

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
GRUPO ASOCIATIVO SEMILLAS DE ORO

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

JOSE NEICER SCARPETA MAZABEL

Huila, Oporapa, 11 de marzo de 2024

CONTENIDO

1.	CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	3
2.	NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO	4
2.1	JUSTIFICACION	4
3.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO	4
3.1	PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO.....	4
3.2	PROPUESTA DE VALOR	7
3.3	ALIADOS CLAVES.....	8
4.	MERCADO	8
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO	8
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	14
6	RECURSOS CLAVES	14
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 SEMILLAS DE ORO	NIT / RUT	901.220.021-7	
Dirección	VEREDA SAN CIRO	Teléfono 1	3177209870	
		Teléfono 2		
Departamento	HUILA	Ciudad/ municipio/ vereda	OPORAPA - VEDA SAN CIRO	
Página web	NO TIENE	E-mail	semillasdeorosan.ciro@gmail.com	
Nombre gerente	JOSE NEICER SCARPETA MAZABEL	Celular	3177209870	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)		Antecedentes	Egresado del programa SER, emprendedor en producción de café	
Nombre del representante legal	JOSE NEICER SCARPETA MAZABEL			
Experiencia de la empresa en el sector	5 AÑOS Y 5 MESES		Año: 2023	Año: 2024
Actividad principal	COMERCIALIZACION DE CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO	Número de empleados (directos)	0	0
Fecha constitución	24/09/2018	Número de asociados (si aplica)	10	10
Descripción del objeto (producto/servicio/labor social)	Comercialización de Café Tostado y Molido			
Figura jurídica	E.S.A.L Empresa sin ánimo de lucro	Ingresos de asociados	0	0

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

CAFÉ CON IDENTIDAD

2.1 JUSTIFICACION

Actualmente la organización paga servicio de maquila de torrefacción, lo que hace que incremente los costos variables para la producción de café tostado y/o molido. Por este motivo no tienen una capacidad de producción para suplir la demanda del mercado. Por lo anterior, requieren de maquinaria y equipos para realizar el proceso de tosti3n, torrefacci3n que les permita ampliar la capacidad de producci3n y procesar el caf3 directamente.

Es por eso por lo que, la organizaci3n requiere gestionar recursos econ3micos para la compra de maquinaria y equipos especializados para la tosti3n del caf3. Al contar la asociaci3n con la maquinaria para un adecuado proceso de tecnificaci3n garantizar3 la calidad del producto, optimizar3 procesos, minimizar3 costos de transformaci3n del caf3, e incursionar3 en la producci3n de otra l3nea de caf3 ya que cuenta con la experiencia en el sector y tiene actualmente clientes que reconocen su producci3n.

3. DESCRIPCI3N DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO

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

Producto(s)/servicio(s) ofrecidos por la organización	Productos y/o servicios en los que se va a enfocar el plan de negocios
Café Tostado y molido 500 gramos Café Tostado y molido 250 gramos Yogurt de Café Litro Crema de café botella Crema de café media botella	Café Tostado y molido
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
Descripción: Café con aroma propio del producto, color café oscuro sin presencia de otras coloraciones impropias del mismo, sin presencia de grumos ni compactación. Composición: Café molido producto del tostado y la molienda posterior de café, sin azúcar, conservantes, ni aditivos.	Café Tostado y molido (500 gramos) Café Tostado y molido (250 gramos)
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Empaque tipo Bolsa Zipper para cierre hermético y válvula Desgasificadora	No tienen
Fotos de los productos	
	

CAPACIDAD DE PRODUCCION

Nombre del producto o servicio	¿Qué capacidad tengo?	¿En qué período?	¿Cuáles son las épocas de mayor producción?	¿Cuáles son las épocas de menor producción?
Café Tostado y molido	50 unidades mensuales (500 gramos)	mensual	Todos los meses es la misma producción	Se maneja la producción constante

VARIEDAD/PRECIO.

