

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION ASOCIACION AGROPECUARIA DE MUJERES  
AHORRADORAS EXITOSAS DE OPORAPA HUILA – “AMUEXI”**

Presentado a:

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

Presentado por:

**LUZ DARY MUÑOZ ARDILA**

Representante Legal

Huila - Oporapa, 24 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	<b>PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO.....</b>	<b>5</b>
3.2	<b>PROPUESTA DE VALOR.....</b>	<b>7</b>
3.3	<b>ALIADOS CLAVES.....</b>	<b>7</b>
4.	MERCADO.....	8
4.1	<b>SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO.....</b>	<b>8</b>
4.2	<b>COMPETENCIA.....</b>	<b>10</b>
4.3	<b>PROVEEDORES.....</b>	<b>11</b>
4.4	<b>RELACIONAMIENTO CON CLIENTES.....</b>	<b>11</b>
4.5	<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....</b>	<b>12</b>
5	ESTUDIO TECNICO .....	13
5.1	<b>LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION..</b>	<b>13</b>
5.2	<b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA .....</b>	<b>13</b>
5.3	<b>PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION .....</b>	<b>14</b>
5.4	<b>NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....</b>	<b>16</b>
6.	RECURSOS CLAVES .....	16
7.	PLAN FINANCIERO .....	17
7.1	<b>PROYECTANDO MIS INGRESOS .....</b>	<b>17</b>
7.2	<b>ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS .....</b>	<b>18</b>
7.3	<b>ANALISIS FINANCIERO .....</b>	<b>19</b>
7.4	<b>CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....</b>	<b>20</b>

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	ASOCIACION AGROPECUARIA DE MUJERES AHORRADORAS EXITOSAS DE OPORAPA HUILA	NIT / RUT	900760133-6	
Dirección	VEGA GRANDE EL CENTRO	Teléfono 1		
		Teléfono 2		
Departamento	HUILA	Municipio/ vereda	OPORAPA / VEREDA VEGA GRANDE	
Página web		E-mail	<a href="mailto:amuexis@gmail.com">amuexis@gmail.com</a>	
Nombre gerente	LUZ DARY MUÑOZ ARDILA	Celular	3208362413	
		Teléfono 1	3132826054	
Cargo (si tiene otro)		Antecedentes	Estudios en Preparacion comida organica para las aves, proyectos comunitarios, marketing digital	
Nombre representante legal del	LUZ DARY MUÑOZ ARDILA			
Experiencia de la empresa en el sector	Llevan trabajando con el proyecto 2 años	Año: 2023	Año: 2024	
Actividad principal	CRIA DE AVES DE CORRAL	Número de empleados (directos)	0	0
Fecha constitución	15/08/2014	Número de asociados (si aplica)	10	13
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Producción y comercialización de huevos, de gallinas criadas en libertad, con prácticas agrícolas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente			
Figura jurídica	ASOCIACION	Ingresos de asociados	100.000 mensual	100.000 mensual

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

"Plan Avícola Ponedoras Plus"

### 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.

Las personas actualmente son mas exigentes en la búsqueda de productos de mejor calidad. Dado que tenemos la necesidad de consumir productos mas saludables por lo general las grandes superficies y la mayoría de las avícolas, manejan tiempos largos de almacenamiento, lo que genera que el producto, pierda sus características de sabor y propiedades fisicoquímicas. unido a ello Los problemas de salud publica, generados por el alto consumo de productos con residuos químicos, y Analizando la competencia se evidencia que generan Productos poco naturales y con residuos químicos o fármacos. Producidos con bajos índices de bioseguridad. Esto genera la necesidad de producir productos realmente saludables.

