

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION**  
**GRUPO ASOCIATIVO EL IRAKAL DE LA VEREDA MARTICAS DEL MUNICIPIO DE ACEVEDO**  
**HUILA**

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila  
ASOCOOPH

Presentado por:

**Albenis Murcia Joven**  
Representante legal

Huila, Acevedo, 25 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 .....	9
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO .....	9
4.2	COMPETENCIA .....	10
4.3	PROVEEDORES.....	11
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES.....	11
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	11
5	ESTUDIO TECNICO .....	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 PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION .....	13
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	14
6	RECURSOS CLAVES .....	15
7	PLAN FINANCIERO .....	15
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS .....	15
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS .....	16
7.3	ANALISIS FINANCIERO .....	17
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	18

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
<b>Nombre organización</b>	GRUPO ASOCIATIVO EL IRAKAL DE LA VEREDA MARTICAS DEL MUNICIPIO DE ACEVEDO HUILA	<b>NIT / RUT</b>	900008833-1	
<b>Dirección</b>	Vereda Marticas	<b>Teléfono 1</b>	3106139348	
		<b>Teléfono 2</b>		
<b>Departamento</b>	Huila	<b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>	Acevedo	
<b>Página web</b>		<b>E-mail</b>	<a href="mailto:grupoasociativoeliracal@gmail.com">grupoasociativoeliracal@gmail.com</a>	
<b>Nombre gerente</b>	Albenis Murcia Joven	<b>Celular</b>	3106139348	
		<b>Teléfono 1</b>		
<b>Cargo (si tiene otro)</b>	Representante legal	<b>Antecedentes</b>	Cuentan con la formación brindada por Asocooph y el SENA en Marketing digital	
<b>Nombre del representante legal</b>	Albenis Murcia Joven			
<b>Experiencia de la empresa en el sector</b>	Veinticinco (25) años de experiencia en el sector	<b>Año: 2023</b>	<b>Año: 2024</b>	
<b>Actividad principal</b>	Cultivo de Palma de Iraca	<b>Número de empleados (directos)</b>	0	0
<b>Fecha constitución</b>	26/02/1999	<b>Número de asociados (si aplica)</b>	30	30
<b>Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)</b>	Elaboración y comercialización de palma de iraca			
<b>Figura jurídica</b>	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	<b>Ingresos de asociados</b>	\$ 800.000	

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

### Palma de Iraca LAS MARTICAS

#### 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.

La asociación de cultivos agrícolas 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 agrícola local, que proporcionen una fuente de ingresos más estable para los agricultores, 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: haciendo uso eficiente 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 agrícolas.

Actualmente el GRUPO ASOCIATIVO EL IRAKAL DE LA VEREDA MARTICAS DEL MUNICIPIO DE ACEVEDO HUILA, carece de recursos económicos para la compra de equipos industriales que permitan mejorar los procesos de producción del cultivo de iraca fina; como primordiales dentro del rescate del patrimonio material e inmaterial de nuestro patrimonio cultural de los municipios de Acevedo; que permitan ampliar la capacidad de producción de sus 30 asociados y de esta forma cumplir la demanda insatisfecha del mercado a nivel local, regional del producto.

Por lo anterior, se hace necesario gestionar recursos económicos para la compra de maquinaria industrializada con todo lo requerido para sacar una producción del cultivo de Iraca fina de excelente calidad, sin perder la elaboración artesanal y sin dejar de lado lo tradicional, con el fin de obtener productos de calidad.

### 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
Palma de Iraca fina	Palma de Iraca fina
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
<p>Características de Calidad: la palma de iraca tiene las siguientes características: Se reproduce de forma silvestre en la mayoría de los climas a excepción del frío crece bajo la sombra en zonas selváticas, cañadas o rastrojos sin talar. La planta alcanza alturas de 4 metros y un diámetro de cepas hasta de 2 metros y medio. Su hoja es palmeada, de tallo cilíndrico, liso de color verde oscuro, raíz fibrosa y su flor es forma de tusa, con abundantes vellosidades o barbas finas de color amarillo. Su fruto nace al pie de la cepa, su color es verde oscuro y luego toma un color rojo, en la parte interna, la cual se abre y semeja la cresta de un gallo. Para fabricar los sombreros se utilizan los cogollos; una vez procesados, son materia prima del sombrero Suaza. La palma adulta puede producir de 15 a 20 cogollos por cosecha, los cuales se recolectan cada 15 días. El cogollo está a punto de corte, cuando el tallo alcanza una altura de 20 centímetros y tiene color verde claro. Cuando está hecho su color es oscuro y su fibra no es de buena calidad.</p>	Mazo de 40 kilogramos

Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
No se utiliza empaque	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).
<b>Fotos de los productos</b>	



## 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?
Palma de Iraca	25000 Kg Anual/Equivalentes a 625 Mazos de 40 kg	25000 Kg Anual/Equivalentes a 625 Mazos de 40 kg	Anual/Ventas mensuales	Enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre	Enero a Julio

## VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?	¿A qué precio va a venderlo?
Palma de Iraca	Procesada	\$179.999 (Bulto de 40 kg)	\$179.999 (Bulto de 40 kg)

### 3.2 PROPUESTA DE VALOR

En GRUPO ASOCIATIVO EL IRAKAL DE LA VEREDA MARTICAS DEL MUNICIPIO DE ACEVEDO HUILA; podemos encontrar componentes innovadores en producto, consiste en rescatar el saber ancestral producción del cultivo de iraca fina del Municipio de Acevedo; gestionar su reconocimiento como patrimonio inmaterial con la incorporación de la expresión en la lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de los ámbitos departamental y nacional y promover otras expresiones del patrimonio inmaterial del municipio (tradición oral, medicina tradicional, gastronomía, juegos, mitos y leyendas, tapia pisada, otros) reconocer, documentar, rescatar y promover el patrimonio material Suaceño elaborado con palma de iraca fina, para lo cual nos enfocamos en mejorar en proceso con la implementación de tecnologías como maquina de lavado industrial, lavadora a presión que permiten la obtención de fibra de palma de iraca fina de alta calidad para posterior elaboración de los sombreros.

### 3.3 ALIADOS CLAVES

<b>Aliado</b>	<b>Papel que desempeña</b>
<b>Asocooph</b>	Promueve e integra a las entidades de economía solidaria del departamento del Huila bajo los preceptos de la doctrina universal del cooperativismo.
<b>Gobernación del Huila</b>	Brindan asesoría en temas culturales
<b>SENA</b>	Desarrollar, administrar y ejecutar programas de formación profesional integral, en coordinación y en función de las necesidades sociales y del sector productivo. A través de la asesoría personalizada recibida para la formulación del Plan de Negocios, además que nos encontramos vinculados en el Centro de Desarrollo Empresarial SBDC, en el programa de fortalecimiento empresarial el cual consiste en fortalecimiento de las habilidades emprendedoras de los asociados, participación en ferias, eventos y vitrinas empresariales.
<b>Cámara de Comercio del Huila</b>	Nos ayudan a mejorar la productividad y competitividad 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.
<b>Alcaldía</b>	Nos brindan fortalecimiento empresarial
<b>CAM</b>	Nos brinda asesoría y acompañamiento en la protección de las fuentes hídricas y la palma de iraca

## 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
<b>Intermediarios (Distribuidores de material para elaboración de sombreros de Iraca, artesanos o Industriales que transforman la materia prima)</b>	Son empresas que tienen poder adquisitivo para comprar el producto de la palma de iraca fina, porque se dedican a la distribución del material y a la transformación en sombreros.	Medellín, habitantes del municipio de Acevedo.	<b>Distribuidora Nacional de Sombreros y Material de Palma de Iraca 90%/Intermediarios del municipio de Acevedo 10%</b>	6	100%
				<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

## 4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional Gerardo Hurtado	Competidor 2 Local GRUPO ASOCIATIVO Y EMPRESARIAL IRACA MUJER Y TRADICION IMT
<b>Ubicación</b>	Suaza, Huila	Acevedo, Huila
<b>Cobertura</b>	Local y regional (Zona Centro y Sur del Huila)	Local y regional (Zona Centro y Sur del Huila)
<b>Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/Valor agregado</b>	40 kg Mazo de Iraca Fina/Se puede resaltar que manejan gran volumen, sin embargo, es intermediario no es productor directo	40 kg Mazo de Iraca Fina/Su reconocimiento en el mercado
<b>Precios del producto principal/ Por mayor y al detal</b>	40 kg de Mazo de Iraca Fina \$185.000 Es un precio estándar	40 kg de Mazo de Iraca Fina \$180.000 Es un precio estándar
<b>Canal de distribución</b>	Mayoristas y minoristas	Mayoristas y minoristas
<b>Formas de pago</b>	Contado	Contado
<b>Venta directa o indirecta</b>	Directa	Directa

