

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN COOPERATIVA AGROPECUARIA  
CREANDO FUTURO**

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila

ASOCOOPH

Presentado por:

**Orlando Escobar**

Huila, Neiva, 25 de febrero de 2025

## CONTENIDO

1.	CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN .....	3
2.	NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO .....	4
2.1	JUSTIFICACION .....	5
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 .....	10
3.3	ALIADOS CLAVES .....	11
4.	MERCADO .....	11
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO .....	12
4.2	COMPETENCIA .....	17
4.3	PROVEEDORES .....	19
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES .....	19
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	19
5	ESTUDIO TECNICO .....	20
5.1	LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION .....	20
5.2	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA .....	20
5.3	PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION .....	22
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO .....	25
6	RECURSOS CLAVES O INVERSIONES .....	27
7	PLAN FINANCIERO .....	30
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS .....	31
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS .....	32
7.3	ANALISIS FINANCIERO .....	33
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD .....	34

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
<b>Nombre organización</b>	COOPERATIVA AGROPECUARIA CREANDO FUTURO	<b>NIT / RUT</b>	901.925.121-1	
<b>Dirección</b>	Cra 5 3-59	<b>Teléfono 1</b>	3214137879	
		<b>Teléfono 2</b>		
<b>Departamento</b>	Huila	<b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>	Neiva	
<b>Página web</b>	-	<b>E-mail</b>	-	
<b>Nombre gerente</b>	Orlando Escobar	<b>Celular</b>	3214137879	
		<b>Teléfono 1</b>		
<b>Cargo (si tiene otro)</b>	Representante Legal	<b>Antecedentes</b>	SENA, Asocooph	
<b>Nombre representante legal del</b>	Orlando Escobar			
<b>Experiencia de la empresa en el sector</b>	Está integrada por 3 organizaciones de primer nivel	<b>Año: 2023</b>	<b>Año: 2024</b>	
<b>Actividad principal</b>	Cultivo de Cacao, transformación de cacao	<b>Número de empleados (directos)</b>	NA	NA
<b>Fecha constitución</b>	24/01/2025		NA	NA

<b>Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)</b>	Producción (Cultivo) y comercialización de Cacao en Almendra Seca (Compra y Venta); Transformación (Agroindustria) del Cacao (Chocolate Artesanal) y Servicios de Mantenimiento a Cultivos de Cacao (Adecuación de Terrenos, Siembra, Re siembra, Control de Arvences y Plagas, Fertilización, Poda, Recolección)	<b>Número de asociaciones (si aplica)</b>		
<b>Figura jurídica</b>	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria (Cooperativa )	<b>Ingresos de asociados</b>	NA	NA

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Planta de transformación integral de Cacao CREANDO FUTURO

## 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 organización, se ha identificado el siguiente problema.

La organización enfrenta una falta de capacidad para transformar y comercializar directamente el cacao producido, lo que la obliga a depender de intermediarios para la venta de cacao en almendra seca. Esto reduce significativamente el margen de ganancia para los productores y limita su acceso a mercados de mayor valor, tanto a nivel nacional como internacional. Además, la falta de infraestructura propia para el procesamiento impide aprovechar al máximo las oportunidades de generar productos con valor agregado, como licor de cacao, manteca, polvo de cacao y chocolates, lo que frena su crecimiento y competitividad en la cadena productiva del cacao.

El presente plan de negocios aborda esta problemática mediante la implementación de una planta procesadora y comercializadora de cacao, que permitirá a la organización transformar el cacao localmente y comercializar directamente productos derivados de mayor valor.

## 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
Cacao en Almendra Seco	Licor de Cacao, cacao en almendra y chocolate de mesa

Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
<p>El licor de cacao es el resultado de la molienda de las semillas de cacao después de ser fermentadas, secadas y tostadas. Algunas de sus características son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Composición: Mezcla homogénea de sólidos y manteca de cacao.</li> <li>• Aroma y sabor: Intenso, con notas amargas características del cacao puro, pero también pueden tener ligeros matices afrutados o florales, dependiendo de la variedad de cacao.</li> <li>• Color: Marrón oscuro.</li> <li>• Textura: Sólido a temperatura ambiente, pero funde a temperaturas superiores a 30 °C.</li> </ul>	<p>Licor de Cacao Kg</p>
<p>Masa o pasta o licor de cacao, preparado por el molido del cacao fermentado y tostado, desprovisto de sus cubiertas y gérmenes, mezclado con una cantidad de azúcares (sacarosa, dextrosa sacarosa, dextrosa, maltodextrina) y otros tipos de edulcorantes</p>	<p>Chocolate de mesa 125 g</p>