realizamos una rotación de inventario, teniendo especial cuidado en la pronta distribución y venta de los huevos, cuidando los días que transcurren entre la postura del huevo, hasta la venta. Para esto llevamos registros exactos de las fechas de postura y venta de los huevos la cual no debe ser mayor a 3 días máximo. Teniendo en cuenta que en este momento se manejan dos días de rotación del inventario. llevando un producto al consumidor 100% fresco, Realizamos una producción bajo todas las normas de bioseguridad, como es la higiene y desinfección de galpones, limpieza de la ropa y manos, de quien realiza la recolección de huevos, se utiliza agua potable a voluntad para los animales, lo cual genera que el producto

tenga altos índices de salubridad. Animales que requieran tratamiento farmacológico, se ubican en otra nave de cuarentena. Y el producto no sale al mercado. Los animales tienen todas las vacunas, con el fin de prevenir enfermedades. De esta forma aseguramos un producto de excelente calidad, proveniente de una producción limpia.

### 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
Huevos y gallina descarte	Huevos por cubeta y gallina descarte
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
<p>Huevos de gallina 100% frescos, que no tienen días de almacenamiento ni transportes largos, y el consumidor final puede estar seguro de la procedencia del producto. dado que especificamos la procedencia del huevo, la fecha de postura, la fecha de caducidad y las características de la producción y alimentación de las aves. adicionalmente son huevos producidos con una modificación en la forma de alimentar los animales, lo que los hace mas saludables y de excelente sabor; adicional a la dieta convencional con concentrados suministran especies frescas de la finca como maiz, matarraton, bore que permitan obtener huevos semicriollos.</p>	<p>Cubeta x 30, tarros de caeite de galon cortados y tapados con viniplex y por unidad en bolsa blanca lechosa</p>
Empaques a utilizar	presentaciones en las que se va a ofrecer
Cubetas	Cubeta x 30 y por unidad

## 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?
Huevos	500	536	Diario	Todos los días dependiendo de su edad	cuando recién se compran
gallina descarte	570	570	Cumplido el ciclo	Cumplido el ciclo	Cumplido el ciclo

### VARIEDAD/PRECIO.

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Huevo	Huevo fresco	\$ 22.000 panel x 30,
Gallina descarte	Fresco y pelada	Gallina \$ 20.000

### 3.2 PROPUESTA DE VALOR

Para la asociación AMUEXI, el huevo es catalogado como una de las mejores fuentes de proteína, además de esto contiene vitaminas y minerales naturales, que bajo una dieta saludable, ayudan a la reducción del peso. Por esta razón ofrecemos a los consumidores un producto fresco y de buen sabor, y adicionalmente se lo entregamos en su domicilio. Unido a ello nos preocupamos por el bienestar animal y su alimento cuidando todos los aspectos de la cadena de producción, como es la alimentación de las gallinas, la cual mezclamos con pasto de corte y hierbas como botón de oro, bore y maíz, logrando de esta forma un huevo de mejor calidad y sabor, además proporcionamos a las gallinas agua potable, lo que genera un producto de buen sabor, color, fresca y más saludable.

### 3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
Asocooph	Acompañamiento, capacitación y fortalecimiento
Gobernación del Huila	Financiamiento de proyectos productivos
SENA	Formación académica
Entidades financieras	Acceso a crédito
Proveedores	proporcionan alimentación y los animales
INFIHUILA	Desarrollo de proyectos

## 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
Panaderías, restaurantes, asaderos, puestos de comida rápida, hoteles	Este grupo lo conforman establecimientos del sector alimenticio, quienes utilizan como materia prima de los productos que ofertan a sus clientes el huevo y las gallinas de descarte las cuales pueden ser personas naturales o jurídicas. e selecciona este tipo de clientes debido a que presentan gran parte de la demanda de huevos y gallinas de descarte, las cuales son usadas para la preparación de sus productos. Estos buscan productos frescos y de calidad, garantizando compras de frecuencia diaria y semanal con pagos en efectivo. Adquiere el producto cada dos días, ya que buscan garantizar la frescura de este y prefieren un producto de calidad a buen precio que les garantice tener unos costos bajos.	Municipios de Oporapa, Saladoblanc o, Acevedo, Elias, Pitalito zona urbana y rural, aprovechand o que los municipio se encuentra ubicado estratégicam ente sobre la Ruta Nacional , cuenta con bastantes establecimie ntos dedicados al expendido de comida preparada.	En Oporapa se encuentra localizado Asadero pio (20 cubetas semanales), Supermerca do capri (30 cubetas semanales). deposito Motta (20 cubetas semanales Pasteleria Paula, Deli tortas reina, Sauso pan un promedio de 10 cubetas por semana	800	80 %

