

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN  
COOPERATIVA DE CAFETEROS RAICES NEIVA-COORAICES**

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila  
ASOCOOPH

Presentado por:

**Jhon Jairo Silva**  
**Representante de la organización**

Huila, Neiva, 16 de diciembre 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 .....	9
3.3	ALIADOS CLAVES .....	10
4.	MERCADO .....	11
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO.....	11
4.2	COMPETENCIA.....	14
4.3	PROVEEDORES .....	15
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES .....	15
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	16
5	ESTUDIO TECNICO .....	17
5.1	LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION .....	17
5.2	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA .....	17
5.3	PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION ..	18
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO .....	19
6	RECURSOS CLAVES .....	20
7	PLAN FINANCIERO .....	23
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS.....	23
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS.....	24
7.3	ANALISIS FINANCIERO.....	25
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD .....	26

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
<b>Nombre organización</b>	COOPERATIVA DE CAFETEROS RAICES NEIVA - COORAICES	<b>NIT / RUT</b>	901464734-7	
<b>Dirección</b>	Neiva	<b>Teléfono 1</b>	318 5729481	
		<b>Teléfono 2</b>		
<b>Departamento</b>	Huila	<b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>	Neiva	
<b>Página web</b>		<b>E-mail</b>	<a href="mailto:cooraices@gmail.com">cooraices@gmail.com</a>	
<b>Nombre gerente</b>	JHON JAIRO SILVA	<b>Celular</b>	318 5729481	
		<b>Teléfono 1</b>	318 5729481	
<b>Cargo (si tiene otro)</b>	Representante legal	<b>Antecedentes</b>	Formación con ASOCOOPH	
<b>Nombre del representante legal</b>	JHON JAIRO SILVA			
<b>Experiencia de la empresa en el sector</b>	Integra 22 organizaciones de primer nivel	<b>Año: 2023</b>	<b>Año: 2024</b>	
<b>Actividad principal</b>	9499 actividades de otras asociaciones, elaboración y comercialización de café tostado y molido	<b>Número de empleados (directos)</b>		
<b>Fecha constitución</b>	09/03/2021			

<b>Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)</b>	elaboración y comercialización de café tostado y molido	<b>Número de asociados (si aplica)</b>		
<b>Figura jurídica</b>	Entidades sin Ánimo de Lucro	<b>Ingresos de asociados</b>	N.A	

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Planta de Torrefacción COORAICES

### 2.1 JUSTIFICACION

El objetivo de apoyar a las organizaciones agropecuarias sin ánimo de lucro 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.

Teniendo en cuenta el trabajo conjunto realizado por la COOPERATIVA DE CAFETEROS RAÍCES NEIVA - COORAICES, se han identificado los siguientes problemas o necesidades.

La organización requiere presentar a clientes nacionales e internacionales cafés tostados en grano y molido en grandes volúmenes, múltiples presentaciones, a precios competitivos, con eficiencia en cuanto a tiempos de presentación y dando cumplimiento a la normatividad sanitaria vigente (Registro INVIMA), con el objetivo de obtener una ventaja competitiva y hacerse atractivo con respecto a los competidores, cumpliendo con la normatividad vigente.

La única forma de ofrecer a clientes nacionales e internacionales en grandes volúmenes, eficiencia a nivel tiempos de producción y envío, flexibilidad para enviar en múltiples presentaciones de producto sea con marca propio y privada, y a precios competitivos en el mercado es contar con una planta de torrefacción propia que cumpla con la normatividad sanitaria.

Teniendo en cuenta lo anterior, se va a establecer una planta de torrefacción ubicada estratégicamente en la zona industrial del municipio de Neiva en donde se procesará un porcentaje del café producido por los productores que hacen parte de las organizaciones de primer nivel en donde se encuentran localizadas las organizaciones de primer nivel, los cuales se adecuarán teniendo en cuenta la normatividad sanitaria vigente para obtención de registro INVIMA de café tostado y molido, la cual podrá prestar a su vez servicios de maquila a los asociados que tienen marcas propias o a clientes externos que estén interesados en los servicios.

