PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION

ASOCIACIÓN ASOCIACION DE GANADEROS DE ALTAMIRA H

"ASOGAL"

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila

ASOCOOPH

Presentado por:

Ariel Alfonso Fajardo Yusty

Representante legal

Departamento del Huila, Altamira, 9 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....12
5. estudio tecnico....13
5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION....13
5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA....13
5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION....14
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO....15
6 Recursos claves....16
7 Plan financiero....17
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS....17
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS....18
7.3 ANALISIS FINANCIERO....19
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD....20

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Asociación de Ganaderos de Altamira H ASOGAL	**NIT / RUT**	900994603 - 0	
Dirección	Carrera 2 No 7 - 28 Barrio Las Brisas	**Teléfono 1**	3168559217	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	**Ciudad/ municipio/ vereda**	Altamira	
Página web	-	**E-mail**	arielyusty27@hotmail.com	
Nombre gerente	ARIEL ALFONSO FAJARDO YUSTY	**Celular**	3168559217	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	**Antecedentes**	con formación Sena y Comité de Ganaderos.	
Nombre del representante legal	ARIEL ALFONSO FAJARDO YUSTY			
Experiencia de la empresa en el sector	Ocho (8) años de experiencia en el sector ganadero		**Año: 2023**	**Año: 2024**
Actividad principal	Ganadería doble propósito	**Número de empleados (directos)**		
Fecha constitución	11/06/2014	**Número de asociados (si aplica)**	35	35
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Producir y comercializar Leche, Vacas de Descarte y Terneros Destetos			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria (Asociación)	**Ingresos de asociados**	$ 2.500.000	

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

GANADEROS DE ALTAMIRA H ASOGAL

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.

La asociaciones agropecuarias en el Huila pueden 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 productores, 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 la ASOCIACIÓN DE GANADEROS DE ALTAMIRA H ASOGAL carece de recursos financieros que le permitan expandir la capacidad de producción de tiene los 35 asociados produciendo cada uno en sus hatos ganaderos carne y leche de excelente calidad, igualmente las fincas no cuentan con infraestructura adaptada como ordeños mecánicos que aceleran el rendimiento en la extracción de leche y así cumplir la demanda insatisfecha en el mercado con los productos de leche.

Por lo anterior se hace necesario que la empresa gestione recursos financieros para captar recursos en beneficio de los 35 asociados para cada uno de sus hatos ganaderos, de este modo suplir las necesidades de infraestructura y equipos tecnificados que aceleren el proceso y les permitan implementar las Buenas Prácticas Ganaderas con el fin de obtener productos de excelente calidad en carne en pie y leche a nivel local.

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**
Leche, Vacas de Descarte y Terneros Destetos	Leche Cruda de Vaca (Lts)
Principales características	**Presentaciones en las que se va a ofrecer**
La leche debe ser de calidad, con buen contenido de grasa y sólidos solubles; no debe tener residuos de medicamentos ni estar mezclada con agua o cualquier sustancia que altere la calidad. La leche debe tener una textura viscosa de 1,5 a 2,0, temperatura a 20°C, ligeramente superior al agua (1,005 cp). El color blanco, a las partículas del complejo caseinato - fosfato cálcico en suspensión coloidal y por los glóbulos de grasa. El sabor es ligeramente dulce.	Leche Cruda de Vaca x Litro
Empaques a utilizar	**Material publicitario (opcional)**
Cantinas de Aluminio de 40 litros (desinfectadas).	Para fortalecer nuestra presencia y promoción, nos enfocaremos en una variedad de medios publicitarios. Esto incluye potenciar nuestra presencia en redes sociales como Facebook e Instagram, así como mantener una página web informativa donde compartiremos contenido relevante sobre el cacao, incluyendo sus beneficios, recetas inspiradoras y las historias detrás de nuestros productores. Además, planeamos participar activamente en ferias comerciales.