#### 4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Maquinas Caldas	Prensa y horma de sombreros
Vivero	Semillas

#### 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	Radio (emisora) y televisión regional, Estrategia de Marketing Digital

#### 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describe el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	La organización cuenta con punto físico en el municipio de Acevedo.
¿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. Distribuidora Nacional de Mazo de Iraca Fina
¿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, CAM, voz a voz y a través de una campaña masiva de medios publicitarios (físicos y digitales) informaremos y sensibilizaremos a los clientes sobre los canales mediante de los cuales podrán adquirir nuestro producto.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	De acuerdo con los hábitos de compra de nuestros clientes, así como la ubicación de esta previa caracterización, definimos el siguiente: -Puntos de venta para comercialización en el municipio de Acevedo - Distribución Exclusiva: Distribuidora Nacional de Mazo de Iraca Fina

## 5. ESTUDIO TECNICO

### 5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Municipio Acevedo, Vereda Marticas, Departamento Huila.

### 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
Predios Rurales (vereda Marticas, Municipio de Acevedo - Huila)	
Descripción de área productiva	
1 hectárea de palma de Iraca ubicadas en el Municipio de Acevedo, vereda Marticas	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Municipio de Acevedo - 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 PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 Siembra de la palma	La planta se propaga por medio de hijuelos o colinos, que deben sembrarse en triángulo y a una distancia aproximada de 2.40 mts.
Proceso 2- Corte y recolección de los cogollos	El corte de los cogollos se realiza manualmente utilizando un machete corto, bien afilado. La artesana o la persona que corta los cogollos lo hace de forma rápida, seleccionando cada uno y evitando que este se raje. Tampoco permite que a los cogollos recién cortados le caiga humedad, tierra, u otro elemento que pueda adherirse y dañe toda su extensión. El cogollo debe tener una altura aproximada de 20 centímetros después del nudo.
Proceso 3- Desorillado	Se toma el cogollo de los extremos tratando de doblarlo para que se abra, se quita la parte externa verde, posteriormente se descorazona, es decir, se retira el centro del cogollo, dejando el resto de las cintas plegadas de color amarillo claro y verde en las uniones. Producto de este proceso se obtiene un bloque de color verde claro, amarilloso que es el utilizado para el siguiente paso que es el ripiado.
Proceso 4- Ripiado	Este paso se lleva a cabo con un instrumento elaborado en hueso de perro, de gallina o de pescado. El ripiador se elabora con un hueso al cual se le hace una abertura en la parte central formando dos puntas agudas y muy filosas. De acuerdo con la distancia entre las dos puntas así mismo se escoge para el trabajo y obtener la iraca, en varios grosores. Se aconseja para el ripiado hacerlo con hueso de perro, ya que su textura es más fina.
Proceso 5- Cocción	Este proceso se lleva a cabo para darle resistencia a la iraca, inmunizarla y garantizar que los hilos seleccionados mantengan una misma consistencia. Cuando ya se han desvenado los cogollos, se juntan en manojos de 12, es decir en docenas y se acomodan en varios grupos, luego se juntan varias docenas, se emparejan los cabos con un cuchillo y se amarran en forma de nudo y se dispone para su cocimiento.

<b>Proceso 6- Secado</b>	Una vez los cogollos hayan hervido por un tiempo de una a dos horas, se retira del fuego, se deja enfriar, se saca de la olla y se lavan los con agua fría. Posteriormente se sacuden y se ponen a escurrir en una cuerda en un sitio sombreado y sin viento
<b>Proceso 7 Selección de las hebras</b>	Para la selección de las hebras se tiene en cuenta el grosor y el color de estas, luego se guardan formando manojos de varias docenas, contadas y reseñadas según las características halladas en los diferentes grupos. De esta manera queda lista para empezar los diferentes trabajos artesanales, especialmente para la elaboración del sombrero suaza.
<b>Comercialización</b>	Comercialización al intermediario y Directa según el segmento del mercado

#### 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Principales responsabilidades</b>
Albenis Murcia Joven	Representante Legal con funciones de Gerente General, Operativa y Comercial	Orientar, dirigir, ejecutar, gestionar y planear las directrices, buscando estrategias y políticas para cumplir las metas trazadas por la empresa. asignados. Suministrar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades. Llevar a cabo la planeación, evaluar y dirigir las operaciones productivas y de las ventas minoristas o mayoristas. Gestionar al personal y asignarle responsabilidades. Evaluar los productos o servicios que se pondrán a la venta.
María Ceneida Ramos	Secretaria	Llevar las actas de la asamblea
María Yineth Rojas	Tesorería	Llevar la información financiera

