

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN ASOCIACIÓN DE MUJERES RURALES DE  
COLOMBIA ASOMUCOLH**

**Presentado a:**

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila  
ASOCOOPH

**Presentado por:**

Jeniffer Julieth Moreno Diaz  
Representante legal

Huila, Colombia, 12 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 .....	7
4. Mercado.....	8
4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO.....	8
4.2 COMPETENCIA .....	9
4.3 PROVEEDORES.....	10
4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES .....	10
4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	11
5. estudio técnico .....	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 .....	13
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	15
6 Recursos claves.....	15
7 Plan financiero .....	20
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.....	24

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
<b>Nombre organización</b>	Asociación de Mujeres Rurales de Colombia ASOMUCOLH	<b>NIT / RUT</b>	901535846-9	
<b>Dirección</b>	Vereda San Ambrosio	<b>Teléfono 1</b>	3209565711	
		<b>Teléfono 2</b>	3146850554	
<b>Departamento</b>	Huila	<b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>	Colombia	
<b>Página web</b>	<a href="#">No tiene</a>	<b>E-mail</b>	<a href="mailto:asociacionmujeresrarales20@gmail.com">asociacionmujeresrarales20@gmail.com</a>	
<b>Nombre gerente</b>	Jeniffer Julieth Moreno Diaz	<b>Celular</b>	3209565711	
		<b>Teléfono 1</b>		
<b>Cargo (si tiene otro)</b>	Representante Legal	<b>Antecedentes</b>	La Representante Legal y demás asociadas cuenta con Certificación en Producción Agropecuaria y Ordeño.	
<b>Nombre del representante legal</b>	Jeniffer Julieth Moreno Diaz			
<b>Experiencia de la empresa en el sector</b>	2 años y 7 meses		<b>Año: 2023</b>	<b>Año: 2024</b>
<b>Actividad principal</b>	S9499	<b>Número de empleados (directos)</b>		
<b>Fecha constitución</b>	29/10/2021	<b>Número de asociados (si aplica)</b>	10	10
<b>Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)</b>	Producción y Comercialización de Queso Costeño			
<b>Figura jurídica</b>	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria (Asociación)	<b>Ingresos de asociados</b>		

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Producción y Comercialización de Queso Costeño “ASOMUCOLH”

### 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 aumentara 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 afronta nuestra organización radica en la necesidad de adquirir maquinaria adecuada que nos permita industrializar el proceso de producción. En la actualidad, nuestra capacidad de producción está limitada por la falta de equipos especializados, lo que nos impide satisfacer la creciente demanda del mercado de manera eficiente.

La adquisición de maquinaria adecuada nos permitirá aumentar significativamente nuestra capacidad de producción. Al industrializar nuestro proceso de producción, podremos optimizar los tiempos y recursos necesarios para elaborar nuestros productos, lo que se traducirá en una mayor eficiencia y rentabilidad para la organización. Además, al aumentar nuestra capacidad de producción, estaremos en mejores condiciones para satisfacer la demanda del mercado y expandirnos a nuevos segmentos o regiones, lo que contribuirá al crecimiento y consolidación de nuestra empresa en el sector.

### 3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO

#### 3.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER / CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN/VARIEDAD/PRECIO

<b>Producto(s)/servicio(s) ofrecidos por la organización</b>	<b>Productos y/o servicios en los que se va a enfocar el plan de negocios</b>
Queso Costeño	Queso Costeño
<b>Principales características</b>	<b>Presentaciones en las que se va a ofrecer</b>
El queso costeño es un queso fresco elaborado con leche bovina normalmente no pasteurizada, no ácido, de alta salinidad, es prensado, por lo que su porcentaje de humedad es de 61%, grasa del 45%. El queso costeño es uno de los quesos más tradicionales y de bastante aplicación en la gastronomía de Colombia. Posee una textura semidura, de sabor característico salado entre moderado y fuerte, con una apariencia externa de color crema, con una superficie irregular con ojos y sin corteza, en su apariencia interna se evidencia una textura abierta, que no se desbarata al frotarlo con los dedos.	Bolsa plástica por 25 Kilos
<b>Empaques a utilizar</b>	<b>Material publicitario (opcional)</b>
Bolsas plásticas de 25 Kilos, Tulas y Guacales Plásticos	Actualmente, nuestra asociación carece de material publicitario. Con el objetivo de fortalecer nuestra presencia y promoción, estamos planeando crear un perfil en Facebook. Esta plataforma nos permitirá darnos a conocer y establecer conexiones con nuestros clientes potenciales, iniciando así nuestra estrategia de marketing de manera efectiva.

