

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
ASOCIACIÓN DE MUJERES PRODUCTORAS DEL MUNICIPIO DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DEL HUILA ASOMUJERES.PRO

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

Jerusalén Ramírez
Tesorera

Huila, Colombia, 29 de mayo de 2024

Contenido

1.	Caracterización de la Organización.....	3
2.	Nombre del plan de negocio	4
2.1	JUSTIFICACIÓN	4
3.	Descripción del negocio/estudio de mercadeo	5
3.1	PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER / CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN/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	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 PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	14
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO	15
6	Recursos claves	15
7	Plan financiero.....	19
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	19
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	20
7.3	ANÁLISIS FINANCIERO	20
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	23

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Asociación de Mujeres Productoras del Municipio de Colombia Departamento del Huila ASOMUJERES.PRO	NIT / RUT	901298869-0	
Dirección	Vereda Nazaret	Teléfono 1	3184029571	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	Colombia Huila	
Página web	No tiene	E-mail	anagabycalcar@gmail.com	
Nombre gerente	Ana Gabriel Calviche Cárdenas	Celular	3134643860	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	Antecedentes	Gran parte de las asociadas cuentan con formaciones del SENA y fortalecimiento de Asocooph.	
Nombre del representante legal	Ana Gabriel Calviche Cárdenas			
Experiencia de la empresa en el sector	5 años		Año: 2023	Año: 2024
Actividad principal	S9499	Número de empleados	0	0
Fecha constitución	5/06/2019	Número de asociados (si aplica)	30	30
Descripción del producto/ servicio/ labor social.	Producción y comercialización de Mojarra Roja y Negra			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	Ingresos de asociados		

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Producción y Comercialización de Mojarra Roja y Negra

2.1 JUSTIFICACIÓN

El objetivo de apoyar a las asociaciones en el Huila en la formulación de su plan de negocios de acuerdo con su actividad principal es fortalecer su capacidad para promover el desarrollo sostenible y mejorar las condiciones de vida de las comunidades agropecuarias en la región.

Las asociaciones agropecuarias en el Huila puede tener varios impactos positivos en la comunidad local y en la región en general, y contribuye a la sostenibilidad en aspectos como la diversificación de la producción agropecuaria local, que proporcionen una fuente de ingresos más estable para los agricultores, ganaderos o pecuarios dada la diferencia en los ciclos de crecimiento y precios de mercado, esto aumentará la disponibilidad y variedad de alimentos en la comunidad al garantizar un suministro constante de alimentos frescos y nutritivos, uso más eficiente de los recursos: mejorando el uso de los recursos naturales, como el agua y los nutrientes del suelo, mediante el fomento de prácticas sostenibles como la rotación de cultivos y el uso de abonos verdes. Estas prácticas ayudan a mantener la salud del suelo, reducen la erosión y promueven la biodiversidad en los sistemas agropecuarios.

La principal problemática que enfrenta nuestra asociación en el inicio de la producción de mojarra es la falta de materiales e insumos que nos permitan satisfacer la creciente demanda del mercado de manera eficiente y sostenible. Esta carencia puede limitar nuestra capacidad productiva, afectando tanto la calidad del producto como nuestra competitividad en el mercado.

El presente plan de negocios está diseñado para fortalecer nuestra capacidad productiva aprovechando la demanda existente. Para ello, se centra en la adquisición de materiales e insumos de alta calidad necesarios para el cultivo y procesamiento de la mojarra.

El plan contempla la inversión en un equipo de cómputo, materiales e insumos que nos permitan ser más eficientes en nuestros procesos administrativos y productivos, así como instalaciones adecuadas para el procesamiento y almacenamiento del producto final.

Estas inversiones no solo aumentarán nuestra capacidad de producción, sino que también garantizarán que podamos mantener la calidad del producto a lo largo de toda la cadena de valor.

En resumen, al fortalecer nuestra parte productiva a través de la adquisición de materiales e insumos de alta calidad y aprovechando la demanda creciente del mercado, este plan de negocios proporcionará una base sólida para el crecimiento y la sostenibilidad de nuestra organización en la producción de mojarra.

