

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN**  
**COOPERATIVA MULTIACTIVA DE PRODUCTORES DE CHOLUPA DEL HUILA**  
**"COOPERATIVA DE CHOLUPA DEL HUILA"**

Presentado a:

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

Presentado por:

**Carlos Arturo Pascuas Yañez**  
**Representante legal**



Rivera - Huila, 03 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.....	8
3.3 ALIADOS CLAVES .....	9
4. Mercado.....	10
4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO.....	10
4.2 COMPETENCIA .....	11
4.3 PROVEEDORES.....	13
4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES.....	13
4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	14
5. estudio tecnico .....	15
5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION .....	15
5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA.....	15
5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION .....	16
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	19
6 Recursos claves.....	19
7 Plan financiero .....	24
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS .....	24
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS .....	25
7.3 ANALISIS FINANCIERO .....	26
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	27

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN			
<b>Nombre organización</b>	Cooperativa Multiactiva de Productores de Cholupa del Huila "COOPERATIVA DE CHOLUPA DEL HUILA"	<b>NIT / RUT</b>	900685205-7
<b>Dirección</b>	Carrera 7 No. 8-49 / Local 1 - Casa Campesina	<b>Teléfono 1</b>	3168883788
		<b>Teléfono 2</b>	3168883788
<b>Departamento</b>	Huila	<b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>	Rivera
<b>Página web</b>	No tiene	<b>E-mail</b>	<a href="mailto:cholupasdelhuila@hotmail.com">cholupasdelhuila@hotmail.com</a>
<b>Nombre gerente</b>	Carlos Arturo Pascuas Yañez	<b>Celular</b>	3168883788
		<b>Teléfono 1</b>	3168883788
<b>Cargo (si tiene otro)</b>	Representante Legal	<b>Antecedentes</b>	Representante Legal que cuenta con formación, conocimiento empírico y capacitado en la producción y comercialización de pasifloras, especialmente en Cholupa.
<b>Nombre del representante legal</b>	Carlos Arturo Pascuas Yañez		
<b>Experiencia de la empresa en el sector</b>	Once (11) años	<b>Año: 2023</b>	<b>Año: 2024</b>
<b>Actividad principal</b>	0121: Cultivo de Frutas Tropicales y Subtropicales	<b>Número de empleados (directos)</b>	0
<b>Fecha constitución</b>	25-oct-22	<b>Número de asociados (si aplica)</b>	36
<b>Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)</b>	Producción y comercialización de Cholupa (Passiflora Maliformis)		
<b>Figura jurídica</b>	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	<b>Ingresos de asociados</b>	\$4.320.000

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

### PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOLUPA DEL HUILA

#### 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.

Actualmente la "COOPERATIVA DE CHOLUPA DEL HUILA" presenta dos problemas principales que repercuten en la baja capacidad productiva para atender la alta demanda de este producto. Uno (1) el desplazamiento de la barrera agrícola en tierras fértiles para la llegada de proyectos urbanísticos. Dos (2) la falta de tecnificación en los cultivos y las herramientas adecuadas que no mejoren la productividad, sino también la celeridad en las labores operativas de campo.

Esta alta demanda se ha demostrado que es en razón a las propiedades físico químicas y organolépticas que tiene la Cholupa, como lo son su sabor y aroma único, la cholupa es una fuente de vitaminas, antioxidantes y fibras que aportan un gran valor nutricional al organismo. Asimismo esta fruta es tan huilense, que tiene el sello de Denominación de Origen, lo cual la convierte en un producto emblemático y autóctono de la región. Tanto así, que podría afirmar que esta fruta hace parte de la canasta básica de la mayoría de las familias opitas.

Actualmente, además de los jugos, su pulpa es utilizada para elaborar helados, postres, tortas, mermeladas, cervezas, entre otros productos deliciosos que son altamente consumidos por la población huilense y que, poco a poco, han tomado cada vez más fuerza en otros mercados del país como Bogotá.

Algunos de los emprendimientos de la Región que han utilizado la Cholupa como su factor innovador y diferenciador, han sido María Cocina la cual elabora tortas a base de cholupa y de otros productos huilenses. Upa Cholupa la cual es una heladería artesanal donde combinan sabores exóticos junto al de la cholupa. Pasipulpas y Frucamps las cuales están dedicadas a la transformación de frutas, en pulpas, extractos y zumos, así como en cualquier restaurante, pastelería o panadería del departamento del Huila lo consiguen; es un infaltable en el paladar de los huilenses.

