

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION CORPORACIÓN AGROMINERA DEL
HUILA CORPOAGROMINH**

Presentado a:

**Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH**

Presentado por:

Martha Edith Rojas Cuenca
Representante Legal

Palermo - Huila, 8 de octubre de 2024

Tabla de 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.....	8
3.3 ALIADOS CLAVES	9
4. Mercado.....	10
4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO.....	10
4.2 COMPETENCIA	10
4.3 PROVEEDORES.....	11
4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTE.....	12
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 PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	14
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO	15
6 Recursos claves.....	16
7 Plan financiero	17
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS	17
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	18
7.3 ANALISIS FINANCIERO	19
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	20

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN			
Nombre organización	CORPORACION AGROMINERA DEL HUILA - CORPOAGROMINH	NIT / RUT	900298931-6
Dirección	KILOMETRO 7 DE LA VIA NEIVA A PALERMO	Teléfono 1	3187157386
		Teléfono 2	
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	Palermo
Página web	https://corpoagrominh.org/	E-mail	contactenos@corpoagrominh.org
Nombre gerente	MARTHA EDITH ROJAS CUENCA	Celular	3227015802
		Teléfono 1	
Cargo (si tiene otro)	Presidente	Antecedentes	Tanto el Representante Legal, como la mayoría de los asociados poseen bastante conocimiento emperico, capacitado y certificado en temas relacionados con la explotación y transformación de piedra caliza y dolomita.
Nombre del representante legal	MARTHA EDITH ROJAS CUENCA		
Experiencia de la empresa en el sector	Quince (15) años	Año: 2023	Año: 2024

Actividad principal	9499	Número de empleados (directos)	0	0
Fecha constitución	26/6/2009	Número de asociados (si aplica)	26	28
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Compra y Venta de piedra dolomita y caliza			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	Ingresos de asociados		

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Comercialización de Granulados de Piedra Dolomita y Caliza

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 y mineras en la región.

Las asociaciones agropecuarias y mineras 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 local, que proporcionen una fuente de ingresos más estable para los agricultores, ganaderos pecuarios y mineros, dada la diferencia en los ciclos de crecimiento y precios de mercado, esto aumentara la disponibilidad y variedad de alimentos en la comunidad al garantizar un suministro constante de alimentos frescos y nutritivos, uso más eficiente de los recursos: mejorando el uso de los recursos naturales, como el agua y los nutrientes del suelo, mediante el fomento de prácticas sostenibles como la rotación de cultivos y el uso de abonos verdes. Estas prácticas ayudan a mantener la salud del suelo, reducen la erosión y promueven la biodiversidad en los sistemas agropecuarios.

La principal problemática que afronta nuestra organización es la necesidad en la adquisición de maquinaria que nos permita realizar el proceso de transformación de la materia prima, permitiéndonos ser más competitivos como organización. El presente plan de negocios propone la adquisición de maquinaria moderna y eficiente que permita a Corpoagrominh realizar internamente el proceso de transformación de la materia prima. Al implementar esta maquinaria, la empresa podrá optimizar sus operaciones, reducir costos, mejorar la calidad del producto final y aumentar la capacidad de producción. Además, la integración de estas nuevas tecnologías permitirá a Corpoagrominh diversificar su oferta, introduciendo productos con mayor valor agregado, como cal agrícola y agregados finos, lo que ampliará su mercado y fortalecerá su posición competitiva en el sector. La inversión en maquinaria no solo responderá a la necesidad inmediata de ser más autosuficientes y competitivos, sino que también sentará las bases para un crecimiento sostenible a largo plazo, al mejorar la eficiencia operativa, reducir la dependencia de terceros, y garantizar la satisfacción de los clientes con productos de alta calidad y entregas más rápidas.

3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO

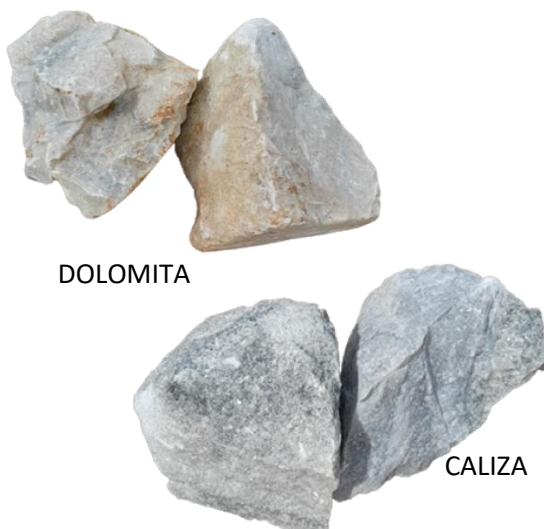
3.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO

Producto(s)/servicio(s) ofrecidos por la organización	Productos y/o servicios en los que se va a enfocar el plan de negocios
Venta de granulados de piedra caliza y dolomita	Venta de granulados de piedra caliza y dolomita
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer

La piedra dolomita triturada se caracteriza por su composición química de carbonato de calcio y magnesio ($\text{CaMg}(\text{CO}_3)_2$), lo que le confiere un contenido significativo de óxido de magnesio y calcio. Su color varía entre blanco, gris claro y, en ocasiones, tonos rosados o marrones, presentando una textura granulosa. Con una densidad aproximada de 2.8 a 2.9 g/cm³ y una dureza de 3.5 a 4 en la escala de Mohs, la dolomita es moderadamente soluble en ácidos diluidos, reaccionando lentamente. Este material es ampliamente utilizado en la agricultura para mejorar la acidez del suelo, en la construcción como base en hormigón y asfalto, y en la industria del vidrio y la cerámica. Por otro lado, la piedra caliza triturada, compuesta principalmente por carbonato de calcio (CaCO_3), es conocida por su alto contenido de este compuesto, con un 90-95%, y por su capacidad para reaccionar rápidamente con ácidos, debido a su alta solubilidad. Su color varía desde el blanco hasta tonos grises, y su textura granulosa depende del grado de trituración. Con una densidad de alrededor de 2.7 g/cm³ y una dureza de 3 a 4 en la escala de Mohs, la caliza se utiliza ampliamente en la agricultura para ajustar el pH del suelo, y en la construcción para la fabricación de cemento, cal y como agregado en concreto y asfalto. Además, es un componente esencial en la industria siderúrgica para la purificación del hierro.	Sacos de 25 Kg y 50 Kg
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)

Sacos de Polipropileno, estos sacos están fabricados con fibras de polipropileno, un material plástico resistente y duradero, su capacidad es de 25 kg y 50 kg. Big Bags (Sacos de Gran Capacidad), estos sacos son de mayor tamaño y están hechos de polipropileno tejido, tienen capacidad de entre 500 kg a 1.500 kg.	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).
--	--

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?
Piedra Caliza	3360 toneladas	3360 toneladas	Mensual	La producción es constante	La producción es constante
Piedra Dolomita					

VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Piedra Caliza - Piedra Dolomita	Procesado Malla # 80	\$85000 / Tonelada
	Procesado Malla # 100	\$120000/Tonelada
	Procesado Malla # 200	\$150000/Tonelada

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Corpoagrominh ofrece un valor agregado significativo al cliente al proporcionar piedra caliza y dolomita de alta calidad, procesada internamente para asegurar su pureza y precisión en la granulometría, lo que permite adaptarse a las necesidades específicas de cada aplicación, ya sea en agricultura o en construcción. A través de este enfoque, la empresa ayuda a resolver problemas críticos como la necesidad de insumos consistentes y confiables, mejorando la productividad agrícola y la eficiencia en proyectos constructivos. Corpoagrominh también satisface la demanda de materiales accesibles y disponibles a tiempo, respaldados por un asesoramiento técnico especializado que maximiza los beneficios del producto para el cliente. La innovación de la empresa radica en la implementación de tecnología avanzada que no solo mejora la calidad y personalización de los productos, sino que también permite el desarrollo de soluciones sostenibles, reduciendo el impacto ambiental y optimizando el uso de recursos. Esta capacidad de producción interna y el enfoque en la sostenibilidad y la calidad distinguen a Corpoagrominh de su competencia, posicionándola como un proveedor confiable y comprometido con el éxito de sus clientes en el departamento del Huila y más allá.

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.
Alcaldía de Palermo, Santa María y Teruel	Apoyo en la producción minera por parte de los municipios para el fortalecimiento de la corporación.
Gobernación del Huila	Apoyo técnico, financiero y fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas del departamento.
Sena	Desarrollar, administrar y ejecutar programas de formación profesional integral, en coordinación y en función de las necesidades sociales y del sector productivo.
Ministerio de Minas	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Minero Energético del país.
Secretaría de Agricultura y Minería del Departamento del Huila	Promover la ejecución de programas y proyectos de impacto y cobertura regional que, apliquen criterios de equidad social y de género en la solución de necesidades de las comunidades vinculadas a la actividad agropecuaria, minera, forestal e industrial.
Ecopetrol	La alianza entre Ecopetrol y Créame promueve el espíritu emprendedor de jóvenes, mujeres y empresarios, con el objetivo de contribuir al desarrollo empresarial y al fortalecimiento de las vocaciones económicas de los territorios, en beneficio del país.

