

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION
GRUPO ASOCIATIVO LOS AMIGOS AGROTEL**

Presentado a:

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

Presentado por:

**Claudia Polania Quimbaya
Representante legal**

Baraya - Huila, 16 de Mayo de 2024

Contenido

1. Caracterización de la Organización	3
2. Nombre del plan de negocio.....	4
2.1 JUSTIFICACION.....	4
3. Descripción del negocio/estudio de mercadeo.....	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	11
4.3 PROVEEDORES.....	11
4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES	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	15
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	17
6 Recursos claves.....	18
7 Plan financiero	19
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS	19
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	20
7.3 ANALISIS FINANCIERO	21
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	23

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Grupo Asociativo los Amigos AGROTEL	NIT / RUT	900878424-2	
Dirección	Baraya	Teléfono 1	3209372725	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	Baraya	
Página web	-	E-mail	claudiapolaniaq22@gmail.com	
Nombre gerente	Claudia Polania Quimbaya	Celular	3209272725	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	Antecedentes	La representante legal y la mayoría de socios cuentan con formaciones por parte del SENA en la parte de agricultura, así como de emprendimiento.	
Nombre del representante legal	Claudia Polania Quimbaya			
Experiencia de la empresa en el sector	9 años		Año: 2023	Año: 2024
Actividad principal	Código S9499	Número de empleados (directos)		
Fecha constitución	25/03/2022	Número de asociados (si aplica)	21	18
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Comercialización de café verde			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	Ingresos de asociados		

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ VERDE EN ALMENDRA DE ALTA CALIDAD.

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 aumentará la disponibilidad y variedad de alimentos en la comunidad al garantizar un suministro constante de alimentos frescos y nutritivos, uso más eficiente de los recursos: mejorando el uso de los recursos naturales, como el agua y los nutrientes del suelo, mediante el fomento de prácticas sostenibles 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 enfrenta nuestra organización en la actualidad radica en la necesidad de poder comenzar a realizar la transformación de café pergamino seco en café tostado y molido. Actualmente, nuestra capacidad se limita a la producción de café pergamino verde y un poco de pergamino seco, lo que nos impide agregar valor a nuestro producto y aprovechar las oportunidades en el mercado de café tostado y molido. Esta limitación no solo afecta nuestra competitividad, sino que también reduce nuestras oportunidades de ingresos y de expansión en el mercado.

La transformación del café pergamino seco en café tostado y molido es crucial por varias razones. En primer lugar, este proceso nos permitirá agregar valor a nuestro

producto, incrementando significativamente su precio de venta y mejorando nuestros márgenes de beneficio. En segundo lugar, al incursionar en el mercado de café tostado y molido, podremos diversificar nuestra oferta y atraer a un segmento más amplio de consumidores que buscan productos listos para el consumo y de alta calidad.

Además, la capacidad de realizar esta transformación internamente nos permitirá controlar mejor la calidad de nuestro producto final, garantizando que los estándares que hemos establecido en la producción del café pergamino seco se mantengan hasta el producto terminado. Esto reforzará nuestra reputación en el mercado y nos diferenciará de la competencia que no ofrece el mismo nivel de trazabilidad y control de calidad.

El presente plan de negocios está diseñado para abordar esta problemática mediante la adquisición de maquinaria especializada y la implementación de procesos de tostado y molienda. Este plan incluye un análisis detallado de la inversión requerida, las proyecciones de retorno de inversión y las estrategias de marketing para posicionar nuestro café tostado y molido en el mercado.

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
Café Verde en Almendra	Café Verde en Almendra

Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
<p>El café verde son granos de café sin tostar de los frutos de Coffea (Coffea arabica, Coffea canephora). Contiene más ácido clorogénico que el café tostado. Apariencia homogénea y sana, olor fresco, color verde azulado, humedad entre el 10% y el 12%; su tamaño varía según la variedad.</p>	<p>Saco (Costal) de 50 Kilogramos</p>
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
<p>Costales de polipropileno.</p>	<p>En este momento el grupo asociativo no cuenta con ningún elemento publicitario, tampoco tienen redes sociales por ahora.</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?
Café verde en almendra	43.650 kg	19.990 kg	Anual	Abril y Mayo	de Julio a Febrero

VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Café verde en almendra	Café fresco variedad Castillo y Colombia	\$6.480 Kg

