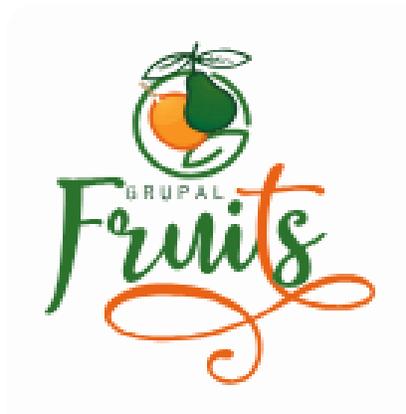


**PLAN DE NEGOCIOS GRUPO ASOCIATIVO DE PRODUCTORES Y
COMERCIALIZADORES AGROPECUARIOS DE ALGECIRAS - GRUPAL FRUITS**

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila

ASOCOOPH



Presentado por:

Sandro Olaya Malpica

Representante Legal

Departamento del Huila, Algeciras, 22 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 | 14 |
| 4.3 PROVEEDORES..... | 14 |
| 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES | 15 |
| 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..... | 17 |
| 6 Recursos claves..... | 18 |
| 7 Plan financiero | 22 |
| 7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS | 22 |
| 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS | 23 |
| 7.3 ANALISIS FINANCIERO | 23 |
| 7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD..... | 25 |

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

| IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN | | | | |
|---|---|---------------------------------|--|----|
| Nombre organización | GRUPO ASOCIATIVO DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES AGROPECUARIOS DE ALGECIRAS - GRUPAL FRUITS | NIT / RUT | 813005005-5 | |
| Dirección | Carrera 5 No. 2-13 | Teléfono 1 | 3133720640 | |
| | | Teléfono 2 | | |
| Departamento | Huila | Ciudad/municipio/vereda | Algeciras | |
| Página web | http://grupalfruits.com.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/#about | E-mail | grupalfruits1@gmail.com | |
| Nombre gerente | SANDRO OLAYA MALPICA | Celular | 3133720640 | |
| | | Teléfono 1 | | |
| Cargo (si tiene otro) | Presidente | Antecedentes | | |
| Nombre del representante legal | SANDRO OLAYA MALPICA | | | |
| Experiencia de la empresa en el sector | 24 años | Año: 2023 | Año: 2024 | |
| Actividad principal | Código 9499 Actividades de otras asociaciones N.C.P. | Número de empleados (directos) | 2 | 2 |
| Fecha constitución | 13/09/1999 | Número de asociados (si aplica) | 92 | 92 |
| Descripción del objeto (producto/servicio/labor social) | Producción y comercialización de Aguacate Hass | | | |
| Figura jurídica | Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria | Ingresos de asociados | | |

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

COMERCIALIZACIÓN DE AGUACATE HASS "GRUPAL FRUITS".

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 agropecuarias en el Huila puede tener varios impactos positivos en la comunidad local y en la región en general, y contribuye a la sostenibilidad en aspectos como la diversificación de la producción agropecuaria local, que proporcionen una fuente de ingresos más estable para los agricultores, ganaderos o pecuarios dada la diferencia en los ciclos de crecimiento y precios de mercado, esto aumentara la disponibilidad y variedad de alimentos en la comunidad al garantizar un suministro constante de alimentos frescos y nutritivos, uso más eficiente de los recursos: mejorando el uso de los recursos naturales, como el agua y los nutrientes del suelo, mediante el fomento de prácticas sostenibles como la rotación de cultivos y el uso de abonos verdes. Estas prácticas ayudan a mantener la salud del suelo, reducen la erosión y promueven la biodiversidad en los sistemas agropecuarios.

El consumo de aguacate en Colombia ha experimentado un aumento significativo en los últimos años. Según datos del Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y otras fuentes, Colombia ha visto un incremento constante en la producción y consumo de aguacate.

Además, Colombia se ha convertido en uno de los principales exportadores de aguacate en la región, con destinos como Estados Unidos, Europa y otros países de América Latina. Este aumento en la producción y exportación también refleja un aumento en el consumo interno, ya que el aguacate se ha vuelto más accesible y popular entre los colombianos.

El grupo asociativo de productores y comercializadores agropecuarios de Algeciras, se encuentra actualmente limitado por la falta de recursos económicos

que le impide expandir su capacidad de producción para satisfacer la creciente demanda de aguacate Hass.

