

## **GRUPO ASOCIATIVO AGROPECUARIO EL NOGAL**

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila  
ASOCOOPH

Presentado por:

**Armando Avilés Avilés**  
**Representante Legal**

Departamento del Huila, Baraya, 27 de marzo de 2024

## Contenido

1. Caracterización de la Organización .....	3
2. Nombre del plan de negocio.....	4
2.1 JUSTIFICACION .....	4
3. Descripción del negocio/estudio de mercadeo .....	5
3.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER / CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO .....	5
3.2 PROPUESTA DE VALOR.....	6
3.3 ALIADOS CLAVES .....	7
4. Mercado .....	9
4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO .....	9
4.2 COMPETENCIA .....	10
4.3 PROVEEDORES.....	10
4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES.....	11
4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	11
5. estudio tecnico .....	12
5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION .....	12
5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA .....	12
5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION .....	13
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO .....	15
6 Recursos claves .....	15
7 Plan financiero.....	17
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS .....	17
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS .....	18
7.3 ANALISIS FINANCIERO .....	18
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	20

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	GRUPO ASOCIATIVO AGROPECUARIO EL NOGAL	NIT / RUT	900262440-6	
Dirección	Vereda la Troja	Teléfono 1	3107583191	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	Baraya	
Página web	-	E-mail	<a href="mailto:grupoasociativoagropecuarioelnogal@gmail.com">grupoasociativoagropecuarioelnogal@gmail.com</a>	
Nombre gerente	Armando Avilés Avilés	Celular	3107583191	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	Antecedentes	Técnico en Manejo Empresarial de la Finca, Emprendedor en Cosecha, Postcosecha y Comercialización de cultivos Agrícolas, Evaluación de la calidad física del cultivo del café	
Nombre del representante legal	Armando Avilés Avilés			
Experiencia de la empresa en el sector	15 años		Año: 2023	Año: 2024
Actividad principal	Código G4620	Número de empleados (directos)		
Fecha constitución	26/01/2009	Número de asociados (si aplica)	15	25
Descripción del objeto (producto/servicio/ labor social)	Comercialización de café verde			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	Ingresos de asociados		

## **2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO**

### **PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ VERDE EN ALMENDRA DE ALTA CALIDAD.**

#### **2.1 JUSTIFICACION**

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

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

La principal problemática que enfrenta nuestra organización en la actualidad radica en la necesidad de realizar adecuaciones y mejoras en las instalaciones de nuestra sede del grupo asociativo. Estas instalaciones, al no estar debidamente acondicionadas, limitan nuestra capacidad para llevar a cabo eficientemente nuestras actividades y servicios para nuestros asociados.

El presente plan de negocios está diseñado para abordar esta problemática mediante la obtención de recursos y la ejecución de proyectos de adecuación y mejoramiento de nuestras instalaciones. Esto incluirá la renovación de infraestructura física, con estas mejoras resolveremos las limitaciones actuales en nuestras instalaciones y fortaleceremos nuestra capacidad para brindar un mejor servicio a nuestros asociados y de esta manera cumplir con nuestros objetivos organizacionales a largo plazo.

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

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

<b>Producto(s)/servicio(s) ofrecidos por la organización</b>	<b>Productos y/o servicios en los que se va a enfocar el plan de negocios</b>
Café Verde en Almendra	Café Verde en Almendra
<b>Principales características</b>	<b>Presentaciones en las que se va a ofrecer</b>
El café verde son granos de café sin tostar de los frutos de Coffea (Coffea arabica, Coffea canephora). Contiene más ácido clorogénico que el café tostado. Apariencia homogénea y sana, olor fresco, color verde azulado, humedad entre el 10% y el 12%; su tamaño varía según la variedad.	Saco (Costal) de 50 Kilogramos
<b>Empaques a utilizar</b>	<b>Material publicitario (opcional)</b>
Costales de polipropileno.	En este momento el grupo asociativo solo maneja el uso del pendón como opción publicitaria y es usado en ferias agrícolas.
<b>Fotos de los productos</b>	



## 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 verde en almendra	29.100 kg	29.100 Kg	Anual	Febrero, marzo, Abril, Mayo, Junio	De Julio a Enero

## VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Café verde en almendra	Café fresco variedad Castillo	\$8.900 Kg

### 3.2 PROPUESTA DE VALOR

Ofrecemos al caficultor la oportunidad de vender su producción a un precio justo, competitivo y directamente en sus fincas. Esto no solo garantiza una remuneración equitativa por su trabajo, sino que también reduce los costos y la complejidad logística asociada con la venta de café.