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?
Leche Cruda de Vaca (Litros)	152.500 litros (Leche)	152.500 litros	Anual, ventas mensuales	Abril, mayo, junio, julio, octubre, noviembre, diciembre	Enero, febrero, marzo, agosto, septiembre

VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Leche Cruda de Vaca (Litros)	Cruda - Fresca (Litro)	$ 1.600

3.2 PROPUESTA DE VALOR

La ASOCIACIÓN DE GANADEROS DE ALTAMIRA H ASOGAL cuenta con la producción de carne en pie y producción de leche, mediante la optimización del proceso productivo con técnicas probadas que mejoran la productividad en los 35 predios de los asociados.

El promedio de producción lechera con las técnicas tradicionales es de 5 litros de leche. Las razas criollas de ganado optimizadas para la producción lechera producen más de 20 litros de leche al día. Esto da un margen para la productividad y es la posibilidad de incrementar producción en 14 litros por vaca en producción. Como meta incrementar el promedio de producción lechera en 4 litros como resultado de la implementación de las siguientes técnicas.

1- Reemplazar el hato ganadero tradicional por razas lecheras más productivas, adaptadas a la región de Tarqui.

2- Optimizar los procesos de alimentación mediante el uso de cerca eléctrica en potreros, y complemento nutricional a través de ensilajes.

3- Mejorar el confort de la vaca lechera mediante la baja de temperatura promedio en los potreros a través de la siembra de 1000 árboles que generan sombra y un microclima favorable a la producción ganadera.

4- Implementar técnicas de ordeño mecánico.

5- Optimizar las técnicas de manejo sanitario y control de crecimiento y desarrollo.

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.
FEDEGAN	Apoyan el desarrollo eficiente, sostenible y competitivo del sector ganadero del país, con lo que se consigue un mayor bienestar para el ganadero-productor, como consecuencia de la elevación de los índices de productividad y rentabilidad de su empresa ganadera.
COMITÉ DE GANADEROS DEL HUILA	Ente gremial que representa a los ganaderos del Departamento, ante los diferentes estamentos públicos y privados del orden local, regional y nacional.
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.
SENA	Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo.
MINISTERIO DE AGRICULTURA	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario yel Desarrollo Rural.
SECTOR PRIVADO	Cámara de Comercio del Huila: Incentivar y potenciar la productividad en un sector determinado dentro del país. Estas coaliciones proporcionan respaldo a través de financiamiento, investigaciones, análisis del sector e informes sobre tendencias de consumo.

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
Empresas procesadoras de lácteos (Empresas agroindustriales, manufactureras)	Son 3 empresas persona jurídica y diez empresas persona natural registradas ante la Cámara de Comercio del Huila; la actividad comercial registrada es la de elaboración de derivados lácteos y elaboración de productos de panadería, pastelería y repostería.	Se ubican en las zonas urbanas del municipio de Tarqui y municipio de Altamira.	Quesos Reyma, tiene la capacidad instalada para realizar la compra de la producción total, Hato Nuevo, Panadería Da Gusto, Panadería y Pastelería Macaos, Panadería La Mejor Esquina, Panadería donde Uriel, Bizcochos Altamira, Bizcochos Yustis.	10	100%
				TOTAL	**100%**

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional Asociación de Ganaderos de Garzón	Competidor 2 Local ASOGATARQUI.
Ubicación	Garzón, Huila	Taqui, Huila
Cobertura	Regional	Local
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/Valor agregado	Leche Cruda de Vaca/Hacen implementación de buenas prácticas ganaderas, bienestar animal.	Leche Cruda de Vaca, Terneros Destetos y Vacas de Descarte, implementan la ganadería regenerativa, cuentan con ordeño mecánico.
Precios del producto principal/Por mayor y al detal	Todo se venda al por mayor $1.700 Litro	Todo se vende al por mayor $1.800 Litro
Canal de distribución	No cuentan con un sistema de logística de distribución. La Leche la venden a diario al lechero que compra en la zona y el pago lo hacen de contado.	No cuenta con una logística de distribución definida, la leche la vende a diario en la finca al lechero que pasa por la zona. Los terneros los venden a personas de la región que los recogen en el predio.
Formas de pago	Crédito a 8 días	Crédito a 8 días
Venta directa o indirecta	Comercialización directa e indirecta (Mayoristas)	Comercialización directa e indirecta (Mayoristas)