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Café Tostado y molido (500 gramos)	Tostado y molido	\$20.000
Café Tostado y molido (250 gramos)	Tostado y molido	\$10.000

3.2 PROPUESTA DE VALOR

El presente plan de negocios nace de la necesidad de consumo de café de calidad, es así como un estudio realizado por la empresa consultora Kantar World en el año 2023 evidenció que el café está presente en el 99% de los hogares colombianos, en donde cada hogar está gastando en promedio \$98.336 y consumiendo 1.160 tazas de café al año, evidenciando un crecimiento superior al 3% respecto al año anterior, lo que significa un mercado de más de 422 mil millones de pesos. La composición de la participación del mercado, en volumen, el café molido o grano constituyen casi el 70% y el otro 30% queda en manos del instantáneo.

Según la FNC y el DANE el 96% de la población mayor de 12 años consume café en el país. De igual manera en un estudio realizado por Reinova para la FNC en el mes de noviembre de 2023, mostró que la frecuencia de consumo de bebidas a base de café es ligeramente superior en el campo (6,03 días a la semana) que en la ciudad (5,29 días a la semana); algo similar ocurre con la cantidad de tazas bebidas al día, 3,7 en el campo versus 3,3 en la ciudad.

Es por eso por lo que el presente plan de negocios busca dar solución a esa necesidad, mediante la generación de valor agregado al café del Municipio de Oporapa el cual es cultivado por los asociados del Grupo Asociativo Semillas de oro, logrando altos estándares de calidad. Siendo uno de los componentes innovadores el producto, el cual es obtenido de procesos de estandarización como fermentación controlada y/o prologada, que mejoran las características organolépticas del producto y generan atributos sensoriales.

De igual forma innovación en proceso a través de la tostión buscamos honrar el trabajo de cada productor, resaltando el perfil de cada café, ninguno es como el otro, intentamos caramelizar los azúcares de cada uno lo suficiente, balanceando los diferentes niveles de acidez, con el cuerpo y la dulzura, asegurando una experiencia única en taza.

El producto ofertado es café tostado y/o molido en presentación de 500 gramos y 250 gramos el cual hemos denominado "Café con Identidad", el cual es comercializado en panaderías, tiendas, supermercados y hoteles del municipio de Oporapa y Elías. En donde la tienda continúa siendo el canal de mayor importancia para la compra del café.

3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
Asocooph	Acompañamiento, capacitación y fortalecimiento
Gobernación del Huila	Financiamiento de proyectos productivos
SENA	Formación técnica y fortalecimiento empresarial
Entidades financieras	Acceso a crédito
Asociados	Proveedores de la materia prima de calidad

4. MERCADO

4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO

Tipo de Cliente	Características del Cliente	Ubicación del cliente	Cantidad mensual estimada de clientes que realizarán adquisición de tu producto	% del total de ventas realizada por tipo de cliente
Cafeterías	Las Cafeterías que hacen presencia en el Municipio de Oporapa, Elías Huila, son establecimientos de comercio dedicados a la venta por menor de bebidas y demás productos a base de Café.	Municipio de Oporapa, Elías	20	50%

<p>Panaderías</p>	<p>Las Panaderías que hacen presencia en el Municipio de Oporapa, Elías Huila, son establecimientos de comercio dedicados a la venta por menor y al detal de productos de panadería los cuales son muy bien acompañados con una taza de Café.</p>	<p>Municipio de Oporapa, Elías</p>	<p>10</p>	<p>40%</p>
<p>Hoteles y otros tipos de Hospedaje no Permanente</p>	<p>Los Hoteles y Hospedajes que hacen presencia en el Municipio de Oporapa, Elías Huila, son establecimientos de comercio dedicados al alojamiento de huéspedes o viajeros para albergar personas de manera temporal, incluyendo servicios propios y básicos de la actividad, destacándose los servicios de Restaurante y Cafetería los cuales incluyen e infunden dentro de sus Menús el consumo de Café.</p>	<p>Municipio de Oporapa, Elías</p>	<p>5</p>	<p>10%</p>
<p>TOTAL</p>				<p>100%</p>

