

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION
GRUPO ASOCIATIVO GABAMS AGROPECUARIO**

Presentado a:

**Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH**

Presentado por:

**Heilen Gabriela Gil Meneses
Tesorera**

La Plata - Huila, 26 de Junio de 2024

CONTENIDO

1. Caracterización de la Organización	3
2. Nombre del plan de negocio.....	4
2.1 JUSTIFICACION.....	4
3. Descripción del negocio/estudio de mercadeo.....	5
3.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO	5
3.2 PROPUESTA DE VALOR.....	7
3.3 ALIADOS CLAVES	8
4. Mercado.....	10
4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO.....	10
4.2 COMPETENCIA	11
4.3 PROVEEDORES.....	11
4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES	12
4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	12
5. estudio tecnico	13
5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION	13
5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA.....	13
5.3 PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	14
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	17
6 Recursos claves.....	17
7 Plan financiero	19
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS	19
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	20
7.3 ANALISIS FINANCIERO	21
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	23

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Grupo Asociativo Gabams Agropecuario GABAMS	NIT / RUT	901593910-1	
Dirección	Centro Poblado Monserrate	Teléfono 1	3118718572	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	La Plata	
Página web		E-mail	gabanscoffee@gmail.com	
Nombre gerente	Laura Elena Gil Meneses	Celular	3118718572	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	Antecedentes	El Representante Legal y demás Asociadas poseen conocimiento empírico, capacitado y certificado por el SENA y otras Entidades.	
Nombre del representante legal	Laura Elena Gil Meneses			
Experiencia de la empresa en el sector	Dos (2) Años		Año: 2023	Año: 2024
Actividad principal	S9499	Número de empleados (directos)	0	0
Fecha constitución	12/05/2022		10	10
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Café Pergamino Seco, Tostado y Molido			

Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	Ingresos de asociados		
------------------------	--	------------------------------	--	--

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO DE ALTA CALIDAD GABAMS

2.1 JUSTIFICACION

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

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

La principal problemática que afronta nuestra organización radica en la necesidad de adquirir maquinaria adecuada que nos permita realizar el proceso de transformación de café pergamino seco en café tostado y molido. En la actualidad, nuestra capacidad de producción de transformación está limitada por la falta de equipos especializados para poder realizar directamente dicho proceso, ya que en este momento se realiza una mínima transformación, lo que nos impide satisfacer la creciente demanda del mercado de manera eficiente.

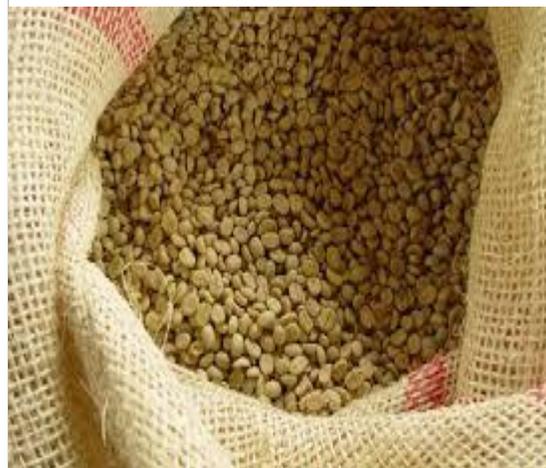
La adquisición de maquinaria adecuada nos permitirá aumentar significativamente nuestra capacidad de producción de café tostado y molido. Al realizar directamente este proceso de transformación, podremos optimizar los tiempos y recursos necesarios para elaborar la transformación de nuestro café pergamino en café tostado y molido. Lo que se traducirá en una mayor eficiencia y rentabilidad para la organización. Además, al aumentar nuestra capacidad de producción, estaremos en mejores condiciones para satisfacer la demanda del mercado y expandirnos a nuevos segmentos o regiones, lo que contribuirá al crecimiento y consolidación de nuestra asociación en el sector.

