



Dirección de Empleo y Trabajo, Coordinación Nacional de Emprendimiento - 2025

PLAN DE INVERSIÓN PARA INICIATIVA PRODUCTIVA, UNIDAD PRODUCTIVA, UNIDAD ECONÓMICA, MODELO O PLAN DE NEGOCIO A FORTALECER

Por favor **diligenciar las casillas de tono gris**, son las que están desbloqueadas y disponibles para su diligenciamiento. Es importante tener en cuenta cada uno de los comentarios al iniciar cada una de las secciones, ya que proporcionarán la orientación necesaria para responder de forma clara y concisa, garantizando así la precisión y eficacia en las respuestas.

DATOS BÁSICOS DE LA INICIATIVA PRODUCTIVA, UNIDAD PRODUCTIVA, UNIDAD ECONÓMICA, MODELO O PLAN DE NEGOCIO A FORTALECER

NOMBRES Y APELLIDOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O QUIEN TENGA LA CAPACIDAD PARA COMPROMETER
Nelson Alfaro Naranjo
DIRECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN
FCA EL LUCERO VRD RODEITO - Vda san bernardo
NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN O LA ASOCIACIÓN
INDIQUE EL TIPO DE ORGANIZACIÓN O ASOCIACIÓN REGISTRADA FORMALMENTE
Sociedad pr Acciones Simplificada - SAS BIC
SECTOR
AGRICULTURA_GANADERÍA_CAZA_SILVICULTURA_Y_PESCA

DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN	NÚMERO DE CONTACTO
93392498	3112572318
DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
Tolima	Ibagué
Don Cacao SAS BIC	
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN O ASOCIACIÓN (INCLUYA EL DÍGITO DE VERIFICACIÓN EN CASO QUE APLIQUE)	
901604765-7	
ACTIVIDAD ECONÓMICA	0127 Cultivo de plantas con las que se preparan bebidas

1.- RESUMEN EJECUTIVO (Nuestra organización o asociación en resumen)

Este resumen presenta de forma breve la iniciativa que se quiere fortalecer, indicando el nombre completo de la organización o asociación. Se cuenta una breve historia, mencionando cómo y cuándo nació la iniciativa y los logros más importantes en su camino. Se señala la **ubicación**, explicando dónde funciona y qué ventajas tiene, como cercanía a clientes o proveedores. Luego se describe la **actividad principal**, diciendo qué productos o servicios ofrece. También se presenta a los **clientes**, detallando quiénes son, qué necesitan y qué prefieren. Se explica el **mercado**, entendido como el grupo de personas o lugares donde se pueden vender los productos o servicios, mostrando su tamaño y las oportunidades que ofrece. Se resalta la **propuesta de valor único**, es decir, qué nos hace diferentes y por qué los clientes deberían elegirnos. Después, se menciona el **equipo de trabajo**, indicando las personas que lo integran y los roles que cumplen.

El documento explica el **propósito del plan de inversión**, que es fortalecer la organización o asociación y asegurar su crecimiento, y se detallan los **resultados esperados**, como aumento de ventas, más empleos o mejores condiciones de producción. También se incluyen datos relevantes, **como el tamaño del mercado, la participación que tiene la organización, el crecimiento alcanzado, las estrategias de ventas y los logros obtenidos**. En seguida, se especifica el valor del plan de inversión, señalando el **monto que se solicita al Fondo Emprender**. Finalmente, se presentan los indicadores financieros, **como las ventas mensuales**, el margen de utilidad y la Tasa Interna de Retorno (TIR), que es un cálculo que muestra si la inversión vale la pena y qué tan rentable puede ser en el tiempo. Se concluye resaltando que **estos resultados muestran la viabilidad y estabilidad económica de la organización o asociación**.

Nombre de la empresa: Don Cacao S.A.S. BIC.
Breve historia de la empresa: La empresa fue creada en junio de 2022 como resultado del crecimiento de una unidad productiva iniciada en 2019 en la finca El Lucero, ubicada en la vereda Rodeito del corregimiento de San Bernardo (Ibagué). Desde sus inicios, se ha enfocado en el cultivo de cacao fino de aroma bajo prácticas sostenibles, consolidándose como una Sociedad por Acciones Simplificada de Beneficio e Interés Colectivo (S.A.S. BIC). Su trayectoria refleja un proceso de tecnificación progresiva, articulación con programas de apoyo institucional y validación del mercado a través de las cosechas y relaciones comerciales directas con compradores especializados. Ubicación: Don Cacao opera en la finca El Lucero, vereda Rodeito, corregimiento de San Bernardo, municipio de Ibagué, Tolima. La zona cuenta con condiciones agroclimáticas favorables y acceso adecuado por vías terciarias, lo que facilita la conexión con clientes, proveedores y centros de acopio regionales. Esta ubicación estratégica permite además aprovechar la creciente dinámica del sector cacaoero en Tolima, que hoy se posiciona como el cuarto productor nacional. Actividad principal de la empresa: La empresa se dedica a la producción y comercialización de cacao fino de aroma, gestionando integralmente las etapas de cultivo, cosecha, fermentación y secado, garantizando un producto de alta calidad y trazabilidad. Su producción se comercializa principalmente en cargas de 62,5 kg, cumpliendo con la Norma Técnica Colombiana 1252 y los estándares internacionales de inocuidad y calidad. Su actividad principal registrada en la Cámara de Comercio es al CIU 0127 - cultivo de plantas utilizadas para la preparación de bebidas. Clientes: Los principales clientes de Don Cacao son transformadores nacionales (grandes, medianos y artesanales), comercializadoras y asociaciones que buscan cacao diferenciado por su perfil sensorial y sostenible. El consumidor final corresponde a mercados especializados en EE. UU., Europa, Japón y Canadá, caracterizados por su disposición a pagar precios superiores por productos con origen certificado, trazabilidad y calidad premium. Propuesta de valor único: Don Cacao se diferencia por integrar sostenibilidad, calidad sensorial y trazabilidad en cada lote de grano producido. Su modelo agroempresarial combina buenas prácticas agrícolas (BPA), agricultura regenerativa, uso de abonos orgánicos, sistemas agroforestales y manejo responsable del agua, lo que asegura un impacto positivo en el entorno rural. La transparencia en sus procesos y el compromiso social como empresa BIC refuerzan su posicionamiento como proveedor confiable y ético. Equipo Directivo: La empresa está liderada por un Gerente General, responsable de la planeación estratégica, la gestión comercial y el direccionamiento técnico; una Contadora, encargada de la gestión financiera y del cumplimiento normativo; y dos jornaleros, quienes, bajo la coordinación del gerente, apoyan de manera directa las labores agrícolas. Cada cargo cuenta con la experiencia y competencias necesarias para garantizar el adecuado desarrollo de los procesos productivos, administrativos y comerciales de la empresa. Propósito del plan de inversión: El objetivo central de la inversión es consolidar la capacidad productiva mediante la implementación de dos nuevas hectáreas tecnificadas con cacao fino de aroma, complementando la hectárea ya existente en producción. La inversión busca además fortalecer los procesos administrativos y comerciales, garantizar mayor estabilidad operativa y asegurar el acceso a mercados premium. Resultados esperados de la inversión: Con la implementación del proyecto se espera un incremento del 200 %–300 % en la producción, alcanzando entre 2.400 y 3.000 kg de cacao seco al año, lo que generará un aumento en las ventas entre el 10% y el 15%. También se proyecta la generación de empleo formal, la consolidación de relaciones comerciales sostenibles y un mayor posicionamiento de la marca como productor de cacao premium con impacto social y ambiental. Datos relevantes: El mercado internacional de cacao fino muestra un crecimiento proyectado del 39 % en la próxima década, con Colombia como uno de los principales actores regionales. A nivel financiero, Don Cacao proyecta ventas anuales de \$80.000.000 en el primer año posterior a la inversión, con utilidades netas superiores a \$24.000.000, garantizando sostenibilidad y expansión futura. Valor del proyecto de inversión: \$ \$79.716.000 la empresa cuenta actualmente con : Maquinaria y equipo: como computador, celular, fermentadores, herramientas, abono organico, arboles de cacao en produccion , experiencia y conocimiento en la cadena productiva de CACAO, y el valor es totalmente financiado por el Fondo Emprender. Indicadores financieros: Las ventas mensuales proyectadas alcanzan los \$6.666.000, con un margen de utilidad bruta del 35 % y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 25%. Estos indicadores respaldan la viabilidad y rentabilidad del proyecto en el corto y mediano plazo. Conclusión: Don Cacao S.A.S. BIC es una empresa agrícola con proyección regional e internacional, que combina calidad, sostenibilidad y trazabilidad como ejes de diferenciación. La inversión propuesta permitirá ampliar su capacidad operativa, fortalecer su competitividad y consolidarse como un referente en el mercado de cacao fino de aroma, generando beneficios económicos, sociales y ambientales para el territorio.