<p><b>Supermercados, mini mercados y tiendas</b></p>	<p>Son establecimientos dedicados a la compra y venta de granos, víveres y abarrotes, en la cual se realiza la comercialización de huevo en cascara, al por menor y al por mayor, mediante la atención directa al cliente en tiendas y autoservicio en supermercados, para la entrega del producto al consumidor final. Este canal de comercialización permite, la garantía de la venta rápida del producto, ofreciendo un huevo fresco, limpio y manteniendo el buen servicio y relación con el cliente para su debido cumplimiento. Cámara y Comercio del Huila se encuentran registrados 80 establecimientos comerciales con esta actividad comercial.</p>	<p>Municipio de Oporapa. Elias, Pitalito zona urbana y rural, .</p>	<p>Se encuentran en Oporapa en supermercado capri y depositomota un promedio de 40 cubetas quincenales</p>	<p>300</p>	<p>15%</p>
<p><b>Instituciones Públicas y Privadas</b></p>	<p>instituciones públicas como escuelas, hospitales o cárceles podrían adquirir pulpa de fruta para su uso en la preparación de alimentos.</p>	<p>Oporapa y municipios del Huila</p>	<p>compras públicas locales ICBF PAE entre otras</p>	<p>50</p>	<p>5%</p>
<p><b>TOTAL</b></p>					<p><b>100%</b></p>

## 4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

<b>Información competidor</b>	<b>Competidor 1 LOCAL SANDRA CHAUX</b>	<b>Nombre competidor REGIONAL DISTRIBUIDORA EL TABLON</b>	<b>2</b>
<b>Ubicación</b>	BARRIO LA MANGA	VEREDA EL TABLON	
<b>Cobertura</b>	BARRIOS ALEDAÑOS A LA MANGA	VEREDA EL TABLON, Y ALGUNAS CERCANAS	
<b>Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/Valor agregado</b>	CUBETA X 30 huevo criollo	CUBETA X 30 huevo criollo	
<b>Precios del producto principal/Por mayor y al detal</b>	\$ 16,000 y descuento por volumen	\$ 16,000 descuento por volumen	
<b>Canal de distribución</b>	Supermercados, tiendas	Tiendas	
<b>Formas de pago</b>	CONTADO	CONTADO	
<b>Venta directa o indirecta</b>	DIRECTA	INDIRECTA	

#### 4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
VETERINARIA LA GRANJA	Concentrado, vacunas
VETERINARIA WUS	Comederos, bebederos, concentrado
FERRETERIA OPORAPA	Tubos, mallas, puntillas, amarres

#### 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

<b>Canales de comunicación</b>	Escritos (volantes), orales(voz a voz) y tecnologicos (medios digitales wasap, instagran, ect)
<b>Redes sociales</b>	(Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Pinterest, YouTube, Instagram, etc).
<b>Medios de difusión que se van a utilizar</b>	, página web donde se destacan los beneficios nutricionales de los huevos y la carne de gallinas de descarte en comparación con los productos convencionales.