**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>
<p><b>Línea de Café Tostado en grano y molido</b>  <b>Línea de Servicio de Torrefacción</b></p> <p>1. Café tostado en grano y molido marca propia (Lavado, Honey o Natural) en presentaciones: granel, 5kg, 2,5kg, 1kg, 500g, 454kg, 250g, 200g, 125g, 50g.                  2. Café tostado en grano y molido marca privada en presentaciones: granel, 5kg, 2,5kg, 1kg, 500g, 454kg, 250g, 200g, 125g, 50g.                  3. Tercerización de servicio de torrefacción a productores de café parte de las asociaciones aliadas del proyecto. 4. Tercerización de servicio de torrefacción a terceros.</p>	<p>1. Café tostado en grano y molido marca propia a granel (Lavado, Honey o Natural), 5kg, 2,5kg, 1kg, 500g, 454kg, 250g, 200g, 125g, 50g.</p> <p>2. Café tostado en grano y molido marca privada a granel, 5kg, 2,5kg, 1kg, 500g, 454kg, 250g, 200g, 125g, 50g.</p> <p>3. Tercerización de servicio de torrefacción a productores de café parte de las asociaciones aliadas del proyecto.</p> <p>4. Tercerización de servicio de torrefacción a terceros.</p>

Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
<p>1. Café tostado en grano y molido (Lavado, Honey o Natural): proveniente de lotes y Microlotes de asociaciones aliadas al proyecto, produciendo líneas de microlotes, café especial y línea comercial con tecnología en curva de tueste y control de color con colorímetro, con tueste fresco, envasado bajo marca propia.</p> <p>2. Café tostado en grano y molido: proveniente de lotes y Microlotes de asociaciones aliadas al proyecto, produciendo líneas de microlotes, café especial y línea comercial con tecnología en curva de tueste y control de color con colorímetro, con tueste fresco, envasado bajo marca privada.</p> <p>3. Café tostado en grano y molido: proveniente de café del productor cliente, produciendo líneas de café bajo los parámetros dados por el mismo, con tecnología en curva de tueste y control de color con colorímetro, con tueste fresco, envasado bajo marca del productor.</p> <p>4. Café tostado en grano y molido: proveniente de café traído por terceros, produciendo líneas de café bajo los parámetros dados por el mismo, con tecnología en curva de tueste y control de color con colorímetro, con tueste fresco, envasado bajo marca del tercero.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* A granel envasado en grain pro 30kg</li> <li>* A granel envasado en grain pro 15kg</li> <li>* Bolsa 4 paredes y válvula 5kg</li> <li>* Bolsa 4 paredes y válvula 2,5kg</li> <li>* Bolsa 4 paredes y válvula 1kg</li> <li>* Bolsa 4 paredes y válvula 500g</li> <li>* Bolsa 4 paredes y válvula 454g</li> <li>* Bolsa 4 paredes y válvula stand up zipper 250g</li> <li>* Bolsa 4 paredes y válvula stand up zipper 125g</li> <li>* Bolsa 4 paredes stand up zipper 50g</li> </ul>
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Para café a granel: Bolsas Grain pro de 60kg y 30kg.</li> <li>*Para bolsas de 5, 2.5, 1kg y 500g, 454g, 250g, 125kg y 50g bolsas de 4 paredes con válvula desgasificadora, pared externa mates o kraft.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Material P.O.P en grandes superficies, tienda naturales y tiendas de café de especialidad.</li> <li>*Publicidad en google ads, reels e Instagram.</li> <li>*Flyers de producto</li> </ul>

## 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?
Línea Café tostado en grano y/o molido (Lavado, Honey o Natural)	43.251 kg	43.251 kg	Año/Ventas Mensual	Abril, mayo, junio, Julio, agosto, septiembre, octubre, Noviembre	Diciembre, enero, febrero, Marzo

