

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
ASOCIACIÓN DE MUJERES CABEZA DE HOGAR GESTORES DE PAZ Y DESARROLLO
ASOMUPAZ ALGECIRAS

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

Yanira Andrea Saavedra Pinzón
Representante Legal

Algeciras, Huila 21 de marzo 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..... | 7 |
| 4. | MERCADO | 8 |
| 4.1 | SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO | 8 |
| 4.2 | COMPETENCIA..... | 11 |
| 4.3 | PROVEEDORES | 12 |
| 4.4 | RELACIONAMIENTO CON CLIENTES | 12 |
| 4.5 | CANALES DE DISTRIBUCIÓN | 13 |
| 5 | ESTUDIO TECNICO..... | 14 |
| 5.1 | LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION..... | 14 |
| 5.2 | ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA..... | 14 |
| 5.3 | PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION | 15 |
| 5.4 | NECESIDADES DE RECURSO HUMANO..... | 16 |
| 6 | RECURSOS CLAVES..... | 16 |
| 7 | PLAN FINANCIERO..... | 18 |
| 7.1 | PROYECTANDO MIS INGRESOS..... | 18 |
| 7.2 | ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS | 19 |
| 7.3 | ANÁLISIS FINANCIERO..... | 19 |
| 7.4 | CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD | 21 |

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

| IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN | | | | |
|--|--|--|--|----|
| Nombre organización | Asociación de Mujeres Cabeza de Hogar, Gestores de Paz y Desarrollo ASOMUPAZ-ALGECIRAS | NIT / RUT | 900150261-3 | |
| Dirección | Carrera 6E # 6B-25 B/La Gaitana | Teléfono 1 | 3157944995 | |
| | | Teléfono 2 | | |
| Departamento | HUILA | Ciudad/ municipio/ vereda | Algeciras | |
| Página web | | E-mail | asomupazalgeciras@gmail.com | |
| Nombre gerente | Yanira Andrea Saavedra Pinzón | Celular | 3157944995 | |
| | | Teléfono 1 | | |
| Cargo (si tiene otro) | Representante Legal | Antecedentes | Técnica del Sena en Manejo Post Cosecha, manejo de Frutas y Hortalizas | |
| Nombre del representante legal | Yanira Andrea Saavedra Pinzón | | | |
| Experiencia de la empresa en el sector | Cuentan con 13 años de experiencia | Año: 2023 | Año: 2024 | |
| Actividad principal | 9499 actividades de otras asociaciones | Número de empleados (directos) | 11 | 11 |
| Fecha constitución | 15 de mayo de 2007 | Número de asociados (si aplica) | 11 | 11 |
| Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social) | Producción y Comercialización de pulpa de fruta | | | |
| Figura jurídica | Entidad sin ánimo de lucro | Ingresos de asociados | | |

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Producción y Comercialización de Pulpa de Fruta

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 agrícolas 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 aumentara 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.

En el Huila, al igual que en otras regiones rurales de Colombia, las mujeres suelen enfrentar desafíos adicionales en comparación con los hombres en términos de acceso a recursos y oportunidades económicas. Estas disparidades pueden manifestarse en diversas áreas, como la participación en el mercado laboral, los ingresos generados por actividades agrícolas y no agrícolas, el acceso a la tierra y otros recursos productivos, así como la representación en roles de liderazgo y toma de decisiones.

Como asociación estamos comprometidas con seguir trabajando para brindar espacios empresariales a nuestras socias, fortalecer sus ingresos y contribuir de este modo en el mejoramiento de su calidad de vida y el de sus familias.

Es por esta razón que ASOMUPAZ se encuentra buscando gestionar los recursos económicos que le permitan mejorar las instalaciones en su planta de producción con el propósito de mejorar la eficiencia operativa ya que al tener un espacio físico bien diseñado y organizado contribuye a mejorar la eficiencia en los procesos de producción, almacenamiento y distribución, de igual manera a la reducción de costos y de tiempos de producción, lo que a su vez puede hacer que la asociación sea más competitiva.

