

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN**  
**ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRESARIALES RURALES DE VILU "ASOMERVI"**

Presentado a:

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

Presentado por:

**Kaura Luz Ospina Medina**  
Representante Legal

Huila - Yaguará, 20 de mayo de 2024

**Contenido**

- 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN..... 3
- 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO ..... 4
- 2.1 JUSTIFICACION..... 4
- 3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO/ESTUDIO DE MERCADEO ..... 5
  - 3.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO..... 5**
  - 3.2 PROPUESTA DE VALOR ..... 7**
  - 3.3 ALIADOS CLAVES ..... 8**
- 4. MERCADO ..... 9
  - 4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO..... 9**
  - 4.2 COMPETENCIA ..... 12**
  - 4.3 PROVEEDORES ..... 12**
  - 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES ..... 13**
  - 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN ..... 13**
- 5 ESTUDIO TECNICO ..... 14
  - 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 ORGANIZACION ..... 15**
  - 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO ..... 17**
- 6. RECURSOS CLAVES ..... 18
- 7. PLAN FINANCIERO ..... 20
  - 7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS..... 20**
  - 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS ..... 21**
  - 7.3 ANALISIS FINANCIERO ..... 22**
  - 7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD ..... 24**

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
<b>Nombre organización</b>	Asociación de Mujeres Empresariales Rurales de Vilu "ASOMERVI"	<b>NIT / RUT</b>	901.164.043-9	
<b>Dirección</b>	Vereda Vilu	<b>Teléfono 1</b>	3224425287	
		<b>Teléfono 2</b>	3224425287	
<b>Departamento</b>	Huila	<b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>	Yaguará	
<b>Página web</b>	No tiene	<b>E-mail</b>	<a href="mailto:asomerviyaguara@gmail.com">asomerviyaguara@gmail.com</a>	
<b>Nombre gerente</b>	Laura Luz Ospina Medina	<b>Celular</b>	3224425287	
		<b>Teléfono 1</b>	3224425287	
<b>Cargo (si tiene otro)</b>	Representante Legal (Gerente)	<b>Antecedentes</b>	Representante Legal y Equipo de Trabajo cuenta con conocimientos básicos en Producción Avícola, además han recibido Capacitación en temas de Asociatividad a través de ASOCOOPH y Producción de Especies Menores a través del SENA	
<b>Nombre del representante legal</b>	Laura Luz Ospina Medina			
<b>Experiencia de la empresa en el sector</b>	Seis (6) años		<b>Año: 2023</b>	<b>Año: 2024</b>
<b>Actividad principal</b>	0145: Cría De Aves De Corral y 9499: Otras Actividades de Servicios Actividades de otras Asociaciones n.c.p.	<b>Número de empleados (directos)</b>	0	0
<b>Fecha constitución</b>	13/03/2018		11	5

<b>Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)</b>	Producción y comercialización de huevos de gallinas semi criolla	<b>Número de asociados (si aplica)</b>		
<b>Figura jurídica</b>	Entidad Sin Ánimo de Lucro – ESAL	<b>Ingresos de asociados</b>	\$660.000	\$100.000

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

### AVÍCOLA ASOMERVI

#### 2.1 JUSTIFICACION

El objetivo de apoyar a las asociaciones en el Huila en la formulación de su plan de negocios de acuerdo con su actividad principal es fortalecer su capacidad para promover el desarrollo sostenible y mejorar las condiciones de vida de las comunidades agropecuarias en la región.

Las asociaciones agropecuarias en el Huila puede tener varios impactos positivos en la comunidad local y en la región en general, y contribuye a la sostenibilidad en aspectos como la diversificación de la producción agropecuaria local, que proporcionen una fuente de ingresos más estable para los agricultores, ganaderos o pecuarios dada la diferencia en los ciclos de crecimiento y precios de mercado, esto aumentará la disponibilidad y variedad de alimentos en la comunidad al garantizar un suministro constante de alimentos frescos y nutritivos, uso más eficiente de los recursos: mejorando el uso de los recursos naturales, como el agua y los nutrientes del suelo, mediante el fomento de prácticas sostenibles como la rotación de cultivos y el uso de abonos verdes. Estas prácticas ayudan a mantener la salud del suelo, reducen la erosión y promueven la biodiversidad en los sistemas agropecuarios.

