

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION
ASOCIACIÓN INTEGRAL AGROPECUARIA DE LA VEREDA EL PALMAR "ASOINAGRO"

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

Héctor Evelio Muñoz

San Agustín – Huila, 20 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.....	6
3.1	PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER / CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO	6
3.2	PROPUESTA DE VALOR.....	7
3.3	ALIADOS CLAVES	8
4.	Mercado.....	10
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO.....	10
4.2	COMPETENCIA	13
4.3	PROVEEDORES.....	14
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES	14
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	15
5.	estudio tecnico	16
5.1	LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION	16
5.2	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA.....	16
5.3	PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION	17
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	18
6	Recursos claves.....	18
7	Plan financiero	21
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	21
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	22
7.3	ANALISIS FINANCIERO	22
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	24

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN			
Nombre organización	Asociación Integral Agropecuaria de La Vereda El Palmar "ASOINAGRO"	NIT / RUT	813013680-4
Dirección	Vereda El Palmar	Teléfono 1	3165793563
		Teléfono 2	3165793563
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	San Agustín
Página web	No tiene	E-mail	No tiene
Nombre gerente	Héctor Evelio Muñoz	Celular	3165793563
		Teléfono 1	3165793563
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	Antecedentes	Representante Legal cuenta con conocimiento emperico y capacitado en temas relacionados con la producción y transformación de la Caña Panelera y Producción de Café
Nombre del representante legal	SEMANATE ISIDRO		
Experiencia de la empresa en el sector	Veinte (20) años	Año: 2023	Año: 2024

Actividad principal	01124: Cultivo de Caña Panelera 1072: Elaboración de Panela 0123: Cultivo de Café 9499: Actividades de otras asociaciones n.c.p.	Número de empleados (directos)	0	0
Fecha constitución	19/04/2004			
Descripción del objeto (producto/servicio/labor social)	Cultivo de Caña de Azúcar; Elaboración Panela Artesanal; Producción de Café	Número de asociados (si aplica)	14	12
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	Ingresos de asociados	\$840.000	\$240.000

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Panela Asoinagro ¡La Panela del Campo!

2.1 JUSTIFICACION

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

Las asociaciones de productores agroindustriales 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 agrícola y agroindustria local, que proporcionen una fuente de ingresos más estable para los agricultores y transformadores, dada la diferencia en los ciclos de crecimiento y precios de mercado, esto aumentará la disponibilidad y variedad de alimentos en la comunidad al garantizar un suministro constante de alimentos frescos y nutritivos,

uso más eficiente de los recursos: haciendo uso eficiente de los recursos naturales, como el agua y los nutrientes del suelo, mediante el fomento de prácticas sostenibles como la rotación de cultivos y el uso de abonos verdes. Estas prácticas ayudan a mantener la salud del suelo, reducen la erosión y promueven la biodiversidad en los sistemas agrícolas.

La panela es el segundo generador de empleo agrícola en el país después del café” La industria panelera local referida al consumo de productos derivados como la cerveza, la canela o la natilla movió en 2023 un promedio de 5.000 toneladas. En Colombia el consumo anual per cápita de Panela se estima en 23,8 Kg. y corresponde al 0.76% de la canasta familiar de toda la población y al 2.18% del gasto en alimentos.

Actualmente la caña de azúcar que se produce en el municipio de Palermo se comercializa a bajo precios por los productores como insumo para producir panela, o se comercializa como alimento para el ganado.

Con este panorama se pretende optimizar la comercialización de la caña para la producción de panela, brindando a los habitantes del municipio de San Agustín mejores oportunidades de comercialización y espacios de participación en la producción de panela, aprovechando los recursos humanos que están trabajando en los cultivos actuales y potenciándolos para asociarlos al proyecto como fuerza productiva.

Actualmente el mercado local de la producción de panela no supe con los requerimientos de la demanda doméstica local, por lo cual Departamentos como Boyacá, Santander, Valle y Nariño hace parte de los principales productores que ingresan panela al Departamento del Huila para ser comercializada.