## VARIEDAD/PRECIO.

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Línea de Café Tostado y Servicios de Torrefacción  1. Café tostado en grano y molido marca propia (Lavado, Honey o Natural) en presentaciones: 1.1. Granel 30kg líneas de microlotes/ Especial / Comercial. 1.2. Granel 15kg líneas de microlotes/ Especial / Comercial. 1.3. 5kg líneas de microlotes/ Especial / Comercial. 1.4. 2,5kg líneas de microlotes/ Especial / Comercial. 1.5. 1kg líneas de microlotes/ Especial / Comercial.	*Tostado en granos, Tostado molido, *Tostado en granos empacado al vacío, Tostado molido empacado al vacío.	1.1. COP\$1.000.000 - COP\$2.500.000 1.2. COP\$550.000 - COP\$1.300.000 1.3. COP\$140.000 - COP\$300.000 1.4. COP\$75.000 - COP\$160.000 1.5. COP\$35.000 - COP\$50.000 1.6. COP\$18.000 - COP\$38.000 1.7. COP\$16.000 - COP\$35.000 1.8. COP\$10.000 - COP\$20.000 1.9. COP\$8.000 - COP\$15.000 1.10. COP\$6.500 - COP\$13.000

<p>1.6. 500g líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>1.7. 454g líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>1.8. 250g líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>1.9. 200g líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>1.10. 125g líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>1.11. 50g líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>2. Café tostado en grano y molido marca privada en presentaciones:</p> <p>2.1. Granel 30kg líneas de micro lotes/ Especial / Comercial.</p> <p>2.2. Granel 15kg líneas de micro lotes/ Especial / Comercial.</p> <p>2.3. 5 kg líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>2.4. 2,5kg líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>2.5. 1kg líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>2.6. 500g líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>2.7. 454g líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>2.8. 250g líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>2.9. 200g líneas de microlotes/ Especial /</p>		<p>1.11. COP\$3.000 - COP\$5.500</p> <p>2.1. COP\$850.000 - COP\$2.150.000</p> <p>2.2. COP\$470.000 - COP\$1.150.000</p> <p>2.3. COP\$120.000 - COP\$255.000</p> <p>2.4. COP\$75.000 - COP\$160.000</p> <p>2.5. COP\$64.000 - COP\$42.500</p> <p>2.6. COP\$15.300 - COP\$32.000</p> <p>2.7. COP\$13.600 - COP\$29.500</p> <p>2.8. COP\$8.500 - COP\$17.000</p> <p>2.9. COP\$6.800 - COP\$12.750</p> <p>2.10. COP\$5.750 - COP\$11.500</p> <p>2.11. COP\$2.600 - COP\$4.900</p> <p>3. COP\$2.800 x kg</p> <p>4. COP\$4.000 x kg</p>
--	--	--

<p>Comercial.  2.10. 125g líneas de microlotes/ Especial / Comercial.  2.11. 50g líneas de microlotes/ Especial / Comercial.</p> <p>3. Tercerización de servicio de torrefacción a productores de café parte de las asociaciones aliadas del proyecto X KG.</p> <p>4. Tercerización de servicio de torrefacción a terceros X KG.</p>		
--	--	--

### 3.2 PROPUESTA DE VALOR

Ofrecemos trazabilidad completa, con la posibilidad de comprar café tostado y molido en múltiples presentaciones, curvas de tueste, control con tecnología, sea con marca propia o privada, a precios accesibles y con el control completo de la cadena de producción, fermentación, secado, trilla y torrefacción.

En nuestro proceso se tiene control sin limitaciones del perfil físico y sensorial del producto comprado, empaque y embalaje, a grandes escalas, aun así, comprando productos frescos. Esto es posible únicamente por medio de proyectos que controlan la cadena de valor completa del café.

Satisfacemos la necesidad del cliente de acceder a café tostado y molido en grandes volúmenes, con múltiples opciones de presentación y a precios competitivos. Al contar con una planta de torrefacción propia, garantizamos la capacidad de cumplir con las demandas del cliente de manera eficiente en términos de tiempo de producción y entrega.

Nos diferenciamos de la competencia mediante la capacidad de ofrecer a los clientes una solución integral y completa, que abarca desde la producción de la materia prima hasta la presentación final del producto tostado y molido. Al controlar toda la cadena de valor del café, podemos garantizar la calidad, frescura y trazabilidad del producto, lo que nos posiciona como una opción

confiable y atractiva para los clientes que buscan productos de alta calidad y valor agregado.