2.- DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO (Quiénes somos y qué hacemos)

En esta parte se presenta la iniciativa que vamos a fortalecer, indicando el nombre, el tipo de organización o asociación que es, y cuál es su actividad principal. También se explica la misión (el propósito o razón de ser de la organización) y la visión (el sueño o meta a futuro), debe explicarse que tanto se conoce del negocio, experiencia y aspectos resaltar. Se resalta el producto o servicio que ofrecemos y qué lo hace especial frente a otros. Se muestra cómo está organizada la asociación, quiénes trabajan en ella y qué rol cumple cada persona. Si la actividad lo exige, se mencionan los permisos y licencias con que cuenta. Además, se incluyen las acciones que la organización realiza para cuidar el medio ambiente y ser sostenible. Finalmente, se señalan las principales ventajas y desventajas de la organización, y si se quiere, se puede describir un análisis DOFA para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, destacando especialmente las oportunidades que pueden aprovecharse para crecer.

Don Cacao SAS BIC es una empresa constituida como Sociedad por Acciones Simplificada de Beneficio e Interés Colectivo, cuya actividad principal corresponde al cultivo de plantas utilizadas para la preparación de bebidas (CIU 0127). Su propósito central es la producción de cacao fino de sabor y aroma, gestionando integralmente todas las etapas del proceso, desde la selección de variedades hasta la cosecha y poscosecha, incluyendo la fermentación y el secado del grano. Esta gestión se realiza bajo un enfoque de mejora continua, sostenibilidad ambiental y aplicación de buenas prácticas agrícolas, posicionando a la empresa como un modelo de referencia regional en producción de cacao sostenible. Ubicada en la finca Lucero, en la vereda Rodeito del corregimiento de San Bernardo (Ibagué), Don Cacao trabaja para destacar el alto potencial económico y ambiental del cultivo, especialmente en mercados nacionales e internacionales. Su producto principal, el cacao fino de aroma, es de alta calidad y se comercializa en cargas, kilos o bultos de fique de 62,5 kg, de acuerdo con la Norma Técnica Colombiana 1252. Este cacao cumple con los estándares del Codex Alimentarius respecto a residuos de agroquímicos, toxinas y metales pesados, y se entrega en condiciones sanitarias óptimas. Se caracteriza por su aroma limpio, aspecto adecuado, humedad controlada (máx. 6–8 %), ausencia de impurezas, y peso mínimo de 120 g por cada 100 granos, atributos evaluados sensorialmente a través del licor de cacao obtenido de nibs. Como parte de su propuesta de valor, Don Cacao implementa un modelo de producción centrado en la calidad premium, sostenibilidad y trazabilidad, buscando satisfacer la creciente demanda de chocolatería fina a nivel global. La empresa busca posicionar el cacao como un producto de alto valor regional, impulsando la transformación del sector mediante tecnologías, infraestructura y prácticas agroecológicas que permitan mayor eficiencia y rentabilidad para los cultivadores. Su enfoque en calidad premium asegura un grano consistente, con sabor y fragancia excepcionales. La trazabilidad y transparencia permiten conocer el origen, prácticas y productor detrás de cada lote, generando confianza en mercados éticos. Asimismo, la sostenibilidad ambiental se refleja en prácticas responsables que conservan el suelo, promueven el uso eficiente del agua y protegen la biodiversidad. La empresa orienta su quehacer bajo una misión clara: ser líder en la producción y comercialización de productos agrícolas de óptima calidad, promoviendo un modelo agroempresarial sostenible en lo social, económico y ambiental, con proyección a mercados nacionales e internacionales. Su visión proyecta que para el año 2030, Don Cacao será un referente regional en la producción de cacao fino de aroma en grandes volúmenes, reconocido por su sostenibilidad y altos estándares de calidad. El modelo organizativo de Don Cacao está encabezado por un Gerente General, responsable de la dirección integral de la empresa, con funciones administrativas, técnicas y comerciales. Este liderazgo se apoya en dos áreas clave: Producción Agrícola, liderada por un Mayordomo, encargado del manejo del cultivo, labores de campo, cosecha, poscosecha y calidad en finca, con apoyo de Jornaleros; y el área de Administración y Finanzas, a cargo de un Contador, responsable de la gestión contable y presupuestal, así como del cumplimiento ante entidades como el Fondo Emprender. Cada cargo cuenta con un perfil definido que garantiza el cumplimiento de los procesos técnicos y operativos de la empresa. En términos de permisos y uso del recurso hídrico, Don Cacao implementa un sistema de riego sostenible con un reservorio propio alimentado por aguas lluvias y excedentes de un acueducto local, sin intervenir fuentes hídricas destinadas al consumo humano. Según el Decreto Ley 2811 y el Decreto 1541 de 1974, al tratarse de un uso agrícola privado sin afectación a cuerpos de agua públicos, no requiere concesión, lo que evidencia un uso responsable y conforme a la normativa ambiental vigente. La empresa también ha definido una política ambiental robusta, expresada a través de múltiples acciones enfocadas en la responsabilidad ambiental y sostenibilidad. Aplica buenas prácticas agrícolas (BPA), promueve sistemas agroforestales con especies nativas, evita la deforestación, conserva el suelo con abonos orgánicos y cobertura vegetal, y gestiona eficientemente el recurso hídrico mediante almacenamiento de aguas lluvias y riego por gravedad. Se prioriza el uso de controles biológicos sobre pesticidas químicos, se capacita al personal en el uso responsable de insumos, y se gestionan adecuadamente residuos sólidos y orgánicos mediante compostaje, puntos limpios y reciclaje. Además, se fomenta el uso de energías limpias, se mide la huella de carbono, y se adoptan estándares internacionales como el SDG Compas, realizando auditorías internas y promoviendo relaciones equitativas con las comunidades locales. Finalmente, el análisis DOFA de la empresa identifica fortalezas como su producción especializada de alto valor sensorial, el conocimiento técnico en procesos agrícolas y poscosecha, y el acceso a redes de compradores premium. No obstante, enfrenta debilidades como una limitada escala de producción, barreras de acceso a financiamiento y alta vulnerabilidad climática. Entre sus oportunidades se encuentran el crecimiento del mercado internacional de chocolates especiales, la posibilidad de certificaciones diferenciadoras, el respaldo de programas institucionales y el potencial para liderar procesos de asociatividad en la región. Las amenazas incluyen plagas, el cambio climático y la competencia internacional de países como Ecuador, Perú y República Dominicana. Este panorama estratégico guía las acciones de Don Cacao en su camino hacia un modelo de negocio competitivo, sostenible y socialmente responsable. Con esta estructura sólida, Don Cacao SAS BIC se presenta como una oportunidad de inversión en un mercado en expansión, con una clara orientación hacia la calidad, la sostenibilidad y el impacto positivo en el entorno rural, ofreciendo valor tanto económico como social y ambiental.

3.- ANÁLISIS DE MERCADO Y COMPETENCIA (A quién vendemos y quién más ofrece lo mismo o parecido)

En este punto contamos cómo es el mercado donde vendemos: cuánta gente puede comprar, qué grupos son los principales clientes y qué cambios o tendencias vemos en la zona. Hablamos de al menos dos competidores, que pueden ser personas, organizaciones o asociaciones que venden lo mismo o algo parecido, y explicamos qué hacen y cómo trabajan. También decimos cómo se ubica nuestra organización o asociación frente a ellos y qué nos hace diferentes, como la calidad, el precio justo, lo natural o lo artesanal de los productos. Además, describimos quién es nuestro cliente: su edad, dónde vive, cómo compra, qué necesita y qué busca cuando nos compra.