Las personas actualmente son más exigentes en la búsqueda de productos de mejor calidad. Dado que tenemos la necesidad de consumir productos más 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 pública, 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 de Gallina y Gallinas de Descarte	Huevos por Cubeta y Gallina de Descarte
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
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 más saludables y de excelente sabor; adicional a la dieta convencional con concentrado se suministran especies frescas de la finca como maíz, matarratón, bore que permitirán obtener huevos semicriollos.	Cubetas para Huevos en Cartón x 30 Unidades

Empaques a utilizar	presentaciones en las que se va a ofrecer
Cubetas en Cartón	Cubetas para Huevos en Cartón x 30 Unidades
<b>Fotografía del Producto</b>	



### 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 / Edad entre 15 y 16 Semanas
Gallina de Descarte	500	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 de Gallina	Huevo fresco	Cubeta x 30 Unidades: \$ 22.000
Gallina de Descarte	Fresco y Pelada	Gallina de Descarte (En pie y/o Pelada): \$20.000

### 3.2 PROPUESTA DE VALOR

Para la ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRESARIALES RURALES DE VILU "ASOMERVI" 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

<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>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>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>MINISTERIO DE AGRICULTURA</b>	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario del Desarrollo Rural.
<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>FENAVI</b>	Representar a los avicultores y trabajar por la sostenibilidad, el crecimiento y la competitividad del sector avícola.
<b>INFIHUILA</b>	Cooperar en el fomento económico, cultural y social, mediante la prestación de servicios de crédito y garantía, y eventualmente de otros que se adelanten en el país, de preferencia las de índole regional, las de interés común de varios municipios y las de carácter municipal.
<b>ENTIDADES FINANCIERAS</b>	Facilitan el movimiento del dinero para que podamos hacer compras, pagos y depósitos, así como adquirir créditos e inversiones. De esta manera fomentan el crecimiento económico. Dentro de este conjunto de instituciones se encuentran los bancos.
<b>PROVEEDORES</b>	Nos proporcionan recursos materiales, humanos y financieros necesarios para nuestra operación diaria.

## 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 realizada por tipo de cliente
Empresas procesadoras de Alimentos (Empresas agroindustriales, manufactureras y de servicios) 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. Se 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	En las zonas rurales y urbanas de los municipios de Yaguará; Iquira, Teruel; Palermo y Neiva, aprovechando o que los municipios se encuentran ubicados estratégicamente sobre la Ruta Nacional, cuenta con bastantes establecimientos	Panadería Don Pan Yaguará; Panadería Poncho; Panadería y Pastelería Piper Pan; Panadería Martica; Restaurante la Estación del Buen Sabor; Restaurante El Sabor de María; Restaurante Doña Anita.	10	70%

	<p>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.</p>	<p>os dedicados al expendido de comida preparada. Según datos de la Cámara de Comercio del Huila, la cantidad de empresas dedicadas al sector de comidas preparadas son el 2% de las empresas formalizadas en el municipio, siendo de esta manera 28 establecimientos.</p>			
--	---	--	--	--	--

<b>Supermercados, Minimercados y Tiendas de Barrio</b>	<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 estos establecimientos comerciales con esta actividad comercial.</p>	<p>Están ubicados en las zonas rurales y urbanas de los municipios de Yaguará; Iquira, Teruel; Palermo y Neiva. Estos son establecimientos comerciales de venta al por menor de bienes de consumo en sistema de autoservicio entre los que se encuentran alimentos (abarrotes - huevos), artículos de higiene y limpieza.</p>	<p>La Placita Yaguareña; Tienda La 23; Tienda Naty; Supermercado Comefrutos; Supermercado La Tercera y Autoservicio Los Samanes.</p>	<p>10</p>	<p>30%</p>
<b>TOTAL</b>					<b>100%</b>

## 4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 (Local) Avícola Las María S.A.S.	Competidor 1 (Regional) Avícola Sámara S.A.S.
Ubicación	Yaguará - Huila	Yaguará - Huila
Cobertura	Mercado local a través de distribuidores mayoristas.	Mercado local y regional a través de distribuidores mayoristas.
Presentación del <b>SERVICIO PRINCIPAL</b> / Valor Agregado	Huevo de Gallina Comercial (Tienda) en Cubeta de Cartón x 30 Unidades / Valor Agregado: Cumplen con los términos de Calidad y entrega de un producto fresco con periodos de menos de 24 horas.	Huevo de Gallina Semicriolla en Cubeta de Cartón x 30 Unidades / Valor Agregado: Alimento de las Aves con suplementación y carga proteínica alternativa.
Precios del producto principal (Fijado al detal y/o al por mayor a convenir)	Precio Mayorista: \$16.000 / Precio al Detal: \$18.000	Precio Mayorista: \$16.000 / Precio al Detal: \$18.000
Canal de distribución	Logística de distribución (entrega) en un periodo mínimo de 24 horas.	Logística de distribución (entrega) en un periodo mínimo de 24 horas.
Formas de pago	Contado y Crédito a 8 días	Contado y Crédito a 8 días
Venta directa o indirecta	Comercialización directa e indirecta (Mayoristas)	Comercialización directa e indirecta (Mayoristas)