### 3.3 ALIADOS CLAVES

<b>Aliado</b>	<b>Papel que desempeña</b>
<b>ASOCOOPH</b>	Acompañamiento en formación solidaria y asesoría para formulación del plan de negocio.
<b>SENA</b>	Asesoría en emprendimiento, asesoría técnica, capacitación y acompañamiento en procesos de innovación
<b>Unidad solidaria</b>	Fortalecimiento en el trabajo asociativo
<b>Gobernación del Huila</b>	Apoyo con diferentes recursos físicos para el desarrollo del proyecto
<b>Colombia compra eficiente</b>	Compra del café
<b>Alcaldías Municipales</b>	Apoyo con diferentes recursos físicos para el desarrollo del proyecto
<b>Asociaciones de productores</b>	Proveer la materia prima del café especial

<b>ONG</b>	Organismos que promueven proyectos de alto impacto
------------	--

#### 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
<b>Personas Naturales</b>	<p>Clientes de café tostado.</p> <p>1. Apreciadores de café de alta calidad: Personas que valoran el café como una experiencia sensorial y están dispuestas a pagar más por productos de calidad superior.</p> <p>2. Consumidores conscientes: Individuos que están interesados en la procedencia de los productos que consumen, incluyendo el café, y prefieren opciones que promuevan prácticas sostenibles y éticas en la cadena de suministro.</p> <p>3. Buscadores de variedad y exclusividad: Personas</p>	<p>Nichos 1 a 4.</p> <p>Todos los municipios del departamento del Huila.</p> <p>10 ciudades principales de Colombia por población.</p> <p>Municipios y lugares turísticos no listados entre las 10 ciudades principales de Colombia, focos del turismo internacional.</p> <p>Argentina, Uruguay, Chile, Brasil, Estados Unidos, Canadá, Unión Europea,</p>	<p>E-commerce (Página Web y Marketplace con gerenciamiento propio).</p> <p><b>Cientes x mes: 650</b></p> <p>AVG Basket Size: 1.4</p> <p>Unidades: 910</p>	8,53%

<p>que buscan experiencias únicas y están dispuestas a explorar diferentes orígenes, tostados y perfiles de sabor en su café. Generalmente estos primeros tres nichos tienen un nivel de estudio profesional o superior, son empresarios o cuentan con actividades económicas con buen ingreso.</p> <p>4. Profesionales del café: Incluye baristas, aficionados al café y personas que trabajan en la industria de la gastronomía y la hospitalidad, que valoran la calidad y la autenticidad en sus selecciones de café.</p>	<p>Japón, Corea del Sur.</p>		
<p>Para la prestación de servicio de tercerización de torrefacción de café a productores parte de las asociaciones aliadas, y terceros:</p> <p>5. Productores de café especial pertenecientes a las asociaciones aliadas del proyecto, que son 1300.</p>	<p>5. Zona rural de municipios productores de café del norte departamento del Huila: Neiva, Palermo, Santa María, Rivera, Campodiegre y Algeciras.</p>		<p>21,22%</p>

	Para la prestación de servicio de tercerización de torrefacción de café a productores parte de las asociaciones aliadas, y terceros: 6. Productores de café especial de la región del norte del Huila.	6. Zona rural de municipios productores de café del norte departamento del Huila: Neiva, Palermo, Santa María, Rivera, Campolegre y Algeciras.		11,41%
<b>Intermediarios</b>	1.1. Cadenas de grandes superficies mercado A	Ubicados en Colombia	Clientes x mes. 5 AVG Basket Size. 300 Unidades. 1500	14,07%
	1.2. Cadenas de grandes superficies mercado A	En países no productores de café con logística de compra internacional.	Clientes x mes. 3 AVG Basket Size. 450 Unidades. 1350	12,66%
	1.2. Tiendas de café de especialidad	Ubicados en Colombia	Clientes x mes. 30 AVG Basket Size. 20 Unidades. 600	5,63%
	1.3. Cadenas de tiendas de café	En países no productores de café.	Clientes x mes. 7 AVG Basket Size. 150 Unidades. 1050	9,85%
	1.4. Cadenas de tiendas naturistas y emporios	Ubicados en Colombia	Clientes x mes. 20 AVG Basket Size. 15 Unidades. 300	2,81%
	1.5. Cadenas de tiendas naturistas y emporios	En países no productores de café.	Clientes x mes. 3 AVG Basket Size. 150	4,22%