4. MERCADO

4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO

Tipo de Cliente	Características del Cliente	Ubicación del cliente	Cantidad mensual estimada de clientes que realizarán adquisición de tu producto	% del total de ventas realizada por tipo de cliente
Empresas	Empresas de la industria Alimentaria, Farmacéutica y de la Construcción.	Mercado Nacional	12	100%
TOTAL			100%	

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional: Colminerales	Competidor 2 Local: Minerales del Sur
Ubicación	Carrera 7 P 10-20 Km 3	Vía Palermo Huila
Cobertura	Regional, Nacional	Regional, Nacional

Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/ Valor Agregado	Carbonatatos/Dolomita/Granito en presentaciones de 20 Kg y 50Kg	Carbonatatos/Dolomita/Granito en presentaciones de 20 Kg y 50Kg
Precios del producto principal/Por Mayor y al Detal	El precio para los gránulos en Malla 80, 100, 200 son de \$85000, \$120000 y \$150000 respectivamente	El precio para los gránulos en Malla 80, 100, 200 son de \$85000, \$120000 y \$150000 respectivamente
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
Asociados	Suministro de la piedra
Alejandro Medina	Suministro de la piedra
Aye Asociados	Combustible, filtros, lubricantes
Merkellantas	Llantas
Dillacol	Llantas
Empaques Medellín	Empaques
Importran	Empaques
Colamin	Big Bag

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTE

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	En este momento la asociación maneja redes sociales y cuentan con material publicitario, como tarjetas de presentación, pendones, brochure.
Medios de difusión que se van a utilizar	Pendones, presencia en ferias, eventos, perfil en Facebook e Instagram, página web.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describe 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) minoristas y mayoristas sin la intervención de intermediarios.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Aliados Estratégicos: A través de la implementación de la estrategia de distribución donde utilizaremos intermediarios para llevar los productos a más clientes.
¿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.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	A través de Marketing Digital: Las redes sociales son indispensables para dar a conocer la disponibilidad del producto, así mismo la página web, se generará contenido con los procesos que se desarrollan en torno al proceso productivo.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Fincas de los asociados ubicadas en los municipios de Palermo, Teruel y Santa María. Cuentan con un centro de gestión integral (planta de procesamiento) que corresponde a un lote de 3 hectáreas donde funciona además la parte de acopio, área administrativa y un laboratorio fisicoquímico, dicho predio está en comodato por parte de la Gobernación del Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

· Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
Rural / Fincas de los asociados ubicadas en los municipios de Palermo, Teruel y Santa María. Cuentan con un centro de gestión integral (planta de procesamiento) que corresponde a un lote de 3 hectáreas donde funciona además la parte de acopio, área administrativa y un laboratorio fisicoquímico, dicho predio está en comodato por parte de la Gobernación del Huila.	
Descripción de área productiva	
La corporación (CORPOAGROMINH), cuenta con minas de piedra ubicadas en los municipios de Palermo, Teruel y Santa María, éstas son propiedad de los asociados y cuentan con un centro de gestión integral (planta de procesamiento) que corresponde a un lote de 3 hectáreas donde funciona además la parte de acopio, área administrativa y un laboratorio fisicoquímico, dicho predio está en comodato por parte de la Gobernación del Huila.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Zona rural de los municipios de Palermo, Teruel y Santa María	· Acueducto veredal: Sí · Energía eléctrica: Si · Gas: Domiciliario/Pipeta · Teléfono: Si (Celular)
Formalización del área de trabajo	

Comodato por parte de la Gobernación del Huila.

Fotografías del área productiva



5.3 PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 Extracción	Consiste en la extracción de la piedra caliza o dolomita desde las minas. Se utilizan equipos pesados como excavadoras, cargadoras y perforadoras para extraer las rocas.
Proceso 2 Transporte a la Planta	Una vez extraídas, las piedras se cargan en camiones de gran capacidad para ser transportadas a la planta de procesamiento.
Proceso 3 Trituración Primaria	Al llegar a la planta, las piedras se someten a una trituración primaria. Aquí, se reduce el tamaño de las rocas mediante trituradoras de mandíbulas o de impacto, dejándolas en fragmentos más pequeños.