4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

Información competidor	Competidor 1 Opoagua	Competidor 2 Café Sarita	Competidor 3 Café Balcones	Competidor 4 Café Alcatraz
Ubicación	Oporapa	Oporapa	Oporapa	Oporapa
Cobertura	Municipal	Municipal	Municipal	Municipal
Presentación del Producto	Café Tostado y molido 250 gr			
	Café Tostado y molido 500 gr			
Precios del producto principal	\$ 16,000.00	\$ 13,000.00	\$ 15,000.00	\$ 18,000.00
	\$ 8,000.00	\$ 7,000.00	\$ 7,500.00	\$ 90,000.00
Canal de distribución	Lo entregan directamente al cliente			
Formas de pago	Efectivo	Efectivo	Efectivo	Efectivo
Venta directa o indirecta	Supermercados, Tiendas y Restaurantes			

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Productores de café - Asociados y otros productores	Café pergamino seco
Packvision S.A.S	Empaques

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Directa: correo electrónico, voz a voz, Presentación personalizada, participación en ferias.
Redes sociales	Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp. Actualmente solo cuentan con Facebook.
Medios de difusión que se van a utilizar	Radio, redes sociales y página web y participación en ferias.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describe el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Por el momento no se cuenta con distribución directa al consumidor, se hace a través de intermediarios.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Son cafeterías, panaderías, hoteles ubicados en el municipio de Oporapa y Elías, quienes cuentan con un tráfico de personas frecuente, son reconocidos.
Cafeterías, Panaderías, Hoteles	
¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?	Se participará en ferias reconocidas que sean gratuitas inicialmente, las patrocinadas por el SENA, la Alcaldía, la Gobernación del Huila, la Cámara de Comercio y Asocooph
Participación en ferias y a través de la página web y redes sociales	
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	
Marketing Digital	Las redes sociales son indispensables para dar a conocer la disponibilidad del producto, así mismo la página web, se generará contenido con los procesos que se realizan en las fincas para obtener la materia prima de calidad.
Página Web	

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio Oporapa, Vereda San Ciro, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<ul style="list-style-type: none">• Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
<ul style="list-style-type: none">• No cuentan con un área productiva en común, sin embargo, los equipos se instalarán en una casa habitación que uno de los asociados arrendará.	
Descripción de área productiva	
<ul style="list-style-type: none">• 50 m2	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
<ul style="list-style-type: none">• Municipio Oporapa, Vereda San Ciro	<ul style="list-style-type: none">• Agua: Si• Luz /Tipo de energía: Trifilar• Gas: No• Teléfono: No, solo Celular
Formalización del área de trabajo, documento de tenencia (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
<ul style="list-style-type: none">• Arriendo	
Fotografías del área productiva	
	