Nuestros bajos volúmenes de producción por el desplazamiento de la barrera agrícola, sumado a la falta de equipos y herramientas especializadas que permitan hacer mantenimiento, control de arvenses y podas programadas para evitar riesgos fitosanitarios, no ha permitido a la "COOPERATIVA DE CHOLUPA DEL HUILA" acceder a mercados especializados, motivo por el cual todo el producto obtenido es vendido directamente a los industriales (transformadores de fruta), y a los intermediarios de la zona por un precio muy por debajo del mercado.

Por lo anterior, la "COOPERATIVA DE CHOLUPA DEL HUILA" propone la implementación de protocolos para estandarización de calidad de la Cholupa tanto física, fisiológica, sanitaria y de transporte, con el fin de atender el problema de baja productividad y seguridad alimentaria en el país, para lo cual se requiere gestionar y adquirir equipos básicos para el manejo integrado desde el cultivo, hasta la entrega que permitan mejorar la productividad, comercialización y competitividad de nuestro producto.

### 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
Cholupa (fruta); Jugos (preparados); Vino y Mermelada	Cholupa (Fruta Passiflora Maliformis)

Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
<p>La cholupa es una fruta de color verde ovalada, con tonos amarillos en su interior; su sabor es entre dulce y ácido, similar al maracuyá; y hace parte del mismo género de plantas de la granadilla, la curuba y la badea (pasifloras). La Cholupa del Huila, con nombre científico Passiflora maliformis, es un fruto con Denominación de Origen, único en su género, cuyas características particulares se deben, esencialmente, al hecho de cultivarse en el sitio que lleva su nombre. La cholupa es una fruta autóctona del departamento del Huila, que tiene al municipio de Rivera, a 20 Km de Neiva, como el epicentro para el desarrollo del cultivo. Hace parte del grupo de las pasifloras y las condiciones edafoclimáticas para el desarrollo óptimo de la fruta son los suelos de textura franco arcillo arenosa que cuenten con buen drenaje (ph 5.5 – 7.0) y unas condiciones climáticas a una temperatura promedio de 25 C° que se obtienen en una altura entre los 400 y 1000 msnm con precipitaciones de 800 a 1500mm por año.</p>	<p>De acuerdo al Segmento de Mercado este se ofrecerá en Bolsas de 12.5 Kilos</p>
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
<p>Bolsa Plástica de 12.5 kilogramos</p>	<p>Cuentan con publicidad física (Tarjetas de Presentación y Pendón Araña), y Digital (Red Social Facebook). Se proyecta la implementación de una Estrategia de Marketing Digital.</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?
Cholupa (Fruta Passiflora Maliformis)	25.000 kilogramos	25.000 kilogramos	Anual	Mayo, septiembre	Enero, febrero, marzo, julio, agosto.

## VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Cholupa (Fruta)	Cholupa (Fruta Passiflora Maliformis)	\$2.700 kilogramo

---

## 3.2 PROPUESTA DE VALOR

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.

En Colombia el consumo per cápita de frutas y hortalizas en Colombia se sitúa en 200 gramos por persona al día, frente a los 400 gramos al día que recomienda la Organización Mundial de la Salud. Sin embargo, vale la pena resaltar las actividades que ha desarrollado Asohofrucol promoviendo el consumo Hortofrutícola a través de diferentes actividades educativas y de promoción al consumo de frutas y hortalizas que año a año se viene realizando, para resaltar los beneficios de las frutas y las hortalizas.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Asociación contempla su innovación en el fortalecimiento del sistema productivo del frutas a través de la Producción y Comercialización de Cholupa mediante la implementación de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y protocolos para estandarización de calidad desde el Cultivo hasta el Transporte (Entrega), con el fin de atender el problema de baja productividad y seguridad alimentaria, lo que garantiza la trazabilidad del alimento, el uso responsable de los recursos naturales, el bienestar de los involucrados a lo largo de la cadena productiva y la calidad e inocuidad del producto final para los consumidores, brindando así frutas de excelente calidad generando un diferencial o valor agregado para los clientes y consumidores.

las propiedades físico químicas y organolépticas que tiene la Cholupa, como lo son su sabor y aroma único, la cholupa es una fuente de vitaminas, antioxidantes y fibras que

aportan un gran valor nutricional al organismo. Asimismo esta fruta es tan huilense, que tiene el sello de Denominación de Origen, lo cual la convierte en un producto emblemático y autóctono de la región. Tanto así, que podría afirmar que esta fruta hace parte de la canasta básica de la mayoría de las familias opitas.

