PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN

ASOCIACIÓN DE GANADEROS DE TELLO ASOGAT

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila

ASOCOOPH

Presentado por:

Héctor Eduardo Hernández

Representante Legal

Tello - Huila, 26 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....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 14
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO....15
6 Recursos claves....16
7 Plan financiero 20
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS 20
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS 21
7.3 ANALISIS FINANCIERO 21
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD....23

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Asociación de Ganaderos de Tello ASOGAT	**NIT / RUT**	900605816-5	
Dirección	Carrera 2 No. 3-01	**Teléfono 1**	3118429134	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	**Ciudad/ municipio/ vereda**	Tello	
Página web	No tiene	**E-mail**	asogat1030@gmail.com	
Nombre gerente	Héctor Eduardo Hernández	**Celular**	3184840873	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	**Antecedentes**	El Representante Legal cuenta con conocimiento empírico en temas Ganaderos; Asimismo cuenta con formación Sena y Comité de Ganaderos.	
Nombre del representante legal	Héctor Eduardo Hernández			
Experiencia de la empresa en el sector	Once (11) años		**Año: 2023**	**Año: 2024**
Actividad principal	Actividades de Ganadera Bovina (Lechería)	**Número de empleados (directos)**	0	0
Fecha constitución	29/11/2012	**Número de asociados (si aplica)**	35	20
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Producir y comercializar Leche cruda Bovina, Vacas de Descarte y Terneros Destetos			
Figura jurídica	9499: Actividades de Otras Asociaciones n.c.p. y 0162: Actividades de Apoyo a la Ganadería	**Ingresos de asociados**		

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Lechería ASOGAT

2.1 JUSTIFICACION

El objetivo de apoyar a las Asociaciones en el Huila en la formulación de su Plan de Negocios de acuerdo con su actividad principal es fortalecer su capacidad para promover el desarrollo sostenible y mejorar las condiciones de vida de las comunidades agrícolas en la región.

Las Asociaciones agropecuarias en el departamento del Huila pueden tener varios impactos positivos en la comunidad local y en la región en general, y contribuyen a la sostenibilidad en aspectos como la diversificación de la producción agropecuaria y agroindustrial 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 mejorando el uso de los recursos naturales, como el agua y los nutrientes del suelo, mediante el fomento de prácticas sostenibles.

La principal problemática que afronta nuestra organización es la baja productividad de los hatos ganaderos, causada por la falta de mejoramiento genético del ganado. Las terneras nacidas en nuestras fincas frecuentemente no poseen las condiciones genéticas óptimas para asegurar una alta producción de leche. Esta situación se traduce en rendimientos inconsistentes y en una incapacidad para cumplir con las exigencias de las industrias lecheras.

Las empresas transformadoras de leche buscan leche cruda con un alto contenido de grasa, que no esté adulterada con agua y que se entregue puntualmente, en las condiciones pactadas y cumpliendo con todas las normas de calidad e inocuidad.
El presente plan de negocios está diseñado para solucionar esta problemática mediante la implementación de un programa de mejoramiento genético del ganado. Este programa incluirá la adquisición de semen de alta calidad y la inseminación artificial para mejorar las características genéticas de nuestro hato.

En resumen, el plan de negocios no solo abordará la necesidad de mejoramiento genético para incrementar la productividad de nuestros hatos, sino que también garantizará que podamos cumplir con los altos estándares de calidad requeridos por las empresas transformadoras. Esto fortalecerá nuestra posición en el mercado, aumentará nuestra competitividad y asegurará un crecimiento sostenible para nuestra organización.

