

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION GRUPO ASOCIATIVO VEREDA TOTUMITO
AGROTOTUMITO**

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

José Luis González Calderón
Representante Legal

Huila, Baraya, 29 de abril de 2024

CONTENIDO

1.	3	
2.	4	
2.1	4	
3.	¡Error! Marcador no definido.	5
3.1	PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD	5
3.2	PROPUESTA DE VALOR	8
3.3	ALIADOS CLAVES	9
4.	¡Error! Marcador no definido.	
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO	10
4.2	COMPETENCIA	11
4.3	PROVEEDORES	11
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES	12
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	13
5	13	
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 ORGANIZACIÓN	15
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO	17
6	14	
7	15	
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	20
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	21
7.3	ANALISIS FINANCIERO	22
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD	25

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Grupo Asociativo Vereda Totumito AGROTOTUMITO	NIT / RUT	900875279-0	
Dirección	Vereda Totumito	Teléfono 1	3212549453	
		Teléfono 2		
Departamento	HUILA	Ciudad/ municipio/ vereda	Baraya	
Página web		E-mail	agrototumito2015@gmail.com	
Nombre gerente	José Luis González	Celular	3212549453	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	Antecedentes	Solo cuentan con la formación brindada por Asocooph	
Nombre del representante legal	José Luis González Calderón			
Experiencia de la empresa en el sector	9 años	Año: 2023	Año: 2024	
Actividad principal	S9499 Actividad de otras Asociación N.C.P.	Número de empleados (directos)	0	0
Fecha constitución	4/08/2015	Número de asociados (si aplica)	30	30
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Comercialización de Café Tostado y Molido			
Figura jurídica	E.S.A.L Empresa sin ánimo de lucro	Ingresos de asociados	0	0

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Producción y Comercialización de Café Tostado y Molido, Café Totumito.

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.

Nuestra principal problemática reside en la capacidad productiva actual, ya que la creciente demanda de café tostado y molido de alta calidad tanto a nivel regional, nacional e internacional supera nuestra capacidad de producción actual. Para abordar este desafío, es imperativo fortalecer y aumentar la producción en nuestros cafetales.

Esto nos permitirá asegurar un suministro constante de materia prima de alta calidad para satisfacer la demanda del mercado con nuestro café especial. El presente plan de negocios se enfoca en desarrollar estrategias específicas para aumentar la producción, mejorar la eficiencia y garantizar la calidad, lo que nos permitirá posicionarnos como proveedores confiables y competitivos en el mercado de café especial.

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 Café Tostado y molido 250 gramos	Café Tostado y molido
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
Descripción: Café con aroma propio del producto, color café oscuro sin presencia de otras coloraciones impropias del mismo, sin presencia de grumos ni compactación. Composición: Café molido producto del tostado y la molienda posterior de café, sin azúcar, conservantes, ni aditivos.	Café Tostado y molido (500 gramos) Café Tostado y molido (250 gramos)
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Empaque tipo Bolsa Zipper para cierre hermético y válvula Desgasificadora	Uno de los objetivos que tiene el grupo asociativo a mediano plazo es comenzar a utilizar marketing digital, por medio de redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube.
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	60 unidades mensuales (500 gramos)	2.200 unidades 500gr 2.000 unidades 250gr	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 (500 gramos)	Tostado y molido	\$22.000
Café Tostado y molido (250 gramos)	Tostado y molido	\$12.000

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestra principal propuesta de valor radica en la entrega de café especial de alta calidad, cultivado y procesado con los más altos estándares de excelencia. Esto se traduce en una experiencia sensorial única para nuestros clientes, que disfrutarán de un café con aroma, sabor y cuerpo excepcionales, garantizando una satisfacción plena en cada taza.

Nuestro café Totumito representa los sueños de hombres y mujeres campesinos que por medio de este producto han demostrado que si es posible trabajar por condiciones de vida dignas.

Nuestro enfoque en la mejora continua de la capacidad productiva, nos permitirá un suministro constante y confiable de producto. Al cubrir esta necesidad, contribuimos a fortalecer la cadena de suministro y a brindar estabilidad a nuestros clientes y socios

comerciales. Nuestra innovación radica en la implementación de prácticas agrícolas sostenibles, que nos permiten maximizar la calidad y la eficiencia en todas las etapas de producción. Esto nos diferencia de la competencia al ofrecer un café único, producido de manera responsable y sostenible, que responde a las demandas de un mercado cada vez más exigente y consciente del medio ambiente.

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.
Gobernación del Huila	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.

