

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN**  
**ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CACAO DEL MUNICIPIO DE VILLAVIEJA**  
**"APROCAVILLA"**

Presentado a:

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

Presentado por:

**Secundino Calderón Ramírez**

Villavieja - Huila, 04 de Abril de 2024

## CONTENIDO

1.	CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	3
2.	NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIOS	4
2.1	JUSTIFICACIÓN	4
3.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO / ESTUDIO DE MERCADO	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	9
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO	8
4.2	COMPETENCIA	10
4.3	PROVEEDORES	11
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES	11
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	11
5	ESTUDIO TÉCNICO	13
5.1	LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION	12
5.2	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA	12
5.3	PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	14
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO	14
6	RECURSOS CLAVES	15
7	PLAN FINANCIERO	16
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	16
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	17
7.3	ANÁLISIS FINANCIERO	17
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD	19

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
<b>Nombre organización</b>	Asociación de Productores de Cacao del Municipio de Villavieja "APROCAVILLA"	<b>NIT / RUT</b>	901.072.148-8	
<b>Dirección</b>	Vereda El Doche	<b>Teléfono 1</b>	3202435228	
		<b>Teléfono 2</b>	3124521267	
<b>Departamento</b>	Huila	<b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>	Villavieja	
<b>Página web</b>	<a href="#">No tiene</a>	<b>E-mail</b>	<a href="mailto:cesarvargas1972@gmail.com">cesarvargas1972@gmail.com</a>	
<b>Nombre gerente</b>	Secundino Calderón Ramírez	<b>Celular</b>	3202435228	
		<b>Teléfono 1</b>	3124521267	
<b>Cargo (si tiene otro)</b>	Vicepresidente	<b>Antecedentes</b>	El Representante Legal y Gerente cuentan con conocimiento empírico y certificado a través de formación realizada con el Sena y Fedecacao	
<b>Nombre del representante legal</b>	Diógenes Angarita Ramírez			
<b>Experiencia de la empresa en el sector</b>	Ocho (8) años	<b>Año: 2023</b>	<b>Año: 2024</b>	
<b>Actividad principal</b>	Cultivo de Cacao	<b>Número de empleados (directos)</b>	0	0
<b>Fecha constitución</b>	07/07/2005		20	14

<b>Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)</b>	Producción (Cultivo) y comercialización de Cacao en Almendra Seca (Compra y Venta); Transformación (Agroindustria) del Cacao (Chocolate Artesanal) y Servicios de Mantenimiento a Cultivos de Cacao (Adecuación de Terrenos, Siembra, Re siembra, Control de Arvenses y Plagas, Fertilización, Poda, Recolección).	<b>Número de asociados (si aplica)</b>		
<b>Figura jurídica</b>	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria (Asociación)	<b>Ingresos de asociados</b>	\$1.2000	\$210000

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Cacao en Almendra Seca Aprocavilla ¡Todo una Maravilla!

### 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 agrícolas en la región.

Las Asociaciones agropecuarias en el departamento del Huila pueden tener varios impactos positivos en la comunidad local y en la región en general, y contribuyen a la sostenibilidad en aspectos como la diversificación de la producción agropecuaria y agroindustrial local, que proporcionen una fuente de ingresos más estable para los agricultores, 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.

El cacao es uno de los cultivos más rentables a largo plazo, y aunque su inversión inicial es bastante considerable, las ganancias obtenidas en su punto máximo de producción lo valen.

Los colombianos consumimos alrededor de 45.000 toneladas anuales de Cacao, para un consumo aproximado de un kilo por persona.

Actualmente la Asociación realiza el proceso productivo (Cultivo) de manera tradicional, sin utilización de Instalaciones Tecnificadas para los Procesos de Postcosecha (Fermentación y Secado) entendiendo que de este proceso salen los resultados más importantes para el producto como lo es el sabor y aroma, lo que a su vez nos hace disminuir ingresos por los bajos atributos del grano, e incremento en los costos de postcosecha por tardarnos más tiempo en este proceso. Por este motivo no tenemos una capacidad de producción para suplir la demanda del mercado. Por lo anterior, requerimos de adecuaciones necesarias para el mejoramiento del área de postcosecha (Fermentación y Secado).

