

**GRUPO ASOCIATIVO MUJERES AHORRADORAS EN ACCIÓN**  
**GAMAR - PALESTINA**

Presentado a:

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

Presentado por:

**Gertrudis Salinas Muñoz**

Palestina - Huila, 8 de abril 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 .....	7
4. Mercado.....	8
4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO.....	8
4.2 COMPETENCIA .....	9
4.3 PROVEEDORES.....	10
4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES.....	10
4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	10
5. 5 estudio tecnico .....	11
5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION	11
5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA.....	11
5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION .....	12
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	14
6 Recursos claves.....	14
7 Plan financiero .....	16
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS .....	16
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS .....	17
7.3 ANALISIS FINANCIERO .....	17
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	19

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
<b>Nombre organización</b>	Grupo Asociativo Mujeres Ahorradoras en Acción - GAMAR	<b>NIT / RUT</b>	900797003-7	
<b>Dirección</b>	Vereda Mesopotamia	<b>Teléfono 1</b>	3125863560	
		<b>Teléfono 2</b>		
<b>Departamento</b>	Huila	<b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>	Palestina	
<b>Página web</b>	No tiene	<b>E-mail</b>	<a href="mailto:salinasge44@gmail.com">salinasge44@gmail.com</a>	
<b>Nombre gerente</b>	Gertrudis Salinas Muñoz	<b>Celular</b>	3125863560	
		<b>Teléfono 1</b>		
<b>Cargo (si tiene otro)</b>	Representante Legal	<b>Antecedentes</b>	Técnico en Formulación y Gestión de Proyectos Agropecuarios	
<b>Nombre del representante legal</b>	Gertrudis Salinas Muñoz			
<b>Experiencia de la empresa en el sector</b>	Diez años		<b>Año: 2023</b>	<b>Año: 2024</b>
<b>Actividad principal</b>	Producción y Comercialización de Café	<b>Número de empleados (directos)</b>	0	0
<b>Fecha constitución</b>	3/12/2014	<b>Número de asociados (si aplica)</b>	25	28
<b>Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)</b>	Comercialización de Café Tostado y Molido			
<b>Figura jurídica</b>	E.S.A.L Empresa sin ánimo de lucro: Asociación	<b>Ingresos de asociados</b>		

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Producción y Comercialización de Café Tostado y Molido GAMAR

### 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.

Según la Organización Internacional del Café, el precio indicativo compuesto de la OIC subió en gran porcentaje durante el año 2022 gracias a la firme demanda del grano y aumento de exportaciones que se generaron durante dicho periodo. (Internacional Coffe Organization, 2022) Este aumento, se percibe como una recuperación de los fuertes descensos que se dieron durante 2020/21. Adicional, según La República, en un reportaje sobre el futuro de la oferta y demanda del café, mencionan que según la OIC “El consumo de café aumentará entre 1% y 2% por año hasta 2030”.

El notable aumento en la demanda de café en Colombia representa una oportunidad para los productores y comerciantes. Como grupo asociativo, es crucial que fortalezcamos nuestros procesos para satisfacer la creciente demanda de café tostado y molido en el mercado. Por esta razón, la organización necesita gestionar recursos económicos para adquirir maquinaria y equipos de cómputo

destinados al secado del café y a la gestión administrativa, oportunidad que nos brinda el presente plan de negocios.

### 3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO

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

<b>Producto(s)/servicio(s) ofrecidos por la organización</b>	<b>Productos y/o servicios en los que se va a enfocar el plan de negocios</b>
Café Tostado y molido 500 gramos Café Tostado y molido 250 gramos	Café Tostado y molido
<b>Principales características</b>	<b>Presentaciones en las que se va a ofrecer</b>
Café tostado y molido, 100% puro café. Tostión oscura y molienda fina. Perfil de sabor Café de intenso sabor y aroma, de alto cuerpo y rendimiento.	Café Tostado y molido (500 gramos)
<b>Empaques a utilizar</b>	<b>Material publicitario (opcional)</b>
Empaque tipo Bolsa Zipper hermético y válvula Desgasificadora	Pendón, tarjetas de presentación y sticker del empaque

### 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 Tostado y molido	50 unidades mensuales (500 gramos)	2.400 unidades 500gr	Mensual	Todos los meses es la misma producción	Se maneja la producción constante

### VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Café Tostado y molido (500 gramos)	Tostado y molido	\$20.000

### 3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestro grupo asociativo de mujeres caficultoras se distingue por ofrecer café tostado y molido de alta calidad, respaldado por un compromiso inquebrantable con la sostenibilidad y el empoderamiento femenino. Al elegir nuestro producto, los clientes no solo disfrutan de una experiencia de café excepcional, sino que también contribuyen a una causa socialmente relevante. Garantizamos la trazabilidad y origen ético del café, brindando transparencia y confianza. Además, nuestra innovación radica en la combinación de calidad premium con impacto social y ambiental positivo, integrando prácticas sostenibles en toda nuestra cadena de valor. Nos destacamos en un mercado competitivo al ofrecer un producto auténtico y genuino, respaldado por la pasión y dedicación de las mujeres detrás de cada grano de café. En resumen, satisfacemos las necesidades de los consumidores que buscan un café de calidad con un propósito, brindando una experiencia excepcional mientras contribuimos al empoderamiento de las mujeres y la protección del medio ambiente.

### 3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
<b>Asocooph</b>	Acompañamiento, capacitación y fortalecimiento
<b>Gobernación del Huila</b>	Financiamiento de proyectos productivos
<b>Sena</b>	Formación técnica y fortalecimiento empresarial
<b>Asociados</b>	Proveedores de la materia prima de calidad
<b>Federación Nacional de Cafeteros</b>	Posicionar el café colombiano en el mercado nacional e internacional.
<b>Centro Nacional de Investigaciones de Café</b>	Genera conocimiento y tecnologías enfocados en aumentar la productividad, competitividad caficultura del país.

## 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 por tipo de cliente
<b>Persona Natural</b>	Nuestro público objetivo son hombres y mujeres residentes tanto en áreas rurales como urbanas del municipio de Palestina, con edades comprendidas entre los 20 y 80 años. Este grupo demográfico incluye tanto a empleados como a trabajadores independientes, quienes eligen consumir café debido a su excelente calidad y las características distintivas de sabor y aroma que ofrece nuestro producto. Los consumidores finales adquieren nuestro café directamente de nuestras socias, y la mayoría lo hace de forma semanal de manera recurrente, demostrando así su preferencia por nuestra oferta.	Municipio de Palestina		60	100%
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>	

## 4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional: Apu Café	Competidor 2 Local: Café Gustar
<b>Ubicación</b>	Departamento del Huila	Acevedo, Neiva
<b>Cobertura</b>	Nacional e Internacional	El café se distribuye en el municipio de Acevedo
<b>Presentación del Producto Principal/Valor Agregado</b>	Café Tostado y molido 250 gr	Café Tostado y molido 250 gr
	Café Tostado y molido 500 gr	Café Tostado y molido 500 gr
	Un café con reconocimiento nacional e internacional, con gran variedad de cafés especiales.	Café que se destaca por su aroma, sabor y frescura del café.
<b>Precios del producto principal/Por Mayor y al Detal</b>	Entre \$19.000 y \$30.000	\$ 24.000,00
	Entre \$49.000 y \$65.000	\$ 12.000,00
<b>Canal de distribución</b>	Tiendas donde se ofrece toda una variedad de productos a base de café, ubicadas en Bogotá, Neiva y San Agustín (Huila) y en su Sitio Web.	Se entrega directamente al cliente.
<b>Formas de pago</b>	Efectivo	Efectivo
<b>Venta directa o indirecta</b>	Directa	Directa

### 4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Productores de café - Asociados	Café Pergamino Seco
Cooperativa Cadefihula	Abono, fertilizantes, insumos

### 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

<b>Canales de comunicación</b>	Directa: Voz a voz, Presentación personalizada, llamadas, mensajes de WhatsApp
<b>Redes sociales</b>	Actualmente el grupo asociativo no cuenta con ninguna red social. El objetivo es comenzar a tener presencia, inicialmente en Facebook.
<b>Medios de difusión que se van a utilizar</b>	Radio, redes sociales y participación en Ferias, Vitrinas Comerciales y Mercados.

### 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describe el funcionamiento del canal
<b>¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?</b>	Por ahora el punto directo es el que tiene cada una de las asociadas en sus fincas.
<b>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</b>	Uno de los segmentos al que esperamos ingresar en el segundo semestre es al de tiendas, supermercados y cafeterías del municipio de Palestina, que nos ayuden a tener una mayor rotación y reconocimiento del producto.

<b>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</b>	Se participará en ferias reconocidas que sean gratuitas inicialmente, las patrocinadas por el SENA, la Alcaldía, la Gobernación del Huila, la Cámara de Comercio y Asocooph.
<b>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</b>	A través de Marketing Digital: Las redes sociales son indispensables para dar a conocer las ventajas de nuestro producto y ampliar la cobertura que tenemos actualmente, se realizarán pautas en la radio local del municipio para fortalecer la imagen y preferencia de los clientes, se asistirá a las ferias agrícolas, vitrinas comerciales y mercados campesinos, donde nos podamos dar a conocer.
<b>Marketing Digital</b>	
<b>Página Web</b>	

## 5. ESTUDIO TECNICO

### 5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Cultivo (Fincas cafeteras de las Asociadas); Torrefacción Municipio de Palestina.