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**
Explotación Ganadera (Bovina); Leche Cruda Bovina	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 sector, incluyendo sus beneficios, recetas inspiradoras y las historias detrás de nuestros productores. Además, planeamos participar activamente en ferias comerciales y encuentros empresariales.
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)	36.000 Litros (Leche)	112.000	Mensual	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)	$ 1.800

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestra asociación se destaca por ofrecer leche cruda de vaca de alta calidad, obtenida mediante Buenas Prácticas Ganaderas (BPG), Buenas Prácticas de Ordeño (BPO), Buenas Prácticas de Higiene (BPH) y una alimentación especializada para nuestras vacas. Este enfoque garantiza un producto fresco y nutritivo para nuestros clientes, respaldado por nuestra dedicación a la calidad y la salud animal.

Al elegir nuestra leche, los clientes resuelven preocupaciones sobre la calidad y la seguridad alimentaria al acceder a una alternativa fresca y natural a la leche procesada. Nuestro enfoque innovador se centra en la atención a la nutrición y el bienestar animal. En última instancia, nos diferenciamos en el mercado al enfocarnos en la calidad, la sostenibilidad y la transparencia en toda nuestra cadena de suministro, ofreciendo a nuestros clientes una opción confiable y ética para satisfacer sus necesidades de leche de vaca.

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 y el 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)	Empresa legalmente formalizada ante Cámara de Comercio principalmente con actividades de Compra, Venta y Transformación de Leche Bovina (elaboración de otros productos derivados de la leche bovina o producto terminado y exportación).	Esta ubicad0 en el municipio de Tello	Quesera don Omar	1	100%
				TOTAL	**100%**

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 (Local) Asociación de Ganaderos de Baraya ASOGABA	Competidor 1 (Regional) Asociación de Productores de Leche de Baraya ASOPROLEBA
Ubicación	Baraya - Huila	Baraya - Huila
Cobertura	Mercado local y regional a través de distribuidores mayoristas.	Mercado regional y nacional a través de distribuidores mayoristas.
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL / *Valor Agregado*	Leche Cruda de Vaca (litro) / Implementan y transmiten valores asociativos y trabajo en equipo.	Leche Cruda de Vaca (litro). Cuentan con Equipos y Herramientas Agropecuarias tecnificadas e Implementan las BPG y BPO.
Precios del producto principal *(Fijado al detal y/o al por mayor a convenir)*	Precio Mayorista: $1.700 Litro	Precio Mayorista: $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 a crédito (8 días)	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 a crédito (8 días)
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.
Coagrohuila	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, flyer, 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 punto de venta físico ubicado en cada una de las Unidades Productivas de los Asociados - Cooperados, donde se realiza 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.

¿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 nuestros puntos físicos 2. Venta a intermediarios, mercados nacionales e internacionales, mayoristas y minoristas. 3. Participación en vitrinas comerciales y ferias agropecuarias. 4. Seguir avanzando en el fortalecimiento de la transformación de la leche en productos finales por parte directa de la asociación.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Municipio de Tello – Huila

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

· Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)
El Área Productiva (Pastos de corte; Potreros; Corral; Semovientes) está conformada por Unidades Productivas pertenecientes a cada uno de las Asociadas, las cuales oscilan entre 1 a 5 Hectáreas. Estas áreas productivas se encuentran ubicadas en la Zona Rural del Municipio de Tello - Huila.