### 3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
<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>ASOHOFrucOL</b>	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.
<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>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>ENTIDADES BANCARIAS Y FINANCIERAS</b>	Banco Agrario con la línea de crédito con tasas diferenciales para el sector agrícola.

## 4. MERCADO

### 4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO

Tipo de Cliente	Características del Cliente	Ubicación del cliente	Identificación del Cliente	Cantidad mensual estimada de clientes que realizarán adquisición de tu producto	% del total de ventas realizadas por tipo de cliente
<b>Industriales que Transforman la Materia Prima (Empresas del sector agroindustrial dedicada a la transformación de frutas, en pulpas, extractos y zumos)</b>	Empresas legalmente formalizadas ante Cámara de Comercio principalmente con actividades dedicadas a la transformación de frutas, en pulpas, extractos y zumo. Con presencia en todo el territorio nacional, cuya misión es la de transferir el mejor precio posible a los cultivadores.	Carrera 5 No. 4-27, Rivera, Huila, Colombia	Passipulpas S.A.S.	1	40%
<b>Industriales que Transforman la Materia Prima (Empresas del sector agroindustrial dedicada a la transformación de frutas, en pulpas, extractos y zumos)</b>	Empresas legalmente formalizadas ante Cámara de Comercio principalmente con actividades dedicadas a la transformación de frutas, en pulpas, extractos y zumos. Con presencia en todo el territorio nacional. Maneja distintas presentaciones para continuar haciendo la vida del consumidor más fácil.	Vereda El Arenoso, Rivera, Colombia	FruCamps Colombia S.A.S.	1	40%

<b>Intermediarios Comercializadores (Fruver y Supermercados )</b>	Empresas legalmente formalizadas ante Cámara de Comercio principalmente con actividades de Fruver y Supermercados. Son empresas dedicadas a la comercialización de frutas y verduras, con depósitos ubicados estratégicamente en la ciudad de Neiva. Allí, adquieren productos de grandes, medianos y pequeños agricultores, centrándose especialmente en la compra de grandes volúmenes de limón.	Sur Abastos, Carrera 17 No. 7-2 / Bodega 4 - Local 25, Neiva - Huila	Deposito Fruver Rambo	1	20%
<b>TOTAL</b>					<b>100%</b>

#### 4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 - Local Asociación de Agricultores del Huila Biotec (Agrohuila)	Competidor 2 - Regional Empresa Cooperativa Comercializadora de Frutas del Departamento del Huila	Competidor 3 - Nacional Frutales El Castillo S.A.S.
<b>Ubicación</b>	Rivera - Huila	Neiva - Huila	Rivera - Huila
<b>Cobertura</b>	Local	Local y Regional	Local, Regional y Nacional

<b>Presentación del SERVICIO PRINCIPAL / Valor Agregado</b>	Cholupa y Maracuyá en Bolsa	Cholupa y Maracuyá en Bolsa	Cultivo de varias frutas tropicales y subtropicales comercializadas en Canastillas Plásticas; Bolsas Plásticas y Cajas de Cartón.
	Trabajo asociativo y colaborativo que busca el beneficio común y social de los productores asociados.	Asistencia técnica a sus productores asociados, con énfasis en los procesos de desarrollo productivos bajo un enfoque integral de asesoría y acompañamiento en las áreas de pre-cosecha y postcosecha; organización socio-empresarial de los productores	Implementan las Buenas Prácticas Agrícolas BPA y sus predios y frutos están Certificados por el ICA
<b>Precios del producto principal</b>	Entre \$3.000 a \$3.333	Entre \$3.000 a \$3.340	Entre \$3.000 a \$3.500
<b>Canal de distribución</b>	Directo e Intermediario	Directo e Intermediario	Directo e Intermediario
<b>Formas de pago</b>	Contado	Contado	Contado
<b>Venta directa o indirecta</b>	Directa	Directa	Directa

#### 4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Vivero La Sardinata	Plántulas Certificadas bajo Resolución ICA para Frutales y Cítricos
El Semillero y Croper	Plántulas Certificadas bajo Resolución ICA para Frutales y Cítricos
Construrama Agrocentro Rivera S.A.S.	Materiales, Ferretería, Equipos, Herramientas y Agroinsumos.
Almacén El Sembrador	Fertilizantes y Abonos orgánicos
Insuagro	Equipos, Herramientas y Agroinsumos
Agrovelca	Equipos, Herramientas y Agroinsumos