Ante esta situación, el presente plan de negocios tiene como objetivo gestionar los recursos económicos necesarios para potenciar el proceso de producción y comercialización del aguacate Hass. La creciente demanda tanto a nivel regional como nacional ofrece una gran oportunidad para los productores de la asociación, quienes ven en esta actividad la posibilidad de mejorar sus ingresos y, en consecuencia, la calidad de vida de ellos y sus familias.

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 |
|---|--|
| Aguacate Hass | Comercialización de Aguacate Hass |
| Principales características | Presentaciones en las que se va a ofrecer |
| El aguacate Hass producido por Asofruits, cuenta con el respaldo de las buenas prácticas agrícolas que favorece y ayuda a tener un producto limpio hacia el mercado, al mismo tiempo que son una garantía de los altos niveles de calidad del mismo. Este método de producción garantiza que el aguacate Hass retenga todos sus nutrientes naturales, incluyendo vitaminas, minerales y antioxidantes, que brindan una fuente de beneficios para la salud. El aguacate Hass, tiene una composición nutricional aproximada por cada 100 gramos de fruta. Esto puede variar ligeramente | Aguacate en sacos, tulas (fibra) bultos de 50 kilos. |

dependiendo del cultivo y otras condiciones, pero en general, el aguacate Hass suele contener alrededor de 160-190 calorías, 2 gramos de proteína, 15 gramos de grasa (principalmente grasas saludables), 9 gramos de carbohidratos y 7 gramos de fibra. También es rico en vitaminas y minerales, como potasio, vitamina K, vitamina E y ácido fólico.

| Empaques a utilizar | Material publicitario (opcional) |
|----------------------------------|--|
| Aguacate en sacos, tulas (fibra) | <p>Pendones: Que contengan la información de los múltiples beneficios nutricionales del aguacate hass, como su alto contenido de grasas saludables, vitaminas y minerales. Con mensajes claros que resalten como el consumo del aguacate hass puede contribuir a una dieta equilibrada y a un estilo de vida saludable. Este material se utilizará en Ferias y todo tipo de eventos donde pueda hacer presencia la asociación.</p> <p>Presencia en medios digitales: Utilizar estrategias de marketing digital a través de plataformas como redes sociales, sitio web, crear alianzas y colaboraciones con chefs, nutricionistas, influencers y líderes de opinión que puedan contribuir a aumentar la visibilidad del producto.</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? |
|--------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|---|--|
| Aguacate Hass | 62.325 kg al año | 62.325 Kg al año | Cuatrimstre | Febrero, julio y noviembre | Enero, junio, agosto, septiembre, octubre, y diciembre |

VARIEDAD/PRECIO

| Nombre del producto o servicio | ¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado | ¿A qué precio va a venderlo? |
|--------------------------------|--|------------------------------|
| Aguacate Hass | Verde - Fresco | \$3.800 Kg |

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestra asociación está comprometida en ofrecer aguacates Hass de primera calidad, cultivados con los más altos estándares de producción y respeto al medio ambiente. Nos distinguimos por nuestra capacidad para proporcionar productos libres de trazas químicas y agroquímicos, garantizando la pureza y calidad del aguacate que llega a las manos del consumidor.

Al ofrecer aguacates cultivados con certificaciones de buenas prácticas agrícolas y utilizando microorganismos eficientes, satisfacemos la creciente demanda de productos saludables y sostenibles. Nuestra innovación radica en el cuidado integral de la salud del consumidor y del medio ambiente, lo que nos diferencia de la competencia.

La implementación de certificaciones de buenas prácticas agrícolas y el uso de microorganismos eficientes para proteger el suelo reflejan nuestro compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental. Esto no solo nos permite

diferenciarnos en el mercado, sino que también nos posiciona como líderes en la producción de aguacates Hass de alta calidad y respetuosos con el medio ambiente.

El cultivo y comercialización de aguacate Hass de primera calidad representa una oportunidad estratégica para nuestra asociación y para la comunidad en general. En primer lugar, el aguacate Hass es un producto altamente demandado tanto a nivel nacional como internacional, debido a su excelente sabor, textura y propiedades nutricionales. Esta demanda creciente ofrece una ventana de oportunidad para ingresar y consolidarse en un mercado en constante expansión.