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Comité de Ganaderos del Huila	Comercialización de Productos Agropecuarios.
Mi granja de Altamira	Almacén veterinario con acompañamiento profesional

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Comunicaciones orales y escritas a través de interacciones directas, ya sea en persona o mediante llamadas telefónicas y chats de WhatsApp.
Redes sociales	Estrategia de marketing de contenido a través de canales digitales como Facebook, Instagram, WhatsApp Business
Medios de difusión que se van a utilizar	Pendones (presencia en ferias, eventos), página web, radio y marketing digital, flayer, tarjetas de presentación.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	La Asociación cuenta con un punto de venta físico ubicado en cada una de sus fincas de los productores realizando la comercialización de manera directa a sus Clientes (Intermediarios - Ruta Recolectora)
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Nuestros Aliados Estratégicos son parte fundamental de nuestra estrategia de distribución. Implementaremos un enfoque colaborativo donde trabajaremos con intermediarios que agregarán valor a nuestros productos antes de llegar a los clientes finales. Estos aliados incluyen empresas en Tarqui y Altamira.
¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?	Utilizaremos una combinación de medios digitales y tradicionales para asegurarnos de que nuestros clientes estén informados sobre cómo pueden adquirir nuestros productos. Implementaremos estrategias de marketing digital y continuaremos fortaleciendo nuestra presencia en redes sociales para llegar a un público más amplio, activa participación en ferias agrícolas y vitrinas comerciales donde podamos promocionar nuestro producto.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	Las estrategias que consideramos son las siguientes: 1. Venta directa en nuestro punto físico 2. Venta a intermediarios, mercados nacionales e internacionales, mayoristas y minoristas. 3. Participación en vitrinas comerciales y ferias agrícolas. 4. Seguir avanzando en el fortalecimiento de la transformación del cacao en productos finales por parte directa de la asociación.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Municipio Altamira, Vereda El Tigre, Hato Blanco; El Gripo, Sempero, El Puente., Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