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestro grupo asociativo se distingue por ofrecer un producto de excelente calidad producido con Buenas Prácticas Agrícolas, lo que garantiza una trazabilidad desde el cultivo hasta el grano. Este enfoque no solo asegura la calidad de nuestros productos, sino que también proporciona bienestar, salud y seguridad para nuestros clientes y consumidores finales. Al optar por nuestro café, los clientes obtienen un producto que no solo es de alta calidad y seguro, sino que también contribuye a prácticas sostenibles y responsables. Nuestra organización ayuda a resolver problemas relacionados con la seguridad alimentaria y la transparencia en la cadena de suministro, asegurando que los clientes puedan confiar plenamente en la procedencia y el proceso de producción de su café. Además, satisfacemos la necesidad de productos auténticos y naturales que promuevan un estilo de vida saludable. Nuestro componente innovador radica en la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas en toda la cadena de

producción, desde el cultivo hasta la transformación del café pergamino seco en café tostado y molido, lo que garantiza un control de calidad excepcional y una mejora continua. Nos diferenciamos de la competencia por nuestra dedicación a la calidad, la sostenibilidad y la trazabilidad, posicionándonos como una opción preferida para los consumidores que valoran la integridad y la excelencia en los productos que consumen.

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.
COMITÉ DEPARTAMENTAL DE CAFETEROS DEL HUILA	Ofrecer asesoramiento y capacitación especializada en áreas como la producción agrícola, la gestión empresarial, la comercialización y la certificación de calidad, para mejorar la eficiencia y competitividad de las cooperativas.
FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS	Promover la creación de alianzas y redes entre cooperativas, instituciones gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil y el sector privado, para fortalecer la cooperación, el intercambio de conocimientos y la articulación de esfuerzos en beneficio del sector caficultor.
MINISTERIO DE AGRICULTURA	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario y el Desarrollo Rural.

GOBERNACIÓN DEL HUILA	Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas, además de apoyar la promoción y comercialización de los productos de las cooperativas, facilitando su acceso a nuevos mercados y promoviendo la participación en ferias y eventos comerciales tanto a nivel regional como nacional e internacional.
SENA	Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo del departamento del Huila.
INVIMA	Establecer normativas y estándares de calidad para la producción y comercialización de café, asegurando que los productos cumplan con los requisitos sanitarios y de inocuidad establecidos.
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 realizadas a por tipo de cliente
Intermediarios (compra ventas de café verde y pergamino seco)	Son personas que operan como intermediarios, comprando café verde y café pergamino seco directamente en la parte urbana y en las veredas del municipio de Baraya.	Ubicado en el municipio de Baraya Huila.	Henry Bonilla y Compra ventas.	2	100%
TOTAL					100%

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional: Cooperativa Comercializadora de Café	Competidor 2 Local: Café Villaneda
Ubicación	Municipio de Tello	Municipio de Baraya
Cobertura	Regional y Local	Local
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/Valor Agregado	Café Verde y Pergamino Seco por Cargas de 125 Kg, cultivado con Buenas Prácticas Agrícolas que ofrecen un producto de excelente calidad.	Café Verde y Pergamino Seco por Cargas de 125 Kg, cultivado con Buenas Prácticas Agrícolas que ofrecen un producto de excelente calidad.
Precios del producto principal/Por mayor y al detal	\$1.432.000	\$ 1.432.000
Canal de distribución	Directa	Directa
Formas de pago	Contado/Efectivo	Contado/Efectivo
Venta directa o indirecta	Directa	Directa

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Cooperativa de Caficultores del Huila	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Comunicaciones orales y escritas a través de interacciones directas, ya sea en persona o mediante llamadas telefónicas y chats de WhatsApp.
Redes sociales	En este momento la asociación no maneja ningún tipo de redes sociales. Se encuentran en capacitación por parte del Sena, para comenzar a construir este tipo de estrategias.
Medios de difusión que se van a utilizar	Pendones, presencia en ferias, eventos, perfil en Facebook e Instagram.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Punto de venta físico en cada una de las fincas de los asociados para la comercialización directa y la participación en Ferias y Eventos Empresariales.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Vamos a utilizar mayoristas especializados en productos agrícolas y café, para llevar nuestro café a una amplia red de puntos de venta minorista. Estos socios estratégicos nos permitirán llegar a diversos mercados y clientes, asegurando una distribución eficiente y una mayor visibilidad de nuestro café en el mercado. (Este es uno de los objetivos que se busca con la transformación del café)

<p>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</p>	<p>Implementaremos una estrategia integral de comunicación que combina tanto métodos tradicionales como digitales con el objetivo de difundir los beneficios que nuestra asociación ofrece a los caficultores, así como resaltar las ventajas para nuestros clientes mayoristas al poder adquirir uno de los mejores cafés de la región.</p>
<p>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</p>	<p>Las estrategias que consideramos son las siguientes: 1. Venta directa en las fincas de nuestros caficultores, 2. Venta a intermediarios, mercados mayoristas y minoristas. 3. Participación en eventos y ferias cuya finalidad sea la promoción del café. 4. Venta a empresas procesadoras de alimentos para su uso en productos de consumo final.</p>