El análisis del sector del cacao es un componente clave dentro del plan de inversión de Don Cacao, ya que permite entender las dinámicas actuales del mercado, identificar oportunidades de crecimiento, analizar los factores relevantes en la cadena de valor y diseñar estrategias de posicionamiento. A nivel global, el mercado atraviesa un momento estratégico para los productores de cacao fino de aroma. Alcanzando los 4,816 millones de toneladas, se estima un déficit mundial de 478.000 toneladas, el 90% del cacao global es cacao convencional, el cacao fino representa entre 5% y 8%, posicionándose como un nicho de alto valor. En este segmento, Colombia, Ecuador, Venezuela y Perú lideran la producción con el 76% del cacao fino de aroma mundial. Las proyecciones a futuro indican que el mercado de chocolate fino crecerá en un 39%, impulsado por un mayor conocimiento del consumidor y el interés de las grandes industrias en este segmento diferenciado. A nivel industrial, dos empresas concentran la mayor parte del acopio: Casa Luker y la Compañía Nacional de Chocolates, que compran alrededor del 75% del cacao nacional, mientras el 25% restante es destinado a exportación y transformación artesanal. A nivel regional, Tolima se posiciona como el cuarto productor nacional, con una participación del 6 %, una producción anual de 3.732 toneladas y cultivos presentes en 33 de los 47 municipios. El departamento dispone de 30.400 hectáreas aptas para el cultivo de cacao, aunque solo 12.411 ha. están sembradas, lo que demuestra un gran potencial de expansión. Más de 4.000 familias dependen económicamente de esta actividad. Municipios como Venadillo, Falán, Ortega, Planadas y Chaparral se destacan por su producción, gracias a iniciativas de valor agregado como el primer mapa de perfil sensorial del cacao del Tolima, desarrollado por la Gobernación y la Cámara de Comercio de Ibagué. Con base en este entorno, Don Cacao identifica dos segmentos estratégicos de mercado: Empresas transformadoras de cacao: Este segmento está conformado por empresas que procesan cacao para la producción de licor, manteca, polvo o chocolate terminado. Se encuentran principalmente en Bogotá, Valle, Antioquia y Tolima, y se dividen entre transformadores de gran escala (Nestlé, Casa Luker, Nacional de Chocolates) y transformadores artesanales o medianos que priorizan calidad sensorial, origen del grano, certificaciones y trazabilidad. El país cuenta con 150 empresas transformadoras, de las cuales 54 están en Bogotá (36%), 23 en Valle (15%), 12 en Antioquia (8%) y otras en regiones cacaoeras. Don Cacao apunta a posicionarse como proveedor confiable y constante para ambos grupos, destacando por sus procesos tecnificados, control de calidad y perfil sensorial del grano. Comercializadoras de cacao: Este segmento se especializa en acopiar volúmenes para venta en el mercado nacional o exportación. Lo componen asociaciones productoras, empresas jurídicas pequeñas o medianas, y personas naturales. Estas comercializadoras valoran la calidad física del grano y las certificaciones que permiten primas sobre el precio base. Muchas participan en procesos de asistencia técnica y formación para asegurar calidad y continuidad en el suministro. Don Cacao ha identificado entre 50 y 100 clientes potenciales en este segmento, con compras promedio de 300 a 350 kg anuales por cliente, a un valor aproximado de \$30.000 COP/kg. La empresa ofrece además soporte logístico, empaque adecuado y cumplimiento riguroso en tiempos de entrega. Por otro lado, aunque Don Cacao no comercializa productos terminados directamente al consumidor final, este actor es clave en la cadena de valor, ya que sus preferencias y tendencias condicionan los requisitos de compra de transformadores y comercializadoras. El consumidor final de cacao fino de aroma es informado, exigente y dispuesto a pagar un precio superior por productos que ofrezcan calidad sensorial, trazabilidad y narrativa de origen. Este consumidor se encuentra principalmente en EE.UU., Europa, Japón y Canadá, así como en ciudades colombianas como Bogotá, Medellín y Cali. Busca perfiles sensoriales complejos (notas florales, frutales, a nuez), certificaciones (orgánico, comercio justo), y conexión emocional con marcas responsables. Comprende el impacto del cultivo sobre las comunidades y el medio ambiente, y prefiere productos comercializados en tiendas gourmet, plataformas digitales directas al productor y mercados especializados. Conocer este perfil es estratégico para Don Cacao, ya que permite alinear su oferta de grano con las exigencias del mercado de alto valor, y facilitar la conexión con transformadores que buscan satisfacer esta demanda creciente. En el entorno competitivo del sector cacaoero regional, encontramos varios actores que permiten comparaciones y oportunidades estratégicas para Don Cacao. Finca La Esperanza con más de 30 años en el mercado, presenta cultivos antiguos, baja tecnificación y depende de intermediarios. Finca El Manantial posee experiencia familiar valiosa, ha sido parcialmente abandonada, destina su producción al autoconsumo o comercializadores ocasionales. ASOCAMELAS produce cacao especial y pertenece a una asociación exportadora que le permite acceder a precios diferenciados. La dependencia a un solo cliente representa un riesgo comercial significativo. La competencia presenta unas limitaciones comunes mientras que Don Cacao, se posiciona con ventaja competitiva al integrar procesos tecnificados, enfoque sostenible, trazabilidad y comercialización directa, permitiendo capturar mayor valor agregado.

Variables o elementos a analizar	Don Cacao SAS BIC	Cultivadora Aroco SAS	Asocamielas
Nivel de Precios	Bajo	Alto	Bajo
Calidad	Alto	Alto	Alto
Ventaja	Don Cacao se destaca por la integración de buenas prácticas agrícolas (BPA) y un sólido compromiso ambiental, lo que le permite ofrecer un producto de alta calidad, trazable y sostenible. Su modelo incluye el uso de abonos orgánicos, sistemas agroforestales, captación de aguas lluvias para riego, control biológico de plagas y manejo responsable de residuos.	Fuerte apuesta por la agricultura regenerativa, un enfoque que no solo garantiza la producción de cacao fino de aroma con altos estándares de calidad, sino que también contribuye activamente a la restauración del ecosistema, fortalecen la salud del suelo y favorecen la captura de carbono, la empresa logra integrar sostenibilidad ambiental con productividad.	Su estructura asociativa compuesta por más de 55 familias productoras, lo que le otorga capacidad operativa, organización comunitaria y estabilidad en el suministro. la asociación ha adoptado buenas prácticas agrícolas, fortalecen la sostenibilidad del cultivo y mejoran las condiciones sociales y económicas de sus integrantes.
Desventaja	Una de las principales desventajas que enfrenta Don Cacao es la limitada disponibilidad de recursos financieros, lo que restringe su capacidad para escalar la producción, tecnología y ampliación del cultivo, lo cual es crucial para aprovechar plenamente las oportunidades del mercado y cumplir con los estándares requeridos por compradores internacionales de cacao fino de aroma.	Sus cultivos no se encuentran ubicados en el piso térmico óptimo para la producción de cacao, lo que puede afectar el desarrollo adecuado del cultivo, disminuir los rendimientos y limitar la expresión de las características sensoriales del grano. Esta condición representa un desafío agronómico que requiere mayores esfuerzos en manejo técnico para compensar las limitaciones climáticas.	Está sujeta a las prácticas individuales de los productores de cacao que conforman la asociación, lo que puede generar variabilidad en la calidad del grano y dificultar el control uniforme de los procesos productivos. Esta dependencia limita la capacidad de estandarización y trazabilidad, cuando no todos los miembros aplican de manera correcta.

4.- PLAN DE MARKETING Y VENTAS (Cómo vendemos y damos a conocer nuestros productos)

Aquí contamos como cómo vendemos nuestros productos: puede ser en la finca, en la plaza, en ferias o por pedidos con clientes conocidos. Para darnos a conocer usamos el voz a voz, carteles, WhatsApp o participamos en eventos de la comunidad. A veces hacemos promociones, damos a probar, hacemos descuentos o regalamos algo pequeño para motivar la compra. Los precios los ponemos según lo que nos cuesta producir y lo que la gente paga en la zona. Entregamos directo en la finca, en el mercado o con alguien de la asociación que reparte. Los pagos los recibimos en efectivo, por transferencia, con Nequí o Daviplata; en algunos casos damos crédito o fiamos, pero siempre con acuerdos claros para que la asociación controle los cobros.