### 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?
Queso Costeño	72 libras diarias	25.920 lb	Anual	Todo el Año	La producción en este momento es constante

### VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Queso Costeño	Fresco	\$6.300 lb

### 3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestra organización se destaca por ofrecer queso costeño de alta calidad, elaborado artesanalmente con técnicas tradicionales e ingredientes frescos y naturales. Este enfoque garantiza un producto auténtico y delicioso para nuestros clientes, respaldado por nuestro compromiso por la excelencia.

Al optar por nuestro queso costeño, los clientes pueden disfrutar de un producto auténtico y tradicional, satisfaciendo así la necesidad de acceder a alimentos de calidad y sabores característicos.

Como grupo asociativo estamos comprometidos en trabajar en equidad y lograr el desarrollo económico nuestro, aportando significativamente al de nuestro municipio. La conexión con la comunidad local a quienes compramos la materia prima nos distingue de la competencia, fortaleciendo la confianza y la preferencia de nuestros clientes por nuestra marca.

### 3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
<b>ASOCOOPH</b>	Promueve e integra a las entidades de economía solidaria del departamento del Huila bajo los preceptos de la doctrina universal del cooperativismo.
<b>SENA</b>	Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo.
<b>GOBERNACIÓN DEL HUILA</b>	Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas.
<b>COMITÉ DE GANADEROS DEL HUILA</b>	Ente gremial que representa a los ganaderos del Departamento, ante los diferentes estamentos públicos y privados del orden local, regional y nacional.

<b>ICA</b>	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.
<b>MINISTERIO DE AGRICULTURA</b>	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario y el Desarrollo Rural.
<b>SECTOR PRIVADO</b>	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 realizadas a por tipo de cliente
<b>Intermediario (Quesera)</b>	Empresa ubicada en el municipio de Neiva. En estos establecimientos compran el queso para luego ser vendido a empresas, panaderías, bizcocherías y todo tipo de negocios que necesiten un producto fresco, de excelente calidad y a un precio competitivo.	Calle 7 No. 1E-92 Neiva Huila	Quesera el Cortijo	1	100%
<b>TOTAL</b>					<b>100%</b>

## 4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional: Inversiones Delago S.A.S Lácteos Gomar	Competidor 2: Local Asociación Agroindustrial Coffe Dulzura
<b>Ubicación</b>	Cra 5 # 8-58 Tello Huila	Municipio de Colombia, Huila
<b>Cobertura</b>	Departamento del Huila	Municipio de Neiva, Huila
<b>Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/ Valor Agregado</b>	Queso Fresco 450gr, producto fresco de excelente calidad y con un posicionamiento en el mercado local.	Queso costeño, Cuajada, productos fabricados en Buenas Prácticas de Manufactura.
<b>Precios del producto principal/ Por Mayor y al Detal</b>	Entre \$11.000 y \$13.000	\$6.200 lb
<b>Canal de distribución</b>	Supermercados, tiendas, salsamentarias	Intermediario
<b>Formas de pago</b>	Contado	Contado
<b>Venta directa o indirecta</b>	Comercialización directa (Mayoristas)	Comercialización directa (Intermediario)

### 4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Quesera el Cortijo	Cuajo, Sal, Gaberas, Bolsas
Asociados	Leche de Vaca