## 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
<p><b>¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?</b></p>	<p>se cuenta con página web para comercialización directa a los consumidores finales.</p>
<p><b>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</b></p>	<p>Panaderías, restaurantes, asaderos, puestos de comida rápida, hoteles Supermercados, mini mercados y tiendas ubicados en los municipios de Oporapa, Elías, Pitalito y veredas adyacentes</p>
<p><b>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</b></p>	<p>El voz a voz y participación en ferias</p>
<p><b>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</b></p>	<p>Red de distribución local: Establece relaciones con tiendas locales, restaurantes y empresas que producen alimentos procesados como pasteles, panes, galletas, etc. para distribuir huevos frescos y productos de gallinas de descarte.            Alianzas con distribuidores mayoristas: distribuidores mayoristas de alimentos para llegar a una audiencia más amplia, como supermercados, hoteles y restaurantes.            Venta en línea: Una plataforma de comercio electrónico para vender huevos y productos derivados de gallinas de descarte directamente a los consumidores. Ofreciendo opciones de envío rápido para garantizar la frescura de los huevos.</p>

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

Municipio Oporapa, Vereda Vega Grande, Departamento Huila.

**5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA**

<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Local o casa</li> </ul>	
<b>Descripción de área productiva</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidad de medida, distribución ejemplo lotes, cuanta área de infraestructura (casa, baños, beneficiadero, secadero, corrales, bodegas)</li> </ul>	
<b>VUbicación</b>	<b>Dispone de servicios públicos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vereda Vega Grande</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agua:</li> <li>Luz /Tipo de energía:</li> <li>Gas:</li> <li>Teléfono:</li> </ul>
<b>Formalización del área de trabajo</b>	
<b>(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>	
<b>Fotografías del área productiva</b>	



## 5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción	Etapas del Proceso	Descripción
<b>1. Selección y cría de las gallinas ponedoras</b>	<p>Este es el primer paso crucial en el proceso. Las gallinas ponedoras se seleccionan cuidadosamente por su capacidad de producir huevos de alta calidad y se crían en un entorno adecuado que garantice su bienestar y salud.</p>	<b>2. Evaluación de la salud y producción:</b>	<p>Antes de iniciar el proceso de descarte, se evalúa la salud y la producción de las gallinas. Se observa su estado físico, comportamiento y la calidad de los huevos que producen. Las aves que presentan problemas de salud crónicos, bajos niveles de producción de huevos o cualquier otra condición que afecte su bienestar o rentabilidad pueden ser candidatas al retiro.</p>
<b>3. Manejo y alimentación de las gallinas</b>	<p>Durante esta etapa, se proporciona a las gallinas una dieta equilibrada y nutritiva para promover una buena producción de huevos. Se monitorea su salud y se implementan medidas de manejo adecuadas para garantizar su bienestar.</p>	<b>4. Planificación del retiro:</b>	<p>Se establece un plan para el retiro de las gallinas, teniendo en cuenta aspectos logísticos como el transporte, el destino final y el manejo ético de las aves durante el proceso.</p>
<b>5. Producción de huevos</b>	<p>Las gallinas ponedoras comienzan a poner huevos después de alcanzar la madurez sexual, generalmente alrededor de las 18-24 semanas de edad. La producción de huevos puede durar varios años, dependiendo de la raza y el manejo de las aves.</p>	<b>6. Transporte</b>	<p>Las gallinas se transportan desde la granja hasta el lugar donde se llevará a cabo el proceso de descarte. Es importante garantizar un transporte seguro y cómodo para minimizar el estrés en las aves.</p>