<p>permitidos por la legislación nacional vigente. No se permite la adición de sustancias inertes, dextrinas o sustancias conservantes o materias extrañas, al igual que la adición de almidones o harinas de cualquier tipo de cereales o pesudos cereales.</p>	
<p>El cacao en almendra seco es el grano de cacao que ha sido fermentado, secado y listo para ser procesado. Algunas de sus características son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Color: Marrón oscuro.</li> <li>• Aroma y sabor: Su aroma es característico a cacao, con notas amargas y astringentes, pero con potencial para desarrollar sabores complejos durante el tostado.</li> <li>• Humedad: Debe tener un contenido de humedad inferior al 7.5%, idealmente entre el 6-7%, para asegurar su estabilidad y evitar moho.</li> <li>• Tamaño: Las almendras pueden variar en tamaño dependiendo de la variedad del cacao, pero generalmente</li> </ul>	<p style="text-align: center;">Cacao en Almendra Seco Kg</p>

<p>se clasifican por tamaño y calidad antes de ser procesadas</p>	
<p><b>Empaques a utilizar</b></p>	<p><b>Material publicitario (opcional)</b></p>
<p>Licor de Cacao: Presentación 500g Empaque: Bolsa de polipropileno BOPP+ COEXTRUIDO Embalaje: Cartón corrugado</p> <p>Chocolate de mesa: Presentación 125 g Empaque: Bolsa de polipropileno BOPP+ COEXTRUIDO Embalaje: Cartón corrugado</p> <p>Cacao en Almendra Seco: Presentación: Costal de fique por 50 Kg Empaque: Costal de Fique</p>	<p>Para fortalecer nuestra presencia y promoción, implementaremos una estrategia integral que abarcará diversos medios publicitarios. Nuestro enfoque principal será potenciar nuestras redes sociales, como Facebook e Instagram, donde compartiremos contenido visual atractivo y educativo que resalte la calidad y beneficios del cacao, así como recetas creativas que inspiren a nuestros seguidores a incorporar cacao en su vida diaria. También destacaremos las historias de nuestros productores locales, resaltando el impacto positivo de la transformación del cacao en las comunidades del Huila. Mantendremos una página web dinámica e informativa, diseñada para ofrecer una experiencia fluida a nuestros visitantes. En ella, proporcionaremos información detallada sobre el proceso de transformación del cacao, sus múltiples beneficios para la salud, y los distintos productos que ofrecemos. Además, integraremos un blog con contenido relevante, desde artículos sobre sostenibilidad y comercio justo, hasta recetas exclusivas y entrevistas con los protagonistas de nuestra cadena de valor.</p> <p>Nuestra estrategia incluirá también una participación activa en ferias comerciales nacionales e internacionales, donde presentaremos nuestros productos innovadores y de alta calidad. Estas plataformas nos permitirán conectar directamente con clientes potenciales, distribuidores y otras partes interesadas, reforzando nuestra posición como líderes en la transformación del cacao.</p>
<p><b>Fotos de los productos</b></p>	



### CAPACIDAD DE PRODUCCION

Nombre producto del servicio	¿Qué capacidad tengo?	¿Qué capacidad proyecto?	¿En qué período?	¿Cuáles son las épocas de mayor producción?	¿Cuáles son las épocas de menor producción?
Licor de Cacao	6.300 kg	15000	Anual	Junio, julio, diciembre y enero	Febrero, marzo, abril, mayo, agosto, septiembre, octubre y noviembre
Cacao Almendra Seca	20.000 Kg	40.000	Anual	Junio, julio, diciembre y enero	Febrero, marzo, abril, mayo, agosto, septiembre, octubre y noviembre
Chocolate de mesa	550 kg	6.600	Anual	Junio, julio, diciembre y enero	Febrero, marzo, abril, mayo, agosto, septiembre, octubre y noviembre

### VARIEDAD/PRECIO.

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Licor de Cacao	Licor de Cacao (Kilogramo)	\$ 70.000
Cacao Almendra Seca	Cacao en grano (Kilogramo)	\$ 32.000
Chocolate de mesa	Chocolate de mesa (125 g)	\$ 29.000

### 3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestro plan de negocios se enfoca en entregar al cliente un valor agregado significativo al ofrecer productos derivados del cacao con mayor calidad y diferenciación, tales como licor de cacao, manteca y chocolate de mesa, todos elaborados a partir de cacao fino de aroma producido en el Huila. Estos productos destacan por su origen sostenible y el compromiso con prácticas de comercio justo, lo que garantiza a los clientes no solo un producto de calidad superior, sino también una compra responsable. Ayudamos a resolver problemas relacionados con el acceso a cacao de alta calidad y sostenibilidad, brindando a nuestros clientes productos que cumplen con los estándares exigidos por mercados nacionales e internacionales. Además, satisfacemos las necesidades de aquellos consumidores que buscan productos saludables, sostenibles y éticos.