5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 Selección y pesaje de materia prima	Se hará para determinar con exactitud la cantidad de materia prima que entrega el proveedor para su correspondiente pago; y a partir de esta cantidad se controlarán los porcentajes de la calidad de café que este suministra.
Proceso 2 Trillado	Consiste en el descascarado o pelado de la cubierta del grano, eliminando por pulimento las cáscaras plateadas y finalmente su clasificación. Se retira mecánicamente el pergamino que cubre la almendra del café, obteniéndose la almendra. Aquí se produce una merma en el peso por el cisco que se retira.
Proceso 3 Tostado	El tueste del café es la fase primordial en la producción de un buen café donde el grano es sometido a un proceso de torrefacción a una temperatura de 198o y 230°C durante el cual pierden peso y se desarrolla el aroma, color y el gusto típico del café. En general, dependiendo % de tostión este podrá ser leve, brindándole un sabor suave, medio-sabor redondo y un rico aroma y un mayor tostado brinda un sabor fuerte y distintivo. Por la temperatura que manejara en este proceso, mi café se destacaría por su aroma intenso y cuerpo medio
Proceso 4 Molido del café	Se reduce el tamaño del grano previamente tostado para la extracción de compuestos soluble y aromas para que quede listo para el consumo.
Proceso 5 Empacado y sellado	El café se aislará del medio ambiente, para mantener sus óptimas características hasta el momento de su empleo. Se empacará en bolsas metalizadas de 250 gramos y 500 gramos
Proceso Almacenado 6	Se maneja un stock inventarios con el fin de contar con disponibilidad ante cualquier pedido o requerimiento por parte del cliente.
Proceso Comercialización 7	Se hará entrega de pedidos al cliente.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Jose Neicer Scarpeta	Representante legal	Realizar la gestión comercial
Contador	Asesor Contable	Llevar la información contable y tributaria
Operario	Tostador	Realizar las operaciones de la empresa relacionadas con la trilla, tosti3n del caf3.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripci3n	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Tostadora	Tostadora de Caf3 (12 Kg) a GLP; Tambor de acero al carbono doble pared con aspas en su interior; Quemador tipo panel con encendido por piloto de chispa; Termocuplas de alta precisi3n que miden temperatura del grano y temperatura interna del tambor; Vasca con sistema de enfriamiento altamente eficiente; Cicl3n y recolector de desperdicio; Monitoreo de la curva de tueste Vía conexi3n Bluetooth directamente con la tostadora a trav3s de las APP	1	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000

Molino	Molino en acero inoxidable todo lo que tiene contacto con el alimento Estructura en acero Sistema de discos de fricción tipo corona Motor de 2 hp monofásico Capacidad de 80 a 120 kilos aproximados por hora	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Selladora	Selladora de bolsa tipo regla A 110 vts De mesa sellado de 20 cm Valor de 250.000 Y sellado de 30cm	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Selladora	Selladora profesional Funciona a 110 vts Regla de sellado de b45 cm y sella 1 cm de grueso	1	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000
Trilladora	Capacidad de trilla de café pergamino (café lavados) seco: 60 / 120 kg/h – Motor del cabezal de trilla: 2 Hp monofásico/ trifásico a 220 VAC – Motor de la zaranda y del sistema de aspiración de cisco: 1 Hp monofásico/ trifásico a 230 VAC – Mallas Intercambiables: Seleccionable entre 13 a la 18/64" (3 mallas previamente seleccionada instaladas) – Capacidad de la tolva: 40 Kg de cps – Dimensiones: 60 a. x 120 L. x 180 h. cm – Peso: 130 Kg.	1	\$ 13.700.000	\$ 13.700.000

Gramera	Balanza Digital Acero Inoxidable ALAXKA, Marca: Trumax. Fabricada en Acero Inoxidable y parte inferior en ABS de alta resistencia. Doble Display LED rojo. Plato en acero inoxidable de 23 x 19 cm. Batería 6 V, 4Ah, (60 horas de operación Aprox) Capacidades máximas disponibles. 3kg/0,2g - 7.5kg/0,5g - 15kg/1g - 30kg/2g	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Insumos y herramientas				
Etiquetas y empaques	Empaque tipo Bolsa Zipper para cierre hermético y válvula Desgasificadora	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Otros				
Adecuaciones locativas	Necesarias para el montaje e instalación de la maquinaria y equipo	1	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
Valor total inversiones requeridas				\$ 56.700.000

Nota: Las adecuaciones locativas serán la contrapartida por parte de la asociación.

