

**PLAN DE NEGOCIO DE LA ORGANIZACIÓN**  
**GRUPO ASOCIATIVO VIDA VERDE AMIGOS DEL MANANA**

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila  
ASOCOOPH

Presentado por:

**Martha Lilia Cuellar Escalante**

Representante legal

Huila, Saladoblanco, 26 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 .....                                                           | 11 |
| 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.....                                          | 16 |
| 6   | RECURSOS CLAVES .....                                                       | 16 |
| 7   | PLAN FINANCIERO .....                                                       | 17 |
| 7.1 | PROYECTANDO MIS INGRESOS .....                                              | 17 |
| 7.2 | ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS .....                                         | 18 |
| 7.3 | ANÁLISIS FINANCIERO .....                                                   | 18 |
| 7.4 | CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....                    | 20 |

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

| IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN                                  |                                                    |                                        |                                                                                                                                                                                                                |                  |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Nombre organización</b>                                      | Grupo Asociativo Vida Verde Amigos Del Mañana      | <b>NIT / RUT</b>                       | 901025375-3                                                                                                                                                                                                    |                  |
| <b>Dirección</b>                                                | Vereda San Rafael                                  | <b>Teléfono 1</b>                      | 3204424840                                                                                                                                                                                                     |                  |
|                                                                 |                                                    | <b>Teléfono 2</b>                      |                                                                                                                                                                                                                |                  |
| <b>Departamento</b>                                             | Huila                                              | <b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>       | Saladoblanco                                                                                                                                                                                                   |                  |
| <b>Página web</b>                                               |                                                    | <b>E-mail</b>                          | -                                                                                                                                                                                                              |                  |
| <b>Nombre gerente</b>                                           | Martha Lilia Cuellar Escalante                     | <b>Celular</b>                         | 3204424840                                                                                                                                                                                                     |                  |
|                                                                 |                                                    | <b>Teléfono 1</b>                      |                                                                                                                                                                                                                |                  |
| <b>Cargo (si tiene otro)</b>                                    | Representante legal                                | <b>Antecedentes</b>                    | Representante Legal y demás asociadas que gozan de bastante conocimiento empírico, capacitado y certificado por el SENA y otras Entidades, en temas relacionados con la producción y comercialización de Café. |                  |
| <b>Nombre del representante legal</b>                           | Martha Lilia Cuellar Escalante                     |                                        |                                                                                                                                                                                                                |                  |
| <b>Experiencia de la empresa en el sector</b>                   | Un año 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>                                       | 19/10/2001                                         | <b>Número de asociados (si aplica)</b> | 9                                                                                                                                                                                                              | 7                |
| <b>Descripción del objeto (producto/servicio/ labor social)</b> | Café Pergamino Seco, Derivados del Café            |                                        |                                                                                                                                                                                                                |                  |
| <b>Figura jurídica</b>                                          | Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria | <b>Ingresos de asociados</b>           |                                                                                                                                                                                                                | \$ 200.000       |

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

### CAFE AMIGOS DEL MAÑANA

#### 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 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%. | 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)      | 11.640 Kilogramos al año | 11.640 Kilogramos al año | Anual, ventas semanal | 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                           | Variedad Castillo y Colombia en Pergamino Seco             | \$11.320 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; la instalación de la tecnología o módulo para beneficio ecológico del café; fermentación natural, el cual contribuye a mejorar la 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. |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <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 cacaoera 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. | Saladoblanco, Huila   | <b>Cadefihuila</b>         | 1                                                                               | 100%                                                |
|                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                   |                       |                            | <b>TOTAL</b>                                                                    | <b>100%</b>                                         |

## 4.2 COMPETENCIA

| Información competidor                     | Competidor 1 Regional<br>AsproTimaná                                                                                                                                                                                                                     | Competidor 2 Local<br>Asociación De Productores Y Comercializadores De Café Saladoblanco                                                                         |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ubicación</b>                           | Timaná, Huila                                                                                                                                                                                                                                            | Saladoblanco,- Huila                                                                                                                                             |
| <b>Cobertura</b>                           | Departamental (Regional)                                                                                                                                                                                                                                 | Departamental (Regional)                                                                                                                                         |
| <b>Presentación del SERVICIO PRINCIPAL</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, cuentan con tecnología Ecomill para el beneficio del café, lo que permite que la fermentación sea natural. |
| <b>Precios del producto principal</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                                                                               |
| <b>Canal de distribución</b>               | Indirecto (Productor a comercializadores)                                                                                                                                                                                                                | Directo (Directa desde el cultivo a la central de beneficio)                                                                                                     |
| <b>Formas de pago</b>                      | Contado                                                                                                                                                                                                                                                  | Contado                                                                                                                                                          |
| <b>Venta directa o indirecta</b>           | Indirecta a los intermediarios como comercializadoras SKN del municipio                                                                                                                                                                                  | Directa a Importadores y Exportadores                                                                                                                            |