Con la implementación del presente Plan de Negocio, se pretende ampliar el Mercado de la Panela Solida y Pulverizada (Convencional) en el Departamento del Huila y Departamentos aledaños, obteniendo de esta manera una participación porcentual del consumo en el mercado nacional.

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
Caña de Azúcar y Panela Natural (Convencional)	Producir y comercializar Panela Natural (Convencional)
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
La panela es un tipo de azúcar extraído directamente del jugo de la caña de azúcar y elaborado artesanalmente sin refinar ni blanquear, lo cual evita eliminar las vitaminas y minerales que se encuentran en la planta de caña de azúcar. Básicamente, debido a su falta de procesamiento, retiene cantidades mucho mayores de nutrientes, incluidos magnesio, hierro, calcio, manganeso y potasio.	Solida (500 gr; 1000 gr y 2000 gr) y Pulverizada (500 gr)
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Bolsas Termo encogible para Alimentos libres de BPA y Bolsas Doypack - Zipper	Marketing de Contenidos: Estará enfocada en atraer clientes potenciales de una manera natural, a partir de contenidos relevantes que se distribuyen en los distintos canales y medios en los que está la audiencia (Físicos y Digitales).
Fotografías del producto	



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?
Panela Natural - Convencional	Cuatro mil kilogramos de Panela Natural - Convencional (.000 kg)	Seis mil kilogramos de Panela Natural - Convencional (6.000 kg)	Semanal	Marzo; Abril; Mayo; Septiembre, Octubre; Noviembre	Enero; Febrero; Junio; Julio; Agosto
Panela Natural - Pulverizada	Cuatro mil kilogramos de Panela Natural - Cl (4.000 kg)	Seis mil kilogramos de panela natural- Pulverizada (6.000. kg)	Anual/Las ventas se realizan mensual	Marzo; Abril; Mayo; Septiembre, Octubre; Noviembre	Enero; Febrero; Junio; Julio; Agosto

VARIEDAD/ PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Panela Natural - Convencional	Fresco y Procesado	Solida \$13.000 (1000 Kg) / Pulverizada \$13.000 (1000 Kg)

3.2 PROPUESTA DE VALOR

El producto (Panela Solida y Pulverizada) es elaborada (producida – procesada), clasificada por peso, empacada y comercializada dando cumplimiento a la Resolución No. 2546 del 06 de Agosto de 2004, por la cual se establece el reglamento técnico para los requisitos sanitarios que se deben cumplir en la producción y comercialización de la panela para el consumo humano y se dictan otras disposiciones.

Nuestros productos son productos frescos, empacados y comercializados en bolsas termo encogibles y Doypack – Zipper libres de BPA, de alto brillo y transparencia, con alta barrera al oxígeno y resistencia al rasgado y punzado.

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.
Gobernación	Fortalecimiento al proceso de transformación de caña de azúcar para panela mediante la dotación de activos productivos a productores del departamento del Huila
Alcaldía	Acompañamiento y respaldo a productores paneleros a través de la Dirección Técnica de la Secretaría de Obras e Infraestructura para el fortalecimiento de la actividad panelera y de su sector.
ADR	Ejecutar la política de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial formulada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de la estructuración, cofinanciación y ejecución de planes y proyectos integrales de desarrollo agropecuario.
Fedepanela	Actividades de investigación y extensión vinculadas con producción de semillas mejoradas de caña de panela; utilización de energéticos alternativos en la producción de la panela; técnicas de conservación, empaque y comercialización de la panela y otros productos de los trapiches y programas de diversificación de la panela.
Senicaña	Ejecutar programas de investigación en caña de azúcar, cultivo, manejo y aprovechamiento, así como en sus productos y derivados.