## 4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Almacén Veterinario Mundo Animal Yunda	Comercialización de Productos Agropecuarios.
Almacén Veterinario La Vaca	Almacén veterinario con acompañamiento profesional
Agrovelca	Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos

#### 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

<b>Canales de comunicación</b>	Escritos (volantes), orales (voz a voz) y tecnológicos (medios digitales wasap, instagan, 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

<b>¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?</b>	Se cuenta con página web para comercialización directa a los consumidores finales.
<b>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</b>	Panaderías, restaurantes, asaderos, puestos de comida rápida, hoteles Supermercados, minimercados y tiendas ubicados en los Municipios de Yaguará; Iquira, Teruel, Palermo, Neiva y veredas adyacentes
<b>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</b>	El voz a voz y participación en ferias y eventos.
<b>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</b>	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.

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

Vereda Vilu, municipio de Yaguará, departamento del Huila.

**5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA**

<b>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc.)</b>	
Área Productiva (Galpón y Zonas de Pastoreo - Alimentación) Rural ubicada en la Finca de la una de las Asociadas, donde además se encuentra su casa de habitación.	
<b>Descripción de área productiva</b>	
Área Productiva (Galpón y Zonas de Pastoreo - Alimentación) con explotación a baja escala, la cual proyecta su expansión para la producción de 1000 Aves en Producción.	
<b>Ubicación</b>	<b>Dispone de servicios públicos</b>
Vereda Vilu, municipio de Yaguará - Huila	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Agua: Acueducto Veredal</li> <li>· Luz /Tipo de energía: Red Eléctrica</li> <li>· Gas: Pipeta</li> <li>· Teléfono: Celular</li> </ul>
<b>Formalización del área de trabajo (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc.)</b>	
Unidad Productiva (Avícola) que se encuentra dentro de la finca de una asociada la cual cuenta con Escritura Pública.	
<b>Fotografías Area Productiva</b>	
	

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

Etapas del Proceso Producto 1	
(Huevo de Gallina)	Descripción
1. Selección y cría de las gallinas ponedoras	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.
2. Manejo y alimentación de las gallinas	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.
3. Producción de huevos	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.
4. Recolección de huevos	Los huevos son recolectados regularmente, generalmente una o dos veces al día, para garantizar su frescura y calidad.
5. Clasificación y almacenamiento de huevos	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.
6. Limpieza y empaque	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.
7. Distribución y comercialización:	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.

<b>Etapas del Proceso Producto 2</b>	
<b>(Gallina de Descarte)</b>	<b>Descripción</b>
<b>1. Evaluación de la salud y producción:</b>	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.
<b>2. Planificación del retiro:</b>	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.
<b>3. Transporte</b>	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.
<b>4. Sacrificio humanitario</b>	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.
<b>5. Procesamiento</b>	Una vez sacrificadas, las gallinas pueden ser procesadas para su posterior aprovechamiento.
<b>6. Disposición final</b>	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.
<b>7. Registro y documentación</b>	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.

## 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
<b>Luz Aurora Ospina Medina</b>	Representante Legal y Presidente con funciones de Gerente General, Operativo y Comercial	Orientar, dirigir, ejecutar, gestionar y planear las directrices, buscando estrategias y políticas para cumplir las metas trazadas por la empresa. asignados. Suministrar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades. Llevar a cabo la planeación, evaluar y dirigir las operaciones productivas y de las ventas minoristas o mayoristas. Gestionar al personal y asignarle responsabilidades. Evaluar los productos o servicios que se pondrán a la venta.
<b>Martha Cecilia Paredes</b>	Vicepresidente con funciones para el apoyo al Presidente en temas Administrativos y Comerciales	Orientar, dirigir, ejecutar, gestionar y planear las directrices, buscando estrategias y políticas para cumplir las metas trazadas por la empresa. asignados. Suministrar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades. Llevar a cabo la planeación, evaluar y dirigir las operaciones productivas y de las ventas minoristas o mayoristas. Gestionar al personal y asignarle responsabilidades. Evaluar los productos o servicios que se pondrán a la venta.
<b>Mireya Ardila</b>	Tesorero con funciones para el apoyo al Presidente en temas Contables y Financieros	Manejar e interpretar la contabilidad de la organización con la finalidad de producir informes para la gerencia y para terceros (tanto de manera independiente como dependiente), que sirvan para la toma de decisiones.
<b>Por definir</b>	Asistente Técnico (Ingeniero Agrónomo)	Asesorar a las asociaciones en la preparación y conservación de suelos. Efectuar el mantenimiento de implementos agropecuarios. Organizar y montar equipos y materiales necesarios para las actividades agropecuarios.
<b>Por definir</b>	Mayordomo	Cuidar los Semovientes (Aves); Realizar labores culturales a sembrados de Pastos de Corte, Mantenimiento de Praderas. Limpieza de los galpones, cuidado de las aves, recolección del huevo
<b>Por definir</b>	Operario de Campo (Galponero)	Coadyuvar al Mayordomo en las actividades de la Producción Avícola, Desinfección, Mantenimiento de Galpones y Potreros. Limpieza de los galpones, cuidado de las aves, recolección del huevo.