			Unidades. 450	
<b>Empresas</b>	1. Oficinas de empresas medianas y grandes, principalmente del sector legal, salud y tecnológico.	En las 10 ciudades principales de Colombia, y el departamento del Huila.	Clientes x mes. 25 AVG Basket Size. 25 Unidades. 625	5,86%
	2. Hospitales y clínicas privados.	En las 10 ciudades principales de Colombia, y el departamento del Huila.	Clientes x mes. 10 AVG Basket Size. 40 Unidades. 400	3,75%
<b>TOTAL</b>				100%

#### 4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

<b>Información competidor servicio de Torrefacción</b>	<b>Competidor 1 Regional Coffee Company Huila LTDA</b>	<b>Competidor 2 Regional Cadefihuila</b>	<b>Competidor 3 Local Sena La Angostura</b>
Ubicación	Neiva, Huila	Zona industrial, Neiva, Huila.	La Angostura, Campoalegre, Huila
Cobertura	Neiva, Palermo, Santa María, Teruel.	Colombia, Baraya, Aipe, Tello, Neiva, Palermo, Santa María, Teruel.	Campoalegre, Rivera, Algeciras, Hobo.
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL	No aplica	No aplica	No aplica
Precios del producto principal	COP\$4.500 kilo	COP\$4.000 kilo	COP\$3.500 kilo
	Directo	Directo	Directo

Canal de distribución			
Formas de pago	Transferencia, efectivo. Inmediato.	Transferencia, efectivo. Inmediato.	Transferencia, efectivo. Inmediato.
Venta directa o indirecta	Directa	Directa	Directa

#### 4.3 PROVEEDORES

<b>Proveedor</b>	<b>Tipo de servicio o producto que suministra</b>
<b>Asociación de productores</b>	Café pergamino seco
<b>Productores</b>	Café pergamino seco
<b>Eco Screen Popayan SAS</b>	Sacos de fique
<b>Organizaciones solidarias</b>	Café pergamino
<b>Proveedor de bolsas - Packvision</b>	Proveedor de la mayoría de las bolsas personalizadas, usadas como packaging de los productores de la torrefacción.
<b>Proveedor de grain pro - Fibtex</b>	Proveedor de las bolsas grain pro usadas como packaging de los cafés a granel de la torrefacción.
<b>Fibtex</b>	Proveedor de bolsas de muestras de café verde grainpro

#### 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

<b>Canales de comunicación</b>	Escritos, orales y tecnológicos
<b>Redes sociales</b>	Google My Business, Instagram, Facebook y Youtube.
<b>Medios de difusión que se van a utilizar</b>	Redes sociales, Página web, Newsletter via e-mail.

#### 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
<p><b>¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?</b></p>	<p>1. Canal de distribución directo a través de página web y Marketplace, y punto de venta físico en la infraestructura.            2. Distribución mayorista, a través de canales de superficie.            3. Distribución minorista a través de tiendas de café y mercados especializados.</p>
<p><b>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</b></p>	<p>- Grandes superficies - supermercados. Con puntos de venta en Colombia, y en países no productores de café en América y Europa.            - Tiendas de café especial. En Colombia.            -Cadenas de café especializadas. En Colombia y en países no productores de café en América y Europa.            Mercados especializados, tales como mercados orgánicos y naturales, dietéticas, gimnasios, tiendas de regalos y turísticas. En las 10 ciudades principales de Colombia, y el departamento del Huila.            Oficinas de empresas medianas y grandes, principalmente del sector legal, salud y tecnológico. En las 10 ciudades principales de Colombia, y el departamento del Huila.            Hospitales y clínicas privados. En las 10 ciudades principales de Colombia, y el departamento del Huila.</p>
<p><b>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</b></p>	<p>Redes sociales.</p>
<p><b>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</b></p>	<p>Marketing digital, participación en ferias nacionales e internacionales, Punto de venta físico, promoción POP en grandes superficies, eventos de divulgación, charlas, talleres.</p>