Proceso 4 Trituración Secundaria	Tras la trituración primaria, las piedras pasan a una segunda etapa de trituración para alcanzar un tamaño aún menor, dependiendo de las especificaciones de producto final. Para esto, se emplean molinos o trituradoras de cono.
Proceso 5 Molienda Fina	Algunas aplicaciones requieren que la piedra se muele aún más fina, por lo que pasa por molinos de bolas o de rodillos para obtener un polvo fino de caliza o dolomita, utilizado en diferentes industrias.
Proceso 6 Empaque y Almacenamiento	Una vez que el producto tiene el tamaño y las características deseadas, se empaqueta o se transporta a granel. Dependiendo del cliente, el material puede ir en sacos o en silos listos para distribución.
Proceso 7 Comercialización	Comercialización del producto.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Martha Edith Rojas Cuenca	Representante Legal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo.
Pendiente por definir	Administrador de Planta	Es responsable de supervisar todas las operaciones, asegurando que los procesos de trituración, clasificación y molienda se realicen de manera eficiente y segura.
Pendiente por definir	Asesor comercial	Su principal función es asesorar a los clientes sobre las características y beneficios de los productos, ofreciendo soluciones que se ajusten a sus necesidades.
Silvia Carrera	Ingeniera Química	Asegurar que las reacciones químicas se realicen de manera eficiente y segura, garantizando la calidad del producto final. Además, colabora en el diseño y mejora de los procesos productivos para incrementar la eficiencia energética y reducir costos operativos.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Montacarga	Los Montacargas de Combustión más seguros y de mayor calidad del mercado (Diesel y Gasolina-GLP). Equipada con motores de gran potencia para obtener el máximo rendimiento, la serie 8FGN/8FDN incorpora Toyota SAS, que proporciona más seguridad de funcionamiento y más facilidad para apilar estibas con la comodidad del conductor en mente, incluyen un asiento totalmente ajustable. Adecuadas para operaciones de manipulación de materiales pesados, 8FGN/8FDN ofrece alturas de elevación de hasta 6 metros y capacidades de carga de 3,5 a 8 toneladas.	1	\$140.000.000	\$ 140.000.000
Básculas		2	\$ 20.000.000	\$ 40.000.000
Insumos y herramientas				

			\$	\$
Equipos de computo				
			\$	\$
Otros				
			\$	\$
Valor total inversiones requeridas				\$ 180.000.000

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)	Granulado Malla # 80 \$85.000 Tonelada Granulado Malla # 100 \$120.000 Tonelada Granulado Malla # 200 \$150.000 Tonelada
¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)	Contado 100%
¿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?	Las ventas generalmente son mensuales.
¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?	Teniendo en cuenta los costos, precios de la competencia y estableciendo un margen de utilidad.

PROYECCION VENTAS AÑO 1, 2 Y 3

		Incremento porcentual según investigación de mercado	
		5%	5%
NOMBRE PRODUCTO	TOTAL AÑO 1 (En Unidades)	TOTAL AÑO 2 (En Unidades)	TOTAL AÑO 3 (En Unidades)
Granulado en Malla # 80	9.600	10.080	10.584
Granulado en Malla # 100	23.040	24.192	25.401
Granulado en Malla # 200	7.680	8.064	8.467

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Granulado en Malla # 80	Tonelada	\$85000	\$73052	\$11948
Granulado en Malla # 100	Tonelada	\$120000	\$73052	\$46948
Granulado en Malla # 200	Tonelada	\$150000	\$73052	\$76948

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$94.254.720	\$ 1.131.056.640	\$ 1.187.609.472	\$ 1.246.989.946
Costos Mp	\$151.200.000	\$ 1.814.400.000	\$ 1.905.120.000	\$ 2.000.376.000
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Acueducto	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Energía	\$53.340.000	\$640.080.000	\$640.080.000	\$640.080.000
Caja Menor	\$56.000.000	\$672.000.000	\$672.000.000	\$672.000.000
Comunicación y Teléfono	\$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 de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Valor total		\$4260536640	\$4407809472	\$4562445946

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 180.000.000	\$ 302.400.000
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 180.000.000	\$ 302.400.000