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Fincas cafeteras de los Asociados, y que se encuentran en las veredas Patía, Manzanares, El Hotel, Cerro Negro, Soto, Cañón del municipio de Baraya.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<p>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</p>
<p>El área productiva son las fincas propiedad de cada asociado y que se encuentran en las veredas Patía, Manzanares, El Hotel, Cerro Negro, Soto, Cañón del municipio de Baraya.</p>

Descripción de área productiva	
Predios (fincas) ubicados en zona rural del Municipio de Baraya - Huila, los cuales cuentan con una extensión de aproximadamente (18) hectáreas, entre todos los socios, con café de la variedad Castillo y Colombia.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Fincas en el área rural del municipio de Baraya.	<ul style="list-style-type: none"> · Agua · Energía eléctrica · Gas: Muy pocos con pipetas · Teléfono Celular e internet
Formalización del área de trabajo (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
Fotografías del área productiva	
	

5.3 PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 Germinador:	La semilla debe estar disponible 8 meses antes del trasplante definitivo en campo, de este período, dos meses corresponden a la etapa de germinador y seis meses al almácigo.
Proceso 2 Almácigo:	Su finalidad es el desarrollo adecuado y la selección de las plántulas para el establecimiento definitivo del cultivo. En este proceso es indispensable asegurarse de la buena selección del material. En su construcción se usan bolsas de polietileno color negro, calibre 1.5 o 2, perforadas a los lados y al fondo, y de un tamaño del 7 x 23cm.
Proceso 3 Preparación del terreno, trazado ahoyado y siembra:	El suelo constituye un recurso que debe ser aprovechado de la mejor manera posible. Esto se consigue con un adecuado ordenamiento del cultivo, el cual está basado en un buen trazado que permite no desperdiciar espacios y acomodar el mayor número de árboles por unidad de superficie. Para el trazado se usa material de la misma finca (estacas, varas y piolas), y se recomienda en surcos a través de la pendiente.
Proceso 4 Manejo de arvenses:	Esta actividad está basada en la selección de coberturas nobles, que permiten la conservación del recurso suelo. El establecimiento de coberturas protege el suelo del impacto de las gotas de lluvia, principal causante de la erodabilidad de los suelos.

Proceso 5 Establecimiento del sombrío:	El sombrío para los cafetales debe disponerse según las condiciones climáticas, el tipo de suelo y la pendiente del terreno.
Proceso 6 Fertilización:	El concepto de nutrición para el cultivo del café está enmarcado dentro de lo que se conoce como agricultura sostenible, que es la que optimiza la efectividad de los insumos sin deterioro del medio ambiente, procurando la conservación del suelo y fundamentalmente de su capa orgánica. Comprende las etapas de instalación, establecimiento, crecimiento y producción.
Proceso 7 Control de plagas:	Dentro de los controles utilizados para el manejo de plagas en café se encuentran el biológico, el cultural, el legal, el mecánico, el natural y el químico.
Proceso 8 Cosecha:	Es el proceso de recolección, sólo los frutos maduros en su totalidad.
Proceso 9 Recibo:	Se hace en seco aprovechando la gravedad, mediante tolvas construidas en cemento, madera o recubiertas con aluminio.
Proceso 10 Despulpado:	Se debe hacer en seco, aprovechando la gravedad. Estudios de Cenicafé, han comprobado que se puede despulpar el café sin agua, sin afectarla capacidad del proceso y la calidad de los granos.
Proceso 11 Remoción del mucílago:	Tiene como fin hacer que el mucílago que cubre el grano se descomponga y una vez fermentado se disuelva en agua, eliminándose por medio del lavado. Su duración oscila entre 18 y 30 horas, según el clima.
Proceso 12 Lavado:	Se hace el lavado del grano con agua limpia.
Proceso 13 Empacado y venta:	Se empaca en las tulas, para posteriormente ser vendido directamente en la finca del asociado.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Claudia Polania Quimbaya	Representante Legal	Es responsable de representar legalmente a la cooperativa en todas las transacciones y actividades legales, además de fortalecer los vínculos comerciales y todo tipo de estrategias en beneficio de todos.
Luz Marina Aguilar	Vicepresidente	Apoyar las labores de la representante legal.
Albeiro Gonzales	Tesorero	Es responsable de llevar a cabo tareas contables y administrativas.
Olga Mota	Secretaria	Realiza las labores administrativas propias de la asociación.
Ender Rueda	Fiscal	Velar por el uso adecuado de los recursos, así como de los objetivos que tiene la asociación.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Tostadora de Café Industrial	Tostadora de Café (12 Kg) a GLP; Tambor de acero al carbono doble pared con aspas en su interior; Quemador tipo panel con encendido por piloto de chispa; Termocuplas de alta precisión que miden temperatura del grano y temperatura interna del tambor; Vasca con sistema de enfriamiento altamente eficiente; Ciclón y recolector de desperdicio; Monitoreo de la curva de tueste Vía conexión Bluetooth directamente con la tostadora a través de las APP	1	\$ 23.000.000	\$ 23.000.000
Molino de Café Industrial	Molino de Café Industrial 2HP #2/ 3HP #5. Material: Aluminio y estructura en hierro. Capacidad: 40 libras por hora. Funcionamiento: 1/2 hp eléctrico.	1	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000
Trilladora de Café	Unidad de trilla se compone por 1 cabezal de trilla Cap 60K/h especialmente diseñada para cafés especiales con motor de 1 HP Trifásico a 220V	1	\$ 7.700.000	\$ 7.700.000
Valor total inversiones requeridas				\$ 34.300.000

