

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
PRECOOPERATIVA MULTIACTIVA AGROPECUARIA CERRO BANDERAS OJO BLANCO
PREAGROCEBAN

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

Oscar Caviedes
Secretario General

Huila, Iquira, 19 de mayo de 2024

Contenido

| | |
|---|----|
| 1. Caracterización de la Organización | 3 |
| 2. Nombre del plan de negocio..... | 4 |
| 2.1 JUSTIFICACIÓN..... | 4 |
| 3. Descripción del negocio/estudio de mercadeo..... | 5 |
| 3.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER / CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN/VARIEDAD/PRECIO | 5 |
| 3.2 PROPUESTA DE VALOR..... | 7 |
| 3.3 ALIADOS CLAVES | 7 |
| 4. Mercado..... | 8 |
| 4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO..... | 8 |
| 4.2 COMPETENCIA | 10 |
| 4.3 PROVEEDORES..... | 11 |
| 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES | 11 |
| 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN | 11 |
| 5. estudio técnico | 12 |
| 5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION | 12 |
| 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA..... | 12 |
| 5.3 PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN | 13 |
| 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO..... | 14 |
| 6 Recursos claves..... | 15 |
| 7 Plan financiero | 18 |
| 7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS | 18 |
| 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS | 19 |
| 7.3 ANALISIS FINANCIERO | 20 |
| 7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD..... | 22 |

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

| IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN | | | | |
|--|--|--|---|------------------|
| Nombre organización | Precooperativa Multiactiva Agropecuaria Cerro Banderas Ojo Blanco PREAGROCEBAN | NIT / RUT | 901273513-6 | |
| Dirección | Vereda el Quebradón | Teléfono 1 | 3233562930 | |
| | | Teléfono 2 | | |
| Departamento | Huila | Ciudad/ municipio/ vereda | Iquira/Inspección de Valencia | |
| Página web | No tiene | E-mail | preagroceban@gmail.com | |
| Nombre gerente | Luis Gabriel Caviedes López | Celular | 3134714285 | |
| | | Teléfono 1 | | |
| Cargo (si tiene otro) | Representante Legal | Antecedentes | Gran parte de los asociados cuentan con formaciones del SENA, en su programa SER. | |
| Nombre del representante legal | Luis Gabriel Caviedes López | | | |
| Experiencia de la empresa en el sector | 5 años | | Año: 2023 | Año: 2024 |
| Actividad principal | S9499 | Número de empleados (directos) | 0 | 0 |
| Fecha constitución | 43407 | Número de asociados (si aplica) | 102 | 102 |
| Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social) | Producción y comercialización de Trucha Arcoíris | | | |
| Figura jurídica | Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria | Ingresos de asociados | | |

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Producción y Comercialización de Trucha Arcoíris

2.1 JUSTIFICACIÓN

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 enfrenta nuestra cooperativa en el inicio de la producción de trucha arcoíris es la falta de materiales e insumos adecuados que nos permitan satisfacer la creciente demanda del mercado de manera eficiente y sostenible. Esta carencia puede limitar nuestra capacidad productiva, afectando tanto la calidad del producto como nuestra competitividad en el mercado.

El presente plan de negocios está diseñado para fortalecer nuestra capacidad productiva aprovechando la demanda existente. Para ello, se centra en la adquisición de materiales e insumos de alta calidad necesarios para el cultivo y procesamiento de la trucha arcoíris. Esto incluye la compra de alimentos balanceados específicos para trucha, y sistemas avanzados de filtración y oxigenación del agua que garantizarán un entorno óptimo para el crecimiento de los peces.

Además, el plan contempla la inversión en equipos y tecnología que mejoren la eficiencia de nuestro proceso productivo, así como instalaciones adecuadas para el procesamiento y almacenamiento del producto final. Estas inversiones no solo aumentarán nuestra capacidad de producción, sino que también garantizarán que podamos mantener la calidad del producto a lo largo de toda la cadena de valor. En resumen, al fortalecer nuestra parte productiva a través de la adquisición de materiales e insumos de alta calidad y tecnología avanzada, y aprovechando la demanda creciente del mercado, este plan de negocios proporcionará una base sólida para el crecimiento y la sostenibilidad de nuestra cooperativa en la producción de trucha arcoíris.