Consolidarnos en la comercialización de aguacate Hass de primera calidad representa una oportunidad estratégica para nuestra asociación, tanto en términos de crecimiento económico como de impacto social y ambiental. Estamos comprometidos con la producción de alimentos saludables y sostenibles, y creemos firmemente que este proyecto contribuirá al desarrollo integral de la comunidad y al fortalecimiento de nuestra asociación en el mercado.

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. |
| CORPOHASS | La Corporación de productores y exportadores de aguacate hass de Colombia, por medio de su asesoramiento en la producción y comercialización, que contribuyen en la competitividad del sector del aguacate Hass, así como en el desarrollo económico y social de las comunidades productoras. |

| | | |
|-------------------------------|------------|--|
| ASOHOFRUCOL | | La Asociación Hortofrutícola de Colombia, por medio de la capacitación en prácticas agrícolas modernas y sostenibles que mejoran la productividad y la calidad del cultivo, así como el acceso a nuevos mercados tanto nacionales como internacionales donde comercializar el aguacate hass. |
| MINISTERIO AGRICULTURA | DE | Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario y el Desarrollo Rural. |
| GOBERNACIÓN HUILA | DEL | Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas, así como investigaciones para el desarrollo de variedades de aguacate adaptadas a las condiciones climáticas y del suelo de la región. |
| SENA | | Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo. |
| INVIMA | | Realizar el registro de sus terrenos agrícolas, con el fin de elevar los estándares de calidad y sanidad en la producción de aguacate hass, facilitando así su exportación y preservando el estatus fitosanitario. |
| SECTOR PRIVADO | | Cámara de Comercio del Huila: Incentivar y potenciar la productividad en un sector determinado dentro del país. Estas coaliciones proporcionan respaldo a través de financiamiento, investigaciones, análisis del sector e informes sobre tendencias de consumo. |
| 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. |
| 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. |

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 |
|-----------------|-----------------------------|-----------------------|----------------------------|---|---|
|-----------------|-----------------------------|-----------------------|----------------------------|---|---|

| | | | | | |
|----------------------------------|--|--------|---|-------------------|-----|
| Distribuidores Mayoristas | <p>Es una Comercializadora Nacional de frutas, destacando el aguacate Hass, ofreciendo tanto al por mayor como al por menor para su consumo. Sus productos se distribuyen en diversos establecimientos especializados, como Fruver, minoristas en la Plaza de Corabastos, grandes superficies y tiendas de barrio. Además, colaboran con empresas que facilitan la adquisición de aguacate Hass a través de aplicaciones tecnológicas. Sus clientes incluyen tanto a personas como a empresas que valoran la alimentación saludable y buscan productos que sean respetuosos con el medio ambiente.</p> | Bogotá | <p>HASS GOURMET S.A.S Bogotá plaza de Corabastos, AC 80 No. 2-51 Bodega 81 Local 1286</p> | 6.450 kilogramos. | 45% |
|----------------------------------|--|--------|---|-------------------|-----|

| | | | | | |
|--|---|---------------|--|--------------------------|------------|
| <p style="text-align: center;">COMERCIALIZADORA DE AGUACATE MADRE LAURA</p> | <p>Empresa que se especializa en la compra de diversas variedades de aguacate, tanto al por menor como al por mayor. Posteriormente, la comercializan a personas naturales y empresas, incluyendo Fruver, restaurantes en Bogotá, heladerías, comedores escolares y minoristas de la Plaza Corabastos. Estos clientes comparten un interés común en una alimentación saludable, y buscan productos que promuevan el cuidado de la naturaleza y el medio ambiente.</p> | <p>Bogotá</p> | <p>Plaza de Corabastos en la AC 80 No. 2-51 Bodega 41 Local 26</p> | <p>4.300 kilogramos.</p> | <p>30%</p> |
|--|---|---------------|--|--------------------------|------------|