Nuestro componente innovador radica en la integración vertical del proceso productivo: desde la transformación del cacao hasta la comercialización directa, lo que nos permite tener un mayor control de la calidad y eliminar intermediarios. Esta integración nos diferencia de la competencia, ya que no solo ofrecemos cacao en bruto, sino que producimos localmente productos transformados, aumentando su valor. La relación directa con los productores locales, junto con nuestro enfoque en la producción sostenible, es otro aspecto diferenciador clave que refuerza nuestra posición en el mercado como una empresa comprometida con el bienestar de las comunidades y la preservación del medio ambiente.

### 3.3 ALIADOS CLAVES

<b>Aliado</b>	<b>Papel que desempeña</b>
<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>FEDECACAO</b>	Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas, así como investigaciones para el desarrollo de variedades de aguacate adaptadas a las condiciones climáticas y del suelo de la región.
<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.
<b>CENIGAA</b>	Caracterización de las áreas agrícolas de las asociaciones que integran la organización, así como asistencia técnica en dichos predios.
<b>RED CACAOTERA</b>	La Red Cacaotera de Colombia, es una organización que brinda asesoría en gestión de proyectos, el uso de herramientas que promueven la sostenibilidad ambiental, social y económica de los productores.
<b>GOBERNACIÓN DEL HUILA</b>	Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas, así como investigaciones para el desarrollo de variedades de Cacao adaptadas a las condiciones climáticas y del suelo de la región.
<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>CAM</b>	Acuerdo de cooperación y mercados verdes.
<b>MINISTERIO DE AGRICULTURA</b>	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario y el Desarrollo Rural.

## 4. MERCADO

#### 4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO

##### Segmento de Clientes para Línea de Licor de Cacao

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
Intermediarios, (Exportadores de Licor de Cacao o Industrias que adquieren la materia prima)	Empresas legalmente formalizadas ante Cámara de Comercio principalmente con actividades de Compra y Venta de Cacao;	Bogotá	<b>Tolimax</b>	1	50%
	Secado, Tostión, Molienda, elaboración de otros productos derivados del cacao o producto terminado y exportación. Con presencia en todo el territorio nacional, cuya misión es la de transferir el mejor precio posible a los	Mercado Internacional (Suiza)	<b>Mercado Internacional (Suiza)</b>	1	50%

	cacaoteros. Compran y comercializan el cacao desde verde, almendra seca, manteca y licor de cacao. Sus gustos y preferencias son muy exigentes con la calidad del cacao, los cuales deben cumplir los estándares de calidad				
<b>TOTAL</b>					<b>100%</b>

Segmento de Clientes para Línea de chocolate de mesa

<b>Tipo de Cliente</b>	<b>Características del Cliente</b>	<b>Ubicación del cliente</b>	<b>Identificación del Cliente</b>	<b>Cantidad mensual estimada de clientes que realizarán adquisición de tu producto</b>	<b>% del total de ventas realizadas por tipo de cliente</b>
------------------------	------------------------------------	------------------------------	-----------------------------------	--	---

<p><b>Intermediarios (Exportadores de Licor de Cacao o Industrias que adquieren la materia prima)</b></p>	<p>Empresas legalmente formalizadas ante Cámara de Comercio principalmente con actividades de Compra y Venta de Cacaco; Secado, Tostión, Molienda, elaboración de otros productos derivados del cacao o producto terminado y exportación. Con presencia en todo el territorio nacional, cuya misión es la de transferir el mejor precio posible a los cacaoteros. Compran y comercializan el cacao desde verde, almendra seca, manteca y licor de cacaco. Sus gustos y preferencias son muy exigentes con la calidad del cacao, los</p>	<p>Bogotá</p>	<p><b>Tolimax</b></p>	<p>1</p>	<p>30%</p>
---	---	---------------	-----------------------	----------	------------

	cuales deben cumplir los estándares de calidad				
		Mercado Internacional (Suiza)	<b>Mercado Internacional (Suiza)</b>	1	30%
<b>Supermercados, mini mercados y tiendas</b>	Son intermediarios los cuales desean ampliar la oferta dentro de su actividad o modelo de negocio dando la oportunidad a sus clientes de consumir un producto de calidad, establecimientos dedicados a la compra y venta de granos, víveres y abarrotes, en la cual se realiza la comercialización del chocolate de mesa al por menor, mediante la atención directa al cliente, para la entrega del producto al consumidor final	Neiva, Huila	<b>Cinco menos, Autoservicio el jardin, surtifamiliar, surtimayorista, Surtiplaza, La Despasa opita.</b>	10	20%
		Pitalito, Huila	<b>Surtiplaza solarte, Optimerka, San Mateo, Surtimax</b>	10	20%
				<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Segmento de Clientes para Línea de Cacao en Almendra Seca

