

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION ASOCIACIÓN DE MUJERES
EMANCIPADORAS ETERNAMENTE MUJER-ASOEMANCIPADORAS**

Presentado a:

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

Presentado por:

**Claudia Bermeo Cardozo- Representante Legal
Lina Sánchez- Secretaria**

Neiva - Huila, 9 de Mayo 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..... 6
 - 3.3 ALIADOS CLAVES 7
- 4. Mercado..... 10
 - 4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO 10
 - 4.2 COMPETENCIA 12
 - 4.3 PROVEEDORES..... 13
 - 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES 13
 - 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 PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN 16
 - 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO..... 17
- 6 Recursos claves..... 18
- 7 Plan financiero 19
 - 7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS 19
 - 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS 20
 - 7.3 ANALISIS FINANCIERO 20
 - 7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD 23

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Asociación de Mujeres Emancipadoras Eternamente Mujer-ASOEMANCIPADORAS	NIT / RUT	901561908-7	
Dirección	Calle 15 # 4-18	Teléfono 1	3186486248	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	Neiva	
Página web	No tiene	E-mail	asoemancipadoras@gmail.com	
Nombre gerente	Claudia Bermeo Cardozo	Celular	3155028321	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	Antecedentes	La representante legal y varias de las asociadas cuentan con formación brindada por el Sena.	
Nombre del representante legal	Claudia Bermeo Cardozo			
Experiencia de la empresa en el sector	1 año y 4 meses	Año: 2023	Año: 2024	
Actividad principal	S9499	Número de empleados (directos)	0	0
Fecha constitución	17/01/2023	Número de asociados (si aplica)	62	62
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Comercialización de Café Tostado y Molido, Producción y Comercialización de Huevos de Gallina			
Figura jurídica	E.S.A.L Empresa sin ánimo de lucro: Asociación	Ingresos de asociados		

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO ACIREMA

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 enfrenta nuestra organización en este momento es la necesidad de fortalecer la producción y comercialización de nuestro café tostado y molido.

Como grupo asociativo contamos con un terreno en la Vereda San José de Neiva donde actualmente contamos con 8.000 árboles de café variedad Castilla sembrados, la meta total es tener 25.000. Mencionar que el cultivo aún no se encuentra en producción.

Actualmente el proceso de trillado, tosti3n, molido es realizado por un tercero, lo que ha afectado la calidad de nuestro producto. Por medio de este plan de negocios queremos adquirir la maquinaria para poder realizar este proceso tan importante directamente y de esta manera poder tener el control de calidad, una personalizaci3n del producto al poder experimentar con diferentes perfiles de tueste, reducci3n de costos a largo plazo, aportar un mayor valor agregado a nuestra marca.

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 Tostado y molido 500 gramos y Huevos de Gallina	Café Tostado y molido
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
Café tostado y molido, 100% puro café. Tostión oscura y molienda fina. Perfil de sabor Café de intenso sabor y aroma, de alto cuerpo y rendimiento.	Café Tostado y molido (500 gramos)
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Empaque tipo Bolsa Zipper hermético y válvula Desgasificadora	Actualmente la asociación no cuenta con publicidad a parte de la del empaque. Uno de los objetivos a mediano plazo es la presencia en redes sociales (inicialmente Facebook) donde puedan darse a conocer a un mercado más amplio.
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 Tostado y molido Acirema	60 unidades mensuales (500 gramos)	3.500 unidades de 500 gr	Anual	Todos los meses es la misma producción	Se maneja la producción constante

VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Café Tostado y molido Acirema por 500 gr	Tostado y molido	\$ 26.000

3.2 PROPUESTA DE VALOR

La adquisición de maquinaria para realizar internamente el proceso de trillado, tostión y molido del café no solo garantiza la excelencia en la calidad del producto, sino que también proporciona un valor agregado al cliente al ofrecer un café personalizado y adaptado a sus preferencias. Al eliminar los intermediarios y controlar todo el proceso de producción, resolvemos los problemas de calidad inconsistente y falta de control que podrían experimentar los clientes. Además, satisfacemos la necesidad del consumidor de café fresco y de alta calidad, directamente del productor. Nuestro componente innovador radica en nuestra capacidad para experimentar con diferentes perfiles de tueste y ofrecer una variedad de sabores únicos. Esta capacidad de personalización y control nos distingue de la competencia, ya que podemos ofrecer un producto único y diferenciado en el mercado, respaldado por nuestra marca de calidad y autenticidad.

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.