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio Neiva, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<p>· Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</p>	
<p>Módulo separado por vidrios en bodega que aloje también el área de laboratorio de calidades de café.</p>	
<p>Descripción de área productiva</p>	
<p>· Planta con aislamiento y control de temperatura y humedad compuesta por dos módulos separados entre sí y el ambiente externo por placas de vidrio, el primero como espacio de almacenamiento de café verde y materias primas, y el segundo para el propio espacio de torrefacción, adicionalmente con un baño y vestidor. con un área total de 250 metros cuadrados.</p>	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Neiva - Huila.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Agua: Si</li> <li>· Luz /Tipo de energía: Luz</li> <li>· Gas: Si</li> <li>· Teléfono: No</li> </ul>
Formalización del área de trabajo	
(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
Comodato/Arriendo	

Fotografías del área productiva



5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso Línea de Café Tostado y servicio de Torrefacción	Descripción
Proceso 1 <b>Selección y Pesaje de Materia Prima</b>	Recepción y peso de materias primas, incluyendo café trillado
Proceso 2 <b>Muestreo de café Trillado</b>	Muestreo de café trillado y suministro a laboratorio de calidad para aprobación o rechazo.
Proceso 3 <b>Tosti3n</b>	Introducci3n de caf3 verde a la tolva del tostador con cargador neum3tico.
Proceso 4 <b>Torrefacci3n</b>	Torrefacci3n de la l3nea de caf3 conforme los par3metros de calidad, y curva de tueste de cada l3nea.

Proceso 5 <b>Reposo</b>	Descanso de café tostado en tambores de desgasificación de acuerdo a los parámetros estipulados para cada línea.
Proceso 6 <b>Molienda</b>	Molienda de café cuando aplica
Proceso 7 <b>Clasificación y empaque</b>	Introducción a dosificadora y empacadora automática, y dosificación en las bolsas de acuerdo al producto procesado, sellado y datado.
Proceso 8 <b>Embalaje</b>	Embalaje en cajas y paletización cuando aplica.
Proceso 9 <b>Comercialización</b>	Salida para entrega a cliente.

#### 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Por contratar	Gerente de Producción	Direccionamiento de la planta
Por contratar	1 Comercial café tostado	Vender en mercado de Colombia las diferentes presentaciones de café tostado.
Por contratar	1 Maestro Tostador	Persona encargada de tostar los diferentes lotes de café conforme los parámetros de calidad de cada línea.
Por contratar	1 Empacador	Encargado de moler, envasar el café en sus diferentes presentaciones, embalar en cajas y palets cuando aplica, y dar salida a las órdenes de compra.

Por contratar	Analisisita de calidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Análisis físico de las muestras.</li> <li>*Análisis sensorial de las muestras.</li> <li>*Registro de resultados de análisis en fichas técnicas y en sistemas.</li> <li>*Comunicación con área de torrefacción, trilladora y área de comercio exterior.</li> </ul>
Por contratar	Auxiliar de control de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Montaje de mesa de catación.</li> <li>*Tueste de muestras de catación.</li> <li>*Recepción y organización de armario de muestras.</li> <li>*Actualización de información en sistemas.</li> <li>*Limpieza y organización del laboratorio</li> </ul>
Por contratar	Asesor Contable	Encargado de la Información contable y tributaria de la empresa

## 6 RECURSOS CLAVES O INVERSIONES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario o EN MILES	Valor total EN MILES
Maquinaria y equipo				
Balanza de piso	Báscula electrónica de piso con capacidad de entre 150 y 250 kilos, fabricada en acero estructural.	1	2.900	2.900
Cargador neumático café verde	Cargador neumático para café verde de 25 Kg bache.	1	22.500	22.500
Tostadora producción	Tostadora de cafés especiales 25 Kg bache, con Módulo de sensores y comunicación para lectura de curvas de temperatura. Unidad sensora de temperatura de alta resolución y precisión.	1	180.300	180.300