3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO

3.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER / CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN/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 |
|--|---|
| Trucha Arcoíris | Trucha Arcoíris |
| Principales características | Presentaciones en las que se va a ofrecer |
| <p>La trucha arcoíris es un pescado de agua dulce altamente nutritivo y valorado por su delicado sabor. Es una excelente fuente de proteínas de alta calidad, proporcionando aproximadamente 20-25 gramos por cada 100 gramos de pescado cocido. Rica en ácidos grasos omega-3, particularmente EPA y DHA, la trucha arcoíris contribuye a la salud cardiovascular y cerebral. Además, es una buena fuente de vitamina D, vitamina B12, niacina (B3), y piridoxina (B6), esenciales para el metabolismo energético y el sistema inmunológico. Contiene minerales importantes como selenio, fósforo y potasio. Con aproximadamente 150-200 calorías por cada 100 gramos, la trucha arcoíris es una opción saludable y nutritiva para una dieta equilibrada.</p> | <p>Bolsas gofradas (empaquete al vacío) de acuerdo al peso (gramos) de la trucha.</p> |

| Empaques a utilizar | Material publicitario (opcional) |
|------------------------------------|--|
| Empaque al vacío (bolsas gofradas) | Cuentan con publicidad física como tarjetas de Presentación y Pendón, y Digital (Red Social Facebook). Se proyecta la implementación de una Estrategia de Marketing Digital. |

Fotos de los productos



CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

| Nombre producto del servicio | ¿Qué capacidad tengo? | ¿Qué Capacidad proyecto? | ¿En qué período? | ¿Cuáles son las épocas de mayor producción? | ¿Cuáles son las épocas de menor producción? |
|------------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|--|---|
| Trucha Arcoíris | 5.000 lb | 7.900 lb | cada 8 o 10 meses | Se proyecta para los meses de abril y mayo de 2025 | |

VARIEDAD/PRECIO

| Nombre del producto o servicio | ¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado | ¿A qué precio va a venderlo? |
|--------------------------------|--|------------------------------|
| Trucha Arcoíris | Fresco | \$18.000 Kg |

3.2 PROPUESTA DE VALOR

El valor agregado que entregamos al cliente es la garantía de un producto de trucha arcoíris de alta calidad y cultivado con insumos. Ayudamos a resolver problemas relacionados con la disponibilidad y la calidad inconsistente de productos de trucha en el mercado, proporcionando un suministro constante y confiable.

Satisfacemos las necesidades de los clientes que buscan alimentos saludables, sostenibles y producidos bajo estrictos estándares de seguridad alimentaria.

Nuestro componente innovador radica en el uso de sistemas automatizados de alimentación y monitoreo, así como en la implementación de prácticas de acuicultura sostenible, que no solo optimizan la producción, sino que también minimizan el impacto ambiental.

Nos diferenciamos de la competencia por nuestro compromiso con la calidad, la sostenibilidad y el bienestar animal, así como por nuestras sólidas relaciones con proveedores que nos permiten ofrecer productos a precios competitivos sin comprometer la excelencia.

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. |
| SENA | Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo. |
| GOBERNACIÓN DEL HUILA | Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas. |
| SECTOR PRIVADO | Cámara de Comercio del Huila: Incentivar y potenciar la productividad en un sector determinado dentro del país. Estas coaliciones proporcionan respaldo a través de financiamiento, investigaciones, análisis del sector e informes sobre tendencias de consumo. |
| 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. |