### 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
Cacao en Almendra Seco	Cacao en Almendra Seco

Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
<p><b>Grano de Cacao:</b> Semillas de Cacao del tamaño de una almendra, color chocolate o púrpuro, de 2 a 3 cm de largo y de sabor amargo. No tiene albumen y están recubiertas por una pulpa mucilaginososa de color blanco y de sabor dulce y acidulado.</p>	<p>Costal de 60 kg (Cacao en Almendra Seco)</p>
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
<p>Tula o costal de fique de 60 kg</p>	<p>Para fortalecer nuestra presencia y promoción, nos enfocaremos en una variedad de medios publicitarios. Esto incluye potenciar nuestra presencia en redes sociales como Facebook e Instagram, así como mantener una página web informativa donde compartiremos contenido relevante sobre el cacao, incluyendo sus beneficios, recetas inspiradoras y las historias detrás de nuestros productores. Además, planeamos participar activamente en ferias comerciales.</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?
Cacao Almendra Seca	7.200 kg	13.500 kg	Anual, ventas mensuales	Junio, julio, diciembre y enero	Febrero, marzo, abril, mayo, agosto, septiembre, octubre y noviembre

### VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Cacao Almendra Seca	Cacao en grano (Kilogramo)	\$ 19.900

### 3.2 PROPUESTA DE VALOR

Para la Asociación es importante aplicar y transmitir a los Clientes y Asociados, los principios de Solidaridad como la Asociatividad; El Respeto; La Igualdad; La Responsabilidad Social y Ambiental y La Honestidad, así como mantenernos vigentes entre los diferentes eslabones de la cadena, desde la producción (cultivo) del cacao en almendra, hasta sus derivados como licor de cacao y chocolate de mesa artesanal.

Por lo anterior estamos comprometidos con el aseguramiento de la calidad desde el cultivo hasta el grano, ofreciendo al cliente un producto inocuo, rico en micronutrientes como polifenoles y potentes flavonoides antioxidantes.

El cacao es uno de los cultivos más rentables a largo plazo, y aunque su inversión inicial es bastante considerable, las ganancias obtenidas en su punto máximo de producción lo valen.

Esto genera valor no solo para el cliente y/o consumidor sino también para el productor de cacao, ya que dignifica su labor y le permite obtener una mayor participación y por ende una mayor rentabilidad.

### 3.3 ALIADOS CLAVES

<b>Aliado</b>	<b>Papel que desempeña</b>
<b>ASOCOOPH</b>	Promueve e integra a las entidades de economía solidaria del departamento del Huila bajo los preceptos de la doctrina universal del cooperativismo.
<b>FEDECACAO</b>	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.
<b>SENA</b>	Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo.
<b>ALCACAO</b>	Principal interlocutor y representación de las Organizaciones de Pequeños Productores de Cacao.
<b>SECTOR PRIVADO</b>	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.
<b>ICA</b>	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.
<b>MINISTERIO DE AGRICULTURA</b>	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario y el Desarrollo Rural.

## 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 (Importadores y Exportadores de Cacao, o Industriales que transforman la materia prima)	Empresas legalmente formalizadas ante Cámara de Comercio principalmente con actividades de Compra y Venta de Cacao; Secado, Tostión, Molienda, elaboración de otros productos derivados del cacao o producto terminado y exportación. Con presencia en todo el territorio nacional, cuya misión es la de transferir el mejor precio posible a los cacaoteros. Compran y comercializan el cacao desde verde hasta almendra seca. Sus gustos y preferencias son muy exigentes con la calidad del cacao, los cuales deben cumplir los estándares de calidad.	Bogotá Medellín Neiva	Casa Luker	3	100%
<b>TOTAL</b>					<b>100%</b>