### 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. Próximamente la implementarán.
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
<p><b>¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?</b></p>	<p>La Asociación realiza la parte productiva y de distribución en una finca, ubicada en el Centro de la Vereda San Ambrosio del municipio de Colombia.</p>
<p><b>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</b></p>	<p>Actualmente nuestro aliado estratégico se encuentra ubicado en el municipio de Neiva, desde nuestro punto de fabricación se empaca y se envía cada ocho días.</p>
<p><b>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</b></p>	<p>Utilizaremos una combinación de medios digitales y tradicionales para asegurarnos de que nuestros clientes estén informados sobre cómo pueden adquirir los productos producidos por nuestra asociación. Implementaremos estrategias de marketing digital y comenzaremos a fortalecer nuestra presencia en redes sociales para llegar a un público más amplio, activa participación en ferias agropecuarias y vitrinas comerciales donde podamos promocionar nuestro producto.</p>
<p><b>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</b></p>	<p>Las estrategias que consideramos son las siguientes: 1. Venta directa en nuestro punto físico 2. Venta a intermediarios, mercados nacionales, mayoristas y minoristas. 3. Participación en vitrinas comerciales y ferias ganaderas y agropecuarias.</p>

## 5. ESTUDIO TÉCNICO

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

Municipio de Colombia, Veredas San Ambrosio, Departamento Huila.

### 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<b>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</b>	
Finca ubicada en la zona rural del municipio de Colombia en el departamento del Huila.	
<b>Descripción de área productiva</b>	
El área productiva está en una casa donde llega la leche y se realiza el proceso productivo, allí están todas las herramientas que se utilizan y la zona de almacenamiento.	
<b>Ubicación</b>	<b>Dispone de servicios públicos</b>
Finca ubicada en la zona rural del municipio de Colombia en el departamento del Huila.	<ul style="list-style-type: none"><li>· Acueducto veredal: Sí</li><li>· Energía eléctrica SI</li><li>· Gas: No</li><li>· Teléfono: Sí (Celular)</li></ul>
<b>Formalización del área de trabajo (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)</b>	
<b>Fotografías del área productiva</b>	



### 5.3 PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1: <b>Obtención de la Lecha Bovina</b>	Se recibe la leche de los asociados y de los demás ganaderos de la región a quienes se les compra la leche, se mide y se garantiza que tiene la calidad necesaria.
Proceso 2: <b>Preparación del Cuajo</b>	Dependiendo la cantidad de leche, se disuelve el cuajo (producto que realiza el proceso de cuajar).
Proceso 3: <b>Reposo</b>	Agitar la leche antes de agregar el cuajo y Mientras se agrega el cuajo agitar la leche por 2 min, después se deja en reposo por 30 minutos.
Proceso 4: <b>Determinación para el Momento de Corte</b>	Para determinar el momento óptimo para realizar el corte de la cuajada se debe introducir un cuchillo limpio y si al momento de retirarlo sale sin pedazos ya está lista para cortar.
Proceso 5: <b>Corte</b>	Para el corte de la cuajada se utiliza una lira o peinilla en buen estado y limpia, se hacen cortes desplazando la peinilla de manera horizontal y vertical en repetidas ocasiones, dejando reposar 10 min.
Proceso 6: <b>Agitación y desuerado final</b>	Se procede a realizar el desuerado manual para extraer el suero atrapado en la cuajada para que coja firmeza, después sacar la cuajada en una malla, tela o canastilla limpia para iniciar el proceso de picado.
Proceso 7: <b>Picado de la cuajada</b>	Se realiza el picado con una peinilla o cuchillo con cortes de 2 cm introduciendo los cuadros en la salmuera ya previa preparación de la misma.