| | | | | | |
|-----------------------|---|--------|---|-------------|-----|
| DEPOSITO RAMBO | <p>Es una empresa dedicada a la comercialización de frutas y verduras, con un depósito ubicado en la plaza de Sur Abastos en la ciudad de Neiva. Allí, adquieren productos de grandes, medianos y pequeños agricultores, centrándose especialmente en la compra de grandes volúmenes de aguacate. Además, cuentan con otro punto de venta de frutas y verduras en el barrio Calixto de Neiva. Sus clientes incluyen empresas como tiendas de barrio, restaurantes, comerciantes informales en zorras, comedores escolares, minoristas de la plaza y personas naturales que buscan consumir alimentos saludables y que valoran procesos de producción respetuosos con el medio ambiente.</p> | Bogotá | <p>Hernando Herrera Ubicado en la plaza Sur abastos en la bodega 4 local 25 y en la Carrera 17 # 7-2, barrio Calixto Neiva, Huila</p> | 3.583 | 25% |
| TOTAL | | | | 100% | |

4.2 COMPETENCIA

| Información competidor | Competidor 1 Nacional Mesías Córdoba | Competidor Local Javier Gómez |
|--|--|--|
| Ubicación | Balsillas - Caquetá | Vereda Santa clara - Algeciras |
| Cobertura | Regional y Nacional | Regional y Nacional |
| Presentación del SERVICIO PRINCIPAL | Aguacate Hass, una hectárea establecida en producción. | Aguacate Hass, establecido en dos hectáreas en producción con experiencia de 4 años. |
| Precios del producto principal | \$3800 el kilo precio definido por el mercado | \$3800 el kilo precio definido por el mercado |
| Canal de distribución | Directo e Intermediario | Directo e Intermediario |
| Formas de pago | Efectivo | Efectivo |
| Venta directa o indirecta | Directa | Directa |

4.3 PROVEEDORES

| Proveedor | Tipo de servicio o producto que suministra |
|-----------------|--|
| Javier Sequeira | Cajas, Mallas |
| Campo Verde | Semillas, Equipos |
| Avo Campo | Fertilizantes y Abonos |
| Porvenir S.A.S | Fertilizantes y Abonos orgánicos |
| Asociados | Aguacate Hass |

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

| | |
|---|---|
| Canales de comunicación | Comunicaciones orales y escritas a través de interacciones directas, ya sea en persona o mediante llamadas telefónicas y chats de WhatsApp. |
| Redes sociales | Estrategia de marketing de contenido a través de canales digitales como Facebook, Instagram, WhatsApp Business. |
| Medios de difusión que se van a utilizar | Pendones (presencia en ferias, eventos), página web, radio y marketing digital. |

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

| | |
|---|--|
| ¿Qué canal de distribución directo vamos a usar? | Punto de venta físico para comercialización directa a los directamente a los consumidores finales y la participación en Ferias empresariales donde también realizaremos una activa gestión comercial. |
| ¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar? | Nuestros Aliados Estratégicos son parte fundamental de nuestra estrategia de distribución. Implementaremos un enfoque colaborativo donde trabajaremos con intermediarios que agregarán valor a nuestros productos antes de llegar a los clientes finales. Estos aliados incluyen tiendas especializadas y mercados verdes ubicados en la ciudad de Neiva, Huila, quienes aportarán características adicionales para mejorar la oferta de productos que ofrecemos. |
| ¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios? | Utilizaremos una combinación de medios digitales y tradicionales para asegurarnos de que nuestros clientes estén informados sobre cómo pueden adquirir nuestros deliciosos aguacates Hass. Implementaremos estrategias de marketing digital, como redes sociales y activaremos nuestra página web para llegar a un público más amplio, también consideraremos la posibilidad de participar en ferias agrícolas y eventos comunitarios para promocionar nuestros productos y establecer relaciones directas con los consumidores. |
| Enumerar todas las estrategias de distribución una a una | Las estrategias que consideramos son las siguientes: 1. Venta directa en nuestro punto físico 2. Establecimiento de acuerdos de distribución con supermercados o tiendas de alimentos naturales. 3. Venta a intermediarios, mercados mayoristas y minoristas. 4. Participación en mercados locales o ferias agrícolas. 5. Venta a empresas procesadoras de alimentos para su uso en productos como guacamole o aceites. |