## 4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional ASOPROCAR RIVERA	Competidor 1 Local CHOCOLATE RIVERENSE
<b>Ubicación</b>	Municipio de Rivera - Huila	Municipio de Rivera - Huila
<b>Cobertura</b>	Mercado regional y nacional a través de distribuidores mayoristas. Realiza también exportaciones.	Mercado regional y nacional a través de distribuidores mayoristas.
<b>Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/Valor agregado</b>	Cacao en almendra seca por kilogramo/Cuentan con sello de certificación en BPA,	Cacao en almendra seca por kilogramo/
<b>Precios del producto principal</b> (Fijado al detal y/o al por mayor a convenir)	Precio al mayorista \$20.000 a \$28.000	Precio al mayorista \$20.000 a \$29.000
<b>Canal de distribución</b>	Mayorista	Mayorista
<b>Formas de pago</b>	Contado	Contado
<b>Venta directa o indirecta</b>	Comercialización directa e indirecta (Mayoristas)	Comercialización directa e indirecta (Mayoristas)

#### 4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Agrícola Línea Verde del Huila	Insumos, Bioinsumos, Fertilizantes, Abonos, Herramientas, Ferretería
Federación de Cacaoteros	Plántulas y Material Vegetal Certificado
Agrocotur	Insumos, Fertilizantes, Abonos, Herramientas, Ferretería
Cadefihuila	Fertilizantes Mayores y menores, Herramientas de Mano, Ferretería y Repuestos, Maquinaria Agrícola

#### 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

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

#### 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
<p><b>¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?</b></p>	<p>La Asociación cuenta con un punto de venta físico ubicado en el casco urbano del municipio de Villavieja y otro en la Vereda El Doche, donde se realiza la comercialización de manera directa a sus Clientes (Intermediarios).</p>
<p><b>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</b></p>	<p>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 empresas como Casa Luker, Nacional de Chocolates y Tolimax.</p>
<p><b>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</b></p>	<p>Utilizaremos una combinación de medios digitales y tradicionales para asegurarnos de que nuestros clientes estén informados sobre cómo pueden adquirir nuestros productos. Implementaremos estrategias de marketing digital y continuaremos fortaleciendo nuestra presencia en redes sociales para llegar a un público más amplio, activa participación en ferias agrícolas y vitrinas comerciales donde podamos promocionar nuestro producto.</p>
<p><b>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</b></p>	<p>Las estrategias que consideramos son las siguientes: 1. Venta directa en nuestro punto físico 2. Venta a intermediarios, mercados nacionales e internacionales, mayoristas y minoristas. 3. Participación en vitrinas comerciales y ferias agrícolas. 4. Seguir avanzando en el fortalecimiento de la transformación del cacao en productos finales por parte directa de la asociación.</p>

## 5. ESTUDIO TECNICO

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

Vereda El Doche, municipio de Villavieja - Huila

### 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<b>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</b>	
Son Aproximadamente 28 hectáreas entre los Asociados. Las Unidades Productivas (Cultivo de Cacao) se encuentran ubicadas en la zona rural del municipio de Villavieja - Huila, que para el caso de la Asociación es la Vereda El Doche.	
<b>Descripción de área productiva</b>	
El área productiva de la asociación es de aproximadamente de 28 hectáreas en producción, sembradas a 3 metros x 3 metros, variedad híbrida y clones (criollos y/o árboles ancestrales).	
<b>Ubicación</b>	<b>Dispone de servicios públicos</b>
Vereda Doche, municipio de Villavieja - Huila	<ul style="list-style-type: none"><li>· Acueducto Veredal: Sí</li><li>· Energía eléctrica SI</li><li>· Gas: Si (Pipeta)</li><li>· Teléfono: Sí (Celular)</li></ul>
<b>Formalización del área de trabajo</b>	
<b>(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)</b>	
El área de trabajo (Cultivo) es de cada uno de los Asociados y el Área Comercial (Compra y Venta) en calidad de Arrendamiento.	
<b>Fotografías del área productiva</b>	