SENA	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.
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, Cenicafe 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.
ADR	Ejecutar la política de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial formulada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de la estructuración, cofinanciación y ejecución de planes y proyectos integrales de desarrollo agropecuario.
Alianzas Productivas	Facilitar herramienta de inserción de pequeños y medianos productores agrícolas en agrocadenas, permitiendo enfrentar de una mejor manera los problemas de acceso a mercados, información, financiamiento, infraestructura e innovación tecnológica.
ICA	Implementar acciones orientadas a lograr una producción agropecuaria competitiva, con el fin de aportar al logro de los objetivos de la Apuesta Exportadora de Colombia a través de la gestión de recursos de asistencia técnica y cooperación internacional en materia de sanidad.
Sector Privado	Cámara de Comercio del Huila: Fomentar la competencia y mejorar la productividad en un determinado sector, dentro del territorio nacional. Estas agrupaciones brindan apoyo a través de ayudas financieras, investigaciones, información del sector y estadísticas de consumo.
Pastoral Social de Neiva	Acompañamiento, capacitación y fortalecimiento.

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
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 Baraya y tienen edades comprendidas entre los 20 y 80 años. Estos consumidores, que pueden ser empleados o independientes, eligen nuestro café por la calidad excepcional	Municipio de Baraya		50	80%

	que ofrecemos 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.				
Tienda de Café	Tienda solidaria donde alrededor de 60 productores de café del Huila tienen presencia, convirtiéndose en una vitrina comercial que busca apoyar esta industria tan importante en el departamento del Huila.	Municipio de Neiva, Centro Comercial al San Juan Plaza Local 217	Tienda Café Sol	18	20%
TOTAL				100%	

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional: Apu Café	Competidor 2 Local: Grupo Asociativo Alto Troja Café Armadillo
Ubicación	Departamento del Huila	Baraya
Cobertura	Nacional e Internacional	Municipal
Presentación del Producto Principal/Valor Agregado	Café Tostado y molido 250 gr	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	\$ 13.000,00
	Entre \$49.000 y \$65.000	\$ 25.000,00
		Precios al detal, actualmente su distribución es directa, por lo que no se tienen precios al por mayor.
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
Formas de pago	Efectivo	Efectivo
Venta directa o indirecta	Directa	Directa

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Asociados	Café pergamino seco
Agrofinca	Fertilizantes, Insumos
Cadefihuila	Fertilizantes, Abonos, Insumos
Coffe	Torrefacción

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), Estrategia de Marketing Digital, Vitrinas Comerciales.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describe el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Distribución directa desde los asociados a los clientes.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Tienda Café Sol, ubicada en Neiva Huila, Centro Comercial San Juan Plaza local 217
¿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, la Gobernación del Huila, la Cámara de Comercio y Asocooph
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	1. Activar su presencia en redes sociales, inicialmente Facebook e Instagram. 2. Impulsar nuestra marca asistiendo a Ferias y Vitrinas Comerciales. 3. Brindar degustación de nuestro café en la tienda Café Sol para dar a conocer nuestro café.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Municipio de Baraya, Vereda Totumito, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
Finca ubicada en la vereda Totumito, zona rural del municipio de Baraya.	
Descripción de área productiva	
El área productiva corresponde a una (1) hectárea de siembra por cada asociado.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Finca ubicada en la zona rural de la vereda Totumito, ubicada en el municipio de Baraya.	<ul style="list-style-type: none">· Agua: Si· Luz /Tipo de energía: Eléctrica· Gas: Si· Teléfono: Celular
Formalización del área de trabajo (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
.	
Fotografías del área productiva	



5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

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
José Luis Gonzales	Representante legal	Realizar la gestión administrativa y comercial con el propósito de alcanzar los objetivos trazados como asociación.
Fanny	Contadora	Llevar la información contable y tributaria.
Luz Mila Guzmán Villaneda	Tesorera	Administrar y velar por el buen uso de los recursos económicos.
Jorge Eugenio Gómez	Secretario	Colaborar con la parte administrativa de la asociación.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Insumos y herramientas				
Nutrisol	17-6-18-2. Fertilizante complejo granulado diseñado para el aporte de la mayoría de los elementos requeridos para la obtención de altos rendimientos en los cultivos. Es un complejo NPK de aplicación directa al suelo.	50	\$ 128.000	\$ 6.400.000

Sulcamag	El fertilizante Sulcamag de Minpro es un sulfato doble de Calcio y Magnesio, enriquecido con Fósforo. Su presentación es granulada, con un PH de 6.0 a 7.0 y solubilidad en agua del 55%. Su color es crema y de olor poco perceptible.	20	\$ 82.000	\$ 1.640.000
Sulfato de amoníaco	Fertilizante y abono sulfato de Amonio fuente de nitrógeno(21%) y Azufre (24%) ambos nutrientes son de disponibilidad inmediata. Es ideal para aplicaciones en suelos neutros y también alcalinos.	20	\$ 70.500	\$ 1.410.000
Triple 15	Triple 15 fertilizante de propósito general es un complejo compuesto NPK, utilizado para una amplia gama de cultivos en etapa de siembra y presiembra. La aplicación de este producto es directamente en el suelo.	30	\$ 142.500	\$ 4.275.000
Urea	Fertilizante simple a base de Nitrógeno (46%) para aplicación en el suelo, ideal para etapas de desarrollo, ya que promueve la formación de tejido vegetal.	10	\$ 121.500	\$ 1.215.000
Agrimis Granulado	Fertilizante con fórmula reforzada de micronu-trientes y nutrientes secundarios complementado con nitrógeno y fósforo. Se	13	\$ 128.100	\$ 1.665.300

