

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
ASOCIACIÓN VÍCTIMAS NUEVO HORIZONTE DE BARAYA

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

Fidelina Aragonés Rodríguez
Representante Legal

Baraya, Huila 11 de abril de 2024

CONTENIDO

1.	3	
2.	4	
2.1	4	
3.	5	
3.1	PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD	5
3.2	PROPUESTA DE VALOR	8
3.3	ALIADOS CLAVES	9
4.	8	
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	13
5	11	
5.1	LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION	14
5.2	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA	14
5.3	PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	15
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO	15
6	17	
7	18	
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	17
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	17
7.3	ANÁLISIS FINANCIERO	19
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD	21

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Asociación Víctimas Nuevo Horizonte de Baraya	NIT / RUT	901035494-4	
Dirección	Calle 4 # 8-101 B/San Martín	Teléfono 1	3115988566	
		Teléfono 2	3228998074	
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	Baraya	
Página web	No tiene	E-mail	asovinuho@gmail.com	
Nombre gerente	Fidelina Aragonés Rodríguez	Celular	3115988566	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	Antecedentes		
Nombre del representante legal	Fidelina Aragonés Rodríguez			
Experiencia de la empresa en el sector	Un (1) Año		Año: 2023	Año: 2024
Actividad principal	9499 Actividades de otras Asociaciones N.C.P.	Número de empleados (directos)	0	0
Fecha constitución	15-dic-16	Número de asociados (si aplica)	30	16
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Producción y comercialización de Yuca			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	Ingresos de asociados		

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Producción y Comercialización de Yuca Dulce Fresca

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.

La principal problemática que enfrenta nuestra organización radica en la necesidad de capitalizar los avances logrados en la transformación de la Yuca Dulce en Harina de Yuca.

Esta transformación es crucial para satisfacer la creciente demanda en el mercado de este producto. Sin embargo, nos enfrentamos a limitaciones para llevar a cabo este proceso a gran escala de manera eficiente y rentable.

El presente plan de negocios se presenta como una oportunidad única para adquirir la maquinaria y equipos necesarios que nos permitirán mejorar este proceso de transformación. De esta manera, podremos ofrecer a nuestros asociados y agricultores en general un precio justo por su producto, con una demanda constante y asegurar de esta manera una oferta que satisfaga las necesidades del 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																								
Yuca dulce fresca y harina de yuca	Yuca dulce fresca																								
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer																								
<p>Buena parte de su composición es agua, hidratos de carbono y fibra, es rica en vitamina C, vitamina B1, manganeso o potasio. 100 gramos de este vegetal aportan los siguientes compuestos:</p> <table> <tr> <td>Energía:</td> <td>160</td> <td>calorías</td> </tr> <tr> <td>Proteínas:</td> <td>3,2</td> <td>gramos</td> </tr> <tr> <td>Grasas:</td> <td>0,4</td> <td>gramos</td> </tr> <tr> <td>Hidratos de carbono:</td> <td>26,9</td> <td>gramos</td> </tr> <tr> <td>Fibra:</td> <td>1,8</td> <td>gramos</td> </tr> <tr> <td>Vitamina C:</td> <td>un</td> <td>34%</td> </tr> <tr> <td>Vitamina B1:</td> <td>un</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Potasio:</td> <td>un</td> <td>8%</td> </tr> </table>	Energía:	160	calorías	Proteínas:	3,2	gramos	Grasas:	0,4	gramos	Hidratos de carbono:	26,9	gramos	Fibra:	1,8	gramos	Vitamina C:	un	34%	Vitamina B1:	un	6%	Potasio:	un	8%	Yuca dulce fresca en Kg
Energía:	160	calorías																							
Proteínas:	3,2	gramos																							
Grasas:	0,4	gramos																							
Hidratos de carbono:	26,9	gramos																							
Fibra:	1,8	gramos																							
Vitamina C:	un	34%																							
Vitamina B1:	un	6%																							
Potasio:	un	8%																							
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)																								
Bolsas o costales de polipropileno, de 27 y 50 kilos respectivamente.	Actualmente la asociación no maneja ningún tipo de publicidad o redes sociales. Tampoco están participando en Ferias o Mercados agrícolas. Este es uno de sus objetivos a mediano plazo.																								
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?
Yuca dulce fresca	23.500 kg	23.500 kg	Anual	Todo el Año	

VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Yuca dulce fresca	Fresco	\$2.200 kilogramo

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestro valor agregado para el cliente radica en ofrecer una solución integral a través de la transformación de la yuca dulce fresca en Harina de Yuca, un producto altamente demandado en el mercado.