• **Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)**	
Área Rural del municipio de Altamira - Huila, vereda El Tigre, Hato Blanco; El Gripo, Sempero, El Puente.	
Descripción de área productiva	
El área productiva es la unidad productiva de cada asociado, en total 35 asociados, ubicados en las veredas: El Tigre, Hato Blanco; El Gripo, Sempero, El Puente.	
Ubicación	**Dispone de servicios públicos**
Municipio de Altamira	· Acueducto veredal: Sí · Energía eléctrica SI · Gas: No · Teléfono: Sí (Celular)
Formalización del área de trabajo	
(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
Con contrato de arrendamiento y otras con 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: **Alistamiento de equipos**	Alistamiento de Equipos, Herramientas y Área de Trabajo (Ordeño)
Proceso 2: **Rodeo**	Rodeada del Ganado (Vacas)
Proceso 3: **Ordeño**	Ordeño en la Mañana y en la Tarde (Cada uno con dos Horas de Trabajo).
Proceso 4: **Alimentación**	Alimentación del Ganado
Proceso 5: **Alimentación en potreros**	Alimentación del Ganado en Potreros
Proceso 6: **Transvase**	Transvase del líquido de Baldes a Cantinas
Proceso 7: **Limpieza y desinfección de ubres**	Limpieza y desinfección de Ubres y Área de Ordeño
Proceso 8: **Acopio y Entrega**	Entrega del líquido en Cantinas de Aluminio de 40 Lts a la Ruta Recolectora en las instalaciones de la finca.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
ARIEL ALFONSO FAJARDO YUSTY	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.
Por definir	Asesor Contable (Contador Público)	Manejar e interpretar la contabilidad de la organización con la finalidad de producir informes para la gerencia y para terceros (tanto de manera independiente como dependiente), que sirvan para la toma de decisiones.
ILDA HERMIDES CABRERA	Secretaria	Apoyar el área administrativa
PEDRO NEL CARDENAS	Tesorero	Apoyar el área contable y financiera
Por definir	Operario de Campo (Jornalero)	Coadyuvar al Mayordomo en las actividades de Mantenimiento de Pastos de Corte, Praderas, Cercas y demás actividades culturales.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Ecógrafo	Ecografo Portátil Veterinario Kaixin V1. +sonda Lineal Rectal. Pantalla de 5.7 pulgadas Sonda de 128 cristales Modos de imagen: B, 2B, M, B/M, M/A. Resistencia al agua IPX-7. Batería de 6 horas de duración.	2	$ 8.200.000	$ 16.400.000
Ordeño Mecánico Industrial	Capacidad de 25 Lts y dos puestos de ordeño	2	$ 10.000.000	$ 20.000.000
Guadaña Giratoria para corte de pasto	Guadaña Shindaiwa Eje Giratorio B450, 41,5 cc. Motor de dos tiempos premium fabricado por Shindaiwa. Encendido electrónico de una pieza. Pistón de 2 anillos. Motor, mango y arnés completamente antivibratorios. Eje central de acero carbono que reduce la vibración y la fatiga del usuario. Caja de engranajes helicoidales de alta resistencia con extremos acanalados para una transferencia de potencia sin vibraciones. Tubo externo de aluminio de grado aeronáutico.	1	$ 2.800.000	$ 2.800.000
Insumos y herramientas				
Comederos y Bebederos	Bordes: con refuerzo para mayor resistencia y fácil manipulación. Llenado: Rápido, fácil y seguro, entrada de 1/2". Capacidad: 125, 250 y 500 Litros. Liviano: Fácil de transportar y manipular.	35	$ 228.551	$ 7.999.285
Herramientas	Machetes, palas, picas, serrucho.	46	$ 25.000	$ 1.150.000
Bascula Ganadera	Báscula Ganadera Bbu 1500 Led Con Teclado. Bascula ganadera portatil de barras, capacidad 1500kg. fabricado en tubo cuadrado de 70 x 70mm calibre 14 con refuerzo interno de viga	3	$1.500.000	$ 4.500.000

	canal U de 3" de acero a pintado con pintura plateada. patas en platina de 3/16. dimensiones de las barras 60cm de largo x 7cm de ancho x 10cm de alto.			
Equipos de computo				
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	$2.500.000	$2.500.000
Otros				
			Valor total inversiones requeridas	**$55.349.285**

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)	Leche Cruda Bovina: A través de la producción y comercialización de 152.500 Litros de Leche, la cual comercializaremos a $1.600 Litro Presentación: Cantina en Aluminio de 40 Litros.
¿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
¿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 de la Leche Cruda y empresas 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)**
Leche cruda de vaca (Litro)	152.500	160.125	168.131

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Leche Cruda Bovina	Cantina en Aluminio de 40 Litros	$1.600	$929,83	$670,17

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	$ 8.260.417	$ 99.125.000	$ 104.081.250	$ 109.285.313
Costos Mp	$ 2.285.340	$ 27.424.075	$ 28.795.279	$ 30.235.043
Gastos administrativos	**Presupuesto mensual**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**
Arrendamientos	$0	$0	$0	$0
Servicios Públicos	$90.000	$1.080.000	$1.080.000	$1.080.000
Dotaciones	$25.000	$300.000	$300.000	$300.000
Fletes	$0	$0	$0	$0
Mantenimiento equipos	$10.000	$120.000	$120.000	$120.000
Caja menor	$1.300.000	$15.600.000	$15.600.000	$15.600.000
Comunicación y teléfono	$80.000	$960.000	$960.000	$960.000
Gastos bancarios	$150.000	$1.800.000	$1.800.000	$1.800.000

Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación	$1.200.000	$14.000.000	$14.000.000	$14.000.000
Transportes vendedores	$0	$0	$0	$0
Gastos Domicilios	$0	$0	$0	$0
Valor total		**$ 160.409.075**	**$ 166.736.529**	**$ 173.380.355**

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	$ 55.349.285	$ 13.260.417
Créditos	$ 0	$ 0
Total	$ 55.349.285	$ 13.260.417

