Isnos	
Página web		E-mail	josehildardo332@gmail.com	
Nombre gerente	Jose Gildo Diaz	Celular	3128953170	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	Antecedentes	Cuentan con la formación brindada por Asocooph y el SENA	
Nombre del representante legal	Jose Gildo Diaz			
Experiencia de la empresa en el sector	Siete (7) Años en el sector cafetero	Año: 2023	Año: 2024	
Actividad principal	0123 - Cultivo de Café	Número de empleados (directos)	0	0
Fecha constitución	25/02/2017	Número de asociados (si aplica)	12	12
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Café Pergamino Seco			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	Ingresos de asociados		\$ 250.000

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

COFEE VISIONARIOS

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)	7.000 kilogramos al año	10.864 kilogramos al año	Anual/Pero las ventas son mensuales	Abril, mayo, junio, octubre. Noviembre a Diciembre	Enero, febrero, marzo, julio, agosto y septiembre

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 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
Asocooph	Promueve e integra a las entidades de economía solidaria del departamento del Huila bajo los preceptos de la doctrina universal del cooperativismo.

<p>Federación Nacional de Cafeteros</p>	<p>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.</p>
<p>Centro Nacional de Investigaciones de Café</p>	<p>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.</p>
<p>Fondo Nacional del Café</p>	<p>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>
<p>Ministerio de Agricultura</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>Organización Internacional del Café</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>Alcaldía Municipal</p>	<p>A través de la asesoría y acompañamiento en la formulación de proyectos productivos.</p>
<p>ADR</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>

Alianzas Productivas	Facilitar herramienta de inserción de pequeños y medianos productores agrícolas en agro cadenas, permitiendo enfrentar de una mejor manera los problemas de acceso a mercados, información, financiamiento, infraestructura e innovación tecnológica .
ICA	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.
SENA	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.
Sector Privado	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.
Cooperativa Departamental de Caficultores del Huila Ltda.	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 somos proveedores de Café Verde.

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
Empresas (Micro y Pequeñas Empresas e Instituciones Públicas y Privadas)	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.	Isnos, Huila	CADEFIHUILA	1	100%
TOTAL					100%

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Local Grupo Asociativo Amigos de Betania	Competidor 2 Regional ASPROTIMANA
Ubicación	Isnos, Huila	Timaná, Huila
Cobertura	Departamental (Regional)	Departamental (Regional)

Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/Valor agregado	<p>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.</p>	<p>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.</p>
Precios del producto principal/ mayor y al detal Por	<p>CPS Estándar 125 Kg \$1.700.000 por mayor, no venden al detal porque es un commodity</p>	<p>CPS AAA 125 Kg \$1.700.000 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</p>
Canal de distribución	<p>Indirecto (Productor a comercializadores)</p>	<p>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)</p>
Formas de pago	<p>Contado</p>	<p>Crédito 30 días</p>
Venta directa o indirecta	<p>Indirecta a los intermediarios como comercializadoras SKN del municipio</p>	<p>CPS Directa a Importadores y Exportadores Café Tostado Indirecto a Tiendas y supermercados</p>

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Agrícola E Implementos en ISNOS (Huila)	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
Agro Isnos B	Fertilizantes, Bioinsumos

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, Instagram, Google+ y YouTube). Está en proceso de elaboración.
Medios de difusión que se van a utilizar	Radio (emisora) y televisión regional, Estrategia de Marketing Digital

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describe el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	No se tiene contemplado por las características del producto, (commodity o materia prima) un canal de Distribución Directo.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	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 Cadefihula
¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?	A través de Ferias organizadas por el SENA, Comité de Cafeteros, Asocooch, 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).
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	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. Cadefihula

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Municipio Isnos, Veredas Ciénaga Chiquita, San Vicente, Bajo Brisas, Sinaí, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
Predios Rurales (veredas Ciénaga Chiquita, San Vicente, Bajo Brisas, Sinaí, Municipio de Isnos- Huila)	
Descripción de área productiva	
7 hectáreas de café variedad Castillo y Colombia, ubicadas en el Municipio de Isnos, Huila.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Municipio de Isnos - Huila	Agua: SI
	Energía Eléctrica: SI
	Gas: SI
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 ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1. Germinador	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.
Proceso 2. Almácigo	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.
Proceso 3. Preparación del terreno, trazado ahoyado y siembra	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>Proceso 4. Manejo de arvenses</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. Establecimiento del sombrío.</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. Fertilización</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. Control de Plagas</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. Manejo de Enfermedades</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. Beneficio Ecológico y manejo de subproductos</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>
<p>Proceso 10. Descontaminación de aguas y lixiviados en el beneficio del café</p>	<p>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.</p>
<p>Proceso 11. Comercialización</p>	<p>El café se comercializa como una materia prima, lo cual significa que se compra y vende en mercados regulados.</p>

