

ASOCIACIÓN AGROPECUARIA DE PALERMO
"ASOAGRAPAL"

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

FAIVER ÁNGEL CHALA ORTÍZ
Representante Legal

Departamento del Huila, Campoalegre, 19 de Marzo 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	7
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 ORGANIZACIÓN.....	14
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO	15
6	RECURSOS CLAVES	16
7	PLAN FINANCIERO	18
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	18
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	19
7.3	ANALISIS FINANCIERO	19
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	21

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN			
Nombre organización	Asociación Agropecuaria de Palermo "ASOAGRAPAL"	NIT / RUT	901.407.353-1
Dirección	Calle 12 No. 9-02 / B. Eduardo Santos	Teléfono 1	3228950592
		Teléfono 2	3228950592
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	Parcela Los Cauchos / Vda. El Porvenir
Página web	No tiene	E-mail	santymilio2010@gmail.com
Nombre gerente	Faiver Ángel Chala Ortiz	Celular	3228950592
		Teléfono 1	3228950592
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	Antecedentes	El Representante Legal cuenta con amplio conocimiento empírico en temas de Piscícolas y Ganaderos; Asimismo cuenta con formación Sena y Comité de Ganaderos.
Nombre del representante legal	Faiver Ángel Chala Ortiz		
Experiencia de la empresa en el sector	Tres (3) años	Año: 2023	Año: 2024
Actividad principal		Número de empleados (directos)	
Fecha constitución	02/09/2020	Número de asociados (si aplica)	
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Producir y comercializar Pescado (Mojarra en canal); Leche, Vacas de Descarte y Terneros Destetos		19

Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria (Asociación)	Ingresos de asociados	\$1.140.000	\$285.000
------------------------	---	------------------------------	-------------	-----------

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Lechería Asograpal ¡Del Campo a su Mesa!

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.

En la zona centro y norte del departamento del Huila (zona de influencia del proyecto) existen aproximadamente 216 mil cabezas de ganado y el 34,1% de la ganadería está dedicada a doble propósito; específicamente en el Municipio de Palermo donde tenemos nuestro Grupo de Trabajo Asociado existen 30.800 cabezas de ganado. En el año 2023 la producción de leche en el municipio de Palermo fue de cuatro millones setecientos mil litros con una producción de 3,5 litros de leche cruda por vaca al día en un sistema de producción tradicional.

En la zona de influencia del proyecto, norte y centro del departamento del Huila, existen más de quince empresas agroindustriales que consumen noventa y tres mil litros de leche al día; adicional está el jarreo de leche que consume tres mil litros de leche diarios.

La falta de tecnificación, mejoramiento genético, manejo de pasturas, la baja implementación de sistemas rotacionales multi estratos (pastos, energéticos y forestales) y bancos mixtos de forrajes, difícil acceso a sistemas de riego y dificultades en el encadenamiento productivo, hacen que la cadena sea improductiva y competitiva por los bajos niveles de producción y calidad de la leche.

Las anteriores Empresas buscan leche cruda con alto contenido de grasa, que no esté aumentada y/o rebajada con agua, que la entrega de la leche se realice de manera oportuna, en las condiciones pactadas en la negociación y con las normas de calidad e inocuidad.

Actualmente la organización carece de recursos financieros que le permitan expandir la capacidad de producción que tiene cada uno de los asociados, dependiendo específicamente de la fuente de alimento, capacidad de producción de pastos y cultivos de corte y almacenamiento, para de esta manera aumentar la producción de leche, pues el ganadero, antes de ser ganadero, debe aprender a ser agricultor, administrando los pastos como verdaderos cultivos, transformando las fincas en verdaderas empresas agropecuarias con producción, productividad, rentabilidad con sostenibilidad y competitividad.