Nuestra propuesta de valor satisface las necesidades del cliente al proporcionar una solución integral que garantiza un precio justo para los caficultores de la asociación, reduciendo la complejidad logística y promoviendo el desarrollo económico local.

Además, nuestro enfoque innovador radica en la conexión directa entre el productor y el comprador, eliminando intermediarios y asegurando transparencia en todo el proceso. Esta transparencia y proximidad entre el productor y el consumidor nos diferencia de la competencia, ya que fortalece los lazos entre ambas partes y genera confianza en la calidad y origen del producto.

### 3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
<b>ASOCOOPH</b>	Promueve e integra a las entidades de economía solidaria del departamento del Huila bajo los preceptos de la doctrina universal del cooperativismo.
<b>COMITÉ DEPARTAMENTAL DE CAFETEROS DEL HUILA</b>	Ofrecer asesoramiento y capacitación especializada en áreas como la producción agrícola, la gestión empresarial, la comercialización y la certificación de calidad, para mejorar la eficiencia y competitividad de las cooperativas.
<b>FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS</b>	Promover la creación de alianzas y redes entre cooperativas, instituciones gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil y el sector privado, para fortalecer la cooperación, el intercambio de conocimientos y la articulación de esfuerzos en beneficio del sector caficultor.
<b>MINISTERIO DE AGRICULTURA</b>	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario y el Desarrollo Rural.
<b>GOBERNACIÓN DEL HUILA</b>	Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas, además de apoyar la promoción y comercialización de los productos de las cooperativas, facilitando su acceso a nuevos mercados y promoviendo la participación en ferias y eventos comerciales tanto a nivel regional como nacional e internacional.

<b>SENA</b>	Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo del departamento del Huila.
<b>INVIMA</b>	Establecer normativas y estándares de calidad para la producción y comercialización de café, asegurando que los productos cumplan con los requisitos sanitarios y de inocuidad establecidos.
<b>SECTOR PRIVADO</b>	Cámara de Comercio del Huila: Incentivar y potenciar la productividad en un sector determinado dentro del país. Estas coaliciones proporcionan respaldo a través de financiamiento, investigaciones, análisis del sector e informes sobre tendencias de consumo.
<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>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.

## 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
INTERMEDIARIO MAYORISTA	Este comprador de café opera como mayorista y minorista en la región del Huila. Se encarga de adquirir café verde en grano de los productores locales, posteriormente realiza el proceso de secado y luego lo distribuye a compradores interesados en transformar la materia prima en productos finales.	Ubicado en el municipio de Baraya Huila.	JORGE VILLANEDA en el municipio de Baraya	6.250 kilos	50%
INTERMEDIARIO MAYORISTA	Este comprador de café opera como mayorista y minorista en la región del Huila. Se encarga de adquirir café verde en grano de los productores locales, posteriormente realiza el proceso de secado y luego lo distribuye a compradores interesados en transformar la materia prima en productos finales.	Ubicado en el municipio de Baraya Huila.	ABEL CHARRY Baraya	6.250 kilos	50%
<b>TOTAL</b>					<b>100%</b>

## 4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Local Café Villaneda	Competidor 2 Regional Cooperativa Comercializadora de Café
Ubicación	Municipio de Baraya	Municipio de Tello
Cobertura	Local	Regional y Local
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL	Café Verde y Pergamino Seco por Cargas de 125 Kg	Café Verde y Pergamino Seco por Cargas de 125 Kg
Precios del producto principal	\$1.432.000 definido por el mercado	\$5.600 / \$1.432.000
Canal de distribución	Directa	Directa
Formas de pago	Contado/Efectivo	Contado/Efectivo
Venta directa o indirecta	Directa	Directa

## 4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
<b>Cadefihuila</b>	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
<b>Agrovelca</b>	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
<b>Insuagro</b>	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
<b>Insumos Florhuila</b>	Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
<b>Coagrohuila</b>	Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos

#### 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

<b>Canales de comunicación</b>	Comunicaciones orales y escritas a través de interacciones directas, ya sea en persona o mediante llamadas telefónicas y chats de WhatsApp.
<b>Redes sociales</b>	En este momento la asociación no maneja ningún tipo de redes sociales, tiene interés en crear un perfil en Facebook, donde puedan comenzar a generar contenido de interés.
<b>Medios de difusión que se van a utilizar</b>	Pendones (presencia en ferias, eventos), perfil en Facebook, radio y marketing digital.