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 |
|---|--|
| Pulpa de Fruta, presentaciones de 200 gr, 400gr y 100 gr | Pulpa de Fruta |
| Principales características | Presentaciones en las que se va a ofrecer |
| <p>Nuestra Pulpa de Frutas se caracteriza por:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Frescura: La pulpa está hecha de frutas frescas y maduras para garantizar un sabor óptimo y una excelente calidad. 2. Sabor: Conserva el sabor natural de la fruta, sin adiciones artificiales. 3. Nutrición: Es una buena fuente de vitaminas, minerales y antioxidantes que están presentes en la fruta original. 4. Pureza: Está libre de aditivos artificiales, conservantes o colorantes, manteniendo su calidad natural. | Pulpa de Fruta, presentaciones de 200 gr, 400gr y 100 gr |

| Empaques a utilizar | Material publicitario (opcional) |
|---|--|
| Bolsas ziploc. | Solo el que utiliza en el empaque del producto |
| 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? |
|--------------------------------|-----------------------|--------------------------|---|---|---|
| Pulpa de Fruta | 134.000 gr | 5.600.000 gr | Anual, ventas se proyectadas de manera Mensual | Todo el año | N/A |

VARIEDAD/PRECIO.

| Nombre del producto o servicio | ¿En qué variedades se pueden encontrar? | ¿A qué precio va a venderlo? |
|--------------------------------|---|------------------------------|
| Pulpa de Fruta | Natural | \$ 4.000 |

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestra asociación le entrega al cliente un producto 100% natural, la pulpa de fruta que producimos y comercializamos se destaca por las buenas prácticas agrícolas al garantizar la mejor materia prima para la elaboración de nuestro producto y las buenas prácticas de manufactura para asegurar la calidad e inocuidad del producto final. Entregando al cliente un producto fresco, con variedad, sin aditivos ni conservantes y a un precio justo.

Satisfacemos la necesidad de opciones alimentarias saludables, siendo la mejor alternativa en un mercado lleno de productos procesados y poco saludables, fomentamos la inclusión social y económica al proporcionar un espacio para que nuestras socias mujeres desarrollen habilidades empresariales y generen ingresos para sus hogares. Nuestro compromiso con la sostenibilidad y el comercio justo, genera un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente diferenciándose de la competencia.

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. |
| ALCALDIA MUNICIPAL | Apoyo técnico para el fortalecimiento de la asociación. |

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 |
|------------------------|---|------------------------|---|---|---|
| Persona natural | El consumidor final son en su gran mayoría mujeres, residentes en la zona rural y urbana del municipio de Algeciras así como por ser la mejor opción saludable en comparación con otros productos procesados y con grandes cantidades de aditivos. Su decisión de compra la | Municipio de Algeciras | Individuos (Hombres y Mujeres) con rangos de edad entre 18 y 75 años, con empleados e independientes, quienes consumen pulpa de fruta por practicidad y ahorro. | 300 | 60% |

| | | | | | |
|--|--|---|--|-----------|------------|
| | <p>basan en las características que tiene nuestra pulpa de fruta, por la variedad de tamaños, sabores y el precio. El consumidor final compra la pulpa de fruta en el punto de venta con frecuencia semanal.</p> | | | | |
| <p>Intermediarios (Personas / Revendedor)</p> | <p>procesadoras de alimentos o distribuidores. dedicadas a la producción de jugos, néctares, mermeladas, helados y otros productos alimenticios pueden necesitar pulpa de fruta como materia prima</p> | <p>Municipio de Algeciras, Neiva, campoalegre</p> | <p>Procesadora y comercializadora de alimentos S.A, Industria de alimentos Ávila S.A.S, Industria de alimentos DAGUSTO S.A.S, >Alimentos integrales de Colombia S.A.S</p> | <p>50</p> | <p>10%</p> |