Descripción de área productiva	
El Área Productiva (Pastos de corte; Potreros; Corral; Semovientes) está conformada por Unidades Productivas pertenecientes a cada uno de las Asociadas, las cuales oscilan entre 1 a 5 Hectáreas. Estas áreas productivas se encuentran ubicadas en la Zona Rural del Municipio de Tello - Huila.	
Ubicación	**Dispone de servicios públicos**
Tello – Huila	· Acueducto Veredal: Sí · Energía eléctrica: Sí · Gas: Domiciliario: Sí (Pipeta - Cilindro) · Teléfono: Sí (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: **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 las fincas y posteriormente es llevada al municipio de Tello a la empresa Lácteos Gomar.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Héctor Eduardo Narváez	Representante Legal y presidente	Orientar, dirigir, ejecutar, gestionar y planear las directrices, buscando estrategias y políticas para cumplir las metas trazadas por la empresa.
Oscar Iban Gómez Gómez	Vicepresidente	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como apoyar directamente al representante legal.
Por definir	Asistente Técnico (Ingeniero Agrónomo)	Asesorar a las asociaciones en la preparación y conservación de suelos. Efectuar el mantenimiento de implementos agropecuarios. Organizar y montar equipos y materiales necesarios para las actividades agropecuarios.
Por definir	Mayordomo	Cuidar los Semovientes (Vacas); Rodear, Ordeñar, Realizar labores culturales a sembrados de Pastos de Corte, Mantenimiento de Praderas.
Por definir	Operario de Campo (Jornalero)	Coadyuvar al Mayordomo en las actividades de Ordeño, Desinfección, Mantenimiento de Corrales y Potreros.
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				
ECOGRAFO	Ecógrafo 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.	1	$ 17.000.000	$ 17.000.000
TANQUE CRIOGENICO	Almacenamiento Dewar criogénico 30 litros 80 mm Semen biológico Tanques de nitrógeno líquido para uso en laboratorio. Modelo YDS-30-80. Capacidad (L) 30. Diámetro del cuello (mm): 80. Diámetro exterior (mm): 435 . Altura (mm): 665. Peso vacío (kg): 14 El número de botes: 6 Hora de la tienda (día): 100	1	$ 4.500.000	$ 4.500.000
TANQUE CRIOGENICO 4 LTR	El contenedor de nitrógeno líquido CGOLDENWALL se utiliza principalmente para la cría de semen de ganado, almacenamiento congelado (AI) y criopreservación de órganos humanos, piel, sangre, células, ensamblaje de enfriamiento industrial, tratamiento en frío de	1	$ 2.500.000	$ 2.500.000

	materiales metálicos, trituración criogénica, superconducción y otros aspectos. Capacidad 4 litros. Amplia aplicación: el tanque de nitrógeno líquido se puede utilizar ampliamente en granjas, institutos de investigación, laboratorios, hospitales, salones de belleza y otras unidades. Calibre compacto de 1.969": un diámetro pequeño permite un almacenamiento y ciclo más largos, mientras que un diámetro grande causará fugas de nitrógeno líquido.			
TERMO DESCONGELADOR	TERMO DESCONGELADOR DE PAJILLAS. Usado para descongelar pajillas a temperatura ambiente.	1	$ 350.000	$ 350.000
TERMÓMETRO	Termometro inseminación Código: Vn-204092. El termómetro químico es indicado para efectuar el control de temperatura del semen.	1	$ 120.000	$ 120.000
PISTOLA DE INSEMINAR UNIVERSAL	Las Pistolas para Inseminación Artificial de Minitube, con su construcción en acero inoxidable de alta calidad, representan la excelencia en tecnología de reproducción bovina. Diseñadas para una variedad de configuraciones, estas pistolas ofrecen un rendimiento fiable y	1	$ 270.000	$ 270.000

	preciso en los programas de inseminación artificial.			
PINZA PARA PAJILLA	PINZA COGE PAJILLA SKU: ARSIS10180	1	$ 25.000	$ 25.000
CORTA PAJILLA	Corta Pajillas de 0,25 y 0,5	1	$ 110.000	$ 110.000
PISTOLA DE TRANSFERENCIA EMBRIONARIA	Pistola de transferencia de embriones - WTA. diseñada con un sistema de bloqueo automático de la funda, práctico desmontable para una fácil limpieza.	1	$ 200.000	$ 200.000
Insumos y herramientas				
REGLA MEDIDORA DE NITRÓGENO	Regla para medir nivel del líquido en contenedores de NL2. Ref.: 16550/9760 Para chequear el nivel de nitrógeno líquido en contenedores criogénicos. Longitud: 610 mm.	1	$ 100.000	$ 100.000
SEMEN CONGELADO	Semen Bovino	1	$ 4.200.000	$ 4.200.000
NITRÓGENO LÍQUIDO	Nitrógeno lìquido por litros.	1	$ 150.000	$ 150.000
FUNDAS DESCARTABLES	Fundas para medir nivel del líquido le contenedores fundas NL2. Ref.: 16550/9760 Para chequear el nivel líquido le contenedores criogénicos. Longitud: 610 mm.	1	$ 150.000	$ 150.000
SOBREFUNDAS	Sobrefundas para inseminación artificial	1	$ 60.000	$ 60.000
GUANTES OBSTÉTRICOS	Guantes de polietileno largos, desechables, no estériles y naranja transparente. **Guante uso veterinario** hasta el hombro.	1	$ 45.000	$ 45.000