#### 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. En el momento solo usan Facebook
<b>Medios de difusión que se van a utilizar</b>	Pendones (presencia en ferias, eventos), página web, radio y marketing digital.
<b>Canales de comunicación</b>	Orales y Escritos vía interacción directa (cara a cara) y llamada de voz vía teléfono celular y chat de WhatsApp
<b>Redes sociales</b>	Estrategia de Marketing Digital y de contenidos (Facebook, Instagram, Google+ y YouTube).
<b>Medios de difusión que se van a utilizar</b>	Radio (emisora) y televisión regional, Estrategia de Marketing Digital

#### 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
<b>¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?</b>	Punto de venta físico para comercialización directa a los directamente a los consumidores finales y la participación en Ferias empresariales donde también realizaremos una activa gestión comercial.
<b>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</b>	Aliados Estratégicos (Aliados): A través de la implementación de la estrategia de distribución donde utilizaremos intermediarios para llevar los productos a los clientes, los cuales le añadirán características para mejorarlos (Comercializadoras de frutas) ubicados en el municipio de Rivera - Huila.
<b>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</b>	Inicialmente a través de una campaña masiva de medios publicitarios (físicos y digitales) informaremos y sensibilizaremos a los clientes sobre los canales mediante de los cuales podrán adquirir nuestro producto.
<b>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</b>	Las estrategias que consideramos son las siguientes: 1. Venta directa en nuestro punto físico 2. Establecimiento de acuerdos de distribución con supermercados. 3. Venta a intermediarios, mercados mayoristas y minoristas como comercializadores de frutas. 4. Participación en mercados locales o ferias agrícolas. 5. Venta a empresas procesadoras de alimentos para su uso en productos.

## 5. ESTUDIO TECNICO

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

Predios Rurales (Veredas) distribuidas en el área rural del municipio de Rivera Huila (La Ulloa; Alto Pedregal; El Guadual y Termoplilas entre otras).

### 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<b>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</b>	
Predios Rurales (Veredas) distribuidas en el área rural del municipio de Rivera Huila (La Ulloa; Alto Pedregal; El Guadual y Termoplilas entre otras), las cuales algunas cuentan con Casa de Habitación, mientras otras solo el área de cultivo.	
<b>Descripción de área productiva</b>	
80 Hectáreas distribuidas en la Zona Rural del municipio de Rivera - Huila, las cuales se encuentran en las zonas bajas entre los 500 y 1300 m y a una temperatura entre los 26 a 32 °C. En altitudes que van desde los 500 a 1.300 m.s.n.m y una Precipitación de 1.200 a 1.450 mm. Los suelos son de textura liviana, de franco arenosa a franco arcillosa, buen drenaje, profundidad efectiva mayor a 30 cm y buen contenido de materia orgánica y minerales. El pH puede oscilar entre 5,0 y 6,5.	
<b>Ubicación</b>	<b>Dispone de servicios públicos</b>
Veredas La Ulloa; Alto Pedregal; El Guadual y Termoplilas entre otras	<ul style="list-style-type: none"><li>· Acueducto veredal: Sí</li><li>· Energía eléctrica: Si</li><li>· Gas: Si (Pipeta)</li><li>· Teléfono: Si (Celular)</li></ul>
<b>Formalización del área de trabajo</b>	
<b>(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)</b>	
Las áreas de trabajo corresponden a cada una de las Unidades Productivas de los Asociados, las cuales cuentan con su respectiva formalización (Escritura, Contrato de Arrendamiento y/o Comodato).	

### Fotografías del área productiva



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

Etapas del Proceso	Descripción
<b>Proceso 1:</b> Componente de ingeniería agronómica	Ubicación del terreno donde se desarrolló el proyecto productivo en zona de origen
<b>Proceso 2:</b> Material Vegetal	Selección del Material Vegetal con el cual se trabajará.
<b>Proceso 3:</b> Adecuación de Bodega y Cama Biológica	Mantener insumos almacenados (Fertilizantes, Plaguicidas, Herramientas) de manera adecuada, se opta por la construcción de una bodega
<b>Proceso 4:</b> Preparación del terreno	Implementar dicha actividad durante la primera semana, y aprovechando al máximo la primera temporada de lluvia del año.
<b>Proceso 5:</b> Vivero	El vivero se construyó con las condiciones óptimas para el desarrollo vegetativo de las plántulas, como humedad (70-80%) y temperatura (27-29 °C); se utilizó Guadua (Guadua angustifolia).