Esto no solo garantiza una constante demanda del producto para el agricultor, sino que también le asegura un precio justo por su producción. Al resolver la necesidad de transformación de la yuca dulce, ayudamos a nuestros asociados y agricultores en general a maximizar el valor de sus cultivos y a diversificar sus fuentes de ingresos.

Además, nuestra capacidad para ofrecer una solución innovadora a través de la transformación de la materia prima demuestra nuestro compromiso con la excelencia y la satisfacción del cliente, diferenciándonos así de la competencia en el mercado.

3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
ASOCOOPH	Promueve e integra a las entidades de economía solidaria del departamento del Huila bajo los preceptos de la doctrina universal del cooperativismo.
ASOHOFRUCOL	La Asociación Hortofrutícola de Colombia, por medio de la capacitación en prácticas agrícolas modernas y sostenibles que mejoran la productividad y la calidad del cultivo, así como el acceso a nuevos mercados tanto nacionales como internacionales.
SENA	Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo.
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.

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
Distribuidores Mayoristas-Minoristas	Fruver, comercializadoras, supermercados que esperan un producto que cumpla con las características de calidad (tamaño, sabor), que sean de buen tamaño, que sea cultivado en condiciones que no afecten el medio ambiente, que adopten las Buenas Prácticas Agrícolas.	Baraya, Tello, Neiva	Merca Móvil, Tienda donde Piedad, Fruver Pague Menos	3	100%
TOTAL				100%	

4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores del Mercado Objetivo:

Información competidor	Competidor 1 Regional: Grupo Asociativo Productores de Café y Yuca de Colombia Huila	Competidor 2 Local: Agricultores de Baraya
Ubicación	Vereda las Lajas	Zona rural del municipio de Baraya
Cobertura	Regional	Regional
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/ Valor Agregado	Yuca Dulce Fresca, producto fresco producido con buenas prácticas agrícolas y de excelente calidad.	Yuca Dulce Fresca, producto fresco producido con buenas prácticas agrícolas y de excelente calidad.
Precios del producto principal/ Por Mayor y al Detal	Entre \$1.300 a \$2.500 Kg	Entre \$1.500 a \$2.000 Kg
Canal de distribución	Directo e Intermediario	Directo e Intermediario
Formas de pago	Contado	Contado
Venta directa o indirecta	Directa	Directa

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Agrofinca	Equipos y Herramientas
Agrocenter del Sur	Bolsas y costales

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	Una vez consolidada la producción de Harina de Yuca, se comenzará a implementar una estrategia de marketing de contenido a través de canales digitales como Facebook, Instagram, para enseñar el uso del producto, así como sus beneficios culinarios y aportes nutricionales.
Medios de difusión que se van a utilizar	Pendones (presencia en ferias, eventos), página web, radio y marketing digital.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describe el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Punto de venta físico para comercialización directa a los consumidores finales y la participación en Ferias empresariales donde también realizaremos una activa gestión comercial.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Aliados Estratégicos (Aliados): A través de la implementación de la estrategia de distribución donde utilizaremos intermediarios para llevar nuestros productos a los clientes, como tiendas de productos naturales, supermercados, panaderías.

<p>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</p>	<p>Inicialmente a través de una campaña masiva de medios publicitarios (físicos y digitales) y la presencia en ferias y vitrinas comerciales, informaremos y sensibilizaremos a los clientes sobre los canales mediante de los cuales podrán adquirir nuestros productos.</p>
<p>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</p>	<p>Las estrategias que consideramos son las siguientes: 1. Venta directa en nuestro punto físico 2. Establecimiento de acuerdos de distribución con supermercados o tiendas de alimentos naturales. 3. Venta a intermediarios, mercados mayoristas y minoristas. 4. Participación en mercados locales o ferias agrícolas. 5. Venta a empresas procesadoras de alimentos para su uso en productos.</p>

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Zona Rural, Municipio de Baraya – Huila