Diligencie aquíEl presente Plan de Marketing y Ventas de Don Cacao SAS BIC tiene como objetivo definir las estrategias comerciales, de comunicación, promoción y distribución necesarias para posicionar la empresa como un proveedor confiable y diferenciado de cacao fino de aroma en el mercado nacional e internacional. Asimismo, establece mecanismos eficientes para llegar al público objetivo, fortalecer el posicionamiento de marca, incrementar las ventas y asegurar la rentabilidad del negocio.

Estrategia Comercial y Posicionamiento

Don Cacao SAS BIC comercializa cacao fino de aroma en grano seco, dirigido principalmente a transformadores especializados y comercializadoras nacionales e internacionales. Su estrategia comercial se enfoca en establecer relaciones directas y de largo plazo, participando en ferias, ruedas de negocio y realiza visitas técnicas y comerciales a compradores potenciales, ofreciendo muestras sensoriales y fichas técnicas del grano como herramientas de venta.

En términos de posicionamiento, Don Cacao se proyecta como un proveedor confiable y su modelo de producción responsable con el medio ambiente. Incorpora estrategias basadas en el origen y la historia del grano y planea fortalecer su presencia orientada al consumidor ético y gourmet, usando canales digitales, contenidos informativos, y alianzas con chocolaterías artesanales y tiendas gourmet.

Estrategias de Marketing

Publicidad y visibilidad: La empresa utiliza canales digitales y redes sociales (Instagram, Facebook y WhatsApp.) para mostrar su proceso productivo, resaltar el valor de origen y generar cercanía con posibles compradores.

Relaciones públicas y alianzas: Participación en ferias agrícolas, ruedas de negocios, encuentros cacaoteros y misiones comerciales nacionales. Se fortalecen alianzas con instituciones como Fedecacao, Cámaras de Comercio, asociaciones exportadoras y programas de cooperación internacional.

Promoción directa: Visitas a chocolaterías, transformadores bean-to-bar y comercializadoras para mostrar el producto, entregar muestras, generar relaciones de confianza. Se ofrecen condiciones especiales de prueba para primeros pedidos en mercados nuevos.

Fijación de precios: La estrategia de precios se basa en el valor agregado del producto. Se calculan tarifas según la calidad física y sensorial, el volumen, los costos logísticos y el valor diferencial por prácticas sostenibles. Se ofrecen precios justos, con primas asociadas a certificaciones, características especiales del grano y cumplimiento de especificaciones del comprador.

Métodos de Comunicación: Don Cacao mantiene una comunicación clara, directa y profesional con sus clientes, combinando herramientas digitales y presenciales para fortalecer las relaciones comerciales. Utiliza el correo electrónico y llamadas telefónicas para negociaciones y seguimiento de pedidos, así como redes sociales y plataformas para brindar atención ágil, compartir fichas técnicas, portafolios y gestionar solicitudes. Además, emplea presentaciones institucionales y entrega de muestras físicas para atraer y convencer a clientes potenciales. Actualmente trabaja en el desarrollo de un sitio web corporativo que incluirá información técnica del producto, la historia de la finca, certificaciones obtenidas y un canal de contacto para compradores nacionales e internacionales.

Canales de Distribución: Don Cacao implementa un modelo de distribución directa, sin intermediarios, lo que garantiza un mayor control sobre la calidad del producto y mejores márgenes para el productor. Las ventas se realizan directamente a empresas transformadoras, asociaciones o comercializadoras a nivel nacional, con entregas en finca o despachos desde puntos previamente acordados según el volumen y la ubicación del cliente. El transporte se gestiona a través de empresas aliadas especializadas en carga, según se amerite, utilizando presentaciones como bultos de fique de 62.5 kg u otros formatos solicitados por los compradores. A mediano plazo, la empresa proyecta habilitar un canal de ventas en línea B2B que permita gestionar pedidos nacionales e internacionales, con trazabilidad documentada y atención personalizada.

Gestión de Pagos y Transacciones Financieras: Don Cacao SAS BIC administra sus pagos y transacciones financieras bajo condiciones claras y flexibles que se adaptan a las necesidades del cliente. Ofrece diversas formas de pago, como transferencias bancarias, pagos en efectivo o nequí. Cada venta se formaliza mediante factura, guía de despacho y hoja de calidad del producto, asegurando transparencia y cumplimiento contractual.

La implementación de canales de distribución directos, una gestión financiera clara y métodos de comunicación efectivos fortalecen la relación con los clientes y aseguran procesos de venta eficientes.

5.- FLUJO DE PRODUCCIÓN Y REQUISITOS DE PERSONAL (Cómo hacemos el producto o servicio y con qué personas)

En este apartado se cuenta cómo se hace el producto o se presta el servicio, desde la compra de los materiales o materias primas hasta que llega al cliente final. Se explican los pasos del proceso, cuánto tiempo toma cada uno y cuánto cuesta hacerlo. También se mencionan la maquinaria, equipos y herramientas que ya se tienen o que se necesitan para mejorar la producción. Se dice qué personas se requieren para el trabajo, cuántas son, qué función cumplen y cuánto se paga cada mes por ellas. Si el equipo necesita alguna capacitación o certificado especial para trabajar mejor, también se incluye aquí.

Flujo de Trabajo de Producción

Etapas del Proceso (No es hacer un listado, es realizar una breve descripción de cada actividad)	Tiempo de Producción (horas)		Costos Asociados	
Limpieza del lote de terreno: Se inicia con la preparación del área destinada al proyecto, que comprende 2 hectáreas. Esta labor consiste en rozar o desbrozar completamente el terreno utilizando guadaña y machete, eliminando la cobertura vegetal y malezas. Los responsables son el gerente y el jornalero 1 y 2. Este proceso garantiza una superficie limpia y apta para las siguientes fases de siembra y manejo agronómico.	128	\$	960.000	
Trazado y ahoyado: se realiza el trazado técnico que define la distribución del cultivo, respetando las distancias para asegurar un desarrollo uniforme. Seguidamente, se lleva a cabo el ahoyado, en los puntos previamente marcados. Esta actividad será realizada por el proveedor de los árboles, y su costo, incluido el número de jornales requerido, está contemplado dentro del valor total de la compra de los árboles.	128	\$	960.000	
Siembra de cacao y pre fertilización: Una vez realizado el trazado y ahoyado, se procede con la siembra de los árboles de cacao, a los 20 días de sembrado se realiza una pre-fertilización por los jornaleros 1 y 2, utilizando insumos adecuados para el desarrollo del cultivo. La siembra es ejecutada por el proveedor de los árboles, quien cuenta con la experiencia necesaria para esta labor.	128	\$	960.000	
Fertilización: Es una actividad que garantiza el adecuado desarrollo y producción del cultivo de cacao. Durante el primer año de establecimiento, se realizan cuatro fertilizaciones programadas a los 3, 6, 9 y 12 meses después de la siembra. Estas aplicaciones buscan suplir los requerimientos nutricionales esenciales durante la fase inicial. A partir del segundo año la fertilización se realiza cada cuatro meses.	192	\$	1.440.000	
limpia, poda y plateo: Se realiza cuatro veces al año, es clave para el mantenimiento del cultivo. La limpia elimina malezas. La poda mejora la estructura de la planta, facilita la entrada de luz y previene enfermedades. El plateo consiste en remover el suelo de la base del árbol para facilitar la absorción de nutrientes. Estas labores fortalecen el desarrollo del cultivo Lo realizan los jornaleros.	256	\$	1.920.000	
Mantenimiento del sistema de riego: es una labor continua que garantiza el funcionamiento eficiente y duradero del agua. Incluye la limpieza periódica de tuberías, filtros, goteros o aspersores para evitar obstrucciones y posibles fugas causadas por sedimentos o residuos orgánicos, roturas o fallas en válvulas y conexiones. Se realiza 4 veces al año y la realiza los jornaleros.	128	\$	960.000	
Recolección de los frutos: se realiza de forma periódica durante las jornadas laborales, en épocas de cosecha. Aunque la cosecha principal se concentra en ciertos periodos, a lo largo del año se recolectan los frutos que estén maduros y listos para ser cosechados. Esta labor se lleva a cabo diariamente durante aproximadamente media hora y está a cargo del gerente y jornalero.	20	\$	150.000	
Despepitado de frutos: En la medida que se recogen los frutos inmediatamente se procede al despepitado en el lote o cultivo durante cada jornada de trabajo. Esta actividad la realizan los jornaleros.	7	\$	52.500	
Fermentado: Es una etapa clave del poscosecha donde los granos de cacao se colocan en cajas o mantas durante 5 a 7 días para desarrollar su aroma, sabor y color. El proceso es controlado mediante volteos periódicos, asegurando una fermentación uniforme y mejorando la calidad del grano.	1,5	\$	12.456	
Secado: se realiza por doce días, utilizando una marquesina solar que permite que el proceso ocurra de forma natural. No se requiere la presencia permanente de un empleado, ya que el sistema de secado es autónomo y solo necesita supervisión ocasional para remover los granos y tener una deshidratación uniforme. Solo se dejaron 3 horas, por los 20 min que debe estar pendiente por los 6 días del secado.	3	\$	24.911	
Empaque y almacenamiento: El grano seco se empaca en costales de fique con una capacidad de 62,5 kilogramos, garantizando su protección y conservación. Los sacos se almacenan sobre estivas en la bodega, evitando el contacto directo con el suelo y facilitando la ventilación, lo que contribuye a mantener la calidad del producto hasta su comercialización.	1	\$	7.500	
TOTAL		992,5	\$	7.447.367