#### 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

<b>¿Qué canal de distribución vamos a usar?</b>	Punto de venta físico en cada una de las fincas de los asociados para la comercialización directa y la participación en Ferias y Eventos Empresariales.
<b>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</b>	Vamos a utilizar mayoristas especializados en productos agrícolas y café, para llevar nuestro café a una amplia red de puntos de venta minorista. Estos socios estratégicos nos permitirán llegar a diversos mercados y clientes, asegurando una distribución eficiente y una mayor visibilidad de nuestro café en el mercado.
<b>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</b>	Implementaremos una estrategia integral de comunicación que combina tanto métodos tradicionales como digitales con el objetivo de difundir los beneficios que nuestra asociación ofrece a los caficultores, así como resaltar las ventajas para nuestros clientes mayoristas al poder adquirir uno de los mejores cafés de la región.
<b>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</b>	Las estrategias que consideramos son las siguientes: 1. Venta directa en las fincas de nuestros caficultores, 2. Venta a intermediarios, mercados mayoristas y minoristas. 3. Participación en eventos y ferias cuya finalidad sea la promoción del café. 4. Venta a empresas procesadoras de alimentos para su uso en productos de consumo final.

## 5. ESTUDIO TECNICO

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

En el Municipio Baraya – Departamento del Huila, en la vereda al Troja.

### 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<b>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</b>	
El área productiva es en fincas en el área rural del municipio de Baraya y se tiene una casa propiedad de la asociación en la vereda la troja del mismo municipio.	
<b>Descripción de área productiva</b>	
Predio Rural ubicado en zona rural del Municipio de Baraya - Huila, el cual cuenta con una extensión de dos (5) hectáreas en las cuales se encuentran plantados y en producción 12.000 árboles de Café de las Variedades Castillo y Colombia, con una densidad de siembra de 1,0 metros x 1,20 metros.	
<b>Ubicación</b>	<b>Dispone de servicios públicos</b>
Fincas en el área rural del municipio de Baraya.	<ul style="list-style-type: none"><li>· Agua</li><li>· Energía eléctrica</li><li>· Gas</li><li>· Teléfono Celular e internet</li></ul>
<b>Formalización del área de trabajo (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)</b>	
Las fincas son propiedad de cada uno de los asociados y la casa si es del grupo asociativo.	
<b>Fotografías del área productiva</b>	
	

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

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 <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.
Proceso 2 <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. En su construcción se usan bolsas de polietileno color negro, calibre 1.5 o 2, perforadas a los lados y al fondo, y de un tamaño del 7 x 23cm.
Proceso 3 <b>Preparación del terreno, trazado ahoyado y siembra:</b>	El suelo constituye un recurso que debe ser aprovechado de la mejor manera posible. Esto se consigue con un adecuado ordenamiento del cultivo, el cual está basado en un buen trazado que permite no desperdiciar espacios y acomodar el mayor número de árboles por unidad de superficie. Para el trazado se usa material de la misma finca (estacas, varas y piolas), y se recomienda en surcos a través de la pendiente.
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.

Proceso 5 <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.
Proceso 6 <b>Fertilización:</b>	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.
Proceso 7 <b>Control de plagas:</b>	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.
Proceso 8 <b>Cosecha:</b>	Es el proceso de recolección, sólo los frutos maduros en su totalidad.
Proceso 9 <b>Recibo:</b>	se hace en seco aprovechando la gravedad, mediante tolvas construidas en cemento, madera o recubiertas con aluminio.
Proceso 10 <b>Despulpado:</b>	Se debe hacer en seco, aprovechando la gravedad. Estudios de Cenicafé, han comprobado que se puede despulpar el café sin agua, sin afectarla capacidad del proceso y la calidad de los granos.
Proceso 11 <b>Remoción del mucílago:</b>	Tiene como fin hacer que el mucílago que cubre el grano se descomponga y una vez fermentado se disuelva en agua, eliminándose por medio del lavado. Su duración oscila entre 18 y 30 horas, según el clima.
Proceso 12 <b>Lavado:</b>	Se hace el lavado del grano con agua limpia.
Proceso 13 <b>Empacado y venta:</b>	Se empaca en las tulas, para posteriormente ser vendido directamente en la finca del asociado.