| | | | | | |
|--|---|--------------------------------------|--|-----------|--------------------|
| <p>Empresas (Micro y Pequeñas Empresas privadas y públicas)</p> | <p>Empresas que se especializan en la distribución y venta al por mayor de productos alimenticios</p> <p>Hoteles, Restaurantes, Cafeterías que preparan jugos naturales, postres, y otros platos</p> <p>instituciones públicas como escuelas, hospitales o cárceles podrían adquirir pulpa de fruta para su uso en la preparación de alimentos.</p> | <p>Algeciras, Neiva, Campoalegre</p> | <p>Cafetería y restaurante Renacimiento, bar cafetería centro, senda antro café, heladerías pingües, alma café y copas, cafetería y pastelería la difícilosa, restaurante el embajador, tiendas de café entre otros</p> <p>compras públicas locales ICBF PAE entre otras</p> | <p>70</p> | <p>30%</p> |
| <p>TOTAL</p> | | | | <p></p> | <p>100%</p> |

4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

| Información competidor | Competidor 1/local Auto Servicio el Gran Descuento | Competidor 2 / regional Passipulpas S,A.S |
|-------------------------------------|---|---|
| Ubicación | Municipio de Algeciras, Huila | Municipio de Rivera, Huila |
| Cobertura | Se comercializa directamente por el supermercado. | Comercialización directa en el municipio de Rivera y Neiva. |
| Presentación del SERVICIO PRINCIPAL | Pulpa de fruta, procesada, presentación 250 ,500 gr en porciones individuales en envases prácticos. | Pulpa de fruta, procesada, presentación 125, 250 ,500 gr con combinación de diferentes tipos de frutas o la adición de sabores y aromas |
| Precios del producto principal | Entre \$3.500 y \$6.000 al detal al por mayor un 15% menos | Entre \$1.500 y \$3.100, al por mayor un 10% menos |
| Canal de distribución | Supermercado. | Directamente a través de pedido. |
| Formas de pago | Contado | Contado |
| Venta directa o indirecta | Comercialización directa | Comercialización directa. |

4.3 PROVEEDORES

| Proveedor | Tipo de servicio o producto que suministra |
|--|--|
| Agricultores, productores de frutas del municipio. | Frutas frescas de acuerdo a la cosecha. |
| Carpeplast | Bolsas ziploc |
| Asociación de transportadores urbanos de Algeciras | Transporte de las frutas desde las fincas de los agricultores, hasta la planta de procesamiento. |

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

| | |
|---|--|
| Canales de comunicación | Directa: Voz a voz, Presentación personalizada, participación en ferias y mercados campesinos. |
| Redes sociales | Facebook, Instagram, WhatsApp. Cuentan con perfil en Facebook, pero no lo están usando, tienen como objetivo retomarlo y por medio de él realizar contenido que genere vínculos con sus usuarios actuales y potenciales. |
| Medios de difusión que se van a utilizar | Radio, Facebook y participación en ferias y mercados campesinos. |

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

| Canal | Describa el funcionamiento del canal |
|---|--|
| ¿Qué canal de distribución directo vamos a usar? | En este momento la distribución y comercialización de la pulpa de fruta se realiza de forma directa. |
| ¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar? | Actualmente no se utiliza el canal de distribución indirecto, se tiene como objetivo poder expandirse a municipios cercanos para potenciar la comercialización por medio de la apertura de nuevos mercados. |
| ¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios? | Por medio de voz a voz, especialmente participación en ferias organizadas por la Gobernación, el SENA y la CAM. |
| Enumerar todas las estrategias de distribución una a una | <ol style="list-style-type: none">1. Estrategias de marketing digital y de contenidos.2. Hacer uso nuevamente del perfil en Facebook para generar marketing de contenidos, resaltando las buenas prácticas utilizadas en el proceso de producción y comercialización de la pulpa, así como las características que lo hacen un alimento 100% natural.3. Fortalecer la presencia en ferias empresariales, donde también se pueden generar vínculos comerciales con empresas del sector como restaurantes. |