Estado de Resultados Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	$ 244.000.000	$ 256.200.000	$ 269.010.000
(-) COSTO VARIABLE M.P.	$ 99.125.000	$ 104.081.250	$ 109.285.313
(-) COSTO VARIABLE M.O.	$ 27.424.075	$ 28.795.279	$ 30.235.043
(-) COSTOS FIJOS	$ 12.569.857	$ 12.569.857	$ 12.569.857
= UTILIDAD BRUTA	$ 104.881.068	$ 110.753.614	$ 116.919.788
(-) GASTOS FIJOS	$ 43.586.922	$ 20.871.538	$ 18.600.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	$ 55.066.922	$ 57.700.961	$ 58.501.586
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	$ 6.227.223	$ 32.181.115	$ 39.818.202
-intereses	$ 0	$ 0	$ 0
OTROS EGRESOS	$ 0	$ 0	$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 6.227.223	$ 32.181.115	$ 39.818.202
(-) REINVERSION DE LOS EXCEDENTES	$ 2.054.984	$ 10.619.768	$ 13.140.007
= UTILIDAD NETA	$ 4.172.240	$ 21.561.347	$ 26.678.195

Flujo de caja	año 1	año 2	año 3
Ingresos operativos	$ 244.000.000	$ 256.200.000	$ 269.010.000
egresos operativos	$ 226.702.920	$ 196.936.528	$ 201.308.816
Flujo Operativo	$ 17.297.080	$ 59.263.472	$ 67.701.184
ingresos no operativos	$ 68.609.702	$ 0	$ 0
egresos no operativos	$ 68.609.702	$ 2.054.984	$ 10.619.768
flujo no operativo	$ 0	-$ 2.054.984	-$ 10.619.768
Flujo Neto	$ 9.036.664	$ 57.208.488	$ 57.081.416
Saldo anterior	$ 0	$ 9.036.664	$ 66.245.152
Saldo final	$ 9.036.664	$ 66.245.152	$ 123.326.568

Análisis Financiero

TIR (Tasa interna de Retorno)	28,48%
VAN (Valor Neto Anual)	$ 20.038.060
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	2,5 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 $ 21.561.347, 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 28,48% (Formato financiero) es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 28%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de $ 20.038.060, 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 2,5 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 240 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 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 Altamira – 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 con la ejecución de acciones orientadas a prevenir, controlar y reducir los impactos ambientales no apetecidos, compuestos durante la actividad ganadera. Todos estos elementos se encierran en un proceso de mejora continua del proceder ambiental de la actividad. De la misma manera, velamos por el progreso sostenible del medio ambiente, relacionándonos con la legislación ambiental de nuestro país.

Viabilidad Económica

El trabajo asociativo, nos permitirá, reducir costos operativos y de producción, al igual que otros gastos relacionados con el negocio, acceso a recursos financieros de capital, ya que los socios contribuyen con fondos a través de sus cuotas o buscar inversiones conjuntas, unido a ello identificar oportunidades para optimizar procesos, reducir desperdicios y mejorar la productividad, lo que conduce a un mejor rendimiento financiero en general adaptándose a cambios en el entorno empresarial o económico, compartir recursos según sea necesario, lo que les permite ajustarse más fácilmente a fluctuaciones en la demanda del mercado, cambios en los precios de los insumos o condiciones económicas adversas. Aprovechamiento de economías de escala, al aumentar el volumen de producción o la escala de las operaciones, mayor capacidad de negociación; al unir fuerzas, los socios pueden tener una posición de negociación más fuerte frente a proveedores, clientes y otras partes interesadas. Esto puede conducir

a mejores términos comerciales, descuentos por volumen y oportunidades de colaboración más favorables, Ampliación de la base de clientes y mercados, expandir las ventas y aumentar los ingresos, ya que se tiene acceso a una audiencia más amplia sin la necesidad de invertir recursos significativos en marketing o expansión geográfica.

El negocio aportará un pago de impuestos con una Tasa del 33% por valor de $ 10.619.768 a partir del segundo 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.

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.