Agrosavia	Auspiciar espacios de generación del conocimiento científico y el desarrollo tecnológico agropecuario a través de la investigación científica, la adaptación de tecnologías, la transferencia y la asesoría con el fin de mejorar la competitividad de la producción panelera en el país.
MinAgricultura	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario y de Desarrollo Rural.
Alianzas Productivas	Facilitar herramienta de inserción de pequeños y medianos productores agrícolas en agro cadenas, permitiendo enfrentar de una mejor manera los problemas de acceso a mercados, información, financiamiento, infraestructura e innovación tecnológica.
Invima	Establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir en la producción y comercialización de la panela para consumo humano.
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	Desarrollar, administrar y ejecutar programas de formación profesional integral, en coordinación y en función de las necesidades sociales y del sector productivo.
Sector Privado	Cámara de Comercio del Huila: Fomentar la competencia y mejorar la productividad en un determinado sector, dentro del territorio nacional. Estas agrupaciones brindan apoyo a través de ayudas financieras, investigaciones, información del sector y estadísticas 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
Individuos (Hombres y Mujeres)	El grupo objetivo está conformado por hombres y mujeres mayores de 18 años, solas y/o con personas a cargo (Hijos, Niños, Jóvenes, Adultos Mayores, Pacientes Proactivos) de estratos 1 a 6, que tienen estilos de vida saludable y buscan opciones alimenticias para cuidar a su familia, que trabajan laboralmente y entre sus intereses se encuentran los temas sociales y ambientales.	San Agustín y Neiva Huila	Hombres y mujeres mayores de 18 años, solas y/o con personas a cargo (Hijos, Niños, Jóvenes, Adultos Mayores), Amas de Casa	50	50%
Tiendas Especializadas de Café	Las Cafeterías que hacen presencia en los Municipios de San Agustín y Neiva Huila, son establecimientos	Municipios de San Agustín y Neiva	Macizo Coffee; Tinto Specialty Coffee; Bici Coffee; Café Bambuco y	6	30%

	de comercio dedicados a la venta por menor de bebidas y demás productos a base de Café.		Opita Café entre otras		
Hoteles y otros tipos de Hospedaje no Permanente	Los Hoteles y Hospedajes (Miradores y Cabañas) que hacen presencia en los Municipios de San Agustín Huila, son establecimientos de comercio dedicados al alojamiento de huéspedes o viajeros para albergar personas de manera temporal, incluyendo servicios propios y básicos de la actividad, destacándose los servicios de Restaurante y Cafetería los cuales incluyen e en el menu el consumo de Panela.	Municipio de San Agustín	Cabañas Numbana; Cabañas Guacari; Hotel Cabañas Las Moyas y Cabañas Amalu	4	10%

<p>Alcaldía; Empresa Social del Estado; Instituciones Educativas; Gobernación del Huila y demás Instituciones Descentralizadas del Estado</p>	<p>Empresas y entidades Públicas y descentralizadas del Estado que en cumplimiento de la Ley 2046 del 06/08/2020 promueven la Estrategia de Compras Locales la cual busca apoyar el desarrollo y emprendimiento productivo de las familias y de las comunidades locales y que está dirigida principalmente a los pequeños productores agropecuarios que contribuyen a la seguridad alimentaria nutricional, así como al fortalecimiento de las economías locales de Colombia.</p>	<p>Municipios de San Agustín y Neiva</p>	<p>Alcaldía; Hospital, Colegios y Escuelas; Gobernación del Huila y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar</p>	<p>6</p>	<p>10%</p>
<p style="text-align: right;">TOTAL</p>					<p>100%</p>

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 - Local ASOPASAN	Competidos 2 - Regional APPASI
Ubicación	Vereda La Esperanza, municipio de Santa María - Huila	Vereda Salen, municipio de San José de Isnos - Huila
Cobertura	Regional	Regional y Nacional
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL / Valor Agregado	<p>Panela fraccionada (500 y 1000 gr); Panela Pulverizada Convencional (500 gr); Panela Pulverizada Orgánica (500gr, 1000 gr, lonas 25 kg.</p> <p>Valor Agregado: Promueven la producción y comercialización asociativa.</p>	<p>Panela fraccionada (500 y 1000 gr); Panela Pulverizada Convencional (500 gr)</p> <p>Valor Agregado: Cuentan con procesos de tecnificación, permisos y licencias para su producción y comercialización.</p>
Precios del producto principal	\$15000	\$12000
Canal de distribución	Directo e Intermediario	Directo e Intermediario
Formas de pago	Efectivo y Crédito	Efectivo y Crédito
Venta directa o indirecta	Directa e Indirecta	Directa e Indirecta