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio Algeciras, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

| | |
|---|--|
| Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc) | |
| El grupo asociativo cuenta con una casa donde se realiza todo el proceso de producción. | |
| Descripción de área productiva | |
| La asociación cuenta con una casa ubicada en el casco urbano del municipio de Algeciras, allí se realiza todo el proceso productivo de la pulpa de fruta. | |
| Ubicación | Dispone de servicios públicos |
| Municipio de Algeciras | <ul style="list-style-type: none"> • Agua: SI • Luz /Tipo de energía: SI • Gas: SI • Teléfono: Celular |
| Formalización del área de trabajo | |
| (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc) | |
| Comodato hace más de 8 años. | |
| Fotografías del área productiva | |



5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

| Etapas del Proceso | Descripción |
|---|--|
| Proceso 1 Selección y compra de Frutas | Seleccionar las frutas de alta calidad y madurez óptima para garantizar el mejor sabor y calidad de la pulpa. |
| Proceso 2- Recepción y pesaje | Se recibe la fruta y se pesa. |
| Proceso 3- Lavado y Desinfección | Lavar cuidadosamente las frutas para eliminar cualquier suciedad o residuo. Además, desinfectarlas para eliminar microorganismos no deseados. |
| Proceso 4- Pelado y troceado | Pelar las frutas y retirar las semillas, dependiendo del tipo de fruta y cortarla en trozos pequeños. |
| Proceso 5- Trituración y Pulpeado | Triturar las frutas hasta obtener una consistencia suave y homogénea, lo que resulta en la formación de la pulpa. |
| Proceso 6- Pasteurización | Calentar la pulpa a una temperatura específica durante un tiempo determinado para eliminar bacterias y microorganismos dañinos, prolongando así la vida útil del producto. |
| Proceso 7- Envasado | Envasado en bolsas, de acuerdo al peso correspondiente, 100gr, 200 gr y 400gr. |
| Proceso 8- Almacenamiento y Distribución | Almacenar los productos en condiciones adecuadas de refrigeración para preservar su calidad y frescura. Luego, distribuirlos a los clientes. |

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

| Nombre | Cargo | Principales responsabilidades |
|-------------------------------|---------------------|--|
| Yanira Andrea Saavedra Pinzón | Representante legal | Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo. |
| Virgelina Lizcano | Tesorero | Velar el buen uso de los recursos económicos. |
| Aminta Cecilia Vaquero | Secretaria | Realizar las tareas administrativas de la asociación. |

6 RECURSOS CLAVES

| Recurso clave Requerido | Descripción | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|-------------------------|---|----------|----------------|--------------|
| Maquinaria y equipo | | | | |
| | | | | |
| Insumos y herramientas | | | | |
| | | | | |
| Equipos de computo | | | | |
| | | | | |
| Otros | | | | |
| PRELIMINARES | Replanteo Nivelación Retiro material biológico | 1 | \$ 1.869.000 | \$ 1.869.000 |

| | | | | |
|---|--|---|--------------|----------------------|
| EXCAVACIONES | Excavaciones en tierra de 0,20 a H 1 m Cajilla inspección de 0,80x0,80x0,80m | 1 | \$ 1.450.000 | \$ 1.450.000 |
| ELEMENTOS ESTRUCTURALES EN CONCRETO DE 3200 PSI | Cemento gris 30 tipo AA portlan saco por 50 kilos Arena viaje de 5 m3 Triturado viaje de 5 m3 Agua | 1 | \$ 8.458.750 | \$ 8.458.750 |
| FORMALETA EN MADERA | Tablas puntilla Alambre amarre No.18 | 1 | \$ 769.000 | \$ 769.000 |
| PISO en concreto 3.000 PSI e= 12 | Placa de 7,15x12,55m | 1 | \$ 3.925.100 | \$ 3.925.100 |
| HIERROS varilla de ½ corrugada de seis metros | Parrillas zapatas Columnas 4 de 0,30x0,30x3,50 Viga de cimentación y viga corona Flejes para vigas (cimentación, corona) y columnas en hierro 3/8 | 1 | \$ 3.716.000 | \$ 3.716.000 |
| CUBIERTA | Lamina de zinc arquitectónica Cercha de 8x4 calibre 20 Tornillos Amarres | 1 | \$ 3.186.000 | \$ 3.186.000 |
| MURO | Ladrillo tolete rosado de 20x10x6cms Mortero | 1 | \$ 6.626.660 | \$ 6.626.660 |
| Valor total inversiones requeridas | | | | \$ 30.000.500 |