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 realizadas por tipo de cliente |
|----------------------|---|------------------------------------|---|---|--|
| Supermercados | Supermercados que hacen presencia en los municipios de Iquira, Palermo y Neiva, son establecimientos de comercio dedicados a la venta al por menor de productos de consumo masivo y de la canasta familiar. | Municipios Iquira, Palermo y Neiva | Una vez se de inicio al proyecto se realizará la labor comercial, para finiquitar los clientes. | 6 | 40% |

| | | | | | |
|---------------------------|---|------------------------------------|---|-------------|-----|
| Restaurantes | Restaurantes que hacen presencia en el Municipio de Iquira, Palermo y Neiva, son establecimientos de comercio dedicados a la venta de comida preparada y a la carta. | Municipios Iquira, Palermo y Neiva | Una vez se de inicio al proyecto se realizará la labor comercial, para finiquitar los clientes. | 10 | 40% |
| Personas Naturales | El consumidor final (compradores) son hombres y mujeres, residentes en la zona rural y urbana del municipio de Iquira, Palermo y Neiva Huila, con rangos de edad entre 18 y 80 años, con ocupación empleados e independiente, quienes consumen Trucha Arcoíris por su contenido nutricional y el aporte para su salud, además porque es un producto con variedad de preparación y gustoso al paladar. Su decisión de compra la basan en la calidad del producto, su contenido nutricional, el aporte para su salud, precio y sabor. | Municipios Iquira, Palermo y Neiva | Personas residentes en los municipios de Iquira, Palermo y Neiva | 150 | 20% |
| TOTAL | | | | 100% | |

4.2 COMPETENCIA

| Información competidor | Competidor 1 Regional: Asociación de productores truchícolas del municipio de Santa María | Competidor 2 Local: Trucha la Cordillera |
|--|---|---|
| Ubicación | Santa María - Huila | Neiva |
| Cobertura | Local, Regional | Local |
| Presentación del Producto / Valor Agregado | Trucha Arcoíris fresca eviscerada, mariposa, filete | Trucha Arcoíris 400gr a 500 gr |
| | Es un productor y comercializador de Trucha arco iris, el cual produce aproximadamente entre 3000 kg a 4000 kg mensuales, utiliza un sistema de producción escalonado el cual le permite sostener sus clientes. | Empresa dedicada a la producción y comercialización de Trucha Arcoíris. Excelente calidad y buenas prácticas agropecuarias. |
| Precios del producto principal <i>(Fijado al detal) (Por mayor a convenir)</i> | Entre \$19000 kg y \$27000 kg | \$11000 \$12000 lb sin eviscerar |
| Canal de distribución | Punto de venta directo, Supermercados, Restaurantes | Se entrega directamente al cliente. |
| Formas de pago | Efectivo | Efectivo |
| Venta directa o indirecta | Comercialización directa e indirecta | Comercialización directa. |

4.3 PROVEEDORES

| Proveedor | Tipo de servicio o producto que suministra |
|---------------------|--|
| Ferretería Trujillo | Cemento, Hierro, Mangueras, Herramientas |

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

| | |
|--|--|
| Canales de comunicación | Comunicaciones oral y escrita a través de interacciones directas, ya sea en persona o mediante llamadas telefónicas y chats de WhatsApp. |
| Redes sociales | Estrategia de marketing de contenido a través de canales digitales como Facebook, Instagram, YouTube. Se implementará en un mediano plazo. |
| Medios de difusión que se van a utilizar | Presencia en ferias, página web, marketing digital, flyer, tarjetas de presentación, pendón. |

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

| Canal | Describa el funcionamiento del canal |
|--|--|
| ¿Qué canal de distribución directo vamos a usar? | Por ahora realizamos la venta directamente desde la asociación a cada uno de nuestros clientes. |
| ¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar? | Son supermercados y restaurantes ubicados en los municipios de Iquira, Palermo y Neiva |
| ¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios? | Se participará en ferias reconocidas que sean gratuitas inicialmente, las patrocinadas por el SENA, la Alcaldía del municipio de San Agustín y Pitalito, la Gobernación del Huila, la Cámara de Comercio y Asocooph y por medio de la estrategia de marketing digital. |
| Enumerar todas las estrategias de distribución una a una Marketing Digital Página Web | A través de Marketing Digital: Las redes sociales son indispensables para dar a conocer la disponibilidad del producto, así mismo la página web, se generará contenido con los procesos que se desarrollan en torno a proceso productivo de la trucha arcoíris. |