Equipo Necesario

Rol o Cargo	# Personas Requeridos para este Rol	Costos Laborales Mensuales (incluyendo prestaciones sociales)
Gerente	1	\$ 2.192.900
Jornalero 1	1	\$ 960.000
Jornalero 2	1	\$ 960.000
TOTAL		\$ 4.112.900

Observaciones adicionales

Es importante precisar que los costos estimados corresponden tanto al primer año de establecimiento del nuevo cultivo (2 hectáreas en implementación) como a las labores de mantenimiento y producción de una hectárea adicional que ya se encuentra en etapa productiva. Muchas de las actividades agrícolas—como la fertilización, limpia, poda, plateo y cosecha—se realizan de forma periódica en ambas áreas, por lo que los costos anuales contemplan el manejo integral del total de 3 hectáreas, considerando tanto el desarrollo del nuevo cultivo como la atención continua del área ya establecida. Se proyecta que estos costos se mantendrán relativamente estables en los años siguientes, aunque podrían variar dependiendo de factores como la fertilidad del suelo, las condiciones climáticas y el desarrollo fisiológico de las plantas, que pueden afectar la frecuencia e intensidad de las labores.

Adicionalmente, actividades como la cosecha, el fermentado y el secado se concentran en las épocas productivas del cultivo, las cuales pueden cambiar de un año a otro. Para efectos de planificación, se ha estimado un promedio anual de los días y horas destinados a estas tareas, considerando tanto la hectárea en producción como las dos hectáreas en fase de implementación, y reconociendo que la dinámica de producción puede variar con el tiempo.

6.- NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS (Qué pedimos para fortalecer la iniciativa)

En este apartado se deben contar de forma clara las necesidades que tiene la organización o asociación, relacionados con los recursos que se solicitarán al Fondo Emprender. Se deben describir los recursos que se requieren y que, según la normatividad y los términos de referencia, son financieros, como adecuaciones del lugar de operaciones, recursos para autoempleo/ puestos de trabajo/ empleos directos, compra de materias primas, maquinaria, equipos o herramientas, entre otros. Es importante que lo que se solicite esté bien relacionado con los objetivos del proyecto y con lo que se permite según la normatividad del Fondo Emprender, para que el plan sea aprobado y los recursos se usen de la mejor manera.

Recursos Financierables:

- Pago de salarios u honorarios.
- Insumos para el ciclo productivo (materia prima y bienes en proceso) que contribuyan de manera directa o que forman parte del proceso de producción.
- Adquisición de maquinaria, equipos y software.
- Costos que se generen por permisos, licencias y registros, requeridos por la ley para el normal funcionamiento del proyecto y la iniciativa empresarial.
- Las adecuaciones o remodelaciones estructurales y locativas del inmueble donde se desarrollará el proyecto y la iniciativa empresarial.
- Financiar las adecuaciones técnicas necesarias para el proceso productivo o montaje industrial. Para estos fines se entiende por adecuación técnica toda obra civil que sea indispensable para el desarrollo de la actividad y ejecución del proyecto o la iniciativa empresarial, rubro que en ningún caso podrá ser utilizado con fines de vivienda del beneficiario.
- Expansión mediante el modelo de franquicias, de acuerdo con los lineamientos que para el efecto emita el SENA, siempre y cuando, además de los criterios señalados en el presente acuerdo, este modelo de negocio genere valor agregado sustentado.
- Pago de derechos referentes a la propiedad intelectual (marcas y patentes) relacionados con el proyecto o la iniciativa empresarial.

Rubros no financieros. El Fondo Emprender no financiará los siguientes rubros:

- Compra de bienes inmuebles.
- Compra de bienes muebles que no estén relacionados con el objeto del proyecto o la iniciativa empresarial.
- Adecuaciones o remodelaciones de cualquier tipo de bienes inmuebles, que no conformen el proceso de dotación técnica y que no sean indispensables para el desarrollo del proyecto o de la iniciativa empresarial.
- Estudios de factibilidad de proyectos (consultorías, asesoría jurídica, financiera, etc.).
- Adquisición de vehículos que no estén relacionados con el objeto del proyecto o de la iniciativa empresarial.
- Pagos de pasivos, deudas o de dividendos.
- Recuperaciones de capital.
- Compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios exceptuando los derechos asociados a franquicias, cuando sea esta parte de la naturaleza del proyecto o de la iniciativa empresarial.
- Pago de regalías, impuestos causados, aportes parafiscales.
- Formación académica.
- Pago de derechos o inscripciones para participar en eventos comerciales nacionales o internacionales.
- Gastos de viaje y desplazamiento.

Descripción No haga un listado, describa el elemento	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Árboles de cacao variedad TCS 01 en patrón IMC 67: Incluye la adquisición de los árboles injertados en patrón IMC 67, variedad TCS 01, reconocida por su alto rendimiento y tolerancia a enfermedades. El servicio contempla además las labores de ahoyado y siembra.	3000	\$ 15.700	\$ 47.100.000
Jornalero 1: cumple un rol esencial en el desarrollo operativo del proyecto, ya que Apoya actividades clave como adecuación del terreno, mantenimiento del riego, abonado, podas y cosecha. Su contratación es por jornal, con una dedicación estimada de 16 días al mes.	64	\$ 60.000	\$ 3.840.000
Contador: Es responsable de llevar la contabilidad de la empresa y presentar los estados financieros ante las entidades que lo requieran. Además, brinda asesoría en trámites contables, fiscales y financieros, incluyendo aquellos relacionados con el SENA y el Fondo Emprender.	8	\$ 700.000	\$ 5.600.000
Gerente: Encargado de dirigir, planear y ejecutar las actividades estratégicas y operativas de la empresa, asegurando el cumplimiento de los objetivos del proyecto y la adecuada gestión de los recursos.	8	\$ 2.192.900	\$ 17.543.200
Jornalero 2 - implementación son parte importante en la ejecución del proyecto, ya que su manpo de obra sera utilizada en la adecuacion del terreno, mantenimiento del sistema de riego, abonada y podas del cultivo y cosecha de productos ya maduros. (Se paga por jornal, se trabaja 16 días) al mes.	64	\$ 60.000	\$ 3.840.000
Alambre de púas galvanizado (calibre 14 x 500 m): Se requieren 3 quintales de alambre galvanizado de alta resistencia para el cerramiento del lote donde se establecerá el cultivo de cacao. Este calibre intermedio es ideal para proteger la plantación.	5	\$ 340.000	\$ 1.700.000
		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
		\$	-
TOTAL		\$	79.623.200

7.- PROPÓSITO DE LA INVERSIÓN (Para qué pedimos los recursos)

En este apartado se cuentan los resultados que se esperan con los recursos. La inversión permitirá mejorar la producción para tener más capacidad o hacerla de manera más eficiente, aumentar las ventas llegando a más clientes y en más lugares, y generar nuevos empleos que apoyen el trabajo de la organización o asociación. También ayudará a abrir mercados en otras veredas, municipios o ferias, a trabajar de forma más sostenible cuidando el medio ambiente y aprovechando mejor los recursos, y a asegurar que la iniciativa pueda mantenerse en el tiempo con mayor solidez.

