

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION
PLAN DE NEGOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE PANELEROS DE SANTA MARÍA HUILA
ASOPASAM

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila

ASOCOOPH



Presentado por:

ASOCIACIÓN DE PANELEROS DE SANTA MARÍA HUILA - ASOPASAM

Huila, Santa María, 08 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	8
4.	MERCADO	10
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO	10
4.2	COMPETENCIA	13
4.3	PROVEEDORES.....	13
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES.....	14
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	14
5	ESTUDIO TECNICO	15
5.1	LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION	15
5.2	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA	15
5.3	PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION	16
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO	17
6	RECURSOS CLAVES	17
7	PLAN FINANCIERO	18
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	18
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	19
7.3	ANÁLISIS FINANCIERO	19
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	21

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Asociación de Paneleros Santa María - Huila (ASOPASAM)	NIT / RUT	901.201.268-8	
Dirección	Trapiche La Esperanza - Vereda La Esperanza	Teléfono 1	3165324104	
		Teléfono 2	3112713979	
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	Santa María - Vereda La Esperanza	
Página web	No tiene	E-mail	asopasam.01@gmail.com	
Nombre gerente	Jesús Miller Castañeda Chala	Celular	3112713979	
		Teléfono 1	3165324104	
Cargo (si tiene otro)	Gerente	Antecedentes	Gerente y Representante Legal que gozan de bastante conocimiento emperico, capacitado y certificado en temas relacionados con la producción y transformación de la Caña Panelera.	
Nombre del representante legal	Severiano Pérez Esquivel			
Experiencia de la empresa en el sector	Cinco (5) años		Año: 2023	Año: 2024
Actividad principal	1072: Elaboración de Panela	Número de empleados (directos)	0	0
Fecha constitución	31/07/2018	Número de asociados (si aplica)	49	33
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Panela Solida (500 gr; 1000 gr y 2000 gr); Panela Pulverizada (500 gr)			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	Ingresos de asociados	\$5.880.000	\$1.980.000

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Ampliación de la capacidad instalada para la Producción y Comercialización de Panela Natural (Convencional) en el municipio de Santa María Huila.

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.

Este proyecto permite una proyección empresarial de reconocimiento local, regional, nacional y social a lo que hasta hoy ha sido una pequeña Asociación de Productores Paneleros del municipio de Santa María – Huila. Lo anterior en procura del beneficio del sector panelero de la región.

Con esta propuesta el beneficio social será mayor, ya que a él se pueden vincular personas de la región que tienen conocimiento de la producción de caña de azúcar y del proceso panelero, lo que permite un incremento en el mejoramiento en la calidad de vida de los grupos comunitarios de las veredas aledañas al municipio de Santa María Huila.

Aprovechar la oferta de caña de azúcar que se está generando en las veredas del municipio de Santa María Huila, el conocimiento que tienen sus habitantes sobre el

proceso panelero y el aprovechamiento óptimo de las tierras, hacen que este proyecto se convierta en una alternativa de desarrollo social, económico y personal para esta comunidad.

Actualmente la caña de azúcar que se produce en el municipio de Santa María 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 Santa María 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 sufre 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
Panela Natural - Convencional	Producir y comercializar Panela Natural - Convencional

Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
<p>Panela convencional elaborada con buenas prácticas agrícolas y de manufactura amigables con el medio ambiente a través de la utilización de hornillas ecoeficientes. 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.</p>	<p>Solida (500 gr; 1000 gr y 2000 gr) y Pulverizada (500 gr)</p>
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
<p>Bolsas Termo encogible para Alimentos libres de BPA; Empaques Flow pack y Bolsas Doy pack - Zipper (Amigables con el medio ambiente)</p>	<p>Marketing de Contenidos: La cual 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).</p>
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?
Panela Natural - Convencional	Cuatro mil kilogramos de Panela Natural - Convencional (4.000 kg)	Cuatro mil kilogramos de Panela Natural - Convencional (4.000 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 \$6.500 (500 gr) / Pulverizada \$7.500 (500 gr)

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, empaquetados 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 realizada 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.	Palermo, Santa María 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	60%