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Municipio de Iquira, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

| | |
|--|--|
| Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc) | |
| Lote de aproximadamente media hectárea ubicado en la vereda el Quebradón del municipio de Iquira Huila. | |
| Descripción de área productiva | |
| En este momento se está haciendo la construcción de siete (7) canaletas de cemento de 1 metro de ancho por 10 metros de largo. | |
| Ubicación | Dispone de servicios públicos |
| Vereda el Quebradón del municipio de Iquira. | <ul style="list-style-type: none">· Acueducto veredal: Sí· Energía eléctrica: Si· Gas: Pipeta· Teléfono: Si (Celular) |
| Formalización del área de trabajo (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc) | |
| 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- Selección y Preparación del Sitio | Selección de un sitio adecuado con acceso a agua limpia y fría (idealmente entre 10 y 20 °C). Allí se hace la construcción de los estanques, en este caso las canaletas de cemento. |
| Proceso 2- Cría de Alevines | Los alevines (truchas jóvenes) son alimentados y criados en tanques o estanques hasta alcanzar un tamaño adecuado para ser transferidos. |
| Proceso 3 - Alimentación | Los alevines se alimentan con dietas especializadas ricas en proteínas para un crecimiento rápido y saludable. |
| Proceso 4 - Manejo del Agua | Se asegura una calidad óptima del agua mediante la recirculación, filtración y aireación. |
| Proceso 5- Monitoreo | Se monitorean constantemente la salud de los peces, la calidad del agua y el crecimiento. |
| Proceso 6- Cosecha | Tamaño de Cosecha, las truchas se cosechan una vez que alcanzan el tamaño comercial, generalmente entre 200 y 500 gramos. La cosecha puede realizarse mediante redes o sistemas automáticos para minimizar el estrés en los peces. |
| Proceso 7 - Desangrado y Eviscerado | Inmediatamente después de la cosecha, las truchas se desangran y se evisceran para garantizar la calidad y la seguridad alimentaria. |
| Proceso 8 - Enfriamiento | Las truchas se enfrían rápidamente para preservar su frescura. |

| | |
|---------------------------------|--|
| Proceso 9 - Fileteado | Las truchas pueden ser fileteadas según las preferencias del mercado. |
| Proceso 10- Empaque | Se empaquetan en atmósferas controladas o al vacío para extender la vida útil. |
| Proceso 11 - Congelación | Pueden ser congeladas para su transporte y conservación. |
| Proceso Comercialización | 12- Se coordinan los sistemas de transporte refrigerado para mantener la cadena de frío desde la granja hasta el consumidor. |

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

| Nombre | Cargo | Principales responsabilidades |
|------------------------------------|---------------------|--|
| José Gilberto Sunscue Ramos | Representante Legal | Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad de la Asociación. |
| Alba Luz Pichica Sacho | Tesorera | Encargado de gestionar todas las actividades relacionadas con el área financiera. |
| Shirley Macline Abella | Secretaria | Encargada de gestionar y acompañar reuniones, llevar Actas y registros, y demás temas administrativos. |
| Oscar Caviedes | Secretario General | Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad de la Asociación. |

6 RECURSOS CLAVES

| Recurso Clave Requerido | Descripción | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|----------------------------|---|----------|----------------|--------------|
| Maquinaria y equipo | | | | |
| BLOWER DE 1,2HP 220V | Soplador Blower Industrial, para piscicultura, Monofásico. Marca: Montee. Voltaje: 110/220V. Fases: Monofasica. Incluye: Kit filtro de aire. Aplicación: Piscicultura / Oxigenación de aguas. Son un dispositivo de alta confiabilidad, puesto que tienen pocas partes móviles y no hay contacto mecánico de estas partes móviles con la estructura estática. | 6 | \$ 1.450.000 | \$ 8.700.000 |
| PLANTA ELECTRICA | Soplador Blower Industrial, para piscicultura, Monofásico. Marca: Montee. Voltaje: 110/220V. Fases: Monofasica. Incluye: Kit filtro de aire. Aplicación: Piscicultura / Oxigenación de aguas. Son un dispositivo de alta confiabilidad, puesto que tienen pocas partes móviles y no hay contacto mecánico de estas partes móviles con la estructura estática. | 1 | \$ 4.500.000 | \$ 4.500.000 |
| Congelador Horizontal | Congelador Horizontal Challenger Doble Puerta 535 L - Ch 396. Este congelador horizontal de Challenger cuenta con ruedas en la parte inferior, las cuales facilitan su | 2 | \$ 2.100.000 | \$ 4.200.000 |