<b>7. Recolección de huevos</b>	<p>Los huevos son recolectados regularmente, generalmente una o dos veces al día, para garantizar su frescura y calidad.</p>	<b>8. Sacrificio humanitario</b>	<p>En algunos casos, las gallinas son sacrificadas de manera humanitaria utilizando métodos aprobados que minimizan el sufrimiento. Esto puede implicar métodos como el aturdimiento seguido de la eutanasia.</p>
<b>9. Clasificación y almacenamiento de huevos</b>	<p>Después de recolectar los huevos, se clasifican según su tamaño, calidad y peso. Luego, se almacenan en condiciones adecuadas de temperatura y humedad para mantener su frescura hasta su comercialización.</p>	<b>10. Procesamiento</b>	<p>Una vez sacrificadas, las gallinas pueden ser procesadas para su posterior aprovechamiento.</p>
<b>11. Limpieza y empaque</b>	<p>Los huevos se limpian y se inspeccionan cuidadosamente para eliminar cualquier suciedad o contaminante. Luego, se empaquetan en envases adecuados que protejan los huevos durante el transporte y almacenamiento.</p>	<b>12. Disposición final</b>	<p>Las partes no aprovechables de las gallinas, como plumas y vísceras, así como los restos no comestibles, se eliminan adecuadamente de acuerdo con las regulaciones ambientales y de salud pública. Esto puede implicar la incineración, el compostaje u otras formas de eliminación segura.</p>
<b>13. Distribución y comercialización:</b>	<p>Una vez empaquetados, los huevos se distribuyen a los puntos de venta, como supermercados, mercados locales o directamente a los consumidores. Se promocionan y comercializan para garantizar su venta y consumo.</p>	<b>14. Registro y documentación</b>	<p>Se lleva a cabo un registro detallado de todas las actividades relacionadas con el proceso de descarte, incluyendo el número de aves retiradas, los métodos utilizados, y la disposición final de los desechos.</p>

## 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Representante legal	Gerente	Realizar la gestión comercial
Contador	Asesor Contable	Llevar la información contable y tributaria
Auxiliar Operativo	Operario	Limpieza de los galpones, cuidado d elas aves, recoleccion del huevo

## 6. RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
<b>TRITURADOR PICADOR</b>	MOTOR ELECTRICO PICA HASTA 600 KILOS POR HORA MARCA FARETTY. Tamaño de Corte: 2cm -5 cm. Incluye: 4 cuchillas planas de 22cm de largo x 8cm ancho doble filo y 14 mini cuchillas de agarre. Peso: 67kg. Banda transportadora: En lamina por tracción de cadena Piñoneria: Multiplicador de fuerza con palanca	1	\$ 5.380.000	\$ 5.380.000
<b>PELETIZADORA</b>	PLUS K 210 CON MOTOR ELECTRICO. Potencia requerida eléctrica : 10HP a	1	\$ 12.950.000	\$ 12.950.000

	15 HP. Potencia requerida gasolina 15 HP. 220 V, 3600 RPM, MARCA FARETTY, 1 tonelada por hora			
<b>MEZCLADORA PARA CONCENTRADOS</b>	HORIZONTALES, BALANCE ACEITES, GRASAS O MELAZAS MAYOR VALOR NUTRITIVO. Fabricada en acero inoxidable calibre 14 motoreductor italiano y motor WEG de 3hp reversible. Tolva volcable corriente 220 motor, Sensor de seguridad.	1	\$ 13.000.000	\$ 11.670.000
Insumos y herramientas				
			\$	\$
Equipos de computo				
			\$	\$
<b>Valor total inversiones requeridas</b>				<b>\$ 30.000.000</b>

## 7. PLAN FINANCIERO

### 7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

<b>¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces? (\$/unidad de empaque)</b>	Huevo \$ 600.00 Gallina x descarte \$ 20,000.00
<b>¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)</b>	Contado
<b>¿Cómo prefieren pagar? (efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta débito, por internet)</b>	efectivo
<b>¿Las ventas de mi negocio, serán diarias, semanales, mensuales, semestrales o de que tipo?</b>	Semanal- mensual
<b>¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?</b>	Sacando los costos variables y fijos inmersos en el proceso, empresas de la competencia, así como la capacidad de pago de los clientes.