PAPEL ABSORBENTE	TOALLA DESECHABLE VET ECOTOWEL. oallas desechables para uso veterinario. Óptimas para el secado e higiene de la ubre. Participan activamente en la calidad y en la sanidad de la leche, Higiénicas eficientes y seguras. Papel ecológico natural.	1	$ 20.000	$ 20.000
LUBRICANTE EXTERNO	Lubricante Slix No Espermicida-Tubo 6 Oz. es la elección confiable para procedimientos de inseminación artificial y transferencia de embriones. Diseñado para brindar una lubricación efectiva sin comprometer la viabilidad espermática, este lubricante en formato tubo de 6 oz garantiza una aplicación precisa y conveniente.	1	$ 35.000	$ 35.000
LIBRO DE REGISTRO	Libro pasta dura.	1	$ 15.000	$ 15.000
INDUMENTARIA O VESTIMENTA (GORRA, MAMELUCO O MANDIL Y BOTAS DE JEBE)	Indumentaria como gorra, mameluco o mandil y botas de jebe.	1	$ 120.000	$ 120.000
JERINGAS Y LIDOCAINA	Insumos como jeringas y lidocaína (analgésico)	1	$ 30.000	$ 30.000
Equipos de computo				
Otros				
			Valor total inversiones requeridas	**$ 30.000.000**

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)	Leche Cruda Bovina: A través de la producción y comercialización de 36.000 Litros de Leche, la cual comercializaremos a $1.800 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 Bovina (Litro)	112.000	117.600	123.480

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	$1.800	$742,61	$1.057,39

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	$ 2.731.400	$ 32.776.800	$ 34.415.640	$ 36.136.422
Costos Mp	$ 3.266.293	$ 39.195.520	$ 41.155.296	$ 43.213.061
Gastos administrativos	**Presupuesto mensual**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**
Acueducto	$30.000	$360.000	$360.000	$360.000
Energía	$50.000	$600.000	$600.000	$600.000
Dotaciones	$195.000	$2.340.000	$2.340.000	$2.340.000
Papelería y útiles	$40.000	$480.000	$480.000	$480.000
Mantenimiento equipos	$50.000	$600.000	$600.000	$600.000
Caja menor	$2.000.000	$24.000.000	$24.000.000	$24.000.000
Comunicación y teléfono	$50.000	$600.000	$600.000	$600.000
Gastos bancarios	$60.000	$720.000	$720.000	$720.000
Gastos de ventas	**Presupuesto mensual**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**
Gastos de representación	$1.200.000	$14.400.000	$14.400.000	$14.400.000
Valor total		$116.072.320	$119.670.936	$90.949.482

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	$ 30.000.000	$ 21.798.880
Créditos	$ 0	$ 0
Total	$ 30.000.000	$ 21.798.880