#### 4.3 PROVEEDORES

| Proveedor                         | Tipo de servicio o producto que suministra                           |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Agroalimentos mi Establo          | Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos |
| Comité Departamental de Cafeteros | Venta de semilla certificada                                         |

#### 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

|                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ¿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 (Transformación, Exportación, Tiendas especializadas) ubicados en el municipio de Saladoblanco.            |
| ¿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, Cadefihuila, 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). |
| 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:<br>- Distribución Exclusiva: Solo utilizaremos un intermediario en determinada área.                                                                                                             |

## 5. ESTUDIO TECNICO

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

Municipio Saladoblanco, Veredas San Rafael, El Alto, Bolivia, Las Pitas, Chilca, Departamento Huila.

### 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

| Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)                                                                                          |                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Predios Rurales (Veredas San Rafael, El Alto, Bolivia, Las Pitas, Chilcas, Municipio de Saladoblanco - Huila)                                         |                                              |
| Descripción de área productiva                                                                                                                        |                                              |
| 20 hectáreas de café ubicadas en el Municipio de Saladoblanco, distribuidas en las siguientes veredas San Rafael, El Alto, Bolivia, Las Pitas, Chilca |                                              |
| Ubicación                                                                                                                                             | Dispone de servicios públicos                |
| Municipio de Saladoblanco - Huila                                                                                                                     | Agua: SI<br>Energía Eléctrica: SI<br>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.<br><b>Germinador</b>                                         | 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.<br><b>Almácigo</b>                                           | 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.<br><b>Preparación del terreno, trazado ahoyado y siembra</b> | 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. |
| Proceso 4. <b>Manejo de arvenses</b>                                    | 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.                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Proceso 5.<br><b>Establecimiento del sombrío.</b>                       | El sombrío para los cafetales debe disponerse según las condiciones climáticas, el tipo de suelo y la pendiente del terreno.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Proceso 6.<br/><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.<br/><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>                                                                                                                                                                              |
| <p>Proceso 10.<br/><b>Descontaminación de aguas y lixiviados en el beneficio del café</b></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.<br/><b>Comercialización</b></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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Martha Liliana Cuellar Scalante | 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. |
| Maria Orfaly Vargas Parra       | Vicepresidente                                                              | Relevar al presidente en sus funciones cuando este no está disponible en la situación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Lucrecia Anacona de Anacona     | Secretaria                                                                  | Llevar las actas de la asamblea                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Herminda Ángel de Muñoz         | Tesorería                                                                   | Llevar la información financiera                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

## 6 RECURSOS CLAVES

| Recurso Clave Requerido         | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Cantidad | Valor unitario | Valor total  |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|--------------|
| <b>Maquinaria y equipo</b>      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |          |                |              |
| <b>Lavador Ecológica 400 Kg</b> | LAVADORA ECOLOGICA DE CAFÉ Modelo: LE1-2000. Lavadora Ecológica de 2000 Kilos hora de café mojadoEs una máquina empleada para lavar de manera automática y con un mínimo consumo de agua el café fermentado, mediante el proceso de centrifugación. Maquina montada en tubo cuadrado de 1.5" recubierto con pintura electrostática, | 1        | \$54.300.000   | \$54.300.000 |

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |              |                     |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--------------|---------------------|
|                                           | camisa e impulsores fabricados en acero inoxidable, compuerta en acero para fácil limpieza, protector externo, tolva de cargue y guardamotor en lámina, motor de alta calidad, sistema hidráulico en material flexible de alta resistencia, lo que hace que sea una maquina para durar. |   |              |                     |
| <b>Máquina despulpadora</b>               | Despulpadora De Café Penagos #-3-1/2. Voltaje 110/220v. Tipo motor: monofásico. Capacidad Volúmen: 750 L. Potencia: 1HP                                                                                                                                                                 | 1 | \$ 4.350.000 | \$ 4.350.000        |
| <b>Insumos y herramientas</b>             |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |              |                     |
| <b>Equipos de computo</b>                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |              |                     |
| <b>Otros</b>                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |              |                     |
| <b>Valor total inversiones requeridas</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |              | <b>\$58.650.000</b> |

## 7 PLAN FINANCIERO

### 7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

|                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces? (\$/unidad de empaque)</b> | Café Pergamino Seco (CPS)<br>La carga de 125 kg (\$1.418.000 kg)                                                                                                                           |
| <b>¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)</b>                                                                       | Contado                                                                                                                                                                                    |
| <b>¿Cómo prefieren pagar? (efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, por internet)</b>                                 | Efectivo                                                                                                                                                                                   |
| <b>¿Las ventas de mi negocio, serán diarias, semanales, mensuales, semestrales o de que tipo?</b>                          | Mensuales                                                                                                                                                                                  |
| <b>¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?</b>                                         | 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. |