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<p>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</p>	
<p>Fincas ubicadas en la zona rural del municipio de Baraya</p>	
<p>Descripción de área productiva</p>	
<p>Cada asociado cuenta con aproximadamente media o una hectárea del cultivo, que están ubicados en la zona rural del municipio de Baraya.</p>	
<p>Ubicación</p>	<p>Dispone de servicios públicos</p>
<p>Fincas ubicadas en la zona rural del municipio de Baraya</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Acueducto veredal: Sí · Energía eléctrica: Si · Gas: Si · Teléfono: Si (Celular)
<p>Formalización del área de trabajo</p>	
<p>(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)</p>	

Fotografías del área productiva



5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1- Preparación del terreno	Esta etapa implica la limpieza y preparación del suelo para el cultivo. Se realizan labores como la eliminación de malezas y la nivelación del terreno de ser necesario.
Proceso 2- Siembra	Una vez preparado el terreno, se procede a la siembra de los esquejes o estacas de yuca dulce. Estos se plantan en surcos o camellones, dejando una distancia adecuada entre cada planta para su desarrollo óptimo.
Proceso 3 - Cosecha	La cosecha de la yuca dulce se realiza generalmente entre 9 y 12 meses después de la siembra, cuando las raíces alcanzan su madurez. Se arrancan las raíces del suelo y se procede a su recolección.

Proceso 4 - Selección y clasificación	Una vez cosechadas, las raíces de yuca se seleccionan y clasifican según su tamaño y calidad. Se descartan aquellas que presentan defectos o daños.
Proceso 5 - Empaque	Se empacan las raíces (yuca dulce fresca) en bolsas plásticas y/o costales.
Proceso 6 - Almacenamiento y transporte	Las frutas se almacenan en condiciones adecuadas y se transportan a los mercados locales.
Proceso 7 - Comercialización	Una vez el producto es recibido por los clientes, este es distribuido en mercados locales o regionales.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Fidelina Aragonés Rodríguez	Representante Legal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad de la Asociación.
Emma Bonilla	Secretaria	Encargada de realizar las actividades de secretariado en la asociación.
Luz Dary Culma	Fiscal	Controlar las finanzas de la asociación y los objetivos a nivel general.
Teresa Pimentel	Vocal	Apoyar todas las actividades que busquen el fortalecimiento de la asociación.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Horno deshidratador eléctrico	Estructura Acero inoxidable Aislamiento térmico Lana mineral de 4 cm de espesor Voltaje 110 v - 220v Consumo con calentamiento eléctrico 2,4 Kilovatios Consumo con calentamiento a gas 10.000 BTU/hora Numero de entrepaños 15 para bandejas de 45 x 65 cms (no incluidas) Área de secado 4,38 metros cuadrados	1	\$ 14.871.500	\$ 14.871.500
Molino industrial en acero inoxidable	Estructura Tubo cuadrado en acero inox. Molino Fundición de acero inoxidable Motor 1 Hp Voltaje 110 voltios Muelas (rebabas) Acero templado blanco Capacidad 150 Kg hora	1	\$ 2.998.800	\$ 2.998.800
Bandejas en aluminio	Bordes curvos post formados Perforaciones circulares en toda la bandeja	10	\$ 200.000	\$ 2.000.000
Selladora Automática Industrial	Tipo de selladora: Impulso Materiales de sellado: Plástico. Ancho de sellado: 6 mm Potencia: 1250 W	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000

Báscula Electrónica	Báscula de piso Industrial Badecol. Capacidad: 150kg. División: 20g. Unidades de peso: lb y Kg. Indicador en ABS de alta resistencia. Batería interna recargable de 12V y autonomía de 8horas. Dimensión plataforma: 30x40cm. Display: LCD.Display de tres pantallas con 7 dígitos cada uno.	1	\$ 264.000	\$ 264.000
Mesa de trabajo acero inoxidable	Línea modular. Mueble y entrepañ en acero inoxidable. Con salpicadero de 12.5 cm. Patas en tubo de acero inoxidable con nivelador. Dimensiones: 200 x 69 x 87 cm.	1	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000
Carro contenedor de harina	Capacidad para más 70 kilogramos Estructura: acero inoxidable 430 brillante. Deposito: acero inoxidable 304 (antiácido) Dimensiones: Ruedas: rodachines de 3 pulgadas montadas sobre balineras de larga duración.	1	\$ 2.380.700	\$ 2.380.700
Equipos de computo				
Computador Portátil Intel Core i7 11a generación	Computador Portátil 14 Pulgadas Ram 8 GB SSD 512 GB Intel® Core™ de 11.a Generación	1	\$ 2.200.000	\$ 2.200.000