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
Café Pergamino Verde, Seco, Tostado y Molido	Café Pergamino Seco (CPS)
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
Características de Calidad: Compuesta por la acidez, el cuerpo, el aroma, el sabor, el amargo, condiciones subjetivas (análisis físico y sensorial), es decir, capacidad de estímulo sensorial al tamaño de la papila de la lengua y al entrenamiento del catador; la almendra contendrá una humedad del 10 al 12%, factor 88-87 de color verde o amarillo claro, olor característico de café fresco, broca y pasilla 1%.	Carga de Café (2 bultos - sacos) de 125 Kilogramos

Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Sacos (Costal) de fique nuevo denominado 3 rayas con capacidad para 60 kilos	Marketing de Contenidos: La cual estará enfocada en atraer clientes potenciales de una manera natural, a partir de contenidos relevantes que se distribuyen en los distintos canales y medios en los que está la audiencia (Físicos y Digitales). Estrategia que se construirá a mediano plazo.
Fotos de los productos	



CAPACIDAD DE PRODUCCION

Nombre del producto o servicio	¿Qué capacidad tengo?	¿Qué capacidad proyecto?	¿En qué período?	¿Cuáles son las épocas de mayor producción?	¿Cuáles son las épocas de menor producción?
Café Pergamino Seco (CPS)	11.200 kilogramos al año	11.200 kg	Anual	Mayo, Junio, Septiembre, Octubre y Noviembre	Diciembre, Enero, Febrero, Marzo, Abril, Julio, Agosto

VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Café	Variedad Castillo en Pergamino Seco	\$11.200 kg

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestro grupo asociativo se distingue por ofrecer un producto de excelente calidad producido con Buenas Prácticas Agrícolas, lo que garantiza una trazabilidad desde el cultivo hasta el grano. Este enfoque no solo asegura la calidad de nuestros productos, sino que también proporciona bienestar, salud y seguridad para nuestros clientes y consumidores finales.

Además de ofrecer alimentos seguros y confiables, nuestra garantía de trazabilidad les brinda a los clientes transparencia y confianza en cada etapa del proceso de producción. Nuestra iniciativa no solo resuelve preocupaciones relacionadas con la seguridad alimentaria y la calidad del producto, sino que también satisface la necesidad de acceder a alimentos de alta calidad que promuevan el bienestar y la salud. Nuestra innovación radica en la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas en todo nuestro proceso de producción, demostrando así nuestro compromiso con la sostenibilidad ambiental y el bienestar de nuestros consumidores.

En resumen, nuestra dedicación a la calidad, la seguridad y la trazabilidad nos diferencia de la competencia y nos posiciona como una opción confiable y preferida para nuestros clientes.

3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
Asocooph	Promueve e integra a las entidades de economía solidaria del departamento del Huila bajo los preceptos de la doctrina universal del cooperativismo.
Federación Nacional de Cafeteros	Posicionar el café colombiano en el mercado nacional e internacional como una gran experiencia de consumo por ser un producto altamente deseado por clientes y consumidores finales, con la misión de procurar el bienestar de los caficultores colombianos.
Centro Nacional de Investigaciones de Café	Como brazo científico de la FNC, Cenicafé genera conocimiento y tecnologías enfocados en aumentar la productividad, competitividad, sostenibilidad y rentabilidad de la caficultura del país, para transferirlos a los productores.
Fondo Nacional del Café	Cuenta parafiscal, conformada por dineros considerados públicos, que se nutre principalmente de la contribución cafetera pagada por cada libra de café exportado (verde, tostado, soluble o en extracto).
Ministerio de Agricultura	Con sus Programas de Extensión Cafetera; Apoyo al Ingreso del Caficultor y Protección al Ingreso Cafetero, con actividades necesarias para la transferencia de mayor precio al caficultor y de servicio de extensión, por medio del desarrollo de los programas de Crédito, Gestión Empresarial, Transferencia de Tecnología y Cafés Especiales.
Organización Internacional del Café	Principal organización intergubernamental que se ocupa del café, y reúne en su seno a los Gobiernos exportadores e importadores para resolver, mediante la cooperación internacional, los desafíos con que se enfrenta el sector cafetero mundial.