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>Intermediarios (Importadores y Exportadores de Cacao, o Industriales que transforman la materia prima)</b>	Empresas legalmente formalizadas ante Cámara de Comercio principalmente con actividades de	Bogotá	<b>Agricontac</b>	1	50%
	Compra y Venta de Cacao; Secado, Tostión, Molienda, elaboración de otros productos	Neiva	<b>Tolimax</b>	1	25%
	derivados del cacao o producto terminado y exportación. Con presencia en todo el territorio nacional, cuya misión es la de transferir el mejor precio posible a los cacaoteros. Compran y comercializan el cacao desde verde hasta almendra	Suiza	<b>Mercado Internacional (Suiza)</b>	1	25%

	seca. Sus gustos y preferencias son muy exigentes con la calidad del cacao, los cuales deben cumplir los estándares de calidad			
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>

#### 4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

Línea de Licor de Cacao-chocolate

Información competidor	Competidor 1 Cofinacocoa	Competidor 2 Casa Luker
<b>Ubicación</b>	Bogotá - Colombia	Neiva - Huila
<b>Cobertura</b>	Internacional	Nacional e Internacional
<b>Presentación del SERVICIO PRINCIPAL / Valor Agregado</b>	Licor de Cacao/ Se vende en por Kilogramos de acuerdo a la necesidad del cliente. / Es un producto obtenido, mediante la molienda de semillas de cacao previamente	Licor de Cacao/ Se vende en por Kilogramos de acuerdo a la necesidad del cliente. / Es un producto obtenido, mediante la

	descascaradas y tostadas, sin la adición de aditivos.	molienda de semillas de cacao previamente descascaradas y tostadas, sin la adición de aditivos.
<b>Precios del producto principal</b> <i>(Fijado al detal y/o al por mayor a convenir)</i>	Es pactado directamente con cliente.	Es pactado directamente con cliente.
<b>Canal de distribución</b>	Mayorista	Mayorista
<b>Formas de pago</b>	Contado	Contado
<b>Venta directa o indirecta</b>	Comercialización directa	Comercialización directa

#### Línea de Cacao en Almendra Seca

Información competidor	Competidor 1 Nacional de Chocolates	Competidor 2 Tolimax
<b>Ubicación</b>	Neiva - Huila	Neiva - Huila
<b>Cobertura</b>	Nacional e Internacional	Nacional e Internacional
<b>Presentación del SERVICIO PRINCIPAL / Valor Agregado</b>	Cacao en almendra seca / Cuentan con Certificación en BPA	Cacao en almendra seca / Aseguramiento de la calidad en postcosecha
<b>Precios del producto principal</b> <i>(Fijado al detal y/o al por mayor a convenir)</i>	Es pactado directamente con cliente.	Es pactado directamente con cliente.
<b>Canal de distribución</b>	Mayorista	Mayorista
<b>Formas de pago</b>	Contado	Contado
<b>Venta directa o indirecta</b>	Comercialización directa	Comercialización directa

#### 4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Coagrohulla	Insumos, Bioinsumos, Fertilizantes, Abonos, Herramientas, Ferretería
Federación de Cacaoteros	Plántulas y Material Vegetal Certificado
Casa Luker	Empaques
Socios	Materia prima
Productores de Cacao	Materia prima
Proveedor logístico	Operador logístico para entregas dentro de territorio colombiano
Proveedor logístico internacional	Courier internacional
Proveedor de cajas	Proveedor de cajas con tamaño personalizado y logo para entregas nacionales e internacionales.

#### 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

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

#### 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Canal de distribución directo a través de página web y marketplaces, y punto de venta físico en la infraestructura.</li> <li>2. Distribución mayorista, a través de canales de superficie.</li> <li>3. Distribución minorista a través de tiendas de chocolate y mercados especializados.</li> </ol>
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Nuestros Aliados Estratégicos son parte fundamental de nuestra estrategia de distribución. Implementaremos un enfoque colaborativo donde trabajaremos con intermediarios que agregarán valor a nuestros productos antes de llegar a los clientes finales. Estos aliados incluyen empresas como Casa Luker, Nacional de Chocolates (próximamente).

<p><b>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</b></p>	<p>Utilizaremos una combinación de medios digitales y tradicionales para asegurarnos de que nuestros clientes estén informados sobre cómo pueden adquirir nuestros productos. Implementaremos estrategias de marketing digital y continuaremos fortaleciendo nuestra presencia en redes sociales para llegar a un público más amplio, activa participación en ferias agrícolas y vitrinas comerciales donde podamos promocionar nuestro producto.</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 ESTUDIO TECNICO

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

Municipio de Neiva, Departamento del Huila.