	aplica como complemento de NPK y al suelo (siempre incorporado); ideal para complementar el abonamiento con fertilizantes simples o compuestos.			
10-30-10	El uso de los fertilizantes compuestos significa un adecuado uso de técnicas de fertilización; una vez conocidas las necesidades de nutrientes de los cultivos en cuanto a N-P-K-Mg-S se refiere. Estimula el rápido crecimiento, da un color verde intenso a las hojas y mejora su calidad. Aumenta el contenido de proteínas, la producción de frutos y semillas.	10	\$ 178.500	\$ 1.785.000
Nutrisol	Dap. Fertilizante recomendado para cultivos con deficiencias en nitrógeno y fosforo, su aporte permite el correcto desarrollo y nutrición de los cultivos	10	\$ 159.000	\$ 1.590.000
Etiquetas y empaques	Empaque tipo Bolsa Zipper para cierre hermético y válvula Desgasificadora	4000	\$ 2.500	\$ 10.000.000
Otros				
Valor total inversiones requeridas				\$ 29.980.300

7 PLAN FINANCIERO

7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces?	Café Tostado y Molido 500gr \$22.000 250gr \$12.000
¿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?	Semanales, 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 estándar del Café y empresas de la competencia, así como la capacidad de pago de los clientes.

PROYECCIÓN 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)	2.400	2.520	2.646
Café Tostado y Molido (250 gramos)	2.000	2.100	2.205

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	500gr	\$22.000	\$16.945	\$8.055
Café Tostado y Molido	250gr	\$12.000	\$8.472	\$4.525

Costos operativos	Presupuest o mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mp	\$ 991.666	\$ 11.900.000	\$ 12.495.000	\$ 13.119.750
Costos Mo	\$ 993.366	\$ 11.920.400	\$ 12.516.420	\$ 13.142.241
Gastos administrativos	Presupuest o mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Dotación	\$65.000	\$780.000	\$780.000	\$780.000
Caja Menor	\$300.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000
Gastos Bancarios	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Digitación y Computo	\$30.000	\$360.000	\$360.000	\$360.000
Gastos de Ventas	Presupuest o mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos Representación	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Valor total		\$30.360.400	\$31.551.420	\$32.801.991

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 29.992.400	\$ 5.906.204
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 29.992.400	\$ 5.906.204

Estado de Resultados Projectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 76.800.000	\$ 80.640.000	\$ 84.672.000
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 11.900.000	\$ 12.495.000	\$ 13.119.750
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 11.920.400	\$ 12.516.420	\$ 13.142.241
(-) COSTOS FIJOS	\$ 6.908.480	\$ 6.908.480	\$ 6.908.480
= UTILIDAD BRUTA	\$ 46.071.120	\$ 48.720.100	\$ 51.501.529
(-) GASTOS FIJOS	\$ 13.360.000	\$ 5.360.000	\$ 4.560.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 17.000.000	\$ 17.000.000	\$ 17.000.000
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 15.711.120	\$ 26.360.100	\$ 29.941.529
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 2.675.000	\$ 0	\$ 0

=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 13.036.120	\$ 26.360.100	\$ 29.941.529
(-) IMPUESTOS	\$ 4.562.642	\$ 9.226.035	\$ 7.485.382
= UTILIDAD NETA	\$ 8.473.478	\$ 17.134.065	\$ 22.456.147

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 76.800.000	\$ 80.640.000	\$ 84.672.000
Egresos operativos	\$ 56.160.400	\$ 49.351.420	\$ 49.801.991
Flujo Operativo	\$ 20.639.600	\$ 31.288.580	\$ 34.870.009
Ingresos no operativos	\$ 35.898.604	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 38.796.521	\$ 4.562.642	\$ 9.226.035
Flujo no operativo	-\$ 2.897.917	-\$ 4.562.642	-\$ 9.226.035
Flujo Neto	\$ 14.766.683	\$ 26.725.938	\$ 25.643.974
Saldo anterior	\$ 0	\$ 14.766.683	\$ 41.492.621
Saldo final	\$ 14.766.683	\$ 41.492.621	\$ 67.136.595

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	35,24%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 14.011.968
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	3 años

7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Según la información financiera obtenida en el Plan de Negocio se obtendrán utilidades a partir del segundo año por valor de \$ 9.226.035, 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 35,25%, es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 35%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 14.011.968, 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 170 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 Baraya – 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 ganadera. 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 \$4.301.003 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.