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
Pescado (Mojarra en canal); Leche, Vacas de Descarte y Terneros Destetos	Leche Cruda de Vaca (Litros)
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)	6.100 Litros (Leche)	\$6.100 Litros (Leche)	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

Teniendo en cuenta la situación problemática, Lechería Asograpal será una empresa asociativa ganadera dedicada a la producción y comercialización de leche cruda bovina y terneros destetos de la raza Gyrolando; estará registrada ante la Cámara de Comercio del Huila con la actividad comercial A0141 la cual es la indicada para la cría de ganado bovino y bufalino; por lo tanto, se encuentra en el sector agropecuario, sector específico bovino y la apuesta productiva de cárnicos y lácteos. El concepto identificador será la consolidación de un hato bovino doble propósito, con vacas de la raza Gyrolando, innovando en la zona de influencia del proyecto por el mejoramiento genético de los animales, con un modelo de producción sostenible en la implementación de los sistemas silvopastoriles en concordancia a la inocuidad sanitaria en sus procesos, formalización empresarial y laboral lo que permitirá generar confianza en nuestros clientes por la calidad de los procesos y productos (leche, carne y becerros destetos), y la dinamización de la economía local.

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 AGRICULTURA DE	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)	Son empresas persona jurídica y 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.	Están ubicadas en las zonas en la ciudad de Neiva - Huila	Lácteos Incolac S.A.S. Surcolombiana de Lácteos S.A. Induhuila S.A.	3	100%
TOTAL				100%	

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 ASOGAPAL	Competidor 1 HATO LECHERO LA MORADA DEL VIENTO S.A.S.
Ubicación	Veredas Las Ceibas y/o ahora llamada San Juan; Nilo; Horizonte; El Viso; Líbano; La Urriaga y San Francisco, Palermo, Huila, Colombia.	Finca La Morada del Viento, Vereda Nilo, Palermo, Huila, Colombia.
Cobertura	Regional	Regional
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL / Valor Agregado	Leche Cruda de Vaca Implementan y transmiten políticas de inocuidad.	Leche Cruda de Vaca, Terneros Destetos y Vacas de Descarte Cuentan con Equipos y Herramientas Agropecuarias tecnificadas
Precios del producto principal	\$1.700 Litro	\$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.
Almacén Veterinario La Vaca	Almacén veterinario con acompañamiento profesional
Almacén Veterinario El Toro	Alimentos concentrados para animales de granja, drogas veterinarias.
Mundocampo	Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos

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
<p>¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?</p>	<p>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)</p>
<p>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</p>	<p>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 como Industria Lechera del Huila Induhuila S.A. (Leche El Trébol); Quesillos Misis en la ciudad de Neiva y Procelacteos Ltda. En Palermo a las Panaderías (Pastelería, Repostería y Cafetería) Trigo Pan, Lino Pan y Andaluz,</p>
<p>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</p>	<p>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.</p>
<p>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</p>	<p>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.</p>

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Parcela "Los Cauchos" de la Vereda Porvenir jurisdicción del municipio de Palermo - Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

• Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc.)	
Área Rural ubicada en la Parcela "Los Cauchos" de la Vereda Porvenir jurisdicción del municipio de Palermo - Huila.	
Descripción de área productiva	
El área productiva de la asociación es de 60 Hectáreas de las cuales se destinan 20 Hectáreas para el desarrollo del Proyecto y que se encuentran divididas en potreros para la rotación, pastos de corte, zonas de reserva y protección, corral (establo) y casa de habitación.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Parcela "Los Cauchos" de la Vereda Porvenir jurisdicción del municipio de Palermo - Huila.	<ul style="list-style-type: none">· Acueducto veredal: Sí· Energía eléctrica SI· Gas: No· Teléfono: Sí (Celular)
Formalización del área de trabajo	
(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc.)	
En Comodato (Suministrada por un Asociado)	
Fotografías del área productiva	