Proceso 8: <b>Preparación de la Salmuera</b>	Se utilizarán litros de suero y se adicionan kilos de sal (dependiendo de la cantidad de cuajada), se mezclan y se adiciona la cuajada picada para agitar con los brazos por unos 5 minutos, luego se adiciona más sal tirándola sobre la salmuera con la cuajada, nuevamente se agita.
Proceso 9: <b>Salmuerado</b>	Por un espacio de 45 minutos se deja la cuajada en salmuera mezclándola repetidamente con los brazos hasta completar el tiempo.
Proceso 10: <b>Moldeado</b>	Para darle forma al queso fabricado, se recomienda utilizar moldes de acero, plástico o madera. Los moldes deben ser de 25 a 50 kilos aproximadamente; ojalá utilizar un molde por día de fabricación.
Proceso 11: <b>Prensado</b>	Se recomienda peso de 30 kilos por arroba de queso; se prensa 12 horas por un lado y 12 horas volteando el queso.
Proceso 12: <b>Empaque</b>	Se empaca el queso en un costal limpio y seco se espolvorea sal al interior del costal, se introduce el bloque y se cierra muy bien.
Proceso 13: <b>Almacenamiento</b>	El almacenamiento se debe hacer en un lugar fresco y seco, donde esté libre de humedad, sol y agua.
Proceso 14: <b>Transporte</b>	Se debe re empacar el bloque de queso que está en el costal en una bolsa plástica para su transporte, ya que durante el transporte puede sufrir contaminación cruzada por barro, combustible, etc.

## 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Jennifer Julieth Moreno Diaz	Presidenta	Orientar, dirigir, ejecutar, gestionar y planear las directrices, buscando estrategias y políticas para cumplir las metas trazadas por la organización.
Grey Lorena Erez Rodríguez	Vicepresidenta	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de gestión comercial en ferias agrícolas
Arces Erez	Vendedor	Coordinar y gestionar relaciones comerciales.

## 6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
<b>KIT PRO</b>	GENERADOR SOLAR. Este Kit viene con todos sus accesorios ensamblados en un gabinete para que sea fácil de transportar, armar y desarmar. Un (1) Inversor. Cuatro (4) Paneles Solares. Dos (2) Baterías. Un (1) Controlador.	1	\$ 11.000.000	\$ 11.000.000

<b>KIT SOLAR</b>	<p>Impulsores Kit Solar Ultra 12V. Caja en poliestireno alto impacto con filtro UV.</p> <p>Herrajes en aluminio. Sistema inteligente auto regulado. Fácil de instalar en cualquier lugar. Impulsor 100% auto suficiente. Batería 12v 9A de ciclo profundo especial para energía solar.</p> <p>Panel solar 12v. 50w. Controlador de energía integrado.</p>	1	\$ 1.292.500	\$ 1.292.500
<b>HILADORA PARA QUESO</b>	<p>Diseñada para el corte de cuajada, cocción, hilado y moldeado de cualquier tipo de queso de pasta hilada a través de una operación simple, estructura compacta y versatilidad apropiada para producir queso de alta calidad.</p> <p>Eje de cuatro palas con camisa para vapor, sistema volcable, estructura de soporte en tubo rectangular con motor reductor de 2 HP, variador de velocidad y tablero eléctrico. Acero inoxidable AISI 304 Calibre 14/16. Moto Reductor 220 V 3 HP Con Variador de Velocidad.</p>	1	\$ 7.900.000	\$ 7.900.000
<b>REFRIGERADOR</b>	NEVERA PARA REFRIGERACIÓN DOBLE	1	\$ 6.164.200	\$ 6.164.200