### 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<p><b>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</b></p>
<p>Se requiere de un local en la zona industrial de Neiva para la planta transformadora.</p>
<p><b>Descripción de área productiva</b></p>
<p>El área productiva son fincas ubicadas en la zona rural de diversos municipios del departamento del Huila, estas son propiedad de los distintos asociados que conforman las asociaciones de primer nivel que conforman la organización de segundo nivel.</p>

Ubicación	Dispone de servicios públicos
Departamento del Huila	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Acueducto veredal: Sí</li> <li>· Energía eléctrica: Si</li> <li>· Gas: Domiciliario</li> <li>· Teléfono: Si (Celular)</li> </ul>
<b>Formalización del área de trabajo</b>	
En el momento no cuentan con local, se gestionará a través de comodato	
Fotografías del área productiva	



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

<b>Etapas del Proceso Cacao en Almendra Seca</b>	<b>Descripción</b>
Proceso 1 <b>Preparación del Terreno</b>	Antes de plantar, se prepara el suelo eliminando malezas y abonándolo según las necesidades.
Proceso 2 <b>Siembra</b>	Las semillas de cacao se siembran en viveros hasta que germinan y alcanzan un tamaño adecuado para ser trasplantadas al campo.
Proceso 3 <b>Cuidado y Mantenimiento</b>	Durante el crecimiento de los árboles, se realiza el cuidado adecuado, que incluye riego, control de plagas y enfermedades, así como la poda de ramas no deseadas.
Proceso 4 <b>Floración y Polinización</b>	Los árboles de cacao producen flores, que son polinizadas principalmente por insectos. La polinización es crucial para la formación de vainas de cacao.
Proceso 5 <b>Formación de Vainas y Cosecha</b>	Después de la polinización, las vainas de cacao comienzan a desarrollarse en el árbol. Cuando están maduras, se cosechan manualmente cortando las vainas de los árboles.
Proceso 6 <b>Extracción de las Semillas</b>	Las vainas cosechadas se abren para extraer las semillas de cacao, que están rodeadas por una pulpa dulce. Las semillas y la pulpa se separan y las semillas se dejan fermentar para desarrollar su sabor característico.
Proceso 7 <b>Secado</b>	Después de la fermentación, las semillas de cacao se secan al sol o en secadores especiales hasta que alcanzan un nivel de humedad óptimo para el almacenamiento.
Proceso <b>Almacenamiento</b>	8 Las semillas de cacao secas se almacenan en condiciones adecuadas para evitar la humedad y la contaminación.

Proceso 9 <b>Venta</b>	Finalmente, las semillas de cacao secas, también conocidas como cacao seco pergamino, están listas para ser vendidas a intermediarios o procesadoras de cacao.
------------------------	--

<b>Etapas del Proceso Licor de Cacao</b>	<b>Descripción</b>
Proceso 1 <b>Pesado</b>	Antes de someter la materia prima al proceso, el grano procederá a ser pesado en su totalidad.
Proceso 2 <b>Despedregado</b>	Consiste en la separación y limpieza del grano.
Proceso 3 <b>Clasificación</b>	La operación de clasificación tiene como función limpiar los granos de cacao.
Proceso 4 <b>Tostado</b>	Proceso que consiste en someter a calor intenso los granos de cacao. El tiempo de tueste, dependerá de la humedad con la que ingrese el grano al tostador.
Proceso 5 <b>Descascarado</b>	La eliminación de la cáscara se realiza basada en la diferencia de densidades de la cáscara y el grano, una vez que el cacao ha sido tostado, se deberá descascarar inmediatamente mientras esté caliente (40 y 80 °C), para facilitar la remoción de las cubiertas (cascara).
Proceso 6 <b>Molienda</b>	Para elaborar un licor idóneo como insumo para el chocolate, se tienen en cuenta los requisitos de entrada para los NIBS de cacao, antes del proceso de molienda.
Proceso 7 <b>Enfriamiento</b>	Una vez obtenida la finura deseada para el licor de cacao, este se vierte en un equipo homogenizador; en este dispositivo el licor de cacao se revuelve constantemente con el fin de homogenizar la pasta e ir bajando la temperatura de la misma, se baja la temperatura de los 35°C a los 28° C para proceder al envasado.
Proceso 8 <b>Prensado</b>	En esta etapa el licor de cacao es es prensado de forma mecánica para extraer la manteca de cacao que representa el 50% del peso total.

Proceso 9 <b>Pesado, envasado, empaque y paletizado</b>	El envasado se realiza en bolsas de polietileno de alta densidad (empaque primario) colocadas en cajas de cartón corrugado (empaque secundario), este embalaje está diseñado tanto para el producto licor de cacao como para la manteca.
Proceso 10 <b>Almacenamiento</b>	Una vez envasado y empacado se coloca en palet para su enfriamiento hasta alcanzar una temperatura ambiente, luego se transportan los palet al almacén de producto terminado. El almacén de producto terminado es temperado, manteniéndose a temperaturas entre 18°C a 20°C.