<p>Cafeterías</p>	<p>Las Cafeterías que hacen presencia en los Municipios de Palermo, Santa María y Neiva Huila, son establecimientos de comercio dedicados a la venta por menor de bebidas y demás productos a base de Café.</p>	<p>Municipios de Palermo, Santa María y Neiva</p>	<p>Tienda de Café Horizonte; El Cafeteal Bambuco; Opita Café y La Cabaña, entre otras.</p>	<p>20</p>	<p>20%</p>
<p>Hoteles y otros tipos de Hospedaje no Permanente (Miradores)</p>	<p>Los Hoteles y Hospedajes (Miradores) que hacen presencia en los Municipios de Palermo y Santa María 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 infunden dentro de sus Menús el consumo de Panela.</p>	<p>Municipios de Palermo, Santa María y Neiva</p>	<p>Mirador La Morada del Viento Cabañas Las Palmas</p>	<p>2</p>	<p>10%</p>

<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 Palermo, Santa María 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>TOTAL</p>					<p>100%</p>

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 - Local ASOPROPANAL	Competidos 2 - Regional APPASI
Ubicación	Vereda Velen, municipio de San José de Isnos - 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
Soluagro Seve Comercializadora	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
Agro Insumos Orgánicos S.A.S.	Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
Agrofinca	Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
Agropecuarios del Huila	Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
Agrovelca	Maquinaria, Equipos, 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	Describe el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Punto de Venta Directo (Oficina Comercial Asopasam): 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 - 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 de los cuales podrán adquirir nuestros productos Asopasam.
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 Asopasam a depender de la localidad.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Municipio de Santa María, vereda Los Andes y La Esperanza, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
Rural / Finca	
Descripción de área productiva	
La Asociación de Paneleros del Municipio de Santa María Huila (SOPASAM) actualmente cuenta con (2) dos Plantas de Transformación, una en la Vereda Los Andes y otra en la Vereda la Esperanza por dotadas con algunos activos (maquinaria y equipos) donados por la Gobernación del Huila (Traquiche, Motor, Ornilla, Pailas)	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Vereda Los Andes y La Esperanza, municipio de Santa María - Huila	Acueducto Veredal; Energía Eléctrica
Formalización del área de trabajo	
Los dos predios ubicados en las Veredas Los Andes y La Esperanza donde se encuentran desarrollando la actividad de transformación del jugo de caña en panela sólida y pulverizada, son de propiedad de dos Asociados, los cuales no tienen formalizada la figura jurídica de arrendamiento y/o comodato.	
Fotografías del área productiva	



5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

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

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Jesús Miller Castañeda Chala	Gerente	Encargado de gestionar acercamientos y articulaciones interinstitucionales y administrativas de Asopasam
Severiano Pérez Esquivel	Administrador	Encargado de gestionar todas las actividades relacionadas con el área operativa - productiva y comercial de Asopasam.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Batidora Industrial tipo Pesado	Batidora Industrial 20 Litros Panel Digital 3 Velocidades con accesorios (Rejilla y tazón)	1	\$ 2.550.000	\$ 2.550.000
Licuada Industrial	Licuada Industrial Acero Inoxidable 15 Litros	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Bascula Balanza de Piso	Bascula Balanza Inalámbrica de Piso de 400 Kg	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Molino Industrial	Molino Industrial Panelero en Acero Inoxidable	1	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000
Secadora Industrial	Secadora Industrial para Alimentos	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Pre limpiador	Pre limpiador industrial en acero inoxidable.	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Pulverizadora de Panela	Pulverizadora industrial de Panela.	1	\$ 14.200.000	\$ 14.200.000
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
Paneta Natural Solida	1000 gr	\$13.000	\$7.380	\$5.620
Paneta Natural Pulverizada	1000 gr	\$15.000	\$8.140	\$6.860

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	3.740.390	\$ 44.884.680	47.128.914	\$ 49.485.360
Costos Mp	3.519.840	\$ 42.238.080	44.349.984	\$ 46.567.483
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Acueducto	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Dotaciones	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Servicios Públicos	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
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
Papelería	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de Domicilios	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Valor total		95.642.760	99.998.898	104.572.843