### 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<b>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</b>	
Cultivo (Fincas cafeteras de las Asociadas); Torrefacción Municipio de Palestina	
<b>Descripción de área productiva</b>	
Se cuenta con varias fincas de las Asociadas que poseen infraestructura física, para el proceso de beneficio y secado. El proceso de torrefacción y maquila se paga a un tercero.	
<b>Ubicación</b>	<b>Dispone de servicios públicos</b>
Cultivo: Vereda Buenos Aires, Mesopotamia, El Recreo, La Reforma y Monserrate Torrefacción: Palestina - Huila	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Agua: SI</li> <li>· Luz /Tipo de energía: SI</li> <li>· Gas: Pipeta y Domiciliario</li> <li>· Teléfono: Red Móvil</li> </ul>

**Formalización del área de trabajo  
(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)**

**Fotografías del área productiva**



### 5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 <b>Selección y pesaje de materia prima</b>	Se hará para determinar con exactitud la cantidad de materia prima que entrega el proveedor para su correspondiente pago; y a partir de esta cantidad se controlarán los porcentajes de la calidad de café que este suministra.
Proceso 2 <b>Trillado</b>	Consiste en el descascarado o pelado de la cubierta del grano, eliminando por pulimento las cáscaras plateadas y finalmente su clasificación. Se retira mecánicamente el pergamino que cubre la almendra del café, obteniéndose la almendra. Aquí se produce una merma en el peso por el cisco que se retira.

<p>Proceso 3 <b>Tostado</b></p>	<p>El tueste del café es la fase primordial en la producción de un buen café donde el grano es sometido a un proceso de torrefacción a una temperatura de 198o y 230°C durante el cual pierden peso y se desarrolla el aroma, color y el gusto típico del café. En general, dependiendo % de tosti3n este podr3 ser leve, brind3ndole un sabor suave, medio-sabor redondo y un rico aroma y un mayor tostado brinda un sabor fuerte y distintivo. Por la temperatura que manejara en este proceso, mi caf3 se destacara por su aroma intenso y cuerpo medio</p>
<p>Proceso 4 <b>Molido del caf3</b></p>	<p>Se reduce el tama3o del grano previamente tostado para la extracci3n de compuestos soluble y aromas para que quede listo para el consumo.</p>
<p>Proceso 5 <b>Empacado y sellado</b></p>	<p>El caf3 se aislar3 del medio ambiente, para mantener sus 3ptimas caracter3sticas hasta el momento de su empleo. Se empacar3 en bolsas metalizadas de 250 gramos y 500 gramos</p>
<p>Proceso 6 <b>Almacenado</b></p>	<p>Se manejar3 un stock inventarios con el fin de contar con disponibilidad ante cualquier pedido o requerimiento por parte del cliente.</p>
<p>Proceso 7 <b>Comercializaci3n</b></p>	<p>Se har3 entrega de pedidos al cliente.</p>

#### 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
<b>Gertrudis Salinas Muñoz</b>	Representante Legal con funciones de Gerente General, Operativa y Comercial	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de gestión comercial en ferias agrícolas y agroindustriales
<b>Nora Alcira Jiménez</b>	Vicepresidenta	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo. Representar a la presidenta en su ausencia.
<b>Ana Carlina Buesaquillo</b>	Tesorera	Responsable de la gestión del flujo de caja, la planificación financiera, la inversión, el endeudamiento entre otras funciones.
<b>Kerly Yuliana Obando</b>	Secretaria	Prestar apoyo administrativo a los directivos y los asociados. Sus responsabilidades incluyen usar el ordenador para redactar cartas, informes y otros documentos.