## PROYECCION VENTAS AÑO 1, 2 Y 3

		Incremento porcentual según investigación de mercado	
		5%	5%
NOMBRE PRODUCTO	TOTAL AÑO 1 (En Unidades)	TOTAL AÑO 2 (En Unidades)	TOTAL AÑO 3 (En Unidades)
Huevos	193.200	202.860	213.003
Gallinas por descarte	570	598	627

## 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Huevos	Unidad	\$600	\$377	\$223
Gallinas por descarte	Unidad	\$20.000	\$3.327	\$16.673

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mp	\$4.422.500	\$ 53.070.000	\$ 55.723.500	\$ 58.509.675
Costos Mo	\$202.307	\$ 2.427.684	\$ 2.549.069	\$ 2.676.522
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Servicios Públicos	\$40.000	\$480.000	\$480.000	\$480.000
Teléfono	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Dotación de Personal	\$30.000	\$360.000	\$360.000	\$360.000
Gastos Bancarios	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000

Gastos de Ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Papelería	\$30.000	\$360.000	\$360.000	\$360.000
Gastos Representación	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Gastos de Domicilios	\$500.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000
Feltes y/o transp. Operativo.	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
<b>Valor total</b>		<b>\$ 66.297.684</b>	<b>\$ 69.072.569</b>	<b>\$ 71.986.197</b>

### 7.3 ANALISIS FINANCIERO

#### Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 30.000.000	\$ 13.267.500
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 30.000.000	\$ 13.267.500

#### Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 127.320.000	\$ 133.686.000	\$ 140.370.300
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 53.070.000	\$ 55.723.500	\$ 58.509.675
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 2.427.684	\$ 2.549.069	\$ 2.676.522
(-) COSTOS FIJOS	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000	\$ 5.040.000
= UTILIDAD BRUTA	\$ 66.782.316	\$ 70.373.432	\$ 74.144.103
(-) GASTOS FIJOS	\$ 7.060.000	\$ 2.060.000	\$ 1.560.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 44.020.000	\$ 45.486.000	\$ 46.500.300
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 15.702.316	\$ 22.827.432	\$ 26.083.803
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 15.702.316	\$ 22.827.432	\$ 26.083.803
(-) IMPUESTOS	\$ 5.181.764	\$ 7.533.052	\$ 8.607.655

= UTILIDAD NETA	\$ 10.520.552	\$ 15.294.379	\$ 17.476.148
-----------------	---------------	---------------	---------------

### Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 127.320.000	\$ 133.686.000	\$ 140.370.300
Egresos operativos	\$ 109.117.684	\$ 87.572.568	\$ 89.986.197
Flujo Operativo	\$ 18.202.316	\$ 46.113.432	\$ 50.384.103
Ingresos no operativos	\$ 43.267.500	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 43.267.500	\$ 5.181.764	\$ 7.533.052
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 5.181.764	-\$ 7.533.052
Flujo Neto	\$ 4.934.816	\$ 40.931.668	\$ 42.851.051
Saldo anterior	\$ 0	\$ 4.934.816	\$ 45.866.484
Saldo final	\$ 4.934.816	\$ 45.866.484	\$ 88.717.534

### Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	35,35%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 20.149.127
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 \$ 4.934.816, 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 35,35% (Formato financiero) es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 35%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 20.149.127, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa, a una tasa de descuento del 10%.

Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en 2 años.

## **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 cria (cria y alimentacion), Operario clasificacion (recoleccion y clasificacion; Operario (limpieza y empaque).

Para lo cual se utilizarán 248 jornales en total por año para atender el total de los galpones 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 Oporapa – Huila.

## **Viabilidad Ambiental**

El proyecto contribuye a la seguridad alimentaria de la población, los excrementos de las gallinas son utilizados como fertilizante orgánico para mejorar la calidad del suelo, lo que beneficia la agricultura y promueve prácticas sostenibles. Unido a ello las gallinas consumen desperdicios de alimentos y restos vegetales, convirtiéndolos en huevos y abono, lo que reduce la cantidad de residuos orgánicos que van a parar a los vertederos.

## **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 aportara un pago de impuestos, por \$ 5.181.184 que genera en reinversión social contribuye significativamente a la economía del país a través de sus impuestos y contribuciones fiscales, así como mediante la generación de empleo, la creación de valor agregado y la promoción del crecimiento económico.

para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.