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) | Pulpa de fruta 100 gr \$2.000, 200gr \$4.000 y 400gr \$8.000 |
| ¿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 semanales |
| ¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto? | Teniendo en cuenta los costos variables, gastos de venta y administrativos, 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) |
| Pulpa de fruta 200 gr | 28.000 | 29400 | 30.870 |

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

| Producto | Presentación | Precio de venta de una unidad | Costo de una unidad | Margen por cada unidad |
|----------------|--------------|-------------------------------|---------------------|------------------------|
| Pulpa de Fruta | 200 gr | \$ 4.000 | \$2.396,75 | \$ 1.603,25 |

| Costos operativos | Presupuesto mensual | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|--------------------------|---------------------|---------------|--------------|--------------|
| Costos Mo | \$2.442.416 | \$ 29.309.000 | \$30.774.450 | \$32.313.173 |
| Costos Mp | \$3.150.000 | \$ 37.800.000 | \$39.690.000 | \$41.674.500 |
| Gastos administrativos | Presupuesto mensual | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| Servicios Públicos | \$ 220.000 | \$ 2.640.000 | \$ 2.640.000 | \$ 2.640.000 |
| Gastos bancarios | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Caja menor | \$ 100.000 | \$ 1.200.000 | \$ 1.200.000 | \$ 1.200.000 |
| 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 |
| Transportes vendedores | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Gastos Domicilios | \$ 50.000 | \$ 600.000 | \$ 600.000 | \$ 600.000 |
| Valor total | | 5.640.000 | 5.640.000 | 5.640.000 |

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

| | En Activos Fijos | En capital de trabajo |
|----------|------------------|-----------------------|
| Aportes | \$ 30.000.000 | \$ 6.300.000 |
| Créditos | \$ 0 | \$ 0 |
| Total | \$ 30.000.000 | \$ 6.300.000 |

Estado de Resultados Proyectado:

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|--|----------------|----------------|----------------|
| VENTAS | \$ 112.000.000 | \$ 117.600.000 | \$ 123.480.000 |
| (-) COSTO VARIABLE M.P. | \$ 37.800.000 | \$ 39.690.000 | \$ 41.674.500 |
| (-) COSTO VARIABLE M.O. | \$ 29.309.000 | \$ 30.774.450 | \$ 32.313.173 |
| (-) COSTOS FIJOS | \$ 4.640.000 | \$ 2.640.000 | \$ 2.640.000 |
| = UTILIDAD BRUTA | \$ 40.251.000 | \$ 44.495.550 | \$ 46.852.328 |
| (-) GASTOS FIJOS | \$ 12.200.000 | \$ 4.200.000 | \$ 3.200.000 |
| (-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS | \$ 10.296.013 | \$ 11.040.196 | \$ 11.040.196 |
| =UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses | \$ 17.754.987 | \$ 29.255.354 | \$ 32.612.132 |
| -intereses | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| OTROS EGRESOS | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| =UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | \$ 17.754.987 | \$ 29.255.354 | \$ 32.612.132 |
| (-) IMPUESTOS | \$ 6.214.245 | \$ 10.239.374 | \$ 8.153.033 |
| = UTILIDAD NETA | \$ 11.540.742 | \$ 19.015.980 | \$ 24.459.099 |

Flujo de caja:

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos operativos | \$ 112.000.000 | \$ 117.600.000 | \$ 123.480.000 |
| Egresos operativos | \$ 92.245.013 | \$ 86.344.646 | \$ 88.867.869 |
| Flujo Operativo | \$ 19.754.987 | \$ 31.255.354 | \$ 34.612.132 |
| Ingresos no operativos | \$ 36.300.000 | \$ 0 | \$ 0 |
| Egresos no operativos | \$ 36.300.000 | \$ 6.214.245 | \$ 10.239.374 |
| Flujo no operativo | \$ 0 | -\$ 6.214.245 | -\$ 10.239.374 |
| Flujo Neto | \$ 13.454.987 | \$ 25.041.109 | \$ 24.372.758 |
| Saldo anterior | \$ 0 | \$ 13.454.987 | \$ 38.496.096 |
| Saldo final | \$ 13.454.987 | \$ 38.496.096 | \$ 62.868.853 |

Análisis financiero:

| | |
|--|---------------|
| TIR (Tasa interna de Retorno) | 30,20% |
| VAN (Valor Neto Anual) | \$ 10.566.585 |
| 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 primer año por valor de \$ 11.540.742, 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 30,20% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 30%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 10.566.585, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa.

Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en 3 años.

Viabilidad Social

Con la formulación del presente plan de negocios se busca Mejorar las condiciones económicas de las familias de la región, mediante la contratación permanente de mano de obra, la sensibilización de la rentabilidad, para impulsar e implementar nuevos proyectos en la región que fortalezca las cadenas productivas del sector agrícola en abastecimiento de materias primas, distribución y logística, comercialización y ventas, servicio al cliente con valores adicionales como soporte técnico, mantenimiento, garantías o programas de fidelización de clientes para mantener la satisfacción del cliente y fortalecer las relaciones comerciales.

Desde el componente social la asociación brinda empoderamiento económico, generando oportunidades de empleo y generación de ingresos para mujeres que son el sostén principal de sus hogares. Esto les permite contribuir de manera significativa a la economía familiar y tener mayor independencia financiera. Al

proporcionar un espacio para que las mujeres trabajen juntas en un entorno colaborativo, la asociación promueve un sentido de comunidad y pertenencia. Esto puede ayudar a reducir el aislamiento social y fomentar relaciones de apoyo entre las mujeres. La asociación no solo beneficia a sus miembros directos, sino que también tiene un impacto positivo en la comunidad en general. generando la creación de empleo local, el fomento de la economía regional y la promoción de prácticas comerciales sostenibles y responsables.

Con el fortalecimiento de nuestra 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 Selección y recepción de la fruta (compra-pesaje), Operario Lavado y transformación (Desinfección, pelado y trozado; Operario (Pasteurizado, envasado y almacenamiento).

Para lo cual se utilizarán 124 jornales en total por año para atender el total de hectáreas del plan de negocio.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de 4 empleos directos con sus prestaciones sociales, un coordinador operativo para el área de producción y un coordinador de ventas para el área comercial. Así como también un contador por prestación de servicios y al representante legal se reconocerá una bonificación mensual por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Algeciras – Huila.

Viabilidad Ambiental

El plan de negocios se enmarca dentro de un enfoque sostenible desde el punto de vista ambiental, promoviendo prácticas agrícolas sostenibles en los agricultores que le proveen la fruta, así como el cultivo de variedades locales para conservar la biodiversidad agrícola. Además, implementamos medidas para gestionar los residuos orgánicos, como el compostaje, y optimizamos el uso de recursos como la energía y el agua. Estas acciones ayudan a reducir el impacto ambiental y promover la conservación del medio ambiente.

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 contribuirá al desarrollo económico de la región mediante el pago de impuestos, estimado en \$16.453.619 durante los años productivos, que se destinarán a reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.

Además, se impulsará la economía local al realizar compras de insumos, materias primas y maquinaria y equipos, lo que generará un efecto dinamizador en diversos sectores de la comunidad.