## 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 | \$11.320                      | \$6.859             | \$4.461                |

| Costos operativos        | Presupuesto mensual | Año 1                | Año 2                | Año 3                |
|--------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Costos Mo                | \$ 4.177.916        | 50.134.993           | 52.641.743           | 55.273.830           |
| Costos Mp                | \$ 1.505.013        | 18.060.158           | 18.963.166           | 19.911.325           |
| 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               | \$600.000           | \$7.200.000          | \$7.200.000          | \$7.200.000          |
| 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          |
| <b>Valor total</b>       |                     | <b>\$ 83.423.151</b> | <b>\$ 86.832.909</b> | <b>\$ 90.413.155</b> |

## 7.3 ANALISIS FINANCIERO

### Inversión Requerida:

|          | En Activos Fijos | En capital de trabajo |
|----------|------------------|-----------------------|
| Aportes  | \$ 58.650.000    | \$ 4.515.040          |
| Créditos | \$ 0             | \$ 0                  |
| Total    | \$ 58.650.000    | \$ 4.515.040          |

**Estado de Resultados Projectado:**

|                                          | <b>AÑO 1</b>   | <b>AÑO 2</b>   | <b>AÑO 3</b>   |
|------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| VENTAS                                   | \$ 131.764.800 | \$ 138.353.040 | \$ 145.270.692 |
| (-) COSTO VARIABLE M.P.                  | \$ 18.060.158  | \$ 18.963.166  | \$ 19.911.325  |
| (-) COSTO VARIABLE M.O.                  | \$ 50.134.993  | \$ 52.641.743  | \$ 55.273.830  |
| (-) COSTOS FIJOS                         | \$ 10.953.000  | \$ 10.953.000  | \$ 10.953.000  |
| = UTILIDAD BRUTA                         | \$ 52.616.648  | \$ 55.795.131  | \$ 59.132.537  |
| (-) GASTOS FIJOS                         | \$ 8.940.000   | \$ 8.940.000   | \$ 8.940.000   |
| (-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS         | \$ 13.090.000  | \$ 13.672.000  | \$ 14.283.100  |
| =UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses | \$ 30.586.648  | \$ 33.183.131  | \$ 35.909.437  |
| -intereses                               | \$ 0           | \$ 0           | \$ 0           |
| OTROS EGRESOS                            | \$ 0           | \$ 0           | \$ 0           |
| =UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS             | \$ 30.586.648  | \$ 33.183.131  | \$ 35.909.437  |
| (-) IMPUESTOS                            | \$ 10.093.594  | \$ 10.950.433  | \$ 11.850.114  |
| = UTILIDAD NETA                          | \$ 20.493.054  | \$ 22.232.698  | \$ 24.059.323  |

**Flujo de caja:**

|                        | <b>AÑO 1</b>   | <b>AÑO 2</b>   | <b>AÑO 3</b>   |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos operativos    | \$ 131.764.800 | \$ 138.353.040 | \$ 145.270.692 |
| Egresos operativos     | \$ 96.463.152  | \$ 87.082.909  | \$ 90.663.155  |
| Flujo Operativo        | \$ 35.301.648  | \$ 51.270.131  | \$ 54.607.537  |
| Ingresos no operativos | \$ 63.165.040  | \$ 0           | \$ 0           |
| Egresos no operativos  | \$ 63.165.040  | \$ 10.093.594  | \$ 10.950.433  |
| Flujo no operativo     | \$ 0           | -\$ 10.093.594 | -\$ 10.950.433 |
| Flujo Neto             | \$ 30.786.609  | \$ 41.176.537  | \$ 43.657.104  |
| Saldo anterior         | \$ 0           | \$ 30.786.609  | \$ 71.963.146  |
| Saldo final            | \$ 30.786.609  | \$ 71.963.146  | \$ 115.620.250 |

**Análisis financiero:**

|                                          |               |
|------------------------------------------|---------------|
| TIR (Tasa interna de Retorno)            | 34,97%        |
| VAN (Valor Neto Anual)                   | \$ 23.446.557 |
| 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 primer año por valor de \$ 20.493.054, 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 34,97% (Formato financiero) es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 347%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 23.446.557, 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 1.037 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 Salado Blanco – 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 Género, 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 para lavado 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 \$ 10.093.594 a partir del primer 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 solo proporcionan seguridad económica a los trabajadores y sus familias, sino que también pueden ayudar a financiar programas de seguridad social más amplios.