Gobernación del Huila	Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas, además de apoyar la promoción y comercialización de los productos de las cooperativas, facilitando su acceso a nuevos mercados y promoviendo la participación en ferias y eventos comerciales tanto a nivel regional como nacional e internacional.
ADR	Ejecutar la política de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial formulada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de la estructuración, cofinanciación y ejecución de planes y proyectos integrales de desarrollo agropecuario.
Alianzas Productivas	Facilitar herramienta de inserción de pequeños y medianos productores agrícolas en agrocadenas, permitiendo enfrentar de una mejor manera los problemas de acceso a mercados, información, financiamiento, infraestructura e innovación tecnológica.
ICA	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.
SENA	Desarrollar, administrar y ejecutar programas de formación profesional integral, en coordinación y en función de las necesidades sociales y del sector productivo.
Sector Privado	Cámara de Comercio del Huila: Fomentar la competencia y mejorar la productividad en un determinado sector, dentro del territorio nacional. Estas agrupaciones brindan apoyo a través de ayudas financieras, investigaciones, información del sector y estadísticas de consumo.

4. MERCADO

4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO

Tipo de Cliente	Características del Cliente	Ubicación del cliente	Identificación del cliente	Cantidad mensual estimada de clientes que realizarán adquisición de tu producto	% del total de ventas realizada por tipo de cliente
Compra Ventas de Café	Empresa legalmente formalizada ante Cámara de Comercio principalmente con Actividades de Compra y Venta de Café; Secado, Trilla, Tostión, Molienda, elaboración de otros productos derivados del café y exportación. Con presencia en el municipio de La Plata. Compran y comercializan el café desde verde hasta café pergamino seco.	La Plata, Huila	Coffee Occidente	1	100%
TOTAL					100%

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional: Asociación de Mujeres Cafeteras del Pital Huila	Competidor 2 Local: Asociación de Mujeres Cafeteras Las Rosas Coffee
Ubicación	Pital, Huila	La Plata - Huila
Cobertura	Departamental (Regional)	Departamental (Regional)
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/ Valor Agregado	Café Verde y Pergamino Seco por Cargas de 125 Kg	Café Verde y Pergamino Seco por Cargas de 125 Kg
Precios del producto principal/Por Mayor y al Detal	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
Canal de distribución	Directo	Directo
Formas de pago	Contado	Contado
Venta directa o indirecta	Directa	Directa

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Cadefihuila	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
Comité de Cafeteros	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Orales y Escritos vía interacción directa (cara a cara) y llamada de voz vía teléfono celular y chat de WhatsApp
Redes sociales	Estrategia de Marketing Digital y de contenidos (Facebook, Instagram, Google+ y YouTube). Está en proceso de elaboración.
Medios de difusión que se van a utilizar	Estrategia de Marketing Digital, presencia en ferias, mercados campesinos, vitrinas comerciales, perdones, tarjetas de presentación.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	No se tiene contemplado por las características del producto, (commodity o materia prima) un canal de Distribución Directo.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Aliados Estratégicos (Aliados): A través de la implementación de la estrategia de distribución donde utilizaremos intermediarios para llevar el producto a los clientes, los cuales le añadirán características para mejorarlo (Transformación, Tiendas especializadas) ubicados en el municipio de Neiva, La Plata y Pitalito.
¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?	A través de Ferias organizadas por el SENA, Comité de Cafeteros, Asocooch, y Concursos Especializados de Café.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	A través de Marketing Digital: Las redes sociales son indispensables para dar a conocer las ventajas de nuestro producto y ampliar la cobertura que tenemos actualmente, se realizarán degustaciones del producto para fortalecer la imagen y preferencia de los clientes, se asistirá a las ferias agrícolas, vitrinas comerciales y mercados campesinos, donde nos podamos darnos a conocer.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Fincas de los asociados ubicadas en el corregimiento Monserrate, vereda la Mesa del municipio de La Plata Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
Fincas de los asociados ubicadas en el corregimiento Monserrate, vereda la Mesa del municipio de La Plata Huila.	
Descripción de área productiva	
Son aproximadamente 1.5 hectáreas de café sembrado con los que cuentan en promedio cada uno de los asociados, para un total de 15 hectáreas del cultivo. Ubicadas en el corregimiento de Monserrate, Vereda la Mesa del municipio de La Plata.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Corregimiento Monserrate, Vereda la Mesa municipio de La Plata Huila.	Agua: SI
	Energía Eléctrica: SI
	Gas: SI
Formalización del área de trabajo	
De los predios: Certificado de Libertad y Tradición.	