<b>Etapas del Proceso Chocolate de mesa</b>	<b>Descripción</b>
Proceso 1 <b>Selección de granos de cacao</b>	Los granos de cacao se cosechan de los árboles de cacao. Es importante seleccionar granos de alta calidad para garantizar un chocolate de buena calidad.
Proceso 2 <b>Fermentación</b>	Después de la cosecha, los granos de cacao se colocan en contenedores para fermentar. Este proceso es crucial para desarrollar los sabores característicos del cacao.
Proceso 3 <b>Secado</b>	Una vez fermentados, los granos de cacao se secan al sol o en secadores especiales. Esto reduce la humedad en los granos y ayuda a preservarlos para el almacenamiento a largo plazo.
Proceso 4 <b>Tostado</b>	Los granos de cacao se tuestan para resaltar aún más sus sabores y aromas. El proceso de tostado también ayuda a eliminar cualquier humedad restante y a esterilizar los granos.
Proceso 5 <b>Descascarillado</b>	Después de tostar, los granos se trituran para separar las cáscaras del interior, llamado "nibs" de cacao.

Proceso 6 <b>Molienda</b>	Los nibs de cacao se muelen en un molino para producir una pasta espesa conocida como "licor de cacao". Este licor de cacao contiene tanto sólidos de cacao como manteca de cacao.
Proceso 7 <b>Empaque y almacenamiento</b>	Una vez que se ha alcanzado la consistencia y calidad deseadas, el chocolate se empaqueta y se almacena en un lugar seco y ventilado, en condiciones de humedad relativa del 65 % al 70 % donde no se contamine con olores.
Proceso 8 <b>Comercialización</b>	Comercialización del productos en los diferentes puntos de venta y a través de intermediarios como supermercados, minimercados, etc.

#### 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Orlando Escobar	Representante Legal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de gestión comercial en ferias agrícolas.
Por contratar	Gerente de Producción	Dirección de la planta, análisis de los procesos de secado.
Por contratar	Operador de procesamiento de cereza	Operador de maquinaria.
Por contratar	Operario de secado	Encargado de controlar las variables de secado.
Por contratar	Operador de trillado pergamino	Operación de máquinas de trillado.
Por contratar	Operador de máquina electrónica	Operador de máquina electrónica.
Por contratar	Operador de empaquetado y manejo de productos	Operador de empaquetado y manejo de productos.

Por contratar	1 Agente Comercial	Vender en mercado de Colombia e internacionalmente los diferentes productos de Cacao que produzca la organización.
Por contratar	1 Maestro Tostador	Persona encargada de tostar los diferentes lotes de cacao conforme los parámetros de calidad de cada línea.
Por contratar	1 Empacador	Encargado de moler, envasar el cacao en sus diferentes presentaciones, embalar en cajas y palets cuando aplica, y dar salida a las órdenes de compra.
Por contratar	Analista de calidades	*Análisis físico de las muestras. *Análisis sensorial de las muestras. *Registro de resultados de análisis en fichas técnicas y en sistemas. *Comunicación con área de torrefacción, trilladora y área de comercio exterior.
Por contratar	Auxiliar de control de calidad	*Montaje de mesa de catación. *Tueste de muestras de catación. *Recepción y organización de armario de muestras. *Actualización de información en sistemas. *Limpieza y organización del laboratorio
Por contratar	Asesor Contable	Encargado de la información contable y tributaria de la empresa.
Por contratar	Auxiliar de Servicios Generales	Encargado de la organización y limpieza de las áreas de operaciones y administrativas.

## 6 RECURSOS CLAVES O INVERSIONES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
<b>Despedregadora</b>	Modelo CPFBNR1X Capacidad 1000 kg/h Dimensiones 1500*1300*2100 mm Especificaciones eléctricas 220 ó 380 Voltios	1	\$ 67.965.800	\$67.965.800
<b>Clasificadora</b>	Modelo PORTO PI-2X Capacidad 1000 kg/h Dimensiones 1100*1000*2100 mm Especificaciones eléctricas 220 ó 380 Voltios	1	\$ 83.710.000	\$83.710.000
<b>Tostadora</b>	Modelo Roasty P-200 Capacidad 150 kg/h Dimensiones 1350*810*1460 mm Especificaciones eléctricas Potencia 2,2 kW	1	\$ 84.650.000	\$84.650.000
<b>Descascarilladora</b>	Modelo DCV 30-I Capacidad 150 kh/h Dimensiones 1800*1000*1470 mm Especificaciones eléctricas 2,93 kW	1	\$ 86.780.000	\$86.780.000