3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO

3.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER / CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN/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
Mojarra Roja y Negra	Mojarra Roja y Negra
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
La mojarra- tilapia es criada de forma de manera sustentable, gracias al tipo de crianza es benéfica para la salud, su cultivo es 100% natural sin antibióticos, ni hormonas de crecimiento, todos los recursos que se utilizan para su producción son naturales. Las cualidades nutrimentales de la tilapia son muchas. Cada 100 gramos contienen 20 gramos de proteína, 1.7 de grasa, 96 calorías y 50 mg de colesterol, minerales como potasio, fósforo y sodio, así como vitaminas D, B3, y B9.	Mojarra por libra (500 gr)

Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Canastillas de plástico	Actualmente no cuentan con publicidad. Se tiene como objetivo a mediano plazo la creación de publicidad física como tarjetas de Presentación, Pendón, y Digital (Red Social Facebook). Se proyecta la implementación de una Estrategia de Marketing Digital.
Fotos de los productos	
	

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

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?
Trucha Arcoíris	5.000 lb	7.900 lb	cada 7 u 8 meses	Se proyecta para los meses de Febrero y Marzo de 2025	

VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Mojarra Rojas y Negra	Fresco	\$18.000 Kg

3.2 PROPUESTA DE VALOR

El valor agregado que entregamos al cliente es la garantía de un producto de alta calidad y cultivado con Buenas Prácticas Piscícolas.

Ayudamos a resolver problemas relacionados con la disponibilidad y la calidad inconsistente de productos de mojarra en el mercado, proporcionando un suministro constante y confiable.

Satisfacemos las necesidades de los clientes que buscan alimentos saludables, sostenibles y producidos bajo estrictos estándares de seguridad alimentaria. Nuestro componente innovador radica en la implementación de prácticas de acuicultura sostenible, que no solo optimizan la producción, sino que también minimizan el impacto ambiental.

Nos diferenciamos de la competencia por nuestro compromiso con la calidad, la sostenibilidad y el bienestar animal, así como por nuestras sólidas relaciones con proveedores que nos permiten ofrecer productos a precios competitivos sin comprometer la excelencia.

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.
SENA	Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo.
GOBERNACIÓN DEL HUILA	Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas.
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.
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.
Alcaldía Municipal de Colombia Huila	Apoyo técnico, financiero y fortalecimiento de la asociación.

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
Supermercados	Supermercados que hacen presencia en los municipios de Colombia, Baraya, Tello y Neiva, son establecimientos de comercio dedicados a la venta al por menor de productos de consumo masivo y de la canasta familiar.	Municipios Colombia, Baraya, Tello y Neiva	Una vez se de inicio al proyecto se realizará la labor comercial, para finiquitar los clientes.	6	20%
Restaurantes	Restaurantes que hacen presencia en el Municipio de Colombia, Baraya, Tello y Neiva, son establecimientos de comercio dedicados a la venta de comida preparada y a la carta.	Municipios Colombia, Baraya, Tello y Neiva	Una vez se de inicio al proyecto se realizará la labor comercial, para finiquitar los clientes.	10	20%
Intermediarios (aliado comercial)	Es una persona dedicada a la compra y venta de mojarra roja y negra a gran escala en la ciudad de Bucaramanga. Ya se tiene la negociación con él para el suministro de gran parte de la producción.	Bucaramanga	Comerciante de la ciudad de Bucaramanga	1	60%
TOTAL					100%

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional: Piscícola Botero	Competidor 2 Local: Piscícola Caracolí
Ubicación	Hobo, Campodiegre, Neiva - Huila	Rivera- Yaguará
Cobertura	Local, Regional, Internacional	Local, Regional, Internacional
Presentación del Producto / Valor Agregado	Tilapia roja y negra, filete de tilapia y piel de tilapia.	Tilapia roja y negra, filete de tilapia
	Cuenta con una capacidad de 38 toneladas diarias de proceso y certificación HACCP & BAP. Adicionalmente, tiene siete granjas de engorde, con certificación BAP y certificación de granjas bioseguras de acuerdo con normatividad del ICA.	Piscícola Caracolí, empresa reconocida por sus altos estándares de calidad, gracias a los cuales ha sido acreedora a la certificación Best Aquaculture Practices (BAP), que garantiza a nuestros clientes el suministro permanente en la producción de tilapia roja, (<i>Oreochromis sp</i>) y tilapia plateada (<i>Oreochromis niloticus</i>).
Precios del producto principal (<i>Fijado al detal</i>) (<i>Por mayor a convenir</i>)	Entre \$19000 kg y \$27000 kg	Entre \$19000 kg y \$27000 kg
Canal de distribución	Punto de venta directo, Supermercados, Restaurantes, grandes superficies, exportadores.	Punto de venta directo, Supermercados, Restaurantes, grandes superficies, exportadores.
Formas de pago	Efectivo	Efectivo
Venta directa o indirecta	Comercialización directa e indirecta	Comercialización directa e indirecta