## 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Armando Avilés	Representante Legal	Es responsable de representar legalmente a la cooperativa en todas las transacciones y actividades legales, además de fortalecer los vínculos comerciales y todo tipo de estrategias en beneficio de todos.
Oscar Trujillo	Vicepresidente	Es responsable de llevar a cabo tareas contables y administrativas clave. Esto incluye la gestión de la contabilidad diaria, la preparación de informes financieros, la coordinación de reuniones del consejo administrativo y la documentación de sus decisiones.
Azael Avilés	Tesorero	Es responsable de llevar a cabo tareas contables y administrativas.

## 6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
<b>Insumos y herramientas</b>				
			\$	\$
<b>Equipos de computo</b>				
			\$	\$
<b>Otros</b>				
<b>Preliminares</b>	Replanteo Nivelación	1	\$ 1.869.000	\$ 1.869.000

<b>Excavaciones</b>	Excavaciones en tierra de 0,20 a H 1 m Cajilla inspección	1	\$ 1.450.000	\$ 1.450.000
<b>Estructuras en Concreto</b>	Cemento gris 30 tipo AA portlan saco por 50 kilos Arena viaje de 5 m3 Triturado viaje de 5 m3	1	\$ 8.458.750	\$ 8.458.750
<b>Formaleta en Madera</b>	Tablas, puntilla amarre Alambre No.18	1	\$ 769.000	\$ 769.000
<b>Piso en Concreto</b>	Placa de 7,15x12,55m	1	\$ 3.925.100	\$ 3.925.100
<b>Hierro - Varilla</b>	1/2 corrugada	1	\$ 3.716.000	\$ 3.716.000
<b>Cubierta</b>	Lámina, zinc, tornillos, alambre	1	\$ 3.186.000	\$ 3.186.000
<b>Muro</b>	Ladrillo rosado mortero	1	\$ 6.626.660	\$ 6.626.660
<b>Valor total inversiones requeridas</b>				<b>\$ 30.000.500</b>

## 7 PLAN FINANCIERO

### 7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces? (\$/unidad de empaque)	El precio actual es de \$8.900 el kilogramo de café verde en almendra.
¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)	Contado 100%
¿Cómo prefieren pagar? (efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, por internet)	Efectivo
¿Las ventas de mi negocio, serán diarias, semanales, mensuales, semestrales o de que tipo?	Anuales
¿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 de la industria y empresas de la competencia y capacidad de pago de los clientes.

### PROYECCION VENTAS AÑO 1, 2 Y 3

		Incremento porcentual según investigación de mercado	
		5%	5%
NOMBRE PRODUCTO	TOTAL AÑO 1 (En Unidades)	TOTAL AÑO 2 (En Unidades)	TOTAL AÑO 3 (En Unidades)
Café Verde en Almendra Kg	29.100	30.555	32.082

## 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Café verde en almendra	Kilogramo	\$ 8.900	\$5616,42	\$3253,58

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$9.857.285	\$118.287.426	\$124.201.797	\$130.411.887
Costos Mp	\$3.762.533	\$ 45.150.396	\$ 47.407.916	\$ 49.778.312
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Arrendamientos	\$0	\$0	\$0	\$0
Servicios Públicos	\$44.000	\$528.000	\$528.000	\$528.000
Gastos bancarios	\$0	\$0	\$0	\$0
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación	\$1.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000
Gastos Domicilios	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Valor total</b>		<b>\$175.965.822</b>	<b>\$184.137.713</b>	<b>\$192.718.199</b>

## 7.3 ANALISIS FINANCIERO

**Inversión Requerida:**

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 30.000.510	\$ 7.025.062
Créditos	\$ 0	\$ 0
<b>Total</b>	<b>\$ 30.000.510</b>	<b>\$ 7.025.062</b>