| | | | | |
|--|--|---|--------------|--------------|
| | desplazamiento a todas partes. Viene también con doble chapa de seguridad y un empaque magnético removible que facilita su limpieza en la parte interior. | | | |
| MANGUERA DIFUSORA CON TECNOLOGIA AEROTUBE X 100M | TECNOLOGIA AEROTUBE X 100M Es una manguera especialmente diseñada para aireación, está elaborada en un caucho poroso que permite la salida de microburbujas de aire en el agua. Es ideal para airear y subir los niveles de oxígeno disuelto en el cultivo de peces y camarones. Referencia: AT-25M. Diámetro externo: 2.54 cm / 1". Diámetro interno: 1.27 cm / ½" | 1 | \$ 2.800.000 | \$ 2.800.000 |
| Insumos y Herramientas | | | | |
| CONECTORES Y REDUCTORES | Material PVC | 1 | \$ 200.000 | \$ 200.000 |
| TUBO DE PVC DE PRESIÓN | Material PVC | 3 | \$ 50.000 | \$ 150.000 |
| Concentrado | TRUCHAS 48 INICIO EXTRUDER AGRINAL X 40 KG. Alimento completo con 48 % de proteína, diseñado para la iniciación de alevinos de trucha arco iris. Los niveles de alta energía, proteína (aminoácidos), vitaminas, ácidos grasos esenciales (omega 3) y minerales, están balanceados en forma adecuada para cubrir los requerimientos nutricionales de la Trucha en los primeros estadios de su desarrollo, permitiendo un rápido crecimiento y una baja mortalidad por su acción como inmunoestimulante | 7 | \$ 247.620 | \$ 1.733.340 |

| | | | | |
|---|--|----|------------|-------------------|
| Concentrado | TRUCHAS 45 LEVANTE EXTRUDER AGRINAL X 40 KG. Agrinal Truchas 45, es un alimento completo que tiene 45 % de proteína, especialmente formulado para la alimentación de juveniles de Trucha Arco Iris. Es un producto de alta energía por la adición tanto interna como externa de aceite de pescado, con lo cual se asegura la disponibilidad de los ácidos grasos poli-insaturados Omega 3, nutrientes que requiere la trucha para su óptimo crecimiento y buena salud. | 24 | \$ 180.000 | \$ 4.320.000 |
| Concentrado | TRUCHAS 40 CP ENGORDE EXTRUDER AGRINAL X 40 KG. Diseñado para una óptima etapa de finalización o engorde de la trucha pigmentada, contiene 40% de proteína y alta energía en perfecto balance nutricional. El proceso especial de fabricación garantiza una alta digestibilidad de sus nutrientes. La elevada estabilidad en el agua de Agrinal Truchas 40 C.P. evita que el producto se desintegre y migren sus nutrientes. | 17 | \$ 191.430 | \$ 3.254.310 |
| Poli sombra Negra | Al 80% X 4 Ancho X 15 Mts Largo | 2 | \$ 118.000 | \$ 236.000 |
| Valor total inversiones requeridas | | | | 30.093.650 |

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) | Un kilogramo de trucha arcoiris a \$18.000 empacada al vacío. |
| ¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito) | Contado |
| ¿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? | Mensuales |
| ¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto? | Teniendo en cuenta los costos, precios de la competencia y estableciendo un margen de utilidad. |

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) |
| Trucha Arcoiris lb | 7.900 | 8.295 | 8.709 |