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Ferretería Trujillo	Cemento, Hierro, Mangueras, Herramientas

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Comunicaciones oral y escrita 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, YouTube. Se implementará en un mediano plazo.
Medios de difusión que se van a utilizar	Presencia en ferias, página web, marketing digital, flyer, tarjetas de presentación, pendón.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Por ahora realizamos la venta directamente desde la asociación a cada uno de nuestros clientes.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Son supermercados y restaurantes ubicados en los municipios de Colombia, Baraya y Tello
¿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 del municipio, la Gobernación del Huila, la Cámara de Comercio y Asocooph y por medio de la estrategia de marketing digital.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	A través de Marketing Digital: Las redes sociales son indispensables para dar a conocer la disponibilidad del producto, así mismo la página web, se generará contenido con los procesos que se desarrollan en torno a proceso productivo de la tilapia.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Municipio de Colombia, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)
Lote de aproximadamente 5 hectáreas ubicado en la vereda Nazaret del municipio de Colombia Huila.

Descripción de área productiva	
En este momento se están haciendo las adecuaciones en los 8 lagos que están contruidos.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Vereda Nazaret del municipio de Colombia.	<ul style="list-style-type: none"> · Acueducto veredal: Sí · Energía eléctrica: Si · Gas: Pipeta · Teléfono: Si (Celular)
Formalización del área de trabajo	
(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
Tienen un contrato de arrendamiento por 10 diez (10) años, cuyo arrendatario es el grupo Asociativo Sembradores de Vida.	
Fotografías del área productiva	



5.3 PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Etapas del Proceso	del	Descripción
Proceso Selección y Preparación del Sitio	1-	Selección de un sitio adecuado con acceso a agua limpia. Allí se hace la construcción de los estanques o lagos.
Proceso 2- Cría de Alevines		Los alevines son alimentados y criados en tanques o estanques hasta alcanzar un tamaño adecuado para ser transferidos.
Proceso Alimentación	3 -	Los alevines se alimentan con dietas especializadas ricas en proteínas para un crecimiento rápido y saludable.
Proceso 4 - Manejo del Agua		Se asegura una calidad óptima del agua mediante la recirculación, filtración y aireación.
Proceso Monitoreo	5-	Se monitorean constantemente la salud de los peces, la calidad del agua y el crecimiento.
Proceso 6- Cosecha		Tamaño de Cosecha, las tilapias se cosechan una vez que alcanzan el tamaño comercial, generalmente entre 200 y 500 gramos. La cosecha puede realizarse mediante redes o sistemas automáticos para minimizar el estrés en los peces.
Proceso Desangrado y Eviscerado	7 -	Inmediatamente después de la cosecha, las truchas se desangran y se evisceran para garantizar la calidad y la seguridad alimentaria.
Proceso Enfriamiento	8 -	Las tilapias se enfrían rápidamente para preservar su frescura.
Proceso Fileteado	9 -	Las tilapias pueden ser fileteadas según las preferencias del mercado.
Proceso Empaque	10-	Se empaquetan en atmósferas controladas o al vacío para extender la vida útil.
Proceso Congelación	11 -	Pueden ser congeladas para su transporte y conservación.
Proceso Comercialización	12-	Se coordinan los sistemas de transporte refrigerado para mantener la cadena de frío desde la granja hasta el consumidor.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Ana Gabriel Calviche	Representante Legal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad de la Asociación.
Jerusalén Ramírez	Tesorera	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad de la Asociación y encargada de gestionar todas las actividades relacionadas con el área financiera.
Por definir	Secretaria	Encargada de gestionar y acompañar reuniones, llevar Actas y registros, y demás temas administrativos.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Planta Eléctrica	Planta eléctrica a gasolina FORTE 10000 W. Ref: SKU: FG10000. Motor: 16HP. Salida: 110V-220V/60Hz/1 Fase. Equipado con un potente motor de 15 HP, este generador garantiza un rendimiento robusto y eficiente en proyectos de construcción, eventos al aire libre y situaciones de emergencia	1	\$ 6.510.000	\$ 6.510.000
Trituradora de Ramas y	TP8AMG TRITURADOR PICADOR. Producción picando forrajes: 300 - 800	1	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000