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 4.732.800.000	\$ 4.969.440.000	\$ 5.217.912.000
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 1.814.400.000	\$ 1.905.120.000	\$ 2.000.376.000
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 1.131.056.640	\$ 1.187.609.472	\$ 1.246.989.946
(-) COSTOS FIJOS	\$ 735.551.691	\$ 661.425.911	\$ 661.425.911
= UTILIDAD BRUTA	\$ 1.051.791.669	\$ 1.215.284.617	\$ 1.309.120.143
(-) GASTOS FIJOS	\$ 708.604.280	\$ 677.509.480	\$ 674.400.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 9.500.000	\$ 9.500.000	\$ 9.500.000
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 333.687.389	\$ 528.275.137	\$ 625.220.143
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 333.687.389	\$ 528.275.137	\$ 625.220.143
(-) IMPUESTOS	\$ 110.116.838	\$ 174.330.795	\$ 206.322.647
= UTILIDAD NETA	\$ 223.570.550	\$ 353.944.342	\$ 418.897.496

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 4.732.800.000	\$ 4.969.440.000	\$ 5.217.912.000
Egresos operativos	\$ 4.390.966.620	\$ 4.427.831.530	\$ 4.571.945.946
Flujo Operativo	\$ 341.833.380	\$ 541.608.470	\$ 645.966.054
Ingresos no operativos	\$ 482.400.000	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 482.400.000	\$ 110.116.838	\$ 174.330.795
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 110.116.838	-\$ 174.330.795
Flujo Neto	\$ 39.433.380	\$ 431.491.632	\$ 471.635.259
Saldo anterior	\$ 0	\$ 39.433.380	\$ 470.925.012
Saldo final	\$ 39.433.380	\$ 470.925.012	\$ 942.560.271

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	32,02%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 188.267.399
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	3 años

7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Según la información financiera obtenida en el Plan de Negocio se obtendrán utilidades a partir del segundo año por valor de \$ 353.944.342, 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 32,02%, es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 32%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$188.267.399, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa, a una tasa de descuento del 15%.

Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en 3 años.

Viabilidad Social

Con el fortalecimiento de la actividad productiva y comercial, estaremos contribuyendo al cierre de la brecha de porcentajes de desempleo e informalidad laboral, teniendo en cuenta que se espera continuar generando empleo a través de la contratación de un administrador de la planta, un asesor comercial, un ingeniero químico, un jefe financiero, tres empacadores, un conductor, un ayudante de mantenimiento, una secretaria, un supervisor de calidad, así como varios trabajadores ocasionales, necesarios para atender el total de la producción del plan de negocio.

Generando empleo formal y decente, que beneficiaran 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 Genero, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Producción y Consumo Responsable.

Viabilidad Ambiental

Estamos comprometidos firmemente a implementar acciones destinadas a prevenir, controlar y reducir los impactos ambientales no deseados generados por nuestra actividad. Estas medidas forman parte de un proceso continuo de mejora ambiental en todas nuestras operaciones. Asimismo, nos esforzamos por promover el progreso sostenible del medio ambiente, cumpliendo rigurosamente con la legislación ambiental de nuestro país y buscando siempre prácticas que minimicen nuestro impacto en el entorno.

Viabilidad Económica

El trabajo asociativo, nos permitirá, reducir costos operativos y de producción, al igual que otros gastos relacionados con el negocio, acceso a recursos financieros de capital, ya que los socios contribuyen con fondos a través de sus cuotas o buscar inversiones conjuntas, unido a ello identificar oportunidades para optimizar procesos, reducir desperdicios y mejorar la productividad, lo que conduce a un mejor rendimiento financiero en general adaptándose a cambios en el entorno empresarial o económico, compartir recursos según sea necesario, lo que les permite ajustarse más fácilmente a fluctuaciones en la demanda del mercado,

cambios en los precios de los insumos o condiciones económicas adversas. Aprovechamiento de economías de escala, al aumentar el volumen de producción o la escala de las operaciones, mayor capacidad de negociación; al unir fuerzas, los socios pueden tener una posición de negociación más fuerte frente a proveedores, clientes y otras partes interesadas. Esto puede conducir a mejores términos comerciales, descuentos por volumen y oportunidades de colaboración más favorables, Ampliación de la base de clientes y mercados, expandir las ventas y aumentar los ingresos, ya que se tiene acceso a una audiencia más amplia sin la necesidad de invertir recursos significativos en marketing o expansión geográfica.

El negocio aportará un pago de impuestos con una Tasa del 33% por valor de \$174.330.795 a partir del segundo año, 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.

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.