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Cadefihuila San Agustín	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
Ganagro	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
Ventas SL	Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Orales y Escritos vía interacción directa (cara a cara) y llamada de voz vía teléfono celular y chat de WhatsApp
Redes sociales	Estrategia de Marketing Digital y de contenidos (Facebook, Instagram, Google+ y YouTube).
Medios de difusión que se van a utilizar	Radio (emisora) y televisión regional, Estrategia de Marketing Digital

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Punto de Venta Directo: A través de este punto venderemos a nuestros Clientes (existentes y nuevos) consumidores, minoristas y mayoristas sin la intervención de intermediarios.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Aliados Estratégicos (Aliados): A través de la implementación de la estrategia de distribución donde utilizaremos intermediarios para llevar los productos a los clientes, los cuales le añadirán características para mejorarlos (Tiendas especializadas; Mercados Verdes) ubicados en la ciudad de Neiva y en el municipio de San Agustín - Huila.
¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?	Inicialmente a través de una campaña masiva de medios publicitarios (físicos y digitales) informaremos y sensibilizaremos a los clientes sobre los canales mediante los cuales podrán adquirir nuestros productos.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	De acuerdo con los hábitos de consumo de nuestros clientes, así como la ubicación de esta previa caracterización, definimos los siguientes: 1. Punto de Venta Directo: También conocida como venta a domicilio debido a la demostración personalizada del producto a los compradores. Esto nos permitirá mayor acercamiento, confianza e interacción. 2. Distribución Exclusiva: Solo utilizaremos un intermediario en determinada área. Es decir, existirá un punto de venta exclusivo para nuestros productos a depender de la localidad.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Vereda El Palmar jurisdicción del municipio de San Agustín – Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
Predios Rurales (Finca). Area Productiva: Cultivos de Caña de Azúcar ubicados tradicionalmente en las Veredas El Palmar; El Carmen; Matanzas; Los Naranjos, entre otras. Todos con su respectiva casa de habitación.	
Descripción de área productiva	
El área productiva para la Transformación del Jugo de Caña en Panela Solida se encuentra en cada una de las pequeñas Unidades Productivas de algunos Asociados, donde además de estar sus pequeños Cultivos de Caña, se encuentra el área de Molienda (Pequeña infraestructura con elementos y equipos básicos artesanales) para el proceso de transformación.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Veredas El Palmar; El Carmen; Matanzas; Los Naranjos del municipio de San Agustín	Acueducto: Sí (Veredal) Gas: Si (Pipeta) Teléfono: Si (Celular)
Formalización del área de trabajo	
Cada uno de los Asociados cuenta con documentos formales que los acreditan como propietarios y/o arrendadores. Es de anotar que el proceso productivo para la transformación del jugo de caña a panela sólida, no se encuentra formalizado, así como tampoco cuenta con las respectivas licencias sanitarias.	

Fotografía Area Productiva



5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1: Establecimiento del Cultivo	Cultivo de caña (Puede tardar entre 15 a 24 meses)
Proceso 2: Corte y Transporte	Corte de la caña y transporte hacia el lugar de la extracción
Proceso 3: Molienda y Extracción	Extracción de Jugo de la caña de azúcar
Proceso 4: Extracción de Jugos	Filtración de impurezas del jugo de la caña de azúcar
Proceso 5: Clarificación o limpieza	Almacenamiento del jugo en un tanque receptor
Proceso 6: Cocción	Se deposita el jugo en vasijas que se llevan a hornillas en una estufa
Proceso 7: Descachazado	Descachazado con flocculantes o aglutinantes
Proceso 8: Evaporación	Cocción y evaporación
Proceso 9: Enfriamiento de mieles	Enfriamiento de la miel
Proceso 10: Moldeado	Vertimiento en moldes
Proceso 11: Empacado	Empacado en las diferentes presentaciones
Proceso 12: Bodegaje	Almacenamiento
Proceso 13: Comercialización	Comercialización