Fotografías del área productiva



5.3 PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1. Germinador	La semilla debe estar disponible 8 meses antes del trasplante definitivo en campo, de este período, dos meses corresponden a la etapa de germinador y seis meses al almácigo. En las etapas del proceso productivo de germinador y almácigo se necesitan insumos que se pueden adquirir en la zona, como guaduas o estacones de madera redonda, arena lavada de río, tierra, pulpa descompuesta o materia orgánica, bolsas plásticas, materiales para disponer sombra en viveros, plaguicidas de baja toxicidad, solo si se requieren.
Proceso 2. Almácigo	Su finalidad es el desarrollo adecuado y la selección de las plántulas para el establecimiento definitivo del cultivo. En este proceso es indispensable asegurarse de la buena selección del material.

<p>Proceso 3. Preparación del terreno, trazado ahoyado y siembra</p>	<p>En la adecuación del terreno se determina un sistema de siembra y un trazo para lo cual se utilizan herramientas y materiales sencillos como estacas de madera. Cuando el sistema de producción es bajo sombra, se necesitan semillas y colinos de guamo y plátano, principalmente. En las etapas de establecimiento, crecimiento y producción son necesarios insumos como: herramientas (palines, machetes), plaguicidas de baja toxicidad, sólo si son necesarios, selector de arvenses para su manejo, fertilizantes químicos y abonos orgánicos.</p>
<p>Proceso 4. Manejo de arvenses</p>	<p>Esta actividad está basada en la selección de coberturas nobles, que permiten la conservación del recurso suelo. El establecimiento de coberturas protege el suelo del impacto de las gotas de lluvia, principal causante de la erodabilidad de los suelos colombianos cafeteros.</p>
<p>Proceso 5. Establecimiento del sombrío.</p>	<p>El sombrío para los cafetales debe disponerse según las condiciones climáticas, el tipo de suelo y la pendiente del terreno.</p>
<p>Proceso 6. Fertilización</p>	<p>El concepto de nutrición para el cultivo del café está enmarcado dentro de lo que se conoce como agricultura sostenible, que es la que optimiza la efectividad de los insumos sin deterioro del medio ambiente, procurando la conservación del suelo y fundamentalmente de su capa orgánica. Comprende las etapas de instalación, establecimiento, crecimiento y producción. Los 14 laboratorios de suelos distribuidos en la zona cafetera colombiana garantizan la racionalidad de los fertilizantes y las enmiendas utilizadas en las etapas mencionadas. Esta práctica se complementa con adiciones sucesivas de materia orgánica, principalmente por el manejo de subproductos del cultivo. La fertilización foliar no es utilizada en el cultivo del café.</p>