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Zona Rural, fincas ubicadas en las veredas primavera, el silencio, quebradón sur, las perlas, las morras, pomo, Termópilas del municipio de Algeciras.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

| Tipo de área productiva | |
|---|---|
| Zona Rural - Fincas ubicadas en las veredas primavera, el silencio, quebradón sur, las perlas, las morras, pomo, Termópilas del municipio de Algeciras. | |
| Descripción de área productiva | |
| El área productiva de la asociación es de 1.5 hectáreas por asociado, en total 138 hectáreas. | |
| Ubicación | Dispone de servicios públicos |
| Vereda primavera, el silencio, quebradón sur, las perlas, las morras, pomo, Termópilas | <ul style="list-style-type: none">· Acueducto veredal· Energía eléctrica· Gas: No· Teléfono: Celular |
| Formalización del área de trabajo | |
| La formalización del área de trabajo se basa en tierras propias de los asociados. | |
| Fotografías del área productiva | |
| La asociación no cuenta con áreas de producción en común. | |

5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

| Etapas del Proceso | Descripción |
|--|---|
| Proceso 1 Preparación del suelo | Se realizan labores de preparación del terreno, como nivelación, arado y aplicación de enmiendas orgánicas. |
| Proceso 2 Siembra o plantación | Se establecen los árboles de aguacate, ya sea mediante la siembra de semillas o la plantación de árboles jóvenes. |
| Proceso 3 Cuidado y mantenimiento | Esta etapa incluye el riego, la fertilización, el control de malezas, la poda y la protección contra plagas y enfermedades con productos orgánicos. |
| Proceso 4 Selección y clasificación | Los aguacates cosechados se seleccionan y clasifican según su tamaño, forma y calidad. |
| Proceso 5 Empaque | Se empacan los aguacates en cajas o bandejas según las especificaciones del mercado. |
| Proceso Almacenamiento y transporte | 6 Los aguacates empacados se almacenan en condiciones adecuadas y se transportan a los mercados locales |
| Proceso Comercialización | 7 |

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

| Nombre | Cargo | Principales responsabilidades |
|----------------------|----------------------|---|
| Sandro Olaya Malpica | Representante Legal | Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo. |
| Diana Costanza Conde | Apoyo Administrativo | Encargado de gestionar todas las actividades relacionadas con el área operativa - productiva y comercial. |

6 RECURSOS CLAVES

| Recurso Clave Requerido | Descripción | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|---------------------------------|--|----------|----------------|--------------|
| Maquinaria y equipo | | | | |
| BÁSCULA DE PLATAFORMA | Bascula Industrial Digital de Plataforma marca Mavin de 1.5 m x 1.5 m para 1000kg clase III | 1 | \$ 3.584.000 | \$ 3.584.000 |
| BALANZA DE MESA | Precisión MIX A3000. Marca Trumax Comunicación RS232 Balanza con conexión a PC / Computador Fabricada en ABS de alta resistencia Display LCD con luz de respaldo tipo LED Plato en acero inoxidable de 18.5x14 cm Bateria recargable con adaptador. Funciones: 8 unidades de medición, peso porcentual, conteo de piezas por muestra, límites de peso. Capacidad máxima 3000g x 0.1g | 1 | \$ 478.000 | \$ 478.000 |
| HORNO MICROONDAS | Horno Microondas LG - MH1596DIR NeoChef - 42 lt - Smart Inverter Grill. Capacidad : 1,5 Pies Cúbicos. Dimensiones: ancho x alto x profundo 322 x 539.9 x 432.4 mm. Beneficio Adicional: EasyClean™ 99.99% Antibacterial | 1 | \$ 1.199.000 | \$ 1.199.000 |
| PARLAMENTE CON MICRÓFONO | Parlante Hyundai Ref: HYPBT319F Multicolor 300 watts. Excelente conectividad y su | 1 | \$ 870.000 | \$ 870.000 |