El propósito fundamental del plan de inversión de Don Cacao S.A.S. BIC es consolidar y ampliar su capacidad productiva mediante la implementación de un sistema tecnificado y sostenible para el establecimiento de dos nuevas hectáreas de cacao fino de aroma, fortaleciendo al mismo tiempo el manejo agronómico de una hectárea ya en etapa productiva. Lo anterior permite aumentar la densidad poblacional de árboles de cacao, con el fin de alcanzar mayores niveles de rendimiento por hectárea. En concreto, los recursos se destinarán a la compra, adecuación del terreno e implementación de cultivos con una densidad de 1.500 árboles por hectárea, utilizando la variedad TCS 01 injertada en patrón IMC 67, reconocida por su alto rendimiento y resistencia a enfermedades.

Con esta inversión se busca obtener una producción superior a una tonelada de grano seco por hectárea, mejorando así la eficiencia productiva y el aprovechamiento del potencial agroclimático de la región. Además, el proyecto contempla la adquisición de herramientas, insumos orgánicos, y el fortalecimiento de los procesos técnicos y administrativos, todo ello alineado con el enfoque sostenible y de valor agregado de la empresa como sociedad BIC. Por otro lado, esta inversión permitirá mejorar significativamente la eficiencia operativa, reducir costos por malas prácticas agrícolas y garantizar un manejo agronómico adecuado desde el inicio del ciclo productivo. Además, fortalecerá el sistema administrativo, contable y logístico de la empresa, promoviendo la trazabilidad del proceso y el cumplimiento de estándares técnicos y comerciales. A mediano plazo, se espera incrementar el volumen y la calidad del cacao seco ofrecido al mercado, facilitando la entrada a nuevos canales de comercialización y consolidando a Don Cacao como un proveedor confiable y diferenciado en el segmento de cacao premium.

Esta apuesta por la tecnificación y expansión controlada de la producción permitirá a Don Cacao consolidarse como un proveedor confiable de cacao fino de aroma, con altos estándares de calidad y trazabilidad, preparado para acceder a mercados especializados y generar mayores ingresos tanto para la empresa como para sus trabajadores vinculados formalmente desde el territorio rural.

La ejecución del plan también impulsa la sostenibilidad ambiental, social y económica de la empresa, mediante el uso de insumos naturales, el empleo formal de mano de obra rural y la inversión en infraestructura administrativa que respalda su modelo de negocio como sociedad BIC. En conjunto, estos avances preparan a la empresa para futuras oportunidades de crecimiento y expansión, y refuerzan su posicionamiento como actor relevante en la cadena de valor del cacao de alta calidad en Tolima.

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN O LA ASOCIACIÓN	Don Cacao SAS BIC
---	-------------------

8.- RESULTADOS ESPERADOS DE LA INVERSIÓN (Resultados que traerán los recursos)

Se debe contar de manera clara y amplia los resultados que se quieren lograr con los recursos solicitados. Por ejemplo: aumento en los ingresos mensuales o el volumen de ventas, tener mejores ganancias (variación en el margen de utilidad), gastar menos al producir (reducción de costos unitarios), número de nuevos puntos de venta a clientes, y cantidad de puestos de trabajo, autoempleo o empleos creados directa o indirectamente.

También se puede evidenciar que se busca mejorar la satisfacción de los clientes mediante encuestas o el número de reclamos, fortalecer el reconocimiento en la comunidad (presencia en eventos, menciones en medios o redes), y lograr la sostenibilidad del negocio (TIR (Tasa Interna de Retorno), flujo de caja positivo, capital de trabajo suficiente, continuidad operativa tras seis o doce meses). Para actividad que mencione presente de una forma medible su cambio o crecimiento.

La ejecución del plan de inversión permitirá alcanzar resultados concretos y de alto impacto en las dimensiones económica, productiva, social, ambiental y comercial, consolidando el crecimiento estratégico y sostenible de Don Cacáo S.A.S. BIC.

En el ámbito económico, se proyecta un incremento significativo en las ventas e ingresos derivados tanto del aumento en el volumen de producción como del mayor valor agregado del producto. Actualmente, la empresa cuenta con una hectárea en producción; con la implementación de dos nuevas hectáreas tecnificadas, a una densidad de 1.500 árboles injertados por hectárea, se establecerán 3.000 nuevos árboles de cacao, sumando un total de 4.000 árboles en manoja. Esta expansión permitirá alcanzar una producción anual estimada entre 2.600 y 3.200 kilogramos de grano seco, lo que representa un crecimiento del 200 % al 300 % frente al escenario base. En consecuencia, se proyecta un incremento en ventas de entre 15% y 30%, superando ampliamente el crecimiento natural estimado del 5% asociado a la inflación.

Desde el componente productivo, la inversión permitirá optimizar el uso del suelo, ampliar la capacidad operativa, mejorar la eficiencia técnica del cultivo mediante el uso de materiales vegetales de alto rendimiento (variedad TCS 01 en patrón IMC 67), el uso de prácticas agronómicas mejoradas y el fortalecimiento de la infraestructura y el equipamiento agrícola. La implementación de 2.000 árboles en dos hectáreas adicionales se traducirá en una mejora significativa de los rendimientos por hectárea y en la disponibilidad de producto para atender nuevas demandas de mercado. Esta expansión controlada, acompañada de buenas prácticas agrícolas y soporte técnico permanente, garantizará una producción estable y de alta calidad.

En cuanto al impacto social, se generará empleo formal para mano de obra local, mejorando las condiciones de vida de las familias rurales vinculadas al proyecto. La contratación de personal con todas las garantías legales reafirma el compromiso de Don Cacao como empresa BIC orientada al bienestar colectivo, a la equidad y al desarrollo con enfoque territorial.

En el componente ambiental, los resultados esperados son de un modelo de agricultura limpia y responsable, libre de agroquímicos y basado en el uso de abonos orgánicos, manejo eficiente del agua y conservación de la biodiversidad. Desde la perspectiva comercial y de posicionamiento, la mayor capacidad de oferta permitirá a Don Cacao ingresar a nuevos mercados, con una propuesta de valor diferenciada basada en la trazabilidad, sostenibilidad, calidad sensorial, esto fortalecerá el reconocimiento de la marca como proveedor especializado en cacao fino de aroma, lo que a su vez generará relaciones comerciales más estables y de largo plazo.

En conjunto, estos resultados consolidan a Don Cacao S.A.S. BIC como una empresa rural competitiva, con visión de crecimiento, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y con un modelo de negocio preparado para responder a los desafíos y oportunidades del mercado global del cacao.

9.- ESTRATEGIA DE LA INVERSIÓN (De qué manera se hará la inversión)

Se debe explicar cómo se van a usar los recursos y qué acciones se van a realizar. Allí se dice en qué tiempos se hará la inversión, cómo se repartirá el presupuesto y cómo se escogerán los proveedores, es decir, las personas o negocios que venden los materiales, equipos o servicios que se necesitan. También es importante mencionar los posibles riesgos, como retrasos o fallas en la producción, y cómo se pueden evitar o solucionar. Finalmente, se cuenta qué actividades sencillas de promoción se harán para vender más, como avisos en la comunidad, mensajes por WhatsApp, participación en ferias o dar a conocer los productos con pruebas y recomendaciones.