7 PLAN FINANCIERO

7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces? (\$/unidad de empaque)	Café Tostado y Molido (500 gramos) \$20.000 Café Tostado y Molido (250 gramos) \$10.000
¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)	Crédito 50% Contado 50%
¿Cómo prefieren pagar? (efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, por internet)	Efectivo
¿Las ventas de mi negocio, serán diarias, semanales, mensuales, semestrales o de que tipo?	Las ventas generalmente son mensuales
¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?	Teniendo en cuenta los costos, precios de la competencia y estableciendo un margen de utilidad

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Café Tostado y Molido	500 gramos	\$ 20.000	\$7.007	\$ 12.993
Café Tostado y Molido	250 gramos	\$ 10.000	\$3.503	\$6.497

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	1.102.500	12.623.832	13.255.024	13.917.775
Costos Mp	1.050.000	12.600.000	13.230.000	13.891.500
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Arrendamientos	100.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Servicios Públicos	100.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Mantenimiento equipos	20.000	240.000	240.000	240.000
Gastos bancarios	50.000	600.000	600.000	600.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación				
Transportes vendedores				
Gastos Domicilios	50.000	600.000	600.000	600.000
Valor total		29.063.832	30.325.024	31.649.275

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	42.000.000	5.906.204
Créditos	0	
Total	42.000.000	5.906.204

Estado de Resultados proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 72,000,000	\$ 75,600,000	\$ 79,380,000
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 12,600,000	\$ 13,230,000	\$ 13,891,500
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 12,623,832	\$ 13,255,024	\$ 13,917,775
(-) COSTOS FIJOS	\$ 7,610,000	\$ 7,610,000	\$ 7,610,000
= UTILIDAD BRUTA	\$ 39,166,168	\$ 41,504,976	\$ 43,960,725
(-) GASTOS FIJOS	\$ 6,100,000	\$ 1,100,000	\$ 600,000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 850,000	\$ 850,000	\$ 850,000
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 32,216,168	\$ 39,554,976	\$ 42,510,725
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 2,000,000		
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 30,216,168	\$ 39,554,976	\$ 42,510,725
(-) IMPUESTOS	\$ 10,575,659	\$ 13,844,242	\$ 10,627,681
= UTILIDAD NETA	\$ 19,640,509	\$ 25,710,735	\$ 31,883,044

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 70.269.900	\$ 75.513.495	\$ 79.289.170
Egresos operativos	\$ 35.013.832	\$ 31.075.024	\$ 31.899.275
Flujo Operativo	\$ 35.256.068	\$ 44.438.471	\$ 47.389.895
Ingresos no operativos	\$ 62.606.204		
Egresos no operativos	\$ 64.772.871	\$ 10.575.659	\$ 13.844.242
Flujo no operativo	-\$ 2.166.667	-\$ 10.575.659	-\$ 13.844.242
Flujo Neto	\$ 29.939.401	\$ 33.862.813	\$ 33.545.653
Saldo anterior		\$ 29.939.401	\$ 63.802.214
Saldo final	\$ 29.939.401	\$ 63.802.214	\$ 97.347.867

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	25,20%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 11.090.021
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	2,6 años

7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Según la información financiera obtenida en el Plan de Negocio se obtendrán utilidades a partir del segundo año por valor de \$ 25.710.735, 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 25,20% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 25%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 11.090.021, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa, a una tasa de descuento del 15%.

Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en 2,6 años.

Viabilidad Social

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

Adicionalmente este plan de negocio contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los asociados, ya que se genera valor a su producto al intervenir el segundo eslabón de la cadena, el de transformación.

Se dignifica la labor del productor quien, a través de la implementación de procesos productivos, genera atributos a su producto, el cual verá reflejado en el producto final el café tostado y/o molido.

El plan de negocios busca además el empalme generacional y el apoyo a los hijos de los asociados para que adquieran habilidades en el área de transformación y calidad del café.

Viabilidad Ambiental

El plan de negocios es sostenible ambientalmente, ya que para la obtención de la materia prima café pergamino seco se implementan las buenas prácticas agrícolas y procesos que permiten hacer uso eficiente de los recursos naturales.

Viabilidad Económica

El negocio aportará un pago de impuestos, por \$ 10.575.659 en el primer año que genera en reinversión social.

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