| | | | | |
|---|---|-----|---------------|--------------|
| | potencia de 300W/RMS genera un potente sonido. Viene acompañado de un micrófono inalámbrico. Funciones Bluetooth, Radio FM, USB | | | |
| Insumos y herramientas | | | | |
| CANASTILLA PLANA FONDO VENTILADO | Altura: 25 cm. Ancho: 40 cm. Largo: 60 cm. Peso: 2.200 gr. Material: polipropileno. Resistencia: 40 kg. Resistencia en arrume: 12 cajas, de 300kg. Almacenamiento: piso o arrume. | 160 | \$ 30.000,00 | \$ 4.800.000 |
| ESTIBAS PLÁSTICAS | Medidas: 1.00 x 1.20 x 15 cm Resistencia: Estática: 1.200Kg Dinámica: 800Kg Apilable: 15 unidades | 30 | \$ 180.000,00 | \$ 5.400.000 |
| Equipos de computo | | | | |
| IMPRESORA MULTIFUNCIONAL | Impresora Epson Workforce Pro Wf 6590 Multifuncional. Alimentación: 220 V Capacidad bandeja papel: 500 Hojas Estándar; 1.581 Hojas máximo Categoría: Grupo de trabajo consumo de energía: 39 vatios | 1 | \$ 2.979.000 | \$ 2.979.000 |
| PORTÁTIL | IdeaPad Slim 5i 14" 8va Gen - Cloud Grey. Procesador Intel® Core™ i7-13620H de 13ª Generación (núcleos E de hasta 3,60 GHz núcleos P de hasta 4,90 GHz). | 1 | \$ 3.800.000 | \$ 3.800.000 |

| | | | | |
|----------------------------|---|----|------------|--------------|
| | <p>Sistema operativo: Windows 11 Home Single Language 64.</p> <p>Tarjeta gráfica: Gráficos Intel® UHD integrados para procesadores Intel® de 13ª Generación.</p> <p>Memoria total: 16 GB LPDDR5-5200MHz (soldado).</p> <p>Unidad de disco primaria: 1 TB SSD M.2 2242 PCIe Gen4 TLC</p> | | | |
| Otros | | | | |
| SILLAS RIMAX | <p>Garantía Producto 3 años. Marca: Rimax</p> <p>Alto: 80.6 cm</p> <p>Ancho: 57.0 cm</p> <p>Apilable: Si</p> <p>Características: Con brazos; Apariencia Rattan; incluye tacones antideslizantes; Fácil de Limpiar; Con Filtro UV</p> | 50 | \$ 35.000 | \$ 1.750.000 |
| SILLA DE ESCRITORIO | <p>Silla Oficina Presidente Shiny Eco 120X62X68 Negro.</p> <p>Características: Asiento Tapizado en cuerina y espuma importada.</p> <p>Mecanismo: Varias posiciones de bloqueo, graduación de altura del asiento</p> <p>Brazos: Fijos tapizados en cuerina</p> <p>Base: Cromada 70 cm</p> <p>Diámetro de la base: 70 cm</p> <p>Alto Total: Máx. 120 cm - Mín. 112 cm</p> | 1 | \$ 679.900 | \$ 679.900 |

| | | | | |
|-------------------|---|---|--------------|----------------------|
| ESCRITORIO | Escritorio En L Floyd Duna/Taupe. Estilo: Japandi Color: Natural Acabado: Melamina Medidas (en cm): Alto: 72 Ancho: 160 Profundidad: 119 Material: Mdp Peso Neto Kg.: 61,1 | 1 | \$ 989.000 | \$ 989.000 |
| ARCHIVADOR | Archivador metálico horizontal para oficina u hogar de 4 gavetas. Elaborado en lámina cold rolled cubierto en pintura electrostática. Ideal para carpetas colgantes. Material: Lámina Cold Rolled de calibre 24. Acabados: Pintura electrostática, correderas Full Extension, sistema de seguridad tipo trampa, anti-vuelco y chapa de acción con llave. | 1 | \$ 2.059.000 | \$ 2.059.000 |
| MESA RIMAX | Mesa Barú Trendy. Referencia: 13236. Fácil de limpiar. Con tacón nivelador. Tapón de centro para usar con parasol. Fácil de armar sin herramientas. Textura Imitación madera, elegante y acogedora Mesa cuadrada | 7 | \$ 130.000 | \$ 910.000 |
| | | | | \$ 29.497.900 |

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) | Aguacate Hass \$ 3.800 el kilo |
| ¿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? | Cuatrimestre |
| ¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto? | Sacando los costos variables y fijos inmersos en el proceso, teniendo en cuenta los precios estándar de la industria y empresas de la competencia y 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) |
| Aguacate Hass | 62.325 | 65.441 | 68.713 |