La estrategia de implementación del plan de inversión de Don Cacao S.A.S. BIC se estructuró en un periodo de ejecución progresiva, técnica y sostenible, que permita fortalecer simultáneamente las capacidades productivas, administrativas y comerciales de la empresa. El proyecto será desarrollado en un periodo estimado de ocho (8) meses, durante el cual se realizarán actividades de preparación, siembra, mantenimiento y dotación técnica y operativa, alineados con las metas de consolidación como empresa productora de cacao fino de aroma.

En los primeros dos meses se destinarán recursos a la adquisición de alambre de púas, además de la contratación del personal operativo para los labores iniciales de adecuación del terreno. Paralelamente, se realizará la compra del material vegetal, compuesto por 3.000 árboles de cacao variedad TCS 01 injertados en patrón IMC 67, seleccionados por su resistencia y alta productividad. Una vez realizado el ahoyado, se procederá a la siembra técnica durante los meses dos a cuatro, distribuyendo 1.000 árboles por hectárea. Esta fase incluirá la instalación del cerramiento perimetral con alambre de púas galvanizado, como medida de protección contra el ingreso de animales o personas no autorizadas.

Durante los meses dos a seis, se mantendrá la vinculación de dos jornaleros para realizar las labores de mantenimiento del cultivo, aplicación de abonos y monitoreo agronómico. Adicionalmente, se fortalecerá el componente administrativo con el aporte de un computador HP, una impresora Epson y un celular, herramientas esenciales para llevar el control contable, la trazabilidad del cultivo y la gestión de comunicaciones con clientes y proveedores. La nómina del gerente y el contador también será cubierta durante el periodo de ejecución (8 meses), asegurando la continuidad operativa de la empresa.

La selección de proveedores se enfocará en actores locales y regionales que cumplan con los estándares técnicos y entreguen garantías de calidad y oportunidad en los suministros. Para el caso del material vegetal, se dará prioridad a viveros certificados, mientras que los equipos tecnológicos se adquirirán en comercios especializados de Ibagué que ofrezcan soporte posventa y asesoría técnica.

Se han identificado posibles riesgos como la escasa disponibilidad de árboles injertados, condiciones climáticas adversas, retrasos en la ejecución, aparición de enfermedades en el cultivo, fallas administrativas o contables y baja demanda comercial. Estos riesgos se mitigarán mediante la reserva anticipada de árboles, el uso de técnicas de conservación de humedad (sistema de abastecimiento de aguas lluvia), seguimiento estricto al cronograma, fortalecimiento digital de los procesos administrativos y la diversificación de los canales de comercialización.

En cuanto a la estrategia de marketing y publicidad, Don Cacao implementará acciones enfocadas en posicionarse como proveedor de cacao premium (fino de aroma) con enfoque sostenible. Se elaborarán materiales gráficos y digitales para clientes especializados, se participará en ferias sectoriales, se activarán redes sociales para comunicar el valor diferencial del producto, y se realizarán visitas técnicas a compradores potenciales con muestras y fichas técnicas. También se impulsará la formalización de alianzas comerciales con transformadores y comercializadores tanto a nivel nacional como internacional.

Esta estrategia integral garantiza una implementación eficiente y coherente con la visión de Don Cacao S.A.S. BIC como empresa comprometida con la calidad, la sostenibilidad y el desarrollo rural, permitiendo aprovechar al máximo los recursos de la inversión y prepararse para futuras oportunidades de crecimiento y expansión.

10.- PRESUPUESTO Y USO DE FONDOS (Cómo se van a usar los recursos)

En el siguiente cuadro, indique el mes donde se ejecutarán los recursos de Fondo Emprender, tomando en cuenta lo descrito en el numeral 6: NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS. Desglosar el capital necesario o monto solicitado a FE.

VALOR DE LA INVERSIÓN Y SOLICITUD AL FONDO EMPRENDER

NÚMERO DE SOCIOS O ASOCIADOS que conforman la iniciativa a fortalecer para la postulación a realizarse a la Convocatoria (Según lista de la hoja "Grupo Asociativo")

\$79.623.200

1

INDIVIDUAL	
Hasta SMMLV	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
42	1
56	3
70	5

Asociaciones de aprendices y/o egresados del SENA, iniciativas asociativas, cooperativas de las personas de la economía popular y demás formas		
Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
299	5-9.	7
399	10-14.	8
500	15 en adelante	10

Asociaciones Campesinas / Cooperativas campesinas y otras formas asociativas campesinas y cooperativas de la población		
Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
600	20	7
900	21-26	8
1100	27 en adelante	10

[illegible]

11.- COMPONENTE FINANCIERO (Resumen financiero)

Diligencie los campos a continuación, con relación a las Ventas y Costos (Anuales), Plan de gastos y Flujo de Caja

Ventas y Costos ANUALES

Producto /servicio	Unidad	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Año 1	Precio de Venta Unitario	Ventas Totales Año 1	Utilidad Bruta x producto/servicio	Utilidad Bruta	Margen de Contribución
Cacao Fino de sabor y aroma	Kilo	2700	\$ 3.354	\$ 9.055.800	\$ 31.000	\$ 83.700.000	\$ 27.646	\$ 74.644.200	89%
				\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	
				\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	
				\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	
				\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	
				\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	
				\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	
				\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL				\$ 9.055.800	\$ 31.000	\$ 83.700.000	\$ 27.646	\$ 74.644.200	89%

Plan de Gastos

SERVICIOS PÚBLICOS			
Descripción	Cantidad requerida en el Mes	Valor Unitario	Valor Total
Gas	1	\$ 15.000	\$ 180.000
Energía	1	\$ 30.000	\$ 360.000
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
TOTAL			\$ 540.000

EQUIPO DE TRABAJO			
Cargo o Rol	Cantidad de personas requeridas en el cargo o rol en el Mes. (Ejemplo: Si el cargo es Operario y se requieren 2 Operarios, colocar 2)	Valor Unitario (Incluyendo prestaciones sociales si aplica)	Valor Total
GERENTE	1	\$ 2.192.900	\$ 26.314.800
CONTADORA	1	\$ 700.000	\$ 8.400.000
JORNALERO 1	0,5	\$ 960.000	\$ 5.760.000
JORNALERO 2	0,5	\$ 960.000	\$ 5.760.000
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
TOTAL			\$ 46.234.800

OTROS			
Descripción	Cantidad requerida en el Mes	Valor Unitario	Valor Total
Logística y transporte de insumos	1	\$ 60.000	\$ 720.000
Logística y transporte productos	1	\$ 60.000	\$ 720.000
Productos de aseo y limpieza	1	\$ 25.000	\$ 300.000
			\$ -
			\$ -
			\$ -
TOTAL			\$ 1.740.000

TOTAL PLAN DE GASTOS

\$ 48.514.800,00

Flujo de Caja - Anual

Indique el incremento que tendrán las ventas, teniendo en cuenta las tendencias del mercado, estado de la empresa e indicadores del sector.

Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
10%	10%	10%	10%

Indique el incremento que tendrán los costos y gastos, teniendo en cuenta indicadores macroeconómicos como el IPP (Índice de precios al productor) , IPC (Índice de precios al consumidor) entre otros

Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
10%	10%	10%	10%

Descripción	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 83.700.000	\$ 92.070.000	\$ 101.277.000	\$ 111.404.700	\$ 122.545.170
Costos del Producto/Servicio		\$ 9.055.800	\$ 9.961.380	\$ 10.957.518	\$ 12.053.270	\$ 13.258.597
Gastos		\$ 48.514.800	\$ 53.366.280	\$ 58.702.908	\$ 64.573.199	\$ 71.030.519
Utilidad Neta	-\$ 79.623.200	\$ 26.129.400	\$ 28.742.340	\$ 31.616.574	\$ 34.778.231	\$ 38.256.055

Indicadores de Viabilidad

TASA DE DESCUENTO

10%

Para completar el formato de plan de inversión, utilice una tasa de descuento sugerida del 10% anual, ajustable (también sugerido) según su criterio dentro del rango del 8% al 12% anual. Considere cuidadosamente el sector, el nivel de endeudamiento y su aversión al riesgo al ajustar la tasa. Recuerde que esta elección impactará el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno de la inversión, por lo que es crucial para una evaluación precisa.