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Jose Gildo Diaz	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.
Manuel Fernández	Vicepresidente	Relevar al presidente en sus funciones cuando este no está disponible en la situación.
Eduardo Fernández	Secretaria	Llevar las actas de la asamblea
Jesús Muñoz	Tesorería	Llevar la información financiera

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Secador completo	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

Desgranadora de café	Desgranadora de café vertical PENAGOS DV 255CM. está diseñada para brindar un despulpado altamente eficiente de café cereza maduro, directamente del mismo día de recolección. Peso: 70 kg. Dimensiones: 64 × 71 × 72 cm.	1	\$ 6.250.000	\$ 6.250.000
Moto carguera	AKT Karguero 3W 200 Arena 2025. Cilindrada 197 CC. Potencia: 12,07 HP. Torque: 13.9 NM. Tipo de motor: 4 tiempos	1	\$ 15.400.000	\$ 15.400.000
Tanque de acero capacidad 1500kg	Paredes, fondos y elementos en Acero inoxidable alimentario grado 304 o 316. Fondos lisos o cónicos en acero inoxidable. Diámetros a medida. Grosor de pared de 1mm, 2mm 3mm, 4mm Capacidad de carga hasta 30.000 kg / h.	1	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
Equipos de computo				
Equipo de computo	procesador Intel Core i5, 8GB de RAM y disco duro sólido de 512GB, este todo en uno de 23,8 pulgadas	1	\$ 4.700.000	\$ 4.700.000
Valor total inversiones requeridas				\$ 53.350.000

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 (En Unidades)	TOTAL AÑO (En Unidades)	TOTAL AÑO (En Unidades)
Café Pergamino seco (Kilogramo)	10.864	11.407	11.977

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	\$8.055	\$4.945

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mp	\$ 1.504.664	\$ 18.055.968	\$ 18.958.766	\$ 19.906.705
Costos Mo	\$ 3.977.129	\$ 47.725.552	\$ 50.111.830	\$ 52.617.421
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	\$2.800.000	\$33.600.000	\$33.600.000	\$33.600.000
Teléfono	\$45.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000
Gastos Bancarios	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
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
Valor total		\$ 107.409.520	\$ 110.698.596	\$ 114.152.126

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 48.086.989	\$ 2.376.166
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 48.086.989	\$ 2.376.166

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 141.232.000	\$ 148.293.600	\$ 155.708.280
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 18.055.968	\$ 18.958.766	\$ 19.906.705
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 47.725.552	\$ 50.111.830	\$ 52.617.421
(-) COSTOS FIJOS	\$ 10.993.366	\$ 10.993.366	\$ 10.993.366
= UTILIDAD BRUTA	\$ 64.457.114	\$ 68.229.638	\$ 72.190.789
(-) GASTOS FIJOS	\$ 35.340.000	\$ 35.340.000	\$ 35.340.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 23.178.000	\$ 24.264.400	\$ 25.405.120
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 5.939.114	\$ 8.625.238	\$ 11.445.669
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 5.939.114	\$ 8.625.238	\$ 11.445.669
(-) IMPUESTOS	\$ 1.959.908	\$ 2.846.329	\$ 3.777.071
= UTILIDAD NETA	\$ 3.979.207	\$ 5.778.910	\$ 7.668.598

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 141.232.000	\$ 148.293.600	\$ 155.708.280
Egresos operativos	\$ 130.487.520	\$ 110.948.596	\$ 114.402.126
Flujo Operativo	\$ 10.744.480	\$ 37.345.004	\$ 41.306.154
Ingresos no operativos	\$ 50.463.155	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 50.463.155	\$ 1.959.908	\$ 2.846.329
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 1.959.908	-\$ 2.846.329
Flujo Neto	\$ 10.368.314	\$ 35.385.096	\$ 38.459.826
Saldo anterior	\$ 0	\$ 10.368.314	\$ 45.753.410
Saldo final	\$ 10.368.314	\$ 45.753.410	\$ 84.213.236

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	25,19%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 10.596.946
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	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 \$ 5.778.910, 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 30,42% (Formato financiero) es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 30%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 10.596.946, 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 996 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 reconocerá una bonificación mensual por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Isnos– 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 \$ 2.846.329 a partir del segundo 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.