**Estado de Resultados Proyectado:**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
VENTAS	\$ 258.990.000	\$ 271.939.500	\$ 285.536.475
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 45.150.396	\$ 47.407.916	\$ 49.778.312
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 118.287.426	\$ 124.201.797	\$ 130.411.887
(-) COSTOS FIJOS	\$ 4.615.701	\$ 4.615.701	\$ 4.615.701
= UTILIDAD BRUTA	\$ 90.936.477	\$ 95.714.086	\$ 100.730.576
(-) GASTOS FIJOS	\$ 37.670.000	\$ 26.170.000	\$ 25.020.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 36.565.482	\$ 38.562.344	\$ 38.562.344
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 16.700.995	\$ 30.981.742	\$ 37.148.232
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 16.700.995	\$ 30.981.742	\$ 37.148.232
(-) IMPUESTOS	\$ 5.845.348	\$ 10.843.610	\$ 9.287.058
= UTILIDAD NETA	\$ 10.855.647	\$ 20.138.132	\$ 27.861.174

**Flujo de caja:**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Ingresos operativos	\$ 258.990.000	\$ 271.939.500	\$ 285.536.475
Egresos operativos	\$ 238.201.304	\$ 236.870.057	\$ 244.300.543
Flujo Operativo	\$ 20.788.696	\$ 35.069.443	\$ 41.235.932
Ingresos no operativos	\$ 36.300.510	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 36.300.510	\$ 5.845.348	\$ 10.843.610
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 5.845.348	-\$ 10.843.610
Flujo Neto	\$ 13.263.630	\$ 29.224.095	\$ 30.392.322
Saldo anterior	\$ 0	\$ 13.263.630	\$ 42.487.725
Saldo final	\$ 13.263.630	\$ 42.487.725	\$ 72.880.047

### **Análisis financiero:**

TIR (Tasa interna de Retorno)	36,19%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 16.089.075
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	2 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 \$ 10.855.647, las cuales irán incrementado año tras año.

Según los cálculos financieros proyectados en el Plan de Negocio realizado la Tasa Interna de Retorno (TIR) esperada será del 36,19% (Formato financiero) es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 36%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 16.089.075, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa.

### **Viabilidad Social**

Con la formulación del presente plan de negocios se busca Mejorar las condiciones económicas de las familias de la región, mediante la contratación permanente de mano de obra, la sensibilización de la rentabilidad, para impulsar e implementar nuevos proyectos en la región que fortalezca las cadenas productivas del sector agrícola en abastecimiento de materias primas, distribución y logística, comercialización y ventas, servicio al cliente con valores adicionales como soporte técnico, mantenimiento, garantías o programas de fidelización de clientes para mantener la satisfacción del cliente y fortalecer las relaciones comerciales.

Con el fortalecimiento de nuestra 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 actividades culturales (germinador,

almacigo) operario (preparación del suelo, trazado, hoyado, siembra), Operario (sombrió, control de plagas). Operario (cosecha y despulpadora)

Para lo cual se utilizarán 444 jornales en total por año para atender el total de las colmenas del plan de negocio.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de 4 empleos directos con sus prestaciones sociales, un coordinador operativo para el área de producción y un coordinador de ventas para el área comercial. Así como también 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 Algeciras – Huila.

Desde una perspectiva social, el plan de negocios no solo buscará generar empleo, sino que también se esforzará por crear oportunidades laborales formales y dignas.

Al proporcionar empleo a los miembros de la comunidad, no solo estaremos mejorando su calidad de vida, sino que también estaremos fortaleciendo los lazos familiares y promoviendo un mayor bienestar en el entorno familiar. Además, al dinamizar la economía local, estaremos contribuyendo al desarrollo económico de la región y fomentando la prosperidad de toda la comunidad.

### **Viabilidad Ambiental**

Nuestra dedicación se centra en implementar medidas preventivas, de control y reducción de los impactos ambientales generados durante la producción de café. Nos comprometemos a adoptar un enfoque de mejora continua en nuestras prácticas ambientales. Además, nos esforzamos por promover el progreso sostenible del medio ambiente, en plena conformidad con la legislación ambiental vigente en nuestro país.

En este sentido, hemos optado por la producción de café sustentable como una solución integral para abordar las repercusiones sociales, ambientales y económicas derivadas de la producción actual de café. Esto implica consideraciones como la protección del medio ambiente, la promoción de la salud pública, el compromiso con la responsabilidad social y la búsqueda de la equidad económica en toda nuestra cadena de valor.

## **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, por \$ 5.845.348 en el primer año que genera en reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad. 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, Se dinamiza la economía de la región con la compra de insumos, materias primas y maquinaria y equipos.