<p>Proceso 7. Control de Plagas</p>	<p>Dentro de los controles utilizados para el manejo de plagas en café se encuentran el biológico, el cultural, el legal, el mecánico, el natural y el químico.</p>
<p>Proceso 8. Manejo de Enfermedades</p>	<p>El manejo de las enfermedades en el café tiene su componente ambiental. La roya del cafeto es la principal enfermedad del cultivo en Colombia. Para su control, además de las variedades Colombia y Castillo, existe la alternativa del control químico mediante la determinación del porcentaje de infección por lote. Esto garantiza controles oportunos con una racionalización en la aplicación de fungicidas de baja categoría toxicológica.</p>
<p>Proceso 9. Beneficio Ecológico y manejo de subproductos</p>	<p>El beneficio ecológico del café por vía húmeda es un conjunto de operaciones realizadas para transformar la café cereza en pergamino seco, minimizando las incidencias frente al medio ambiente, conservando la calidad exigida por las normas de comercialización, evitando pérdidas del producto y eliminando procesos innecesarios, como el consumo excesivo de agua, logrando así, el aprovechamiento de sus subproductos. Lo anterior, en busca de un desarrollo sostenible de la región cafetera colombiana. Este proceso reduce la contaminación producida en más de un 90%.</p>
<p>Proceso 10. Descontaminación de aguas y lixiviados en el beneficio del café</p>	<p>Cenicafé ha desarrollado diferentes tecnologías que permiten atenuar el impacto ambiental de los subproductos del proceso de beneficio. Los Sistemas Modulares de Tratamiento Anaerobio (SMTA), fueron diseñados para descontaminar las aguas residuales generadas en el 78 lavado del café y originadas en beneficios húmedos donde se retira el mucílago o baba del café por el método de fermentación natural.</p>
<p>Proceso 11. Comercialización</p>	<p>El café se comercializa como una materia prima, lo cual significa que se compra y vende en mercados regulados.</p>

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Laura Elena Gil Meneses	Representante Legal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo.
Heilen Gabriela Gil Meneses	Tesorera	Apoyar la administración de los recursos financieros de la asociación, así como gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo.
Gabriel Santiago Gil Meneses	Secretario	Apoyar las tareas administrativas de la asociación.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Tostadora de Café Industrial	Tostadora de Café (12 Kg) a GLP; Tambor de acero al carbono doble pared con aspas en su interior; Quemador tipo panel con encendido por piloto de chispa; Termocuplas de alta precisión que miden temperatura del grano y temperatura interna del tambor; Vasca con sistema de enfriamiento	1	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000

	altamente eficiente; Ciclón y recolector de desperdicio; Monitoreo de la curva de tueste Vía conexión Bluetooth directamente con la tostadora a través de las APP			
Molino de Café Industrial	3HP Molino de Café Industrial 2HP #2/ 3HP #5. Material: Aluminio y estructura en hierro. Capacidad: 40 libras por hora. Funcionamiento: 1/2 hp eléctrico.	1	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000
Trilladora de Café	Trilladora de flujo continuo Magra CR-2000 cuenta con una capacidad de producción de 180 kg. Unidad de trilla se compone por 1 cabezal de trilla Cap 60K/h especialmente diseñada para cafés especiales con motor de 1 HP Trifásico a 220V	1	\$ 7.700.000	\$ 7.700.000
Insumos y herramientas				
Equipos de Computo				
Otros				
Valor total inversiones requeridas				\$ 34.300.000

7 PLAN FINANCIERO

7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces? (\$/unidad de empaque)	Café Pergamino Seco Kg \$11.200
¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)	Contado 100%
¿Cómo prefieren pagar? (efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, por internet)	Efectivo
¿Las ventas de mi negocio, serán diarias, semanales, mensuales, semestrales o de que tipo?	Las ventas generalmente son anuales
¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?	Teniendo en cuenta los costos, precios de la competencia y estableciendo un margen de utilidad.

PROYECCION VENTAS AÑO 1, 2 Y 3

		Incremento porcentual según investigación de mercado	
		5%	5%
NOMBRE PRODUCTO	TOTAL AÑO 1 (En Unidades)	TOTAL AÑO 2 (En Unidades)	TOTAL AÑO 3 (En Unidades)
Café Pergamino Seco	11.200	11.760	12.348

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Café Pergamino Seco	Kilogramos	\$ 11.200	\$7.064,36	\$ 4.135,64