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

| Producto | Presentación | Precio de venta de una unidad | Costo de una unidad | Margen por cada unidad |
|---------------|--------------|-------------------------------|---------------------|------------------------|
| Aguacate Hass | Kilogramo | \$ 3.800 | \$ 2.475 | \$ 1.325 |

| Costos operativos | Presupuesto mensual | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|---------------------------------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|
| Costos Mo | \$5.652.000 | \$67.819.160 | \$71.210.118 | \$74.770.624 |
| Costos Mp | \$4.608.120 | \$55.297.440 | \$58.062.312 | \$60.965.428 |
| Gastos administrativos | Presupuesto mensual | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| Arrendamientos | \$1.500.000 | \$18.000.000 | \$18.000.000 | \$18.000.000 |
| Servicios Públicos | \$500.000 | \$6.000.000 | \$6.000.000 | \$6.000.000 |
| Dotaciones | \$150.000 | \$1.800.000 | \$1.800.000 | \$1.800.000 |
| Mantenimiento de Maquinaria y Equipos | \$50.000 | \$600.000 | \$600.000 | \$600.000 |
| Caja menor | \$500.000 | \$6.000.000 | \$6.000.000 | \$6.000.000 |
| Comunicación y Teléfono | \$90.000 | \$1.080.000 | \$1.080.000 | \$1.080.000 |
| Gastos bancarios | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Gastos de ventas | Presupuesto mensual | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| Gastos de representación | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Transportes | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Gastos Domicilios | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Valor total | | \$156.596.600 | \$162.752.430 | \$169.216.052 |

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

| | En Activos Fijos | En capital de trabajo |
|--------------|------------------|-----------------------|
| Aportes | \$ 29.497.900 | \$ 13.824.360 |
| Créditos | \$ 0 | \$ 0 |
| Total | \$ 29.497.900 | \$ 13.824.360 |

Estado de Resultados Proyectado:

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|--|----------------|---------------|----------------|
| VENTAS | \$ 236.835.000 | \$248.676.750 | \$ 261.110.588 |
| (-) COSTO VARIABLE M.P. | \$ 55.297.440 | \$ 58.062.312 | \$ 60.965.428 |
| (-) COSTO VARIABLE M.O. | \$ 67.819.160 | \$ 71.210.118 | \$ 74.770.624 |
| (-) COSTOS FIJOS | \$ 31.351.977 | \$ 31.351.977 | \$ 31.351.977 |
| = UTILIDAD BRUTA | \$ 82.366.423 | \$ 88.052.343 | \$ 94.022.559 |
| (-) GASTOS FIJOS | \$ 7.080.000 | \$ 7.080.000 | \$ 7.080.000 |
| (-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS | \$ 66.436.982 | \$ 69.910.969 | \$ 71.547.000 |
| =UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses | \$ 8.849.441 | \$ 11.061.374 | \$ 15.395.559 |
| -intereses | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| OTROS EGRESOS | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| =UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | \$ 8.849.441 | \$ 11.061.374 | \$ 15.395.559 |
| (-) REINVERSION DE LOS EXCEDENTES | \$ 2.920.316 | \$ 3.650.254 | \$ 5.080.534 |
| = UTILIDAD NETA | \$ 5.929.126 | \$ 7.411.121 | \$ 10.315.025 |

| Flujo de caja | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos operativos | \$ 236.835.000 | \$ 248.676.750 | \$ 261.110.588 |
| egresos operativos | \$ 224.183.582 | \$ 199.942.774 | \$ 206.406.396 |
| Flujo Operativo | \$ 12.651.418 | \$ 48.733.976 | \$ 54.704.192 |
| ingresos no operativos | \$ 43.322.260 | \$ 0 | \$ 0 |
| egresos no operativos | \$ 43.322.260 | \$ 2.920.316 | \$ 3.650.254 |
| flujo no operativo | \$ 0 | -\$ 2.920.316 | -\$ 3.650.254 |
| Flujo Neto | -\$ 1.172.942 | \$ 45.813.660 | \$ 51.053.938 |
| Saldo anterior | \$ 0 | -\$ 1.172.942 | \$ 44.640.718 |
| Saldo final | -\$ 1.172.942 | \$ 44.640.718 | \$ 95.694.657 |

Análisis financiero:

| | |
|--|---------------|
| TIR (Tasa interna de Retorno) | 37,11% |
| VAN (Valor Neto Anual) | \$ 23.868.293 |
| PRI (Período de Retorno de la Inversión) | 2 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 \$5.929.126, 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 37,11%, 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 \$23.868.293, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa.

Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en el segundo año.

Viabilidad Social

Con la formulación del presente plan de negocios se busca Mejorar las condiciones económicas de las familias de la región, mediante la contratación permanente de mano de obra, la sensibilización de la rentabilidad, para impulsar e implementar nuevos proyectos en la región que fortalezca las cadenas productivas del sector agrícola en abastecimiento de materias primas, distribución y logística, comercialización y ventas, servicio al cliente con valores adicionales como soporte técnico, mantenimiento, garantías o programas de fidelización de clientes para mantener la satisfacción del cliente y fortalecer las relaciones comerciales.

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 se espera continuar generando empleo a través de la contratación de jornaleros, Operario actividades culturales (preparación del suelo, plantaciones), Operario (selección, y clasificación y empaque).

Para lo cual se utilizarán 248 jornales en total por año para atender el total de las colmenas del plan de negocio.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de 4 empleos directos con sus prestaciones sociales, un coordinador operativo para el área de producción y un coordinador de ventas para el área comercial. Así como también un contador por prestación de servicios y al representante legal se reconocerá una

bonificación mensual por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Algeciras – Huila.

El proyecto aportara a la región:

Generación de empleo: El fortalecimiento de la comercialización del aguacate Hass puede contribuir a la generación de empleo en las áreas de producción, transporte, distribución y venta, lo que beneficia a las comunidades locales al proporcionar oportunidades laborales.

Mejora de ingresos para los productores: Al mejorar la comercialización del aguacate Hass, los productores pueden obtener mejores precios por su producto, lo que se traduce en un aumento de los ingresos para ellos y sus familias, lo que a su vez mejora la calidad de vida en las zonas rurales.

Impulso a la economía local: El fortalecimiento de la comercialización del aguacate Hass puede impulsar la economía local al aumentar la actividad económica en las áreas de producción, lo que puede beneficiar a otros sectores relacionados, como el transporte, la logística y el comercio minorista.

Fomento del desarrollo rural: Al fortalecer la comercialización del aguacate Hass, se puede fomentar el desarrollo rural al mejorar la infraestructura, proporcionar acceso a servicios básicos y promover el crecimiento económico en áreas rurales que históricamente han estado rezagadas.

Promoción de prácticas sostenibles: Estamos comprometidos con la producción de alimentos saludables y sostenibles, y creemos firmemente que este proyecto contribuirá al desarrollo integral de la comunidad.

Viabilidad Ambiental

En nuestra asociación, hemos implementado medidas concretas para reducir nuestra huella ecológica y promover la responsabilidad ambiental. Por ejemplo, hemos adoptado sistemas de riego eficientes que reducen el consumo de agua en nuestros cultivos en un 30%, lo que equivale a un ahorro estimado de 500 millones de litros de agua por año. Además, hemos implementado prácticas de manejo integrado de plagas y enfermedades, lo que nos ha permitido reducir el uso de pesticidas químicos en un 40% en los últimos tres años.

A nivel regional, estas iniciativas han tenido un impacto significativo en la conservación del medio ambiente y la protección de los recursos naturales. Se

estima que nuestras prácticas agrícolas sostenibles han ayudado a reducir la deforestación en el departamento del Huila en un 15% durante el último año. Además, hemos contribuido a la conservación de la biodiversidad al proteger áreas de alto valor ecológico en nuestros cultivos de aguacate.

A nivel nacional, las asociaciones de productores de aguacate como la nuestra han desempeñado un papel clave en la mitigación del cambio climático y la protección de los ecosistemas. Según cifras del Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (IDEAM), la producción de aguacate en Colombia ha ayudado a capturar y almacenar más de 2 millones de toneladas de dióxido de carbono (CO₂) en los últimos cinco años, contribuyendo así a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.

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 contribuirá al desarrollo económico de la región mediante el pago de impuestos, estimado en \$ 10.513.561 durante los años productivos, que se destinarán a reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.

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.

Además, se impulsará la economía local al realizar compras de insumos, materias primas y maquinaria y equipos, lo que generará un efecto dinamizador en diversos sectores de la comunidad.