residuos orgánicos	kg/h. Número de martillos fijos: 2. Número de cuchillas: 2. Número de contracuchillas: 1. Criba (agujeros en milímetros): 1.5,3, 5, 10 y lisa. Revoluciones del rotor: 3200 – 3500 RPM. Potencia del motor gasolina: 6,5 hp. Diámetro del rotor: 237 mm. Material del rotor: Acero laminado.			
Congelador Horizontal	Congelador Horizontal Challenger Doble Puerta 535 L - Ch 396. Este congelador horizontal de Challenger cuenta con ruedas en la parte inferior, las cuales facilitan su desplazamiento a todas partes. Viene también con doble chapa de seguridad y un empaque magnético removible que facilita su limpieza en la parte interior.	2	\$ 2.100.000	\$ 4.200.000
Insumos y herramientas				
Maya Antipajaro	Plástico transparente, 50 mts de largo por 1.80 de ancho	10	\$ 75.000	\$ 750.000
Luminarias Suret	Luminarias para el cultivo de mojarra	4	\$ 194.000	\$ 776.000
Plástico para invernadero	Alta efectividad y resistencia a los rayos solares. •Tipo : Plástico Agrolene UV. •Resistencia térmica : Si. Alta efectividad y resistencia a los rayos solares. •Tipo : Plástico Agrolene UV. •Resistencia térmica : Si	1	\$ 655.000	\$ 655.000
Caneca Plástica	55 galones	3	\$ 200.000	\$ 600.000
Caretilla Bellota	CARRETILLA METALICA CHASIS MADERA LLANTA ANTIPINCHAZO. olva metálica resistente al desgaste, resisten hasta 150 kg de carga.	2	\$ 235.600	\$ 471.200

Guante Anticorte	Acero inoxidable, tallas S y M	2	\$ 66.000	\$ 132.000
Cerca Eléctrica	Cerca eléctrica Marca Terko	2	\$ 256.000	\$ 512.000
Impulsor	Impulsor para Cercas Eléctricas Terko ZTKB250. El alcance de los impulsores varía desde 8 hasta 100 kilómetros lineales. Bivoltaje 110/ 220 V y a Batería dc.	1	\$ 169.000	\$ 169.000
Aisladores	Paquete * 100 Unidades	100	\$ 350	\$ 35.000
Cal dolomita	Bulto por 50 Kg	20	\$ 12.000	\$ 240.000
Tanque Agua	Tanque plastico de 100 litros Marca: Estra. Dimensiones 97cm x 60cm x 60cm	2	\$ 460.000	\$ 920.000
Canastilla para pescado	CANASTILLA TIPO FRESERA # 2. ALTO: 15 Cm ANCHO: 35Cm LARGO: 53 Cm. PESO: 1.100 Gr. APILABLES: 200 Kg CAPACIDAD DE CARGA 15 Kg	40	\$ 26.000	\$ 1.040.000
Nasa de pescar	Nasa red para pesca 2.1 m 1434. Esta Nasa puede ser una excelente herramienta para evitar perder tus capturas, ya que con su tamaño de 2.1 m. Su red está construida en nylon grueso y fino con la estructura del aro en aluminio, lo que la convierte en una herramienta liviana pero resistente. Además, es desmontable, eso facilitará su transporte. El Diámetro de su red es de 50 cm (Aprox.), y la profundidad de su red es de 70 cm (Aprox.), por lo tanto, podrás capturar presas de buen tamaño.	3	\$ 50.000	\$ 150.000
Cuchillo de corte	Multiusos 3 en 1	4	\$ 25.000	\$ 100.000
Cemento Argos	Bulto	10	\$ 27.000	\$ 270.000
Tejas	AMAHS de 3 metros	20	\$ 24.000	\$ 480.000

Conectores reductores	Para uniones de piezas	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Ladrillo	Tipo tolete	350	\$ 900	\$ 315.000
Concentrado	Tilapia de Iniciación por 40 Kg. Formulado para optimizar supervivencia. Altamente digestible para un óptimo desarrollo del alevino. Su óptima presentación, promueve un buen consumo y un excelente desarrollo de los animales.	10	\$ 153.000	\$ 1.530.000
Concentrado	Tilapia 38 Ext AGR 40Kg. Es un alimento flotante fabricado en gránulos de 3.5 mm de diámetro. Producto de alta digestibilidad con 38% de proteína, diseñado para la etapa de levante de tilapias.	10	\$ 179.100	\$ 1.791.000
Concentrado	TILAPIA 45 (Harina y Extruido). es un alimento con niveles de proteína por encima de 45% y con niveles de grasa mínimos de 4%, especialmente diseñado para la primera etapa de alimentación de las tilapias (Mojarras). Garantiza un rápido crecimiento de los alevinos, baja mortalidad y la mejor relación costo-beneficio.	15	\$ 228.100	\$ 3.421.500
Equipos de computo				
Computador Portátil	Todo En Uno Lenovo Amd Ryzen 3 7330U Ssd 512Gb Ram 16Gb Led 24 Pulgadas Full Hd. Modelo: AIO 3 24ALC6	1	\$2.555.000	\$ 2.555.000
Otros				
Valor total inversiones requeridas				30.122.700