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Héctor Evelio Muñoz	Representante Legal con funciones Administrativas y Operativas	Encargado de gestionar acercamientos y articulaciones interinstitucionales y administrativas, además de coordinar todas las actividades productivas y comerciales de la Actividad Productiva de la Asociación
Por definir	Apoyo Operativo y Comercial	Encargado de apoyar todas las actividades productivas y comerciales de la Actividad Productiva de la Asociación

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Gaveras en Madera y Acero Inoxidable	Gaveras en Madera y Acero Inoxidable en Cedro puro de alta calidad y acero inoxidable (cuadradas 1.000 gramos). Sin empates ni uniones asegurando la uniformidad.	10	\$560.000	\$5.600.000
Lava Gaveras	Lava Gaveras En acero inoxidable cumpliendo la norma INVIMA.	1	\$2.100.000	\$2.100.000
Paila para Panela	Paila para Panela resistente a altas temperaturas de 100 cm	3	\$720.000	\$2.160.000

Paila en Aluminio para Derivados de la Panela	Paila de Aluminio 78 Litros No. 35	1	\$550.000	\$550.000
Bascula Balanza de Piso	Bascula Balanza Plataforma de Piso 500 Kg 45*60 Cm. Bascula de piso liquidadora. Brazo torre abatible	1	\$450.000	\$450.000
Filtros para Guarapos y Mieles	En acero inoxidable cumpliendo la norma INVIMA.	2	\$850.000	\$1.700.000
Prelimpiador	Recipiente para limpieza de jugos por decantación en acero inoxidable, cumpliendo la norma INVIMA.	1	\$2.600.000	\$2.600.000
Filtros Cachaceros	Recipientes para decantar jugos de caña en los residuos de cachaza que son producto del proceso en acero inoxidable cumpliendo la norma INVIMA panela para consumo humano.	2	\$1.600.000	\$3.200.000
Raspadores Tipo Azadoneta	Batido y amasado de las mieles de caña en acero inoxidable cumpliendo la norma INVIMA	5	\$160.000	\$800.000
Espátulas	Batido y amasado de las mieles de caña en acero inoxidable cumpliendo la norma INVIMA	5	\$110.000	\$550.000

Remellones	Trasvasados de jugos y mieles de caña en acero inoxidable cumpliendo la norma INVIMA.	5	\$250.000	\$1.250.000
Batea tipo Tacha Movedizo	Recipiente (con ruedas) para bajar la temperatura de las mieles de caña en acero inoxidable 304 cumpliendo la norma INVIMA 779 en la elaboración de la panela.	2	\$1.550.000	\$3.100.000
Tanque Pozuelos	Recipiente para almacenar jugo de caña en acero inoxidable cumpliendo la norma INVIMA.	2	\$1.470.000	\$2.940.000
Equipos de computo				
Computador Portátil Intel Core I7 11a generación	Computador Portátil 14 Pulgadas Ram 8 GB SSD 512 GB Intel® Core™ 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 negro 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)	<p>Panela Solida – Convencional / Unidad de 1.000 gr (\$13.000)</p> <p>Panela Pulverizada / Unidad de 1.000 gr (\$15.000)</p>
¿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 tu industria 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)
Panela Natural Solida (1000 gr)	6.000	6.300	6.615
Panela Natural Pulverizada (1000 gr)	6.000	6.300	6.615

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Panela Natural Solida	1000 gr	\$13.000	\$7.380	\$5.620
Panela Natural Pulverizada	1000 gr	\$15.000	\$8.140	\$6.860