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)	Café Verde en Almendra, \$6.480 Kg
¿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 anuales.
¿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)
Café Verde en Almendra Kg	19.990	20.989	22.038

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Café Verde en Almendra	Kilogramos	\$ 6.480	\$3.822,08	\$ 2.657,92

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$3.266.825	\$ 39.201.989	\$ 41.162.089	\$ 43.220.193
Costos Mp	\$3.100.115	\$ 37.201.390	\$ 39.061.460	\$ 41.014.532
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Acueducto	\$15.000	\$180.000	\$180.000	\$180.000
Energía	\$20.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000
Comunicación y Teléfono	\$30.000	\$360.000	\$360.000	\$360.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Valor total		\$77.183.379	\$81.003.549	\$85.014.725

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 34.300.000	\$ 11.600.000
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 34.300.000	\$ 11.600.000

Estado de Resultados proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 129.535.200	\$ 136.011.960	\$ 142.812.558
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 37.201.390	\$ 39.061.460	\$ 41.014.532
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 39.201.989	\$ 41.162.089	\$ 43.220.193
(-) COSTOS FIJOS	\$ 26.700.190	\$ 5.927.290	\$ 5.927.290
= UTILIDAD BRUTA	\$ 26.431.631	\$ 49.861.122	\$ 52.650.542
(-) GASTOS FIJOS	\$ 15.107.040	\$ 1.700.640	\$ 360.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 8.924.591	\$ 45.760.482	\$ 49.890.542
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0

=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 8.924.591	\$ 45.760.482	\$ 49.890.542
(-) IMPUESTOS	\$ 3.123.607	\$ 16.016.169	\$ 12.472.636
= UTILIDAD NETA	\$ 5.800.984	\$ 29.744.313	\$ 37.417.907

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 129.535.200	\$ 136.011.960	\$ 142.812.558
Egresos operativos	\$ 117.980.609	\$ 86.821.478	\$ 87.414.726
Flujo Operativo	\$ 11.554.591	\$ 49.190.482	\$ 55.397.832
Ingresos no operativos	\$ 45.900.000	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 45.900.000	\$ 3.123.607	\$ 16.016.169
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 3.123.607	-\$ 16.016.169
Flujo Neto	\$ 2.254.243	\$ 46.066.875	\$ 39.381.664
Saldo anterior	\$ 0	\$ 2.254.243	\$ 48.321.118
Saldo final	\$ 2.254.243	\$ 48.321.118	\$ 87.702.782

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	31,22%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 16.787.471
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 \$ 29.744.313, 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 31,22%, es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 31%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 16.787.471, 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 jornaleros, Operario de campo. Para lo cual se utilizarán 3.738 jornales en total por año para atender el total de la producción del plan de negocio.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de un contador y un asistente técnico por prestación de servicios, un auxiliar operativo o mayordomo y al representante legal se vincularon de nómina, en reconocimiento por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Baraya – Huila, adicional que estaremos contribuyendo con unos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia, como lo son: Fin de la Pobreza, Salud y Bienestar, Igualdad y Género, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Producción y Consumo Responsable.

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 35% por valor de \$16.016.169 a partir del segundo año, lo que generará una reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.

Además, 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 sólo 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 son insumos, materias primas, maquinaria y equipos.