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

<b>Etapas del Proceso Cacao en grano</b>	<b>Descripción</b>
Proceso 1 <b>Preparación del Terreno</b>	Antes de plantar, se prepara el suelo eliminando malezas y abonándolo según las necesidades.
Proceso 2 <b>Siembra</b>	Las semillas de cacao se siembran en viveros hasta que germinan y alcanzan un tamaño adecuado para ser trasplantadas al campo.
Proceso 3 <b>Cuidado y Mantenimiento</b>	Durante el crecimiento de los árboles, se realiza el cuidado adecuado, que incluye riego, control de plagas y enfermedades, así como la poda de ramas no deseadas.
Proceso 4 <b>Floración y Polinización</b>	Los árboles de cacao producen flores, que son polinizadas principalmente por insectos. La polinización es crucial para la formación de vainas de cacao.
Proceso 5 <b>Formación de Vainas y Cosecha</b>	Después de la polinización, las vainas de cacao comienzan a desarrollarse en el árbol. Cuando están maduras, se cosechan manualmente cortando las vainas de los árboles.
Proceso 6 <b>Extracción de las Semillas</b>	Las vainas cosechadas se abren para extraer las semillas de cacao, que están rodeadas por una pulpa dulce. Las semillas y la pulpa se separan y las semillas se dejan fermentar para desarrollar su sabor característico.
Proceso 7 <b>Secado</b>	Después de la fermentación, las semillas de cacao se secan al sol o en secadores especiales hasta que alcanzan un nivel de humedad óptimo para el almacenamiento.
Proceso 8 <b>Almacenamiento</b>	Las semillas de cacao secas se almacenan en condiciones adecuadas para evitar la humedad y la contaminación.
Proceso 9 <b>Venta</b>	Finalmente, las semillas de cacao secas, también conocidas como cacao seco pergamino, están listas para ser vendidas a intermediarios o procesadoras de cacao.

## 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Diógenes Angarita Ramírez	Representante Legal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de gestión comercial en ferias agrícolas.
Secundino Calderón Ramírez	Vicepresidente	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo.
Por definir	Tesorero	Llevar las finanzas de la organización
Por definir	Secretario	Realizar las actas de reuniones de la Asociación

## 6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Otros</b>				
Adecuaciones Área de Postcosecha 1 (Global)	<b>Materiales para la adecuación del Área de Fermentación (Global):</b> Cemento; Arena; Ladrillos; Cerchas; Zinc; Cajones en Madera de cedro, individuales y tipo escalera semi modular.	1	\$15.000.000	\$15.000.000

Adecuaciones Área de Postcosecha 2 (Global)	<b>Materiales para la adecuación del Área de Secado Natural (Global):</b> Marquesina o túnel de secado semi modular con capacidad de beneficio de 300 kilogramos por ciclo de secado. de 2,5 mts de ancho por 6 mts de largo y altura total al centro de los arcos de 2,55 mts. Estructura de soporte metálica en tubo estructural, ángulos de acero, dos camas o paseras de secado en madera de cedro y cubierta de plástico.	1	\$15.000.000	\$15.000.000
<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)	Cacao en Almendra: A través de la producción y comercialización de 13.500 kilogramos de Cacao, el cual comercializaremos a \$19.900 kilogramo. Presentación: Saco (Costal - Tula) de 50 kg
¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)	Contado
¿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?	Semanales
¿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 del Cacao y 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)
Cacao en Grano (Almendra Seca) Kilogramo	13.500	14.175	14.883

## 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Cacao en grano	1 kilogramo	\$ 19.900	\$13.090	\$ 6.810

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mp	\$3.270.375	\$39.244.500	\$41.206.725	\$43.267.061
Costos Mo	\$9.205.875	\$110.470.500	\$115.994.025	\$121.793.726
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Servicios Públicos	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Dotaciones	\$200.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000
Mantenimiento de Equipos	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Cafetería	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Gastos bancarios	\$115.000	\$1.380.000	\$1.380.000	\$1.380.000
Caja menor	\$ 1.300.000	\$ 15.600.000	\$ 15.600.000	\$ 15.600.000
Comunicación y teléfono	\$150.000	\$1.800.000	\$1.800.000	\$1.800.000
Papelería	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000

Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
Transportes vendedores	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos Domicilios	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
<b>Valor total</b>		<b>205.380.750</b>	<b>213.240.787</b>	<b>197.895.000</b>