Equipo Despedregador de café tostado	25 Kg bache	1	21.000	\$21.000.
Colorímetro	Colorímetro para café tostado aprobado por la SCA .	1	12.000.	\$12.000
Transporte neumático de café tostado	Cargador neumático para café verde de 25 Kg bache.	1	22500.	\$22.500
Dosificadora de granos	Dosificar cuartos, libras y kilos, precisión gramos con capacidad de 100 kg hora	1	15.500	\$15.500
Molino Producción	Molino industrial de café, con ajuste de granulometría para la molienda. 50 - 100 Kg hora.	1	\$5.800.	\$5.800
Selladora y datadora	Selladora de banda continua vertical con datadora, control de temperatura y velocidad.	1	\$4.500.	\$4.500
Empacadora vacío	Empacadora al vacío en estructura de acero inoxidable, con vacuómetro, y capacidad de entre 100 y 200 empaques por hora.	1	\$5.500	\$5.500
Balanza	Balanza digital con precisión de 0.1kgs y capacidad de hasta 20kg	1	\$2.200	\$2.200
Aspiradora	Limpieza de equipos y entorno (Shaft) . 20 litros	1	\$500	\$500
Higrómetro	Termohigrómetro para humedad interior. Temperatura interior y exterior.	1	\$200	\$200
Cropster	Uso de software e inventario .	1	\$7.500.	\$7.500
Insumos y herramientas				
Estante para sacos de café verde e insumos		1	\$1.400.	\$1.400
Carro Trolley	Para transporte de café tostado .	1	\$450	\$450.000

Baldes para dosificar	Baldes para dosificar café verde acero inoxidable . 30 Lt	1	\$100	\$100
Juego de cucharas dosificadoras acero inoxidable	Sacar café del tacho a la bolsa (Acero inox) . 1 kg y 500g	1	\$150	\$150
Tambores de desgasificación	Almacenar café tostado . 50 lt y 100 lt	10	\$100	\$1.000.
Carretilla transportadora	Transportar sacos . Tres sacos por viaje	2	\$300.	\$600
Estibas plásticas	Café verde .	6	\$25.	\$150
Juego de brochas	Limpieza de equipos y entorno (Shaft) . 3 pulgadas	2	\$50.	\$100
Equipos de computo				
Computador	Computador Portátil Dell Core I5 11gen 16gb 1tb+ 250gb Ssd Color Gris	1	\$2.500.	\$2.500
Otros				
Mesa de trabajo	Mesa de trabajo en acero inoxidable 1.50mt altura x 4mt ancho x 2 mt largo	1	\$2.500.	\$2.500
Cropster	Llevar inventario, reg. cata y curvas.	1	\$7.500.	\$7.500
Stock inicial de bolsas impresas	Stock inicial de bolsas impresas de las diferentes presentaciones de producto	1	\$2	\$20.
Stock inicial de bolsas grain pro	Stock inicial de bolsas grain pro para almacenamiento y venta de café tostado a granel	300	\$17	\$5.100
Adecuaciones infraestructura	Adecuaciones eléctricas, de gas, agua, instalación de pisos, paredes de vidrio, y estructura aislante.	1	50.000	\$50.000
Notificación Sanitaria	Trámite notificación sanitaria INVIMA	1	\$5.500	\$5.500
Asesoría notificación sanitaria	Asesoría de ingeniero de alimentos o agroindustrial especializado para cumplir con los requisitos de notificación sanitaria.	1	\$4.000	\$4.000
<b>Valor total inversiones requeridas</b>			<b>\$403.950.000</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)	Línea de Café Tostado y/o Molido (Lavado, Honey, Natural, microlote) Kg \$61.278 Línea de Servicios de Torrefacción (Kg) \$5.928
¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)	Contado 100%
¿Cómo prefieren pagar? (efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, por internet)	Transferencia, 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 variables, costos fijos, precios de la competencia y estableciendo un margen de utilidad.