<b>Proceso 6:</b> Periodo de Adaptación	Adaptación a las condiciones del lote, esta actividad se realiza 15 días previos a la siembra.
<b>Proceso 7:</b> Siembra	Llevado a campo las plantas con una edad de 60 días en la etapa de vivero y con características morfológicas aptas (plantas vigorosas, con más de 6 hojas verdaderas). Se inicio con el ahoyado cada 3 metros entre planta y 2,5 m entre surco, con dimensiones de 40 cm largo X 40 cm ancho X 40 cm alto cada hueco, al tiempo se realiza la primera fertilización química edáfica presentada en el plan de fertilización.
<b>Proceso 8:</b> Tutorado	Esta actividad realizada con herramientas como Palín ahoyador, Barra, Metro, Fibras, Grapas, Martillo. En la implementación del tutorado se utiliza Guadua y/o Madera cada 5 m. Teniendo en cuenta las condiciones ambientales y topográficas de la zona; en los lugares con mayor pendiente se usará espaldera, y en terrenos con pendiente menores, se realizará emparrado o paseras sencillas; implementando el tutorado según el orden de siembra.
<b>Proceso 9:</b> Fertilización	Con el fin de mejorar y aumentar la eficiencia de la fertilización se implementa fertirriego por el sistema de cacho. Aportando nutrientes adecuados para el óptimo desarrollo de la planta.
<b>Proceso 10:</b> Manejo del recurso hídrico	Instalación del respectivo sistema de riego, según la disponibilidad de agua y los requerimientos hídricos de la especie, garantizando su adecuado desarrollo.

<p><b>Proceso 11:</b> Manejo integrado de plagas enfermedades y arvenses</p>	<p>Manejo integrado de plagas MIP; Manejo Integrado de Enfermedades (MIE); Manejo Integrado de Arvenses (MIA): Teniendo en cuenta las características climáticas de la zona Para el manejo de estas plagas dentro del sistema productivo se utilizarán diferentes estrategias y métodos de control, cultural, biológico y químico, los cuales se distribuirán teniendo en cuenta la intensidad de la infestación o incidencia de la plaga.</p>
<p><b>Proceso 12:</b> Cosecha y postcosecha</p>	<p>Labor de vital importancia debido a que son los resultados de la interacción de un sistema, gran parte de la cosecha de Cholupa. Se realiza de manera manual o ejerciendo una presión leve sobre el pedúnculo cerca al segundo nudo o punto de abscisión, también es recomendable no realizar un halado debido a que puede generar daños o desgarres a ramas productivas. Para la elaboración de esta actividad se utilizan herramientas como; baldes, canecas y tulas en la cual se transportaron a un centro de acopio donde se realiza un lavado y empaçado, se tiene en cuenta las frutas con daños físicos o fitosanitarios los cuales deben ser mínimos dentro del lote. Se empaçan en bolsas de 12 Kg y se transportaron al instante al lugar de venta.</p>
<p><b>Proceso 13:</b> Comercialización</p>	<p>El producto (Cholupa) de comercializa directamente a los Industriales que Transforman la Materia Prima (Empresas del sector agroindustrial dedicada a la transformación de frutas, en pulpas, extractos y zumos)</p>

## 5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Arturo Pascuas Yañez	Representante Legal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad de la Asociación
Por definir	Apoyo Administrativo	Encargado de gestionar todas las actividades relacionadas con el área operativa - productiva y comercial.
Por definir	Tesorera	Encargado del área financiera.
Por definir	Secretario	Encargada de gestionar y acompañar reuniones, llevar Actas y registros, y demás temas administrativos.