<p>Gobernación del Huila</p>	<p>A través de su Secretaría de Agricultura y su Convenio "Apoyo al caficultor para la renovación de cafetales, en la región cafetera del departamento del Huila", busca la renovación de cerca de 1.800 hectáreas de cafetales, mediante siembras y soqueo, que impactará a más de 3.500 caficultores, además del piloto nacional para implementar un reglamento para exportar café a la Unión Europea libre de deforestación. Este piloto constituye un gran logro para toda la cadena de producción cafetera y cacaofera del Huila, pues permitirá estar a la vanguardia en la definición de estrategias de implementación, monitoreo, seguimiento, reporte y acceso a información, en materia productiva, comercial y ambiental, para que el departamento garantice el acceso al mercado europeo luego de la implementación del nuevo reglamento.</p>
<p>ADR</p>	<p>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.</p>
<p>Alianzas Productivas</p>	<p>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.</p>
<p>ICA</p>	<p>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.</p>

<p>SENA</p>	<p>Desarrollar, administrar y ejecutar programas de formación profesional integral, en coordinación y en función de las necesidades sociales y del sector productivo.</p>
<p>Sector Privado</p>	<p>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.</p>
<p>Cooperativa Departamental de Caficultores del Huila Ltda.</p>	<p>Cadefihuila, está dedicada a la compra y venta de café verde, proceso de trilla y venta de excelso nacional y de exportación, así como la compra y venta de fertilizantes y productos de provisión agrícola. Es la principal cooperativa de productores y comercializadores de café verde en Colombia, está comprometida con la sostenibilidad económica y social de los cafeteros y la producción de café de alta calidad.</p>

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
Personas Naturales	Nuestro café tostado y molido es apreciado por una amplia gama de consumidores, tanto mujeres como hombres, que residen en la zona rural y urbana del municipio de Neiva, con edades comprendidas entre los 20 y 80 años. Estos consumidores, que pueden ser empleados o independientes, eligen nuestro café por la calidad excepcional que ofrecemos	Municipio Neiva	Residentes del municipio de Neiva, zona urbana y rural.	60	100%

<p>en cada etapa de nuestro proceso productivo. Desde el cultivo hasta el tostado y molido, nos regimos por rigurosas prácticas agrícolas y estándares de calidad, lo que se refleja en el aroma y sabor distintivos de nuestro café. Nuestros clientes tienen la oportunidad de adquirir directamente el producto de manos de nuestros socios, con una frecuencia que puede variar entre semanal y mensual, según sus preferencias y necesidades.</p>				
TOTAL				100%

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional: Apu Café	Competidor 2 Local: Café Soca
Ubicación	Departamento del Huila	Neiva
Cobertura	Nacional e Internacional	El café se distribuye en el municipio de Baraya y de Neiva
Presentación del Producto Principal/Valor Agregado	Café Tostado y molido 250 gr	Café Tostado y molido 500 gr
	Café Tostado y molido 500 gr	
	Un café con reconocimiento nacional e internacional, con gran variedad de cafés especiales.	Café que se destaca por su aroma, sabor y frescura del café.
Precios del producto principal/Por Mayor y al Detal	Entre \$19.000 y \$30.000	Entre \$24.000 y \$70.000
	Entre \$49.000 y \$65.000	
Canal de distribución	Tiendas donde se ofrece toda una variedad de productos a base de café, ubicadas en Bogotá, Neiva y San Agustín (Huila) y en su Sitio Web.	Se entrega directamente al cliente y en tiendas de café.
Formas de pago	Efectivo	Efectivo
Venta directa o indirecta	Directa	Directa

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Productores de café - Asociados	Café Pergamino Seco
Cooperativa Cadehulla	Abono, fertilizantes, insumos

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Directa: Voz a voz, Presentación personalizada, llamadas, mensajes de WhatsApp
Redes sociales	Actualmente el grupo asociativo no cuenta con ninguna red social. El objetivo es comenzar a tener presencia, inicialmente en Facebook.
Medios de difusión que se van a utilizar	Redes sociales y participación en Ferias, Vitrinas Comerciales y Mercados.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describe el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Por ahora el punto directo es el que tiene cada una de las asociadas en sus casas. Como objetivo en un largo plazo es contar con un punto de venta.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Actualmente no contamos con un canal de distribución indirecto, hace parte de las estrategias de expansión y crecimiento que se tienen como asociación, una vez consoliden su parte productiva.

<p>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</p>	<p>Con la participación en ferias que sean gratuitas inicialmente, las patrocinadas por el SENA, la Alcaldía, la Gobernación del Huila, la Cámara de Comercio, Asocooph.</p>
<p>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</p>	<p>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 dar a conocer.</p>

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Cultivo (Fincas cafeteras de los Asociados); Torrefacción Municipio de Neiva.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<p>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</p>
<p>Cultivo (Fincas cafeteras de las Asociados); Torrefacción Municipio de Neiva.</p>
<p>Descripción de área productiva</p>
<p>Se cuenta con las fincas de los asociados que poseen infraestructura física, para el proceso de beneficio y secado. El proceso de torrefacción y maquila se paga a un tercero.</p>

Ubicación	Dispone de servicios públicos
Cultivo: Vereda San José municipio de Neiva Torrefacción: Neiva - Huila	<ul style="list-style-type: none"> · Agua: SI · Luz /Tipo de energía: SI · Gas: Pipeta y Domiciliario · Teléfono: Red Móvil
Formalización del área de trabajo	
(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
Fotografías del área productiva	