Estado de Resultados Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	$ 201.600.000	$ 211.680.000	$ 222.264.000
(-) COSTO VARIABLE M.P.	$ 39.195.520	$ 41.155.296	$ 43.213.061
(-) COSTO VARIABLE M.O.	$ 32.776.800	$ 34.415.640	$ 36.136.422
(-) COSTOS FIJOS	$ 5.653.000	$ 5.653.000	$ 5.653.000
= UTILIDAD BRUTA	$ 123.974.680	$ 130.456.064	$ 137.261.517
(-) GASTOS FIJOS	$ 59.016.482	$ 30.237.862	$ 27.360.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	$ 55.256.482	$ 57.894.344	$ 58.482.344
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	$ 9.701.716	$ 42.323.858	$ 51.419.173
-intereses	$ 0	$ 0	$ 0
OTROS EGRESOS	$ 2.545.000	$ 0	$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 7.156.716	$ 42.323.858	$ 51.419.173
(-) REINVERSION DE LOS EXCEDENTES	$ 2.361.716	$ 13.966.873	$ 16.968.327
= UTILIDAD NETA	$ 4.795.000	$ 28.356.985	$ 34.450.846

Flujo de caja	año 1	año 2	año 3
Ingresos operativos	$ 201.600.000	$ 211.680.000	$ 222.264.000
egresos operativos	$ 188.585.284	$ 154.283.142	$ 155.183.827
Flujo Operativo	$ 13.014.716	$ 57.396.858	$ 67.080.173
ingresos no operativos	$ 51.798.880	$ 0	$ 0
egresos no operativos	$ 54.555.963	$ 2.361.716	$ 13.966.873
flujo no operativo	-$ 2.757.083	-$ 2.361.716	-$ 13.966.873
Flujo Neto	$ 458.753	$ 55.035.142	$ 53.113.300
Saldo anterior	$ 0	$ 458.753	$ 55.493.894
Saldo final	$ 458.753	$ 55.493.894	$ 108.607.194

Análisis Financiero

TIR (Tasa interna de Retorno)	35,35%
VAN (Valor Neto Anual)	$ 25.137.366
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 $28.356.985, 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 35,35% (Formato financiero) 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 $25.137.366, 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 la formulación del presente plan de negocios se busca Mejorar las condiciones económicas de las familias de la región, mediante la contratación permanente de mano de obra, la sensibilización de la rentabilidad, para impulsar e implementar nuevos proyectos en la región que fortalezca las cadenas productivas del sector agrícola en abastecimiento de materias primas, distribución y logística, comercialización y ventas, servicio al cliente con valores adicionales como soporte técnico, mantenimiento, garantías o programas de fidelización de clientes para mantener la satisfacción del cliente y fortalecer las relaciones comerciales.

Con el fortalecimiento de nuestra actividad productiva y comercial, estaremos contribuyendo al cierre de la brecha de porcentajes de desempleo e informalidad laboral, teniendo en cuenta que se espera continuar generando empleo a través de la contratación de Mayordomo, Operario de Campo, Asistente Técnico, Contador, Jornales y otras labores culturales. Para lo cual se utilizarán 244 jornales en total por año para atender el modelo del plan de negocio propuesto.

Desde el componente social, el plan de negocios contribuirá a la generación de empleo formal y decente, mejorando así la calidad de vida del ocupado y sus familias, además de dinamizar la economía local.

Con la implementación de este plan de negocio, estamos 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

La Asociación produce y comercializa Leche Cruda Bovina con prácticas agropecuarias sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. A través de la implementación de sistemas silvopastoriles y rotacionales, promovemos la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad en la región. Además, nos esforzamos por reducir la huella ambiental mediante la gestión eficiente de los recursos hídricos y la energía, el manejo adecuado de los residuos agropecuarios.

Lo anterior a través de procesos que permiten hacer uso eficiente de los recursos naturales de manera que no se agoten ni se degraden, asimismo como política de la asociación, estamos promoviendo la responsabilidad ambiental y la promoción de prácticas de producción y consumo sostenible.

Finalmente 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 a través de la Organización, 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.

Lo anterior 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 Modelo de Negocio propuesto por la Organización aportará un pago de impuestos con una Tasa del 33% por valor de $ 13.966.873, 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 sólo proporcionan seguridad económica a los trabajadores y sus familias, sino que también pueden ayudar a financiar programas de seguridad social más amplios.