<b>Molino Triturador</b>	Modelo PICAMOL-300 Capacidad 150 kg/h Dimensiones 1700*900*1800 mm Especificaciones eléctricas 220-440 Voltios	1	\$ 60.400.000	\$60.400.000
<b>Homogeneizador</b>	Modelo ZJR-100 Capacidad 100 Litros Dimensiones 2000*800*2200 mm Especificaciones eléctricas 24kW	1	\$ 39.900.000	\$39.900.000
<b>Prensa</b>	Modelo DTC-CAPR-110 Capacidad 110 Kg/h Dimensiones 1200*1600*2600 Especificaciones eléctricas 3 kW	1	\$ 49.800.000	\$49.800.000
<b>Montacarga</b>	Proveedor CAT Modelo MONTACARGAS COMBUSTIÓN INTERNA GP30NM Capacidad 3.000 Kg Rango de altura del mástil 3-6 mt	1	\$ 90.000.000	\$90.000.000
<b>Balanza de piso</b>	Báscula electrónica de piso con capacidad de entre 150 y 250 kilos, fabricada en acero estructural.	1	\$2.900.000	\$2.900.000
<b>Dosificadora de granos</b>	Dosificar cuartos, libras y kilos, precisión gramos con capacidad de 100 kg hora	1	\$ 15.500.000	\$15.500.000
<b>Selladora y datadora</b>	Selladora de banda continua vertical con datadora, control	1	\$ 4.500.000	\$4.500.000

	de temperatura y velocidad.			
<b>Empacadora vacio</b>	Empacadora al vacío en estructura de acero inoxidable, con vacuómetro, y capacidad de entre 100 y 200 empaques por hora.	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
<b>Balanza</b>	Balanza digital con precisión de 0.1kgs y capacidad de hasta 20kg	2	\$ 2.200.000	\$4.400.000
<b>Insumos y herramientas</b>				
<b>Adecuaciones infraestructura</b>	Adecuaciones eléctricas, de gas, agua, instalación de pisos, paredes de vidrio, y estructura aislante.	1	\$80.000.000	\$80.000.000
<b>Asesoría notificación sanitaria</b>	Asesoría de ingeniero de alimentos o agroindustrial especializado para cumplir con los requisitos de notificación sanitaria.	1	\$4.000.000	\$4.000.000
<b>Notificación Sanitaria</b>	Trámite notificación sanitaria INVIMA	1	\$5.500.000	\$ 5.500.000
<b>Mesa de trabajo</b>	Mesa de trabajo en acero inoxidable 1.50mt altura x 4mt ancho x 2 mt largo	1	\$2.500.000	\$ 2.500.000
<b>Aspiradora</b>	Limpieza de equipos y entorno (Shaft) . 20 litros	1	\$500.000	\$ 500.000
<b>Equipos de computo</b>				

<b>Computador</b>	Computador Portatil Dell Core I5 11gen 16gb 1tb+ 250gb Ssd Color Gris	1	\$1.949.900	\$1.949.900
<b>Equipo de Computo</b>	COMPUTADOR HP 24-CR0012LA R5 ALL IN ONE, 23,8" FHD, AMD RYZEN 5, 16 GB, 512 GB SSD, WINDOWS 11, NEGRO	1	\$ 3.299.000	\$ 3.299.000
<b>Impresora</b>	MULTIFUNCIONAL EPSON ECOTANK L5590, NEGRA	1	\$1.250.000	\$ 1.250.000
<b>Otros</b>				
<b>Cropster</b>	Plataforma digital diseñada específicamente para la gestión y el control de calidad en la producción de café y cacao.	1	\$ 7.500.000	\$7.500.000
<b>Sistema de drenaje y manejo de residuos</b>	Para cumplir con las normativas sanitarias y medioambientales.	1	\$89.000.000	\$89.000.000
<b>Sistemas de refrigeración industrial</b>	Para mantener los productos terminados, como la manteca de cacao o el licor de cacao, a temperaturas adecuadas y evitar su deterioro.	1	\$95.000.000	\$95.000.000
<b>Certificaciones Internacionales</b>	Rainforest Alliance	1	\$15.000.000	\$15.000.000
<b>Valor total inversiones requeridas</b>				<b>\$901.004.700</b>

## 7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

<p>¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces? (\$/unidad de empaque)</p>	<p>Licor de Cacao Licor de Cacao (Kilogramo) \$ 70.000</p> <p>Cacao Almendra Seca Cacao en grano (Kilogramo) \$ 32.000</p> <p>Chocolate de mesa (125 gramos) \$29.000</p>
<p>¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)</p>	<p>Contado 100%</p>
<p>¿Cómo prefieren pagar? (efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, por internet)</p>	<p>Transferencia, Efectivo.</p>
<p>¿Las ventas de mi negocio, serán diarias, semanales, mensuales, semestrales o de que tipo?</p>	<p>Las ventas generalmente son mensuales</p>
<p>¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?</p>	<p>Teniendo en cuenta los costos variables, costos fijos, precios de la competencia y estableciendo un margen de utilidad.</p>