#### 6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
<b>Máquina de secado eléctrica</b>	SECADORAS DE CAFÉ TIPO SILO MARCA PENAGOS. diseño especial con materiales de la más alta calidad, pintura electroestática y cuenta con una compuerta inferior para la descarga del café lo que permite que sea fácil de operar.	5	\$ 4.920.000	\$ 24.600.000

	<p>Capacidad: 10 @ (125 kg.). Número de mallas: 3. Altura del lecho estático de café por malla: 25 cm. - Conexión de gas: 1/2". - Presión de gas requerida: 40 Psi- 2,5 Bar. - Potencia eléctrica requerida: 3/4 HP. Conexión de red: monofásica 110/220 V 60 Hz. Consumo de potencia eléctrica: 11 / 5,5 amp. Dimensiones generales: 1,25 * 1,05 * 1,5 m.</p>			
<b>Insumos y herramientas</b>				
<b>Equipos de Computo</b>				
<b>Computador</b>	<p>Computador All In One LENOVO 27" Pulgadas IdeaCentre Aio 3 - 27ALC6 - AMD Ryzen 7 - RAM 16GB - Disco SSD 1TB - Negro.</p>	1	\$ 3.900.000	\$ 3.900.000
<b>Impresora</b>	<p>Impresora Multifuncional HP Smart Tank 720 Conexión por WIFI y Bluetooth a Color con Carga Continúa Compatibilidad Universal escaner y copiadora</p>	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
<b>Valor total inversiones requeridas</b>				<b>\$ 30.000.000</b>

## 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 Tostado y Molido (500 gramos) \$20.000
¿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)
Café Tostado y Molido (500 gramos)	2.400	2.520	2.646

## 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Café Tostado y Molido	500 gramos	\$ 20.000	\$7.007	\$ 12.993

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$701.200	\$ 8.414.400	\$ 8.835.120	\$ 9.276.876
Costos Mp	\$700.000	\$ 8.400.000	\$ 8.820.000	\$ 9.261.000
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Fletes y/o Transporte	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Papelería y Computo	\$30.000	\$360.000	\$360.000	\$360.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos Domicilios	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
<b>Valor total</b>		<b>\$2.160.000</b>	<b>\$2.160.000</b>	<b>\$2.160.000</b>

## 7.3 ANALISIS FINANCIERO

**Inversión Requerida:**

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 30.000.000	\$ 5.906.204
Créditos	\$ 0	\$ 0
<b>Total</b>	<b>\$ 30.000.000</b>	<b>\$ 5.906.204</b>

**Estado de Resultados Proyectado:**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>VENTAS</b>	\$ 48.000.000	\$ 50.400.000	\$ 52.920.000
<b>(-) COSTO VARIABLE M.P.</b>	\$ 8.400.000	\$ 8.820.000	\$ 9.261.000
<b>(-) COSTO VARIABLE M.O.</b>	\$ 8.414.400	\$ 8.835.120	\$ 9.276.876
<b>(-) COSTOS FIJOS</b>	\$ 4.740.000	\$ 4.740.000	\$ 4.740.000
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 26.445.600	\$ 28.004.880	\$ 29.642.124
<b>(-) GASTOS FIJOS</b>	\$ 8.060.000	\$ 1.060.000	\$ 360.000
<b>(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS</b>	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses</b>	\$ 16.485.600	\$ 25.044.880	\$ 27.382.124
<b>-intereses</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>OTROS EGRESOS</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 16.485.600	\$ 25.044.880	\$ 27.382.124
<b>(-) IMPUESTOS</b>	\$ 5.769.960	\$ 8.765.708	\$ 6.845.531
<b>= UTILIDAD NETA</b>	\$ 10.715.640	\$ 16.279.172	\$ 20.536.593

**Flujo de caja:**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>Ingresos operativos</b>	\$ 48.000.000	\$ 50.400.000	\$ 52.920.000
<b>Egresos operativos</b>	\$ 27.974.400	\$ 21.815.120	\$ 21.997.876
<b>Flujo Operativo</b>	\$ 20.025.600	\$ 28.584.880	\$ 30.922.124
<b>Ingresos no operativos</b>	\$ 35.906.204	\$ 0	\$ 0
<b>Egresos no operativos</b>	\$ 35.906.204	\$ 5.769.960	\$ 8.765.708
<b>Flujo no operativo</b>	\$ 0	-\$ 5.769.960	-\$ 8.765.708
<b>Flujo Neto</b>	\$ 17.925.600	\$ 22.814.920	\$ 22.156.416
<b>Saldo anterior</b>	\$ 0	\$ 17.925.600	\$ 40.740.520
<b>Saldo final</b>	\$ 17.925.600	\$ 40.740.520	\$ 62.896.936

**Análisis financiero:**

<b>TIR (Tasa interna de Retorno)</b>	32,78%
<b>VAN (Valor Neto Anual)</b>	\$ 11.500.835
<b>PRI (Período de Retorno de la Inversión)</b>	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 \$ 24.044.880, 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 32,78%, 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 \$ 11.500.835, 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 144 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 vincularán de nómina, en reconocimiento por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Palestina – 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 ganadera. 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 \$8.765.708 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.