## 6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Prensa	Prensa para termofijado de la de iraca	1	\$30.000.000	\$30.000.000
Olla grande	Para cocción de la paja en aluminio	30	\$ 400.000	\$12.000.000
Insumos y herramientas				
Iraca plantula	Unidad	2000	\$ 1.500	\$ 3.000.000
Iraca (paja)	Rollo (Atado de 48 pares)	300	\$ 50.000	\$15.000.000
Otros				
Equipo de Computo	Todo En Uno Lenovo Amd Ryzen 3 7330U Ssd 512Gb Ram 16Gb Led 24 Pulgadas Full Hd. Modelo: AIO 3 24ALC6	1	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000
<b>Valor total inversiones requeridas</b>				<b>\$62.600.000</b>

## 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)	Palma de Iraca fina (Mazo por 40 kilogramos)
¿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?	Sacando los costos variables y fijos inmersos en el proceso, teniendo en cuenta los precios de la competencia, así como la capacidad de pago de los clientes.

## 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)
Palma Fina de Iraca (Mazo por 40 Kilogramos)	625	656	688

## 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Palma Fina de Iraca	(Mazo por 40 Kilogramos)	\$179.999	\$71.080	\$ 108.919

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mp	\$ 1.302.083	\$ 15.625.000	\$ 16.406.250	\$ 17.226.563
Costos Mo	\$ 2.400.000	\$ 28.800.000	\$ 30.240.000	\$ 31.752.000
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
Fletes	\$300.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000
Mantenimiento de Equipos	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Caja Menor	\$1.800.000	\$21.600.000	\$21.600.000	\$21.600.000
Teléfono	\$45.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000
Gastos Bancarios	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Papelería	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos Domicilios	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
<b>Valor total</b>		<b>\$ 74.053.000</b>	<b>\$ 76.274.250</b>	<b>\$ 78.606.563</b>

### 7.3 ANALISIS FINANCIERO

#### Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 62.600.000	\$ 325.521
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 62.600.000	\$ 325.521

#### Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 112.499.375	\$ 118.124.344	\$ 124.030.561
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 15.625.000	\$ 16.406.250	\$ 17.226.563
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 28.800.000	\$ 30.240.000	\$ 31.752.000
(-) COSTOS FIJOS	\$ 26.954.667	\$ 26.954.667	\$ 26.954.667
= UTILIDAD BRUTA	\$ 41.119.708	\$ 44.523.427	\$ 48.097.332
(-) GASTOS FIJOS	\$ 23.340.000	\$ 23.340.000	\$ 23.340.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 1.450.000	\$ 1.450.000	\$ 1.450.000
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 16.329.708	\$ 19.733.427	\$ 23.307.332
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 16.329.708	\$ 19.733.427	\$ 23.307.332
(-) IMPUESTOS	\$ 5.388.804	\$ 6.512.031	\$ 7.691.419
= UTILIDAD NETA	\$ 10.940.905	\$ 13.221.396	\$ 15.615.912

#### Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 112.499.375	\$ 118.124.344	\$ 124.030.561
Egresos operativos	\$ 90.812.244	\$ 88.524.250	\$ 90.856.563
Flujo Operativo	\$ 21.687.131	\$ 29.600.094	\$ 33.173.998
Ingresos no operativos	\$ 35.919.582	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 39.169.582	\$ 4.657.270	\$ 6.718.934
Flujo no operativo	-\$ 3.250.000	-\$ 4.657.270	-\$ 6.718.934
Flujo Neto	\$ 17.135.048	\$ 24.942.824	\$ 26.455.064
Saldo anterior	\$ 0	\$ 17.135.048	\$ 42.077.872
Saldo final	\$ 17.135.048	\$ 42.077.872	\$ 68.532.936

**Análisis financiero:**

TIR (Tasa interna de Retorno)	34,88%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 21.850.944
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 \$ 10.940.905, 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 34,88% (Formato financiero) es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 34%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 21.850.944, 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 el tercer año.

**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 para manejo del cultivo y Operario para recolección. Para lo cual se utilizarán 288 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 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 Acevedo– 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**

La palma de Iraca es un cultivo sostenible, no se hace uso de productos fitosanitarios, se utiliza como protector de las cuencas hídricas y se implementan prácticas amigables con el 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 aportará un pago de impuestos con una Tasa de Impuestos del 33% por valor de \$ 5.388.804 a partir del primer año, lo que generará una reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.

A demás 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.