Impresora Multifuncional Epson I 3110	Sistema de tanque de tinta de alta capacidad y economía; imprime hasta 4.500 páginas en negro1 y 7.500 páginas a color; Costo de impresión ultra bajo -	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Otros				
Sillas Rimax	Eterna Café 60x57x80cm Plástica	20	\$ 47.950	\$ 959.000
Vitrina mostrador tipo	Poseen laterales, frontales, entrepaños Puertas traseras en vidrio reforzado de fácil desplazamiento que se pueden cerrar con llave (cierre o chapa no incluida). Estructura fabricada en tubo aluminio de 1/4 de círculo de 1 1/2 pulgada. Vidriera externa de 4 mm. Entrepaños graduables en vidrio de 5mm reforzado con bocel de lámina Cold Rolled Cal 20 y tubo cuadrado de aluminio de 1 1/2.	1	\$ 1.740.000	\$ 1.740.000
Archivador Metálico	Ancho x Profundidad 37 cm x 50 cm Cantidad de cajones 3 Con soporte para carpetas colgantes. Capacidad Resistencia/Carga Maxima): 55 kilogramos máximo x cajón, carga distribuida.	1	\$ 450.000	\$ 450.000
Valor total inversiones requeridas				31.264.000

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)	Yuca Dulce Fresca \$.200 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 - Mensuales
¿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 Café 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)
Yuca dulce fresca (Kilogramo)	23.500	24.675	25.908

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Yuca Dulce Fresca	Kilogramo	\$2.200	\$559,51	\$1.640,49

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$ 818.200	\$ 9.818.640	\$ 10.309.572	\$ 10.825.051
Costos Mp	\$ 100.800	\$ 1.209.600	\$ 1.270.080	\$ 1.333.584
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Caja Menor	\$500.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000
Comunicación y teléfono	\$40.000	\$480.000	\$480.000	\$480.000
Gastos bancarios	\$15.000	\$180.000	\$180.000	\$180.000
Papelería y útiles de oficina	\$20.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000
Fletes / Transporte	\$300.000	\$3.060.000	\$3.060.000	\$3.060.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de Representación	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Valor total		\$22.188.240	\$22.739.652	\$23.318.635

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 31.264.000	\$ 19.766
Créditos	\$ 0	\$ 2.161.484
Total	\$ 31.264.000	\$ 2.181.250

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 51.700.000	\$ 54.285.000	\$ 56.999.250
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 1.184.400	\$ 1.243.620	\$ 1.305.801
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 9.614.085	\$ 10.094.789	\$ 10.599.529
(-) COSTOS FIJOS	\$ 7.450.080	\$ 7.180.180	\$ 7.180.180
= UTILIDAD BRUTA	\$ 33.451.435	\$ 35.766.411	\$ 37.913.740
(-) GASTOS FIJOS	\$ 21.300.000	\$ 7.169.900	\$ 7.169.900
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 5.250.000	\$ 5.367.500	\$ 5.490.875
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 6.901.435	\$ 23.229.011	\$ 25.252.965
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0

=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 6.901.435	\$ 23.229.011	\$ 25.252.965
(-) IMPUESTOS	\$ 2.277.474	\$ 7.665.574	\$ 8.333.479
= UTILIDAD NETA	\$ 4.623.961	\$ 15.563.437	\$ 16.919.487

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 51.700.000	\$ 54.285.000	\$ 56.999.250
Egresos operativos	\$ 40.948.485	\$ 24.738.409	\$ 25.305.330
Flujo Operativo	\$ 10.751.515	\$ 29.546.591	\$ 31.693.920
Ingresos no operativos	\$ 33.445.250	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 31.283.766	\$ 2.277.474	\$ 7.665.574
Flujo no operativo	\$ 2.161.484	-\$ 2.277.474	-\$ 7.665.574
Flujo Neto	\$ 12.888.324	\$ 27.269.117	\$ 24.028.347
Saldo anterior	\$ 0	\$ 12.888.324	\$ 40.157.441
Saldo final	\$ 12.888.324	\$ 40.157.441	\$ 64.185.788

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	36,66%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 14.180.387
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 \$ 15.563.437, 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 36,66%, es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 36%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 14.180.387, 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 140 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 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 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 33% por valor de \$7.665.574 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.