**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)
Licor de Cacao Kg	15.000	15.750	16.537
Cacao en Almendra Seca Kg	40.000	42.000	44.100
Chocolate de mesa 125 gr	6.600	6.930	7.276

## 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Licor de Cacao	1 kilogramo	\$ 70.000	\$48978,43	\$ 21021,57
Cacao en Almendra Seca	1 kilogramo	\$ 32.000	\$15208,924	\$ 16791,076
Chocolate de mesa	125 gramos	\$29.000	\$10305	\$8695

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$ 6.290.084	\$ 75.481.010	\$ 79.255.061	\$ 83.217.814
Costos Mp	\$ 108.455.450	\$ 1.301.465.400	\$ 1.366.538.670	\$ 1.434.865.604
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Servicios Públicos	5.400.000	64.800.000	64.800.000	64.800.000
Caja Menor	1.300.000	15.600.000	15.600.000	15.600.000
Comunicación y Teléfono	150.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000

Gastos bancarios	200.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Gastos de Representación	1.500.000	18.000.000	18.000.000	18.000.000
<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>		\$ 1.479.546.410	\$ 1.548.393.731	\$ 1.620.683.418

### 7.3 ANALISIS FINANCIERO

#### Inversión Requerida:

	<b>En Activos Fijos</b>
Aportes	\$ 901.004.700
Créditos	\$ 0
Total	\$ 901.004.700

#### Estado de Resultados Proyectado:

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>VENTAS</b>	\$ 2.521.400.000	\$ 2.647.470.000	\$ 2.779.843.500
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 1.301.465.400	\$ 1.366.538.670	\$ 1.434.865.604
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 75.481.010	\$ 79.255.061	\$ 83.217.814
(-) COSTOS FIJOS	\$ 171.182.447	\$ 139.540.980	\$ 139.540.980
= UTILIDAD BRUTA	\$ 973.271.143	\$ 1.062.135.290	\$ 1.122.219.103
(-) GASTOS FIJOS	\$ 89.044.560	\$ 26.261.627	\$ 19.966.667
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 67.120.000	\$ 68.825.000	\$ 70.615.250
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 817.106.583	\$ 967.048.663	\$ 1.031.637.186
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 817.106.583	\$ 967.048.663	\$ 1.031.637.186
(-) IMPUESTOS	\$ 269.645.173	\$ 319.126.059	\$ 340.440.271
= UTILIDAD NETA	\$ 547.461.411	\$ 647.922.604	\$ 691.196.915

#### Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 2.521.400.000	\$ 2.647.470.000	\$ 2.779.843.500
Egresos operativos	\$ 1.632.533.250	\$ 1.572.856.171	\$ 1.635.703.417
Flujo Operativo	\$ 888.866.750	\$ 1.074.613.830	\$ 1.144.140.083
Ingresos no operativos	\$ 1.226.371.050	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 1.226.371.050	\$ 269.645.173	\$ 319.126.059
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 269.645.173	-\$ 319.126.059
Flujo Neto	\$ 563.500.400	\$ 804.968.657	\$ 825.014.024
Saldo anterior	\$ 0	\$ 563.500.400	\$ 1.368.469.057
Saldo final	\$ 563.500.400	\$ 1.368.469.057	\$ 2.193.483.081

#### **Análisis financiero:**

TIR (Tasa interna de Retorno)	33,17%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 414.761.363
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 \$ 547.461.411, 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 33,17% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 33%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 414.761.363, 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, teniendo en cuenta que se espera continuar generando empleo a través de la contratación de 12 jornaleros, los cuales serán operarios contratados en épocas de cosecha especialmente para la planta de procesamiento. Para lo cual se utilizarán 900 jornales en total.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de un contador por prestación de servicios, 1 Maestro Tostador, 1 Empacador, 1 Operario de Beneficio, 1 Operario de Secado, 1 Servicios generales, 1 Diseñador, 1 Jefe de Operaciones, 1 Comercial de, 1 Comercial, 1 Analista de calidades, 1 Auxiliar de laboratorio, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Neiva – Huila, adicionalmente 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.

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 de chocolate de mesa.

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 cacao.

### **Viabilidad Ambiental**

Se establece la producción de cacao sustentable como alternativa de solución a las afectaciones sociales, ambientales y económicas que provoca la producción de cacao 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 cacao, 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, por \$ 269.645.173 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.