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)	Un kilogramo de Mojarra Roja o Negra a \$18.000 empacada al vacío.
¿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?	Teniendo en cuenta los costos, precios de la competencia y estableciendo un margen de utilidad.

PROYECCION VENTAS AÑO 1, 2 Y 3

		Incremento porcentual según investigación de mercado	
		5%	5%
NOMBRE PRODUCTO	TOTAL AÑO 1 (En Unidades)	TOTAL AÑO 2 (En Unidades)	TOTAL AÑO 3 (En Unidades)
Mojarra Roja y Negra	7.900	8.295	8.709

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Mojarra Roja y Negra	Libra	\$18.000 Kg	\$7687,6	\$10.312,4

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$ 1.669.270	\$ 20.031.240	\$ 21.032.802	\$ 22.084.442
Costos Mp	\$ 3.391.733	\$ 40.700.800	\$ 42.735.840	\$ 44.872.632
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Energía	\$20.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000
Acueducto	\$10.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000
Comunicación y teléfono	\$30.000	\$360.000	\$360.000	\$360.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Valor total		\$61.452.040	\$64.488.642	\$67.677.074

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 30.122.700	\$ 22.000.000
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 30.122.700	\$ 22.000.000

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 142.200.000	\$ 149.310.000	\$ 156.775.500
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 40.700.800	\$ 42.735.840	\$ 44.872.632
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 20.031.240	\$ 21.032.802	\$ 22.084.442
(-) COSTOS FIJOS	\$ 8.954.657	\$ 8.954.657	\$ 8.954.657
= UTILIDAD BRUTA	\$ 72.513.303	\$ 76.586.701	\$ 80.863.769
(-) GASTOS FIJOS	\$ 32.616.482	\$ 3.837.862	\$ 960.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 25.256.482	\$ 27.334.344	\$ 27.334.344
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 14.640.339	\$ 45.414.495	\$ 52.569.425
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 625.933	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 14.014.406	\$ 45.414.495	\$ 52.569.425
(-) IMPUESTOS	\$ 4.624.754	\$ 14.986.783	\$ 17.347.910
= UTILIDAD NETA	\$ 9.389.652	\$ 30.427.712	\$ 35.221.515

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 142.200.000	\$ 149.310.000	\$ 156.775.500
Egresos operativos	\$ 120.765.004	\$ 97.100.848	\$ 97.411.418
Flujo Operativo	\$ 21.434.996	\$ 52.209.152	\$ 59.364.082
Ingresos no operativos	\$ 52.122.700	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 52.800.794	\$ 4.624.754	\$ 14.986.783
Flujo no operativo	-\$ 678.094	-\$ 4.624.754	-\$ 14.986.783
Flujo Neto	\$ 10.581.702	\$ 47.584.398	\$ 44.377.298
Saldo anterior	\$ 0	\$ 10.581.702	\$ 58.166.100
Saldo final	\$ 10.581.702	\$ 58.166.100	\$ 102.543.398

Análisis Financiero

TIR (Tasa interna de Retorno)	34,84%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 22.238.215
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 \$30.427.712, 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 34,84%, 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 \$22.238.215, 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 432 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 Colombia – Huila, adicional que estaremos contribuyendo con unos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia, como lo son: Fin de la Pobreza, Salud y Bienestar, Igualdad y Género, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Producción y Consumo Responsable.

Viabilidad Ambiental

Estamos comprometidos firmemente a implementar acciones destinadas a prevenir, controlar y reducir los impactos ambientales no deseados generados por nuestra actividad. Estas medidas forman parte de un proceso continuo de mejora ambiental en

todas nuestras operaciones. Asimismo, nos esforzamos por promover el progreso sostenible del medio ambiente, cumpliendo rigurosamente con la legislación ambiental de nuestro país y buscando siempre prácticas que minimicen nuestro impacto en el entorno.

Viabilidad Económica

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

El negocio aportará un pago de impuestos con una Tasa del 33% por valor de \$14.986.783 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.