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

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

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	\$ 27.299.482	\$ 8.140.862	\$ 8.140.862
= UTILIDAD BRUTA	\$ 53.577.758	\$ 76.780.240	\$ 81.026.295
(-) GASTOS FIJOS	\$ 15.320.000	\$ 5.320.000	\$ 4.320.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 30.774.482	\$ 32.990.344	\$ 33.305.344
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 7.483.276	\$ 38.469.896	\$ 43.400.951
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 7.483.276	\$ 38.469.896	\$ 43.400.951
(-) IMPUESTOS	\$ 2.469.481	\$ 12.695.066	\$ 14.322.314
= UTILIDAD NETA	\$ 5.013.795	\$ 25.774.830	\$ 29.078.637

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 168.000.000	\$ 176.400.000	\$ 185.220.000
Egresos operativos	\$ 157.291.724	\$ 128.405.104	\$ 130.063.187
Flujo Operativo	\$ 10.708.276	\$ 47.994.896	\$ 55.156.813
Ingresos no operativos	\$ 40.559.520	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 40.559.520	\$ 2.469.481	\$ 12.695.066
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 2.469.481	-\$ 12.695.066
Flujo Neto	\$ 148.756	\$ 45.525.415	\$ 42.461.747
Saldo anterior	\$ 0	\$ 148.756	\$ 45.674.171
Saldo final	\$ 148.756	\$ 45.674.171	\$ 88.135.918

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	37,45%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 21.912.875
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	2,8 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 \$ 25.774.830, 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 37,45% (Formato financiero) es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 37%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$21.912.875, 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 2,8 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 beneficiaran a los habitantes del municipio de Santa María – 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.

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.

Sin lugar a duda una de las necesidades del ser humano dentro de una sociedad es comer sano y saludable y es allí donde le estamos apuntando con nuestros productos (Panela), entendiendo que desde el punto de vista nutricional, estudios y documentados muestran que, por su proceso natural de elaboración, la panela conserva nutrientes presentes en la caña de azúcar, como vitaminas y minerales,

importantes en la alimentación diaria de las personas, mejorando así la calidad de vida de las personas en aspectos relacionados con la salud.

Con el fortalecimiento de nuestra actividad productiva y comercial, estaremos contribuyendo al cierre de la brecha de porcentajes de desempleo e informalidad laboral, teniendo en cuenta que estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente a los habitantes del municipio de Santa María – Huila.

Regional / Nacional:

- Ocupa cerca de 25 millones de jornales, es decir, el 12% de la población rural económicamente activa, que equivale a 120.000 empleos permanentes.
- Vincula a la cadena productiva cerca de 350.000 personas entre productores de caña, trabajadores de cultivo y proceso, comercializadores y proveedores de insumos y servicios.
- Agrupa cerca de 20.000 establecimientos de beneficio o trapiches.

Viabilidad Ambiental

La asociación produce y comercializa Caña Panela 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.

Teniendo en cuenta la importancia de trazar acciones direccionadas a prevenir y mitigar los efectos del cambio climático, hemos venido trabajando con la Gobernación del Huila, la cual a través de uno de sus proyectos dirigido al subsector panelero, nos apoyó con la reconversión de las hornillas convencionales hacia el modelo cimpa, que aprovecha la producción de bagazo generado en la molienda de caña para alimentar las calderas, sin que sea necesario el uso de leña, u otros materiales contaminantes como lo hacíamos antes con llantas de vehículos.

- En aras de reducir la huella ecológica y promover la responsabilidad ambiental, estamos trabajando por una producción más sostenible y amigable con el medio ambiente, con el apoyo del Gobierno Departamental y la Corporación del Alto Magdalena – CAM, vienen impulsando varios proyectos con los que se viene impactando positivamente el subsector panelero.

Regional / Nacional:

- Debido a que el cultivo de la caña para panela se desarrolla principalmente en la región andina sobre laderas de las tres cordilleras, principalmente en zonas con pendientes que oscilan entre el 20% y el 100%, se convierte en un cultivo protector de suelos debido a su carácter semipermanente o permanente que necesita mínimas prácticas culturales de adecuación de suelos.
- Por su parte, este cultivo es un alto receptor continuo de CO₂.
- Por otra parte, el proceso de producción de panela devuelve agua al medio ambiente en forma de vapor.

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 \$12.695.066 a partir del segundo 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 es insumos, materias primas, maquinaria y equipos entre otros.