5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso Cacao en grano	Descripción
Proceso 1: Ordeño	Alistamiento de Equipos, Herramientas y Área de Trabajo (Ordeño)
Proceso 2: Ordeño	Rodeada del Ganado (Vacas)
Proceso 3: Ordeño	Ordeño en la Mañana y en la Tarde (Cada uno con dos Horas de Trabajo).
Proceso 4: Ordeño	Alimentación del Ganado
Proceso 5: Ordeño	Alimentación del Ganado en Potreros
Proceso 6: Ordeño	Transvase del líquido de Baldes a Cantinas
Proceso 7: Ordeño	Limpieza y desinfección de Ubres y Área de Ordeño
Proceso 8: Acopio y Entrega	Entrega del líquido en Cantinas de Aluminio de 40 Litros a la Ruta Recolectora en las instalaciones de la finca.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Ángel Faiver Chala Ortiz	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.
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.
José Faiver Ortiz	Mayordomo	Cuidar los Semovientes (Vacas); Rodear, Ordeñar, Realizar labores culturales a sembrados de Pastos de Corte, Mantenimiento de Praderas.
Jorge Luis Pérez	Operario de Campo (Jornalero)	Coadyuvar al Mayordomo en las actividades de Ordeño, Desinfección, Mantenimiento de Corrales y Potreros.
José Yovanny Ramírez	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				
Equipo de Ordeño Mecánico	Equipo de Ordeño Mecánico de dos Puestos (Eléctrico)	1	\$5.650.000	\$5.650.000
Bomba Fumigadora de Espalda Manual 20 Lts	Bomba Fumigadora de Espalda Manual Aspersor de 20 Lts (Condor Aliada)	1	\$350.000	\$350.000
Fumigadora de Espalda con Motor	Fumigadora de Espalda accionada por un motor de gasolina de 2 tiempos de 41,5 cc. Diseñado con un tanque especial translúcido de 20,0 litros	1	\$900.000	\$900.000
Guadaña a Gasolina Eje Recto de Hp 2 Tiempos	Guadaña a Gasolina Eje Recto de 41 Cc 2.1 Hp 2 Tiempos motor de 1,6 kW y un embrague de servicio pesado	1	\$2.250.000	\$2.250.000
Ahoyadora	Ahoyadora Husqvarna Profesional 541ea más Accesorios (Barreno de 20cm, Herramienta Básica, Manual y Tarro de Mezcla)	1	\$2.550.000	\$2.550.000
Kit de Cerca Eléctrica	Kit (Completo) de Cerca Eléctrica con Impulsor para 10 Km	1	\$1.000.000	\$1.000.000
Motoazada Motocultor con Accesorios	Motoazada Motocultor DTL10000 a gasolina 7hp, 6 velocidades	1	4.000.000	4.000.000
Molino Forrajero con Motor Eléctrico	Molino Forrajero Jtrf400 con Motor Eléctrico de 2 Hp Trapp	1	\$2.560.000	\$2.560.000
Bomba Fumigadora Estacionaria	Bomba y Fumigadora Estacionaria con Motor de 6,5 Caballos de Fuerza	1	\$1.750.000	\$1.750.000

Insumos y herramientas				
Cantina Lechera	Cantina Lechera 40 Litros con Tapa tipo Arco	5	\$770.000	\$3.850.000
Balde Lechero	Balde Lechero en Aluminio de 11 Litros	2	\$195.000	\$390.000
Inyector de Ganado con Jeringa	Inyector de Ganado con Jeringa continua de Metal de 30 ml	1	\$186.000	\$186.000
Refractómetro para Leche	Refractómetro para medir el contenido Agua Añadida a la leche, con compensador automático de temperatura ATC	1	\$150.000	\$150.000
Carretilla Buggy	Carretilla Buggy Antipinchazos de Poliuretano 80 Lt	2	\$380.000	\$760.000
Kit de Herramientas Menores	Kit (Palas, Palines, Machetes) Global	1	\$354.000	\$354.000
Manguera Riego Agrícola	Manguera Riego Agrícola 3 Pulgada X100 mts Alta Presión	2	\$150.000	\$300.000
Equipos de computo				
Computador Portátil Intel Core I7 11a generación	Computador Portátil 14 Pulgadas Ram 8 GB SSD 512 GB Intel® Core TM de 11.a Generación	1	\$2.200.000	\$2.200.000
Impresora Multifuncional Epson I 3110	Sistema de tanque de tinta de alta capacidad y economía; imprime hasta 4.500 páginas en negro1 y 7.500 páginas a color; Costo de impresión ultra bajo	1	\$800.000	\$800.000
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 73.200 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)	73.200	76.860	80.703