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN O LA ASOCIACIÓN

Don Cacao SAS BIC

12.- IMPACTOS (Beneficios de la inversión)

Describa cómo la iniciativa Económica, ayudará a... en lo Económico: generar más ingresos, producir más o crear empleos. Ambiental: qué acciones realizará para cuidar la naturaleza, el agua, la tierra y evitar desperdicios. Social: cómo beneficiará a la comunidad, mejorará la calidad de vida o fortalecerá el trabajo en grupo. Tecnológico: qué herramientas, equipos o procesos nuevos usará para trabajar más fácil y con mejores resultados. **SE DEBE DESCRIBIR PARA CADA ELEMENTO: ECONÓMICO, AMBIENTAL, SOCIAL, TECNOLÓGICO.**

Económico: El proyecto DON CACAO genera ingresos sostenibles constantes en cada cosecha, se pueden vender a mercados locales o a empresas grandes como la NACIONAL DE CHOCOLATE O CASA LUKER, además mejorando la calidad del grano se puede acceder a mejores precios, se impulsa la economía local mediante la generación de empleos directos priorizando la contratación de mano de obra rural en siembra, podas, cosecha fermentación y secado, bajo condiciones laborales dignas y legales. Indirectamente también se aporta a la economía de transportadores, técnicos agrícolas y comercializadores. De esta manera este impacto reduce el desempleo rural y el abandono del campo. A través del aprovechamiento del valor agregado del cacao fino de sabor y aroma cultivado con buenas prácticas agrícolas y procesos de poscosecha adecuados, se aumenta el valor del predio y se accede a créditos si es necesario. Es una forma de asegurar un futuro financiero para la familia. Esto permite mejorar los márgenes de rentabilidad y posicionar a Don Cacao como un actor relevante dentro del sector agrícola especializado en productos de alto valor pensando más adelante en escalar a un negocio agroindustrial, si se maneja adecuadamente la producción transformando el grano de cacao, vendiendo directamente al consumidor final con nuestra propia marca DON CACAO.

Ambiental: Don Cacao promueve una agricultura limpia y regenerativa, libre de agroquímicos, basada en el uso de insumos orgánicos y en el manejo agroecológico del cultivo. El sistema agroforestal favorece la conservación de los suelos es un cultivo permanente que no se remueve cada ciclo como otros, sus raíces ayudan a retener el suelo y evitar la erosión en laderas o zonas inclinadas, se mejora la calidad del suelo si se implementan coberturas vegetales y siembra de otros árboles, mejoras aún para la salud del suelo. Además, se optimiza la conservación del agua y protección de fuentes hídricas, al tener sombra y vegetación constante el cacao ayuda a regular la humedad del suelo, evita que el agua arrastre tierra y químicos a quebradas y ríos, si se mantiene vegetación cercana se protegen nacimientos de agua y se usa un riego eficiente y no se contamina con pesticidas. Este cultivo promueve la biodiversidad debido a que el cacao puede cultivarse en sistemas agroforestales es decir bajo sombra de árboles o frutales como plátano, aguacate, cítricos lo cual aumenta la resiliencia ecológica, creando hábitat para aves, polinizadores, insectos y otros animales adoptando prácticas preventivas frente a la degradación ambiental ayudando a mitigar el cambio climático, los árboles de cacao capturan carbono de la atmósfera ayudando a mitigar el calentamiento global, además por estas capturas de carbono algunos programas pagan bonos. el cacao es una alternativa económica compatible con la conservación.

Social: el proyecto DON CACAO, beneficia a la comunidad generando empleo local y digno, el cultivo crea oportunidades de trabajo para personas en cargos como jornaleros, recolectores, asistentes en el secado, selección, empaque, etc. Favoreciendo a familias campesinas, jóvenes y mujeres rurales, disminuyendo el desempleo y evitando la migración forzada a las ciudades, incentiva la asociatividad y el trabajo en equipo permitiendo compartir conocimientos y experiencias y así transmitirlos a nuevas generaciones. Se accede a mejores precios, insumos o programas, de esta manera se crean redes de confianza, colaboración e integración con la comunidad, reduciendo el aislamiento del pequeño productor, al fortalecer la empresa se revaloriza el trabajo del campo y se muestra que es posible vivir bien y con dignidad del agro. se incentiva la educación y desarrollo rural capacitando y motivando a los jóvenes a estudiar carreras como agronomía, administración rural o simplemente siendo referente o líder para otros emprendedores.

Tecnológico: La incorporación de herramientas tecnológicas en mi iniciativa ha mejorado significativamente la eficiencia y calidad del proceso productivo, el uso de tecnologías como sistema de riego controlado, manejo técnico del cultivo, registro digitales de trazabilidad básicos (computador, celular impresora) usar herramientas como termómetros, medidores de humedad, medidores de pH, fermentadores adecuados y marquesina con la capacidad requerida, que permiten un control técnico riguroso de la producción, para fortalecer dicha trazabilidad, la gestión contable, la prevención de enfermedades y así tomar decisiones más acertadas. Gracias a la tecnología es posible llegar a mercados digitales, promocionar el producto en redes sociales y establecer canales de venta directa fortaleciendo la sostenibilidad del proyecto empresarial. el relacionamiento. En conjunto, los impactos del proyecto reflejan que Don Cacao S.A.S. BIC no es solo una iniciativa agrícola económicamente viable, sino una propuesta transformadora con profundo sentido social, ambiental y territorial. Su enfoque integral asegura que cada inversión y proceso productivo contribuya al bienestar colectivo y al desarrollo sostenible del campo tolimense, consolidando a la empresa como un referente regional en el cultivo de cacao de alta calidad, con propósito y visión a largo plazo.

13.- INDICADORES DE CUMPLIMIENTO

En este punto, se concluye con la definición de los indicadores que establecen un compromiso de cumplimiento, necesario para calificar para la condonación o no reembolso de recursos. El no diligenciar esta información lo descalifica para el proceso de evaluación.

Indicador (Según el Acuerdo 003 de 2024)	Valor (Colocar únicamente número)	Descripción
Generación de Empleo (Indique el número de Autoempleo, Puesto de trabajo o Empleos directos a Crear, en la descripción defina el cargo)	2	Se generan dos nuevos empleos Jornalero 1 y Jornalero 2.
Retención de Empleo (Indique el número de Autoempleo, Puesto de trabajo o Empleos directos a retener en la descripción defina el cargo)	2	Se retienen los empleos del gerente y contador.
Contrapartidas	9	Debe darse cumplimiento a la realización de eventos de transferencia de experiencia los cuales se programarán de manera concertada con el SENA
Sostenimiento empresarial (Para ser sostenible debe ser mayor a 0)	8,242695289	La empresa debe ser sostenible demostrando que sus ventas son superiores a sus costos

14.- MAPA DE ACTORES

Mencione qué actores de otras instituciones, ya sean del sector público, privado u otros, podrían colaborar para impulsar el desarrollo de su iniciativa empresarial.

Nombre	Actor	Localización	Qué desea del actor clave
Agencia de Desarrollo Rural	pública	Ibagué	capacitación técnica y empresarial, ayuda a conectar con mercados, obtener certificaciones necesarias como BPA, acceder a ferias.
empresas compradoras de cacao (nacional de chocolate)	privada	Ibagué	compra directa del grano, brinda apoyo en asistencia técnica y agronomía, participación en ferias, certificaciones en sellos.
Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	pública	Bogotá	acceso a programas de apoyo al cultivo de cacao, promover el comercio justo conectando productores con compradores, capacitaciones.
ICA - Instituto Colombiano Agropecuario	pública	Ibagué	capacita en buenas prácticas agrícolas, realiza jornadas técnicas y giras de campo para productores, certificaciones.
Cámara de Comercio de Ibagué	mixta	Ibagué	Matrícula mercantil, capacitaciones y participación en ferias promocionando la empresa y sus productos, acceso a mercados nacionales e internacionales.
Comercializadoras Nacionales e Internacionales de Cacao Fino. (Ejemplo: Compañía Nacional de Chocolates de Colombia, JuanchocoNat)	Privado	Bogotá – Medellín – Europa	Garantizar la compra de cacao seco con trazabilidad y certificación sostenible.

FIN

Página 6