	<p>PUERTA. Fabricado interior en acero 430 y exterior en acero 201 inoxidable.</p> <p>Tres parrillas interiores para trabajo pesado por puerta.</p> <p>Ruedas con freno</p> <p>Unidad condensadora ventilada. Evaporador sistema no – frost, con recubrimiento epoxi anti corrosión. Funciona en cualquier tipo de clima.</p> <p>Aislamiento en poliuretano de alta densidad. Puerta con cierre automático con llave. Control digital de temperatura, descarches optimizados.</p> <p>Tecnología Inverter que permite un ahorro de energía hasta del 40%.</p> <p>Temperatura de trabajo a 38°C ambiente. Rango +5 a +8 °C. Tensión monofásica 110V-60 Hz.</p> <p>Compresor europeo con potencia 420 wtt.</p> <p>Refrigerante R290</p> <p>Peso neto 161 (Kg).</p>			
<b>MESÓN ACERO</b>	<p>Mesa Mesón Acero Inoxidable 120x60 Y 85 Alto Doble Entrepaña. Materiales: Acero inoxidable. Peso máximo soportado: 100 kg</p>	1	\$ 599.000	\$ 599.000
<b>PRENSA DOBLE</b>	<p>Prensa con molde en acero inoxidable 25*25*25 con bandeja</p>	1	\$ 800.000	\$ 800.000

	para recuperar líquidos. Capacidad de prensado bloques de aprox. 8 Kg > 10 Kg sistema de presión permanente. Fabricado en acero inoxidable AISI 304 Calibre 16.			
<b>Insumos y herramientas</b>				
<b>CANTINA</b>	Cantina lechera de 40 litros en aluminio.	1	\$ 469.000	\$ 469.000
<b>BALDE LECHERO</b>	Balde lechero en aluminio capacidad de 11 Litros.	3	\$ 70.000	\$ 210.000
<b>LICUADORA CLÁSICA</b>	Licuadora Crushing Tech BL610 Gris 1000 W Modelo BL610.	1	\$ 339.900	\$ 339.900
<b>MOLDE PARA QUESO DOBLE CREMA</b>	L9 – MOLDE PARA QUESO DOBLE CREMA DE 3 LIBRAS. construcción en acero inoxidable calibre 14 con tapa y perforado.	1	\$ 320.000	\$ 320.000
<b>CANTINA OLLA LECHERA</b>	Cantina Olla Lechera 20 Litros En Aluminio De Alta Calidad. Diámetro 16 cm. Altura 24 cm.	1	\$ 110.395	\$ 110.395
<b>CORTADOR REBANADOR DE QUESO</b>	Cortador Rebanador De Queso Manual En Acero Inoxidable Color Plateado.	1	\$ 49.900	\$ 49.900
<b>CUCHILLO CORTA QUESO</b>	Cuchillo Para Quesos Ardenostro M&g, Acero Inoxi., 15.5 Cm. Material de la hoja: Cerámica. Material del mango : Polioximetileno	1	\$ 218.000	\$ 218.000
<b>PONCHERA PLÁSTICA</b>	Ponchera 50 L Vaniplast	1	\$ 34.211	\$ 34.211
<b>BALDE</b>	IMUSA 13 LITROS	1	\$ 25.000	\$ 25.000
<b>OLLA</b>	ACERO INOXIDABLE	1	\$ 149.900	\$ 149.900
<b>TABLAS PARA PICAR QUESO</b>	Material Madera	2	\$ 18.450	\$ 36.900

<b>REFRACTÓMETRO PARA MEDIR LECHE</b>	Refractómetro para leche PAL-MILK marca Atago. Una de las características destacadas del refractómetro PAL-MILK es su escala especializada. Esta escala corresponde a los valores obtenidos de los analizadores ultrasónicos de leche. En consecuencia, permite interpretar rápidamente los resultados y determinar los sólidos no grasos presentes en la leche sin complicaciones.	1	\$ 149.900	\$ 149.900
<b>CALENTADOR DE AGUA</b>	Calentador de agua. Material metálico.	2	\$ 50.000	\$ 100.000
<b>LÍMPIDO PARA EL ASEO DE LA INFRAESTRUCTURA</b>	Producto de aseo y limpieza	1	\$ 17.375	\$ 17.375
<b>Equipos de computo</b>				
<b>Otros</b>				
<b>Valor total inversiones requeridas</b>				<b>\$ 29.986.181</b>