### 7.3 ANALISIS FINANCIERO

#### Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
<b>Aportes</b>	\$ 30.000.000	\$ 27.811.125
<b>Créditos</b>		
<b>Total</b>	\$ 30.000.000	\$ 27.811.125

#### Estado de Resultados Projectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>VENTAS</b>	\$ 268.650.000	\$ 282.082.500	\$ 296.186.625
<b>(-) COSTO VARIABLE M.P.</b>	\$ 39.244.500	\$ 41.206.725	\$ 43.267.061
<b>(-) COSTO VARIABLE M.O.</b>	\$ 110.470.500	\$ 115.994.025	\$ 121.793.726
<b>(-) COSTOS FIJOS</b>	\$ 21.050.000	\$ 15.550.000	\$ 15.550.000
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 97.885.000	\$ 109.331.750	\$ 115.575.838
<b>(-) GASTOS FIJOS</b>	\$ 30.430.000	\$ 20.930.000	\$ 19.980.000
<b>(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS</b>	\$ 60.860.000	\$ 62.210.000	\$ 63.627.500
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses</b>	\$ 6.595.000	\$ 26.191.750	\$ 31.968.338
<b>-intereses</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>OTROS EGRESOS</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 6.595.000	\$ 26.191.750	\$ 31.968.338
<b>(-) IMPUESTOS</b>	\$ 2.176.350	\$ 8.643.278	\$ 10.549.551
<b>= UTILIDAD NETA</b>	\$ 4.418.650	\$ 17.548.473	\$ 21.418.786

### Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Ingresos operativos</b>	\$ 268.650.000	\$ 282.082.500	\$ 296.186.625
<b>Egresos operativos</b>	\$ 256.055.000	\$ 221.540.750	\$ 227.900.788
<b>Flujo Operativo</b>	\$ 12.595.000	\$ 60.541.750	\$ 68.285.838
<b>Ingresos no operativos</b>	\$ 57.811.125	\$ 0	\$ 0
<b>Egresos no operativos</b>	\$ 57.811.125	\$ 2.176.350	\$ 8.643.278
<b>Flujo no operativo</b>	\$ 0	-\$ 2.176.350	-\$ 8.643.278
<b>Flujo Neto</b>	\$ 2.783.875	\$ 58.365.400	\$ 59.642.560
<b>Saldo anterior</b>	\$ 0	\$ 2.783.875	\$ 61.149.275
<b>Saldo final</b>	\$ 2.783.875	\$ 61.149.275	\$ 120.791.835

### Análisis financiero:

<b>TIR (Tasa interna de Retorno)</b>	35,51%
<b>VAN (Valor Neto Anual)</b>	\$ 27.958.215
<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 primer año por valor de \$ 4.418.650, 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 35,51% 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 \$ 27.958.215, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera.

Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en 3 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 1( Plateo y Fertilización; Aplicación de Enmiendas, Operario 2 (Desyerbas; Conservación de suelos; Control fitosanitario; Control mecánico de arvenses y otras labores culturales, Operario 3: Beneficio y Secado, Operarios para la Recolección. Para lo cual se utilizarán 996 jornales en total por año para atender el total de hectáreas del plan de negocio.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de un contador por prestación de servicios, una bonificación para el representante legal y el auxiliar administrativo por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Villavieja – 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**

La asociación produce y comercializa cacao con prácticas agrícolas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. A través de la implementación de técnicas de agricultura bajo sistemas agroforestales, promovemos la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad en la región. Además, nos esforzamos por reducir la huella ambiental mediante la gestión eficiente de los recursos hídricos y la energía, el manejo adecuado de los residuos agrícolas y el fomento de la biodiversidad en los cultivos de cacao.

Lo anterior a través de procesos que permiten hacer uso eficiente de los recursos naturales de manera que no se agoten ni se degraden, asimismo como política de la asociación, estamos promoviendo la responsabilidad ambiental y la promoción de prácticas de producción y consumo sostenible.

### **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 a partir del segundo año por valor de \$ 2.176.350, lo cual genera una 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.