		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)
Línea de Café Tostado y/o Molido (Lavado, Honey, Natural, microlote) Kg	43.251	45.413	47.683
Línea de Servicios de Torrefacción (Kg)	39.670	41.653	43.735

## 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Línea de Café Tostado y/o Molido (Lavado, Honey, Natural, microlote)	Kilogramo	\$61.278	\$40.885	\$ 20.393
Línea de Servicios de Torrefacción	Kilogramo	\$5.928	\$4.350	\$ 1.578

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$ 7.208.500	\$ 86.502.000	\$ 90.827.100	\$ 95.368.455
Costos Mp	\$ 144.017.303	\$ 1.728.207.635	\$ 1.814.618.017	\$ 1.905.348.918
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Dotaciones	180.000	2.160.000	1.200.000	1.200.000
Servicios Públicos	2.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
Mantenimiento equipos	2.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
Plan de Saneamiento Básico	300.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000
Caja Menor	2.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
Comunicación y Teléfono	500.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000

Gastos bancarios	2.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
Papelería	200.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Seguros	1.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Vigilancia	2.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
Imprevistos	1.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Comisiones	2.600.000	31.200.000	31.200.000	31.200.000
<b>Gastos de ventas</b>	<b>Presupuesto mensual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>Valor total</b>		\$ 2.004.069.635	\$ 2.093.845.117	\$ 2.189.117.373

### 7.3 ANALISIS FINANCIERO

#### Inversión Requerida:

	En Activos Fijos
Aportes	\$ 403.950.000
Créditos	0
Total	\$ 403.950.000

#### Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>VENTAS</b>	\$ 2.885.419.198	\$ 3.029.690.158	\$ 3.181.174.666
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 1.728.207.635	\$ 1.814.618.017	\$ 1.905.348.918
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 86.502.000	\$ 90.827.100	\$ 95.368.455
(-) COSTOS FIJOS	\$ 129.020.947	\$ 97.676.147	\$ 97.676.147
= UTILIDAD BRUTA	\$ 941.688.616	\$ 1.026.568.894	\$ 1.082.781.147
(-) GASTOS FIJOS	\$ 142.204.280	\$ 111.359.480	\$ 108.250.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 175.372.000	\$ 181.680.600	\$ 188.304.630
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 624.112.336	\$ 733.528.814	\$ 786.226.517

-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 25.100.000	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 599.012.336	\$ 733.528.814	\$ 786.226.517
(-) IMPUESTOS	\$ 197.674.071	\$ 242.064.509	\$ 259.454.750
= UTILIDAD NETA	\$ 401.338.265	\$ 491.464.306	\$ 526.771.766

### Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 2.885.419.198	\$ 3.029.690.158	\$ 3.181.174.666
Egresos operativos	\$ 2.219.022.805	\$ 2.119.024.077	\$ 2.208.077.373
Flujo Operativo	\$ 666.396.393	\$ 910.666.081	\$ 973.097.293
Ingresos no operativos	\$ 871.001.909	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 898.193.576	\$ 197.674.071	\$ 242.064.509
Flujo no operativo	-\$ 27.191.667	-\$ 197.674.071	-\$ 242.064.509
Flujo Neto	\$ 207.152.818	\$ 712.992.010	\$ 731.032.784
Saldo anterior	\$ 0	\$ 207.152.818	\$ 920.144.828
Saldo final	\$ 207.152.818	\$ 920.144.828	\$ 1.651.177.612

### Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	32.90%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 328.921.291
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	2,5 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 \$ 401.338.265, 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 32,90% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 32%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 328.921.291, 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 2,5 años.

### **Viabilidad Social**

Con el fortalecimiento de la actividad productiva y comercial, estaremos contribuyendo al cierre de la brecha de porcentajes de desempleo e informalidad laboral.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de un contador por prestación de servicios, 1 Maestro Tostador, 1 Empacador de Café tostado, 1 Jefe de Operaciones, 1 Comercial de Café pergamino, 1 Comercial de café tostado, 1 Analista de calidades, 1 Auxiliar de laboratorio, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Neiva – Huila, adicional que estaremos contribuyendo con unos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia, como lo son: Fin de la Pobreza, Salud y Bienestar, Igualdad y Genero, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Producción y Consumo Responsable.

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 todos los eslabones 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**

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 implementarán protocolos para obtención de cafés honey y natural, 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 asociados 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 \$ 197.674.071 en el primer año que genera en reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad. Lo que 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.

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.