## 7 PLAN FINANCIERO

### 7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

<b>¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces? (\$/unidad de empaque)</b>	Una libra (lb) de Queso Costeño a \$6.300. Bolsa plástica por 25 Kg.
<b>¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)</b>	Contado
<b>¿Cómo prefieren pagar? (efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, por internet)</b>	Efectivo
<b>¿Las ventas de mi negocio, serán diarias, semanales, mensuales, semestrales o de que tipo?</b>	Semanales
<b>¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?</b>	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)
Queso Costeño (Libra)	25.920	27.216	28.576

## 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Queso Costeño	Bolsa Plástica por 25Kg	\$6.300 (lb)	\$2933,945	\$3.366,055

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$ 888.829	\$ 10.665.950	\$ 11.199.248	\$ 11.759.210
Costos Mp	\$ 5.016.492	\$ 60.197.904	\$ 63.207.799	\$ 66.368.189
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Acueducto	\$20.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000
Energía	\$15.000	\$180.000	\$180.000	\$180.000
Caja menor	\$200.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000
Comunicación y teléfono	\$30.000	\$360.000	\$360.000	\$360.000
Gastos bancarios	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000

Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
<b>Valor total</b>		<b>\$75.843.854</b>	<b>\$79.387.047</b>	<b>\$71.348.189</b>

### 7.3 ANALISIS FINANCIERO

#### Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 29.986.181	\$ 27.049.476
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 29.986.181	\$ 27.049.476

#### Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>VENTAS</b>	\$ 163.296.000	\$ 171.460.800	\$ 180.033.840
<b>(-) COSTO VARIABLE M.P.</b>	\$ 60.197.904	\$ 63.207.799	\$ 66.368.189
<b>(-) COSTO VARIABLE M.O.</b>	\$ 10.665.950	\$ 11.199.248	\$ 11.759.210
<b>(-) COSTOS FIJOS</b>	\$ 3.838.804	\$ 3.778.904	\$ 3.778.904
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 88.593.342	\$ 93.274.849	\$ 98.127.537
<b>(-) GASTOS FIJOS</b>	\$ 35.016.482	\$ 6.297.762	\$ 3.419.900

<b>(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS</b>	\$ 33.940.482	\$ 36.277.544	\$ 36.549.704
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses</b>	\$ 19.636.378	\$ 50.699.543	\$ 58.157.933
<b>-intereses</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>OTROS EGRESOS</b>	\$ 28.415	\$ 0	\$ 0
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 19.607.963	\$ 50.699.543	\$ 58.157.933
<b>(-) IMPUESTOS</b>	\$ 6.470.628	\$ 16.730.849	\$ 19.192.118
<b>= UTILIDAD NETA</b>	\$ 13.137.335	\$ 33.968.694	\$ 38.965.815

#### Flujo de caja:

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Ingresos operativos	\$ 163.296.000	\$ 171.460.800	\$ 180.033.840
Egresos operativos	\$ 140.240.818	\$ 111.899.253	\$ 112.741.743
Flujo Operativo	\$ 23.055.182	\$ 59.561.547	\$ 67.292.097
Ingresos no operativos	\$ 57.035.657	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 57.066.439	\$ 6.470.628	\$ 16.730.849
Flujo no operativo	-\$ 30.782	-\$ 6.470.628	-\$ 16.730.849
Flujo Neto	\$ 7.974.923	\$ 53.090.919	\$ 50.561.247
Saldo anterior	\$ 0	\$ 7.974.923	\$ 61.065.842
Saldo final	\$ 7.974.923	\$ 61.065.842	\$ 111.627.090

## Análisis Financiero

<b>TIR (Tasa interna de Retorno)</b>	33,48%
<b>VAN (Valor Neto Anual)</b>	\$ 23.288.262
<b>PRI (Período de Retorno de la Inversión)</b>	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 \$ 33.968.694, 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 33,48%, es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 33%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 23.288.262, 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 365 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 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. 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 \$16.730.849 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.