## 6. RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
<b>Nido para Ponedora</b>	<b>Ponedero Gallina</b> Ponedero, nidal o nido de 36 puestos con capacidad de postura para 180 gallinas. Elaborado en lámina galvanizada, estructura metálica, tapetes de Anidación.	6	\$ 650.000	\$ 3.900.000
<b>Bebedero Automático para Aves</b>	Con contrapeso al interior de la campana, que garantiza la estabilidad y evita el derrame del líquido. La presión del suministro de agua debe ser menor de 10 libras por pulgada cuadrada (p.s.i.). El Bebedero dual puede ser usado en el piso o suspendido, sin afectar su funcionamiento automático	12	\$ 66.000	\$ 792.000

<b>Comedero para Aves</b>	Comedero para aves de crianza con capacidad de 18 Kilogramos + Pasador de Cordón. Con medidas 39 cm de alto y 40 cm de diámetro, este comedero está diseñado para adaptarse	12	\$ 36.000	\$ 432.000
<b>Tanque para Almacenamiento de Agua</b>	Tanque Bajito 1.000 Litros. Tapa y accesorios de entrada (1/2"), salida (1") y rebose (1") en PVC	1	\$ 800.000	\$800.000
<b>Mesa en Acero Inoxidable</b>	Mesa de trabajo (clasificación y empacado) en Acero Inoxidable de 90 x 100 x 50 con entrepaño.	2	\$ 1.200.000	\$2.400.000
<b>Balanza Gramera</b>	Balanza Gramera Digital 10 Kg	2	\$ 38.000	\$76.000
<b>Otros</b>				
<b>Semovientes (Aves) Gallinas Raza ISA Brown</b>	Gallinas de Postura de la Raza ISA Brown de 16 Semanas con Plan Vacunal. Isa Brown es una ave de raza ponedora confiable y versátil con excelente conversión de alimento que se adapta bien a diferentes climas y sistemas de alojamiento.	600	\$ 36.000	\$21.600.000
<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)	Huevo de Gallina \$600.00 (Unidad) Gallina de Descarte \$20.000.00 (Unidad)
¿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?	Semanal - mensual
¿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 de la Leche Cruda 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)
Huevos	193.200	202.860	213.003
Gallinas de 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 Represent.	\$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	\$ 2.340.000
Total	\$ 30.000.000	\$ 15.607.500

### 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	\$ 2.880.000	\$ 2.047.600	\$ 2.047.600
= UTILIDAD BRUTA	\$ 68.942.316	\$ 73.365.832	\$ 77.136.503
(-) GASTOS FIJOS	\$ 7.060.000	\$ 2.892.400	\$ 2.392.400
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 42.520.000	\$ 43.986.000	\$ 45.000.300
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 19.362.316	\$ 26.487.432	\$ 29.743.803
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 2.160.000	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 17.202.316	\$ 26.487.432	\$ 29.743.803
(-) IMPUESTOS	\$ 5.676.764	\$ 8.740.852	\$ 9.815.455
= UTILIDAD NETA	\$ 11.525.552	\$ 17.746.579	\$ 19.928.348

**Flujo de caja:**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Ingresos operativos	\$ 127.320.000	\$ 133.686.000	\$ 140.370.300
Egresos operativos	\$ 107.617.684	\$ 86.072.568	\$ 88.486.197
Flujo Operativo	\$ 19.702.316	\$ 47.613.432	\$ 51.884.103
Ingresos no operativos	\$ 45.607.500	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 45.607.500	\$ 5.676.764	\$ 8.740.852
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 5.676.764	-\$ 8.740.852
Flujo Neto	\$ 6.434.816	\$ 41.936.668	\$ 43.143.251
Saldo anterior	\$ 0	\$ 6.434.816	\$ 48.371.484
Saldo final	\$ 6.434.816	\$ 48.371.484	\$ 91.514.734

**Análisis financiero:**

TIR (Tasa interna de Retorno)	34,62%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 20.065.526
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 \$11.525.552, 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 34,62% (Formato financiero) es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 34%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$20.065.526, 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 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 cría (cría y alimentación), Operario clasificación (recolección y clasificación; 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 beneficiarán a los habitantes del municipio de Yaguará – 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 \$5.676.764, 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.