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$3.519.840	\$42.238.080	\$44.349.984	\$46.567.483
Costos Mp	\$3.740.390	\$44.884.680	\$47.128.914	\$49.485.360
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Servicios Públicos	\$150.000	\$1.800.000	\$1.800.000	\$1.800.000
Mantenimiento de Equipos	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Caja menor	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Teléfono	\$60.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Dotación de Personal	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Gastos Bancarios	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Sueldos Vendedores	\$1.915.862	\$21.074.482	\$22.990.344	\$22.990.344
Gastos de Representación	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Gastos de Domicilios	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Valor total		\$116.717.242	\$98.198.898	\$127.563.187

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 30.000.000	\$ 10.559.520
Créditos	\$ 0	\$ 2.102.488
Total	\$ 30.000.000	\$ 12.662.008

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 168.000.000	\$ 176.400.000	\$ 185.220.000
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 42.238.080	\$ 44.349.984	\$ 46.567.483
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 44.884.680	\$ 47.128.914	\$ 49.485.360
(-) COSTOS FIJOS	\$ 27.774.482	\$ 5.915.862	\$ 5.915.862
= UTILIDAD BRUTA	\$ 53.102.758	\$ 79.005.240	\$ 83.251.295
(-) GASTOS FIJOS	\$ 15.320.000	\$ 8.020.000	\$ 7.020.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 31.974.482	\$ 34.190.344	\$ 34.505.344
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 5.808.276	\$ 36.794.896	\$ 41.725.951
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 5.808.276	\$ 36.794.896	\$ 41.725.951
(-) IMPUESTOS	\$ 1.916.731	\$ 12.142.316	\$ 13.769.564
= UTILIDAD NETA	\$ 3.891.545	\$ 24.652.580	\$ 27.956.387

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 168.000.000	\$ 176.400.000	\$ 185.220.000
Egresos operativos	\$ 158.491.724	\$ 129.605.104	\$ 131.263.187
Flujo Operativo	\$ 9.508.276	\$ 46.794.896	\$ 53.956.813
Ingresos no operativos	\$ 42.662.008	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 40.559.520	\$ 1.916.731	\$ 12.142.316
Flujo no operativo	\$ 2.102.488	-\$ 1.916.731	-\$ 12.142.316
Flujo Neto	\$ 1.051.244	\$ 44.878.165	\$ 41.814.497
Saldo anterior	\$ 0	\$ 1.051.244	\$ 45.929.409
Saldo final	\$ 1.051.244	\$ 45.929.409	\$ 87.743.906

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	34,65%
VAN (Valor Neto Anual)	\$19.680.168
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 \$3.891.545, 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 34,65% (Formato financiero) 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 \$19.680.168, 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 10%.

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 y Operarios para el proceso productivo (Cultivo y Transformación). Para lo cual se utilizarán 384 jornales en total por año para atender el total de hectáreas del plan de negocio.

Además de los anteriores estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de un contador y un asistente técnico por prestación de servicios, que beneficiarán a los habitantes del municipio de Palermo – 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.

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros asociados y el bienestar integral de la comunidad, a través de la oferta de café de alta calidad producido bajo parámetros de Buenas Prácticas Agrícolas con la integralidad del ser humano y su ambiente.

Viabilidad Ambiental

La asociación produce y comercializa Caña Panelera y Panela en Bloque y Pulverizada con prácticas agrícolas y agroindustriales sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. A través de la implementación de técnicas de agricultura bajo sistemas agroforestales, 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 agrícolas y el fomento de la biodiversidad en los cultivos de caña panelera.

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.

El plan de negocios es sostenible ambientalmente, ya que para la obtención de la materia prima que es el jugo de caña panelera, se implementan las buenas prácticas agrícolas y de manufactura y 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.

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 de Impuestos del 33% por valor de \$ 1.916.731 a partir del primer año, y \$12.142.316 y \$13.769.564 para el segundo y tercer año, lo que generará una reinversión social.

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.

Se dinamiza la economía de la región a través de la compra y venta de productos y servicios, como lo son insumos, materias primas, maquinaria y equipos entre otros.