5.3 PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 Selección y pesaje de materia prima	Se hará para determinar con exactitud la cantidad de materia prima que entrega el proveedor para su correspondiente pago; y a partir de esta cantidad se controlarán los porcentajes de la calidad de café que este suministra.
Proceso 2 Trillado	Consiste en el descascarado o pelado de la cubierta del grano, eliminando por pulimento las cáscaras plateadas y finalmente su clasificación. Se retira mecánicamente el pergamino que cubre la almendra del café, obteniéndose la almendra. Aquí se produce una merma en el peso por el cisco que se retira.
Proceso 3 Tostado	El tueste del café es la fase primordial en la producción de un buen café donde el grano es sometido a un proceso de torrefacción a una temperatura de 198o y 230°C durante el cual pierden peso y se desarrolla el aroma, color y el gusto típico del café. En general, dependiendo % de tostión este podrá ser leve, brindándole un sabor suave, medio-sabor redondo y un rico aroma y un mayor tostado brinda un sabor fuerte y distintivo. Por la temperatura que maneja en este proceso, mi café se destacaría por su aroma intenso y cuerpo medio
Proceso 4 Molido del café	Se reduce el tamaño del grano previamente tostado para la extracción de compuestos soluble y aromas para que quede listo para el consumo.
Proceso 5 Empacado y sellado	El café se aislará del medio ambiente, para mantener sus óptimas características hasta el momento de su empleo. Se empacará en bolsas metalizadas de 250 gramos y 500 gramos.
Proceso 6 Almacenado	Se manejará un stock inventarios con el fin de contar con disponibilidad ante cualquier pedido o requerimiento por parte del cliente.
Proceso 7 Comercialización	Se hará entrega de pedidos al cliente.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Claudia Bermeo Cardozo	Representante Legal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de gestión comercial en ferias agrícolas y agroindustriales.
Omaira Rojas	Vicepresidente	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de actividades que promuevan el alcance de los objetivos de la organización.
Francely García Murcia	Tesorera	Responsable de la gestión del flujo de caja, la planificación financiera, la inversión, el endeudamiento entre otras funciones.
Lina Sánchez	Secretaria	Prestar apoyo administrativo a los directivos y los asociados, así como la gestión y coordinación de 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				
Tostadora de Café Industrial	Capacidad 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 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 ad 12 kilos	1	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000
Molino de Café Industrial	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 Magra CR 2000	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
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 Tostado y Molido (500 gramos) \$26.000
¿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 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)
Café Tostado y Molido (500 gramos)	3.500	3.675	3.858

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Café Tostado y Molido	500 gramos	\$ 26.000	\$9.088,18	\$ 16.911,82

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$852.302	\$ 10.227.630	\$ 10.739.012	\$ 11.275.962
Costos Mp	\$1.798.425	\$ 21.581.000	\$ 22.660.050	\$ 23.793.053
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Acueducto	\$15.000	\$180.000	\$180.000	\$180.000
Energía	\$20.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000
Comunicación y Teléfono	\$30.000	\$360.000	\$360.000	\$360.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Valor total		\$32.588.630	\$34.179.062	\$35.849.015

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 34.300.000	\$ 35.000.000
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 34.300.000	\$ 35.000.000

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 91.000.000	\$ 95.550.000	\$ 100.327.500
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 21.581.000	\$ 22.660.050	\$ 23.793.053
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 10.227.630	\$ 10.739.012	\$ 11.275.962
(-) COSTOS FIJOS	\$ 3.850.000	\$ 3.850.000	\$ 3.850.000
= UTILIDAD BRUTA	\$ 55.341.370	\$ 58.300.939	\$ 61.408.485
(-) GASTOS FIJOS	\$ 21.428.190	\$ 2.275.290	\$ 360.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000	\$ 1.250.000
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 32.663.180	\$ 54.775.649	\$ 59.798.485
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 32.663.180	\$ 54.775.649	\$ 59.798.485
(-) IMPUESTOS	\$ 11.432.113	\$ 19.171.477	\$ 14.949.621
= UTILIDAD NETA	\$ 21.231.067	\$ 35.604.172	\$ 44.848.864

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 91.000.000	\$ 95.550.000	\$ 100.327.500
Egresos operativos	\$ 55.706.820	\$ 37.344.352	\$ 37.099.015
Flujo Operativo	\$ 35.293.180	\$ 58.205.649	\$ 63.228.485
Ingresos no operativos	\$ 69.300.000	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 69.300.000	\$ 11.432.113	\$ 19.171.477
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 11.432.113	-\$ 19.171.477
Flujo Neto	\$ 29.897.930	\$ 46.773.536	\$ 44.057.008
Saldo anterior	\$ 0	\$ 29.897.930	\$ 76.671.466
Saldo final	\$ 29.897.930	\$ 76.671.466	\$ 120.728.474

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	31,36%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 21.033.911
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 \$35.604.172, 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 31,36%, 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 \$21.033.911, 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 60 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 Neiva – 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 35% por valor de \$19.171.477 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.

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