## 6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
<b>Fumigadora Estacionaria</b>	Motor a Gasolina; Caudal 30 Litros/Min; Presión 0-500 Psi, Manguera Lanza y Kit de Succión. Alto: 40 cm Ancho: 30 cm. Largo: 84 cm. Cilindrada: 6,5.	1	\$ 2.325.000	\$ 2.325.000
<b>Bomba Fumigadora de Espalda Manual 20 Lts</b>	Sistemas de Inyección y Presión: Presión Hidráulica. Pistón y Cámara Externos; Capacidad de la Cámara: 1 L, probada en fábrica a 300 psi; Presión de Trabajo: 40 psi +/- 10%; Rango de Presión: 1 - 13.79 bar / 14.7 - 200 psi;	2	\$ 350.000	\$ 700.000

	Palancazos Por Minuto: 10 Con Boquilla de 600 cc/min; Peso Neto : 5.8 kg / 11.6 lb			
<b>Fumigadora de Espalda con Motor</b>	Fumigadora de Espalda accionada por un motor de gasolina de 2 tiempos de 41,5 cc. Diseñado con un tanque especial translúcido de 20,0 litros	2	\$ 1.100.000	\$ 2.200.000
<b>Guadaña Gasolina Recto de Eje Hp 2 Tiempos</b>	Guadaña A Gasolina TBC43XR Eje Recto De 42 Cc 1.7 Hp 2 Tiempos Modelo TBC43X. Tiene un eje extralargo que permite un barrido de corte más amplio, lo que reduce el tiempo de operación y aumenta la productividad diaria. Cuenta con un sistema de amortiguación de alto rendimiento que aísla el motor del resto del paquete, reduciendo efectivamente los niveles de vibración para el operador. Sus manubrios con mangos en ángulo están especialmente diseñados para brindar una experiencia ergonómica y cómoda.	2	\$ 1.400.000	\$ 2.800.000
<b>Ahoyadora</b>	Ahoyadora A Gasolina XEA52BS De 52 Cc 2.1 Hp Modelo 509075. Alto: 63 cm. Ancho: 121 cm. Tamaño de la cuchilla: 80 cm. Material: Acero Motor: Monocilíndrico, 2 tiempos, enfriado por aire Capacidad del estanque: 1,2 litros. Velocidad: 8500 RPM. Potencia: 1.6 kW	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000

<b>Motoazada</b>	Stihl MH 710. Potencia: 7 hp a gasolina. Cilindrada: 252 cm <sup>3</sup> . Transmisión: 2 velocidades al frente + Reversa. Ancho de trabajo Ancho máximo de trabajo: 100 cm.: 98 cm. Diámetro del juego de fresadoras: 36 cm. Accionamiento: 2V + 1R. Cabida del depósito: 4 l. Tipo de motor EHC 700.0	1	\$ 6.350.000	\$ 6.350.000
<b>Bascula Balanza Plataforma</b>	Bascula Balanza Plataforma de Piso 500 Kg 45*60 Cm. Bascula de piso liquidadora. Brazo torre abatible	1	\$ 420.000	\$ 420.000
<b>Bascula Electrónica (Pesa) de Mesa</b>	Carcasa en ABS; Batería Recargable; Suma aculativa; Peso máximo 40 Kg; Calcula el Precio y el Peso; Bandeja de acero inoxidable; Botones y Panel de Control a Prueba de Agua	1	\$ 180.000	\$ 180.000
<b>Refractómetro Digital</b>	Refractómetro digital medidor de azúcar Ref. Goyojo.	1	\$ 430.000	\$ 430.000
<b>Refractómetro Manual</b>	Refractómetro 0-32 Brix, Atc, Azucares, Frutas. Marca: Genérica. Modelo: 32ATC	2	\$ 130.000	\$ 260.000
<b>Insumos y herramientas</b>				
<b>Herramientas Menores (varias)</b>	(Peinillas, machetes, palas, palines, azadones, paladraga)	25	\$ 40.000	\$ 1.000.000
<b>Tijera Desjarretadera</b>	Tijera Desjarretadera Doble Tijera Desjarretadera Doble Corte Discover Ref 3251. Elaborada en lamina cold roll de alto impacto. Lámina galvanizada para	10	\$ 62.000	\$ 620.000

	evitar la corrosión. Doble corte en cabeza. Nylon trenzado para la función de corte.Corte			
<b>Tijera de Poda</b>	Tijera de Poda de 7 Pulgadas. Marca: Tramontina.	10	\$ 26.000	\$ 260.000
<b>Cuchilla Media Luna</b>	Cuchilla Media Luna para cortes	10	\$ 25.000	\$ 250.000
<b>Sierra de Poda de Mano</b>	Airaj Sierra de Poda de Mano con Funda de Seguridad para vaina, consta de una hoja curvada de acero SK5 japones de 14 pulgadas y un mango de goma de 6 pulgadas, resistente y duradero.	10	\$ 140.000	\$ 1.400.000
<b>Tijera Cortasetos Manual</b>	Tijera cortasetos tradicional apta para todo tipo de