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

| Producto | Presentación | Precio de venta de una unidad | Costo de una unidad | Margen por cada unidad |
|-----------------|--------------------------|-------------------------------|---------------------|------------------------|
| Trucha Arcoiris | Libra, empacada al vacío | \$18.000 Kg | \$7687,6 | \$10.312,4 |

| Costos operativos | Presupuesto mensual | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|-------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Costos Mo | \$ 1.669.270 | \$ 20.031.240 | \$ 21.032.802 | \$ 22.084.442 |
| Costos Mp | \$ 3.391.733 | \$ 40.700.800 | \$ 42.735.840 | \$ 44.872.632 |
| Gastos administrativos | Presupuesto mensual | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| Energía | \$20.000 | \$240.000 | \$240.000 | \$240.000 |
| Acueducto | \$10.000 | \$120.000 | \$120.000 | \$120.000 |
| Comunicación y teléfono | \$30.000 | \$360.000 | \$360.000 | \$360.000 |
| Gastos de ventas | Presupuesto mensual | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| | | | | |
| Valor total | | \$61.452.040 | \$64.488.642 | \$67.677.074 |

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

| | En Activos Fijos | En capital de trabajo |
|----------|------------------|-----------------------|
| Aportes | \$ 30.093.650 | \$ 22.000.000 |
| Créditos | \$ 0 | \$ 0 |
| Total | \$ 30.093.650 | \$ 22.000.000 |

Estado de Resultados Projectado:

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|---|----------------|----------------|----------------|
| VENTAS | \$ 142.200.000 | \$ 149.310.000 | \$ 156.775.500 |
| (-) COSTO VARIABLE M.P. | \$ 40.700.800 | \$ 42.735.840 | \$ 44.872.632 |
| (-) COSTO VARIABLE M.O. | \$ 20.031.240 | \$ 21.032.802 | \$ 22.084.442 |
| (-) COSTOS FIJOS | \$ 2.988.667 | \$ 2.988.667 | \$ 2.988.667 |
| = UTILIDAD BRUTA | \$ 78.479.293 | \$ 82.552.691 | \$ 86.829.759 |
| (-) GASTOS FIJOS | \$ 32.016.482 | \$ 3.237.862 | \$ 360.000 |
| (-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS | \$ 25.256.482 | \$ 27.334.344 | \$ 27.334.344 |
| =UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses | \$ 21.206.329 | \$ 51.980.485 | \$ 59.135.415 |
| -intereses | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| OTROS EGRESOS | \$ 9.307.650 | \$ 0 | \$ 0 |

| | | | |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| =UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | \$ 11.898.679 | \$ 51.980.485 | \$ 59.135.415 |
| (-) IMPUESTOS | \$ 3.926.564 | \$ 17.153.560 | \$ 19.514.687 |
| = UTILIDAD NETA | \$ 7.972.115 | \$ 34.826.925 | \$ 39.620.728 |

Flujo de caja:

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos operativos | \$ 142.200.000 | \$ 149.310.000 | \$ 156.775.500 |
| Egresos operativos | \$ 118.365.004 | \$ 94.700.848 | \$ 95.011.418 |
| Flujo Operativo | \$ 23.834.996 | \$ 54.609.152 | \$ 61.764.082 |
| Ingresos no operativos | \$ 52.093.650 | \$ 0 | \$ 0 |
| Egresos no operativos | \$ 62.176.938 | \$ 3.926.564 | \$ 17.153.560 |
| Flujo no operativo | -\$ 10.083.288 | -\$ 3.926.564 | -\$ 17.153.560 |
| Flujo Neto | \$ 3.576.509 | \$ 50.682.588 | \$ 44.610.522 |
| Saldo anterior | \$ 0 | \$ 3.576.509 | \$ 54.259.096 |
| Saldo final | \$ 3.576.509 | \$ 54.259.096 | \$ 98.869.618 |

Análisis Financiero

| | |
|---|---------------|
| TIR (Tasa interna de Retorno) | 31,01% |
| VAN (Valor Neto Anual) | \$ 18.671.817 |
| 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 \$ 34.826.925, 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 31,08%, es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 31%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 18.671.817, 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 432 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 Iquira – Huila, adicional que estaremos contribuyendo con unos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia, como lo son: Fin de la Pobreza, Salud y Bienestar, Igualdad y Genero, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Producción y Consumo Responsable.

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 \$17.153.560 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 solo proporcionan seguridad económica a los trabajadores y sus familias, sino que también pueden ayudar a financiar programas de seguridad social más amplios.