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	\$571,48	\$1.228,52

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$ 21.348.780	\$ 22.416.219	\$ 23.537.030	\$ 21.348.780
Costos Mp	\$ 13.163.556	\$ 13.821.734	\$ 14.512.820	\$ 13.163.556
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
	\$0	\$0	\$0	\$0
Valor total		\$70.097.953	\$71.909.550	\$68.372.336

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$27.450.000	\$17.337.195
Créditos	\$ 2.550.000	\$ 0
Total	\$30.000.000	\$17.337.195

Ventas Proyectadas

Año 1	\$ 131.760.000
Año 2	\$ 138.348.000
Año 3	\$ 145.265.400

Estado de Resultados Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 131.760.000	\$ 138.348.000	\$ 145.265.400
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 21.348.780	\$ 22.416.219	\$ 23.537.030
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 13.163.556	\$ 13.821.734	\$ 14.512.820
(-) COSTOS FIJOS	\$ 7.640.000	\$ 7.640.000	\$ 7.640.000
= UTILIDAD BRUTA	\$ 89.607.664	\$ 94.470.047	\$ 99.575.550
(-) GASTOS FIJOS	\$ 29.380.000	\$ 19.580.000	\$ 18.600.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 42.424.922	\$ 44.500.461	\$ 44.884.761
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 17.802.742	\$ 30.389.586	\$ 36.090.789
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 4.540.000		
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 13.262.742	\$ 30.389.586	\$ 36.090.789
(-) REINVERSION DE LOS EXCEDENTES	\$ 4.376.705	\$ 10.028.564	\$ 11.909.960
= UTILIDAD NETA	\$ 8.886.037	\$ 20.361.023	\$ 24.180.828

Flujo de caja	año 1	año 2	año 3
Ingresos operativos	\$ 131.760.000	\$ 138.348.000	\$ 145.265.400
egresos operativos	\$ 107.817.258	\$ 94.132.414	\$ 94.964.311
Flujo Operativo	\$ 23.942.742	\$ 44.215.586	\$ 50.301.089
ingresos no operativos	\$ 47.337.195	\$ 0	\$ 0
egresos no operativos	\$ 52.255.528	\$ 4.376.705	\$ 10.028.564
flujo no operativo	-\$ 4.918.333	-\$ 4.376.705	-\$ 10.028.564
Flujo Neto	\$ 13.687.213	\$ 39.838.882	\$ 40.272.525
Saldo anterior	\$ 0	\$ 13.687.213	\$ 53.526.095
Saldo final	\$ 13.687.213	\$ 53.526.095	\$ 93.798.620

Análisis Financiero

TIR (Tasa interna de Retorno)	36,37%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 21.168.487
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 primer año por valor de \$8.886.037, 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 36,37% (Formato financiero) es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 36%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$21.168.487, 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 el tercer año.

Viabilidad Social

Con el fortalecimiento de la actividad productiva y comercial la Organización, estará 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 Palermo – Huila, adicional que estaremos contribuyendo con uno 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.

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 Organización, produce y comercializa Leche Cruda Bobina con prácticas agropecuarias sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. A través de la implementación 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 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 \$ 1.723.505, \$ 8.121.164 y \$ 10.226.960 a partir del primer, segundo y tercer año respectivamente, 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.