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$827.951	\$ 47.067.552	\$ 49.420.930	\$ 51.891.976
Costos Mp	\$1.747.033	\$ 20.853.280	\$ 21.895.944	\$ 22.990.741
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Acueducto	\$14.000	\$168.000	\$168.000	\$168.000
Energía	\$60.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Caja Menor	\$2.000.000	\$24.000.000	\$24.000.000	\$24.000.000
Comunicación	\$45.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000
Gastos Bancarios	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de Representación	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Valor total		\$95.148.832	\$98.544.874	\$102.110.717

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 34.300.000	\$ 1.700.000
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 34.300.000	\$ 1.700.000

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 125.440.000	\$ 131.712.000	\$ 138.297.600
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 20.853.280	\$ 21.895.944	\$ 22.990.741
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 47.067.552	\$ 49.420.930	\$ 51.891.976
(-) COSTOS FIJOS	\$ 4.318.000	\$ 4.318.000	\$ 4.318.000
= UTILIDAD BRUTA	\$ 53.201.168	\$ 56.077.126	\$ 59.096.883
(-) GASTOS FIJOS	\$ 25.140.000	\$ 25.140.000	\$ 25.140.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 15.650.000	\$ 16.210.000	\$ 16.798.000
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 12.411.168	\$ 14.727.126	\$ 17.158.883
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0

OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 12.411.168	\$ 14.727.126	\$ 17.158.883
(-) IMPUESTOS	\$ 4.095.685	\$ 4.859.952	\$ 5.662.431
= UTILIDAD NETA	\$ 8.315.483	\$ 9.867.175	\$ 11.496.451

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 125.440.000	\$ 131.712.000	\$ 138.297.600
Egresos operativos	\$ 112.474.122	\$ 101.794.874	\$ 105.360.717
Flujo Operativo	\$ 12.965.878	\$ 29.917.126	\$ 32.936.883
Ingresos no operativos	\$ 36.000.000	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 36.000.000	\$ 4.095.685	\$ 4.859.952
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 4.095.685	-\$ 4.859.952
Flujo Neto	\$ 12.531.435	\$ 25.821.441	\$ 28.076.931
Saldo anterior	\$ 0	\$ 12.531.435	\$ 38.352.876
Saldo final	\$ 12.531.435	\$ 38.352.876	\$ 66.429.807

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	32,92%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 12.882.657
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	3 años

7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Según la información financiera obtenida en el Plan de Negocio se obtendrán utilidades a partir del segundo año por valor de \$ 9.867.175, las cuales irán incrementado año tras año.

Según los cálculos financieros proyectados en el Plan de Negocio realizado la Tasa Interna de Retorno (TIR) esperada será del 32,92%, es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 32%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 12.882.657, 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 3 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 jornaleros, Operario de campo. Para lo cual se utilizarán 630

jornales en total por año para atender el total de la producción del plan de negocio.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de un contador y un asistente técnico por prestación de servicios, un auxiliar operativo o mayordomo y al representante legal se vincularán de nómina, en reconocimiento por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de La Plata – Huila, adicional que estaremos contribuyendo con unos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia, como lo son: Fin de la Pobreza, Salud y Bienestar, Igualdad y Género, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Producción y Consumo Responsable.

Viabilidad Ambiental

Estamos comprometidos firmemente a implementar acciones destinadas a prevenir, controlar y reducir los impactos ambientales no deseados generados por nuestra actividad. Estas medidas forman parte de un proceso continuo de mejora ambiental en todas nuestras operaciones. Asimismo, nos esforzamos por promover el progreso sostenible del medio ambiente, cumpliendo rigurosamente con la legislación ambiental de nuestro país y buscando siempre prácticas que minimicen nuestro impacto en el entorno.

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 con una Tasa del 33% por valor de \$4.859.952 a partir del segundo año, lo que generará una reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.

Además 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.

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 sólo proporcionan seguridad económica a los trabajadores y sus familias, sino que también pueden ayudar a financiar programas de seguridad social más amplios.

Se dinamiza la economía de la región a través de la compra y venta de productos y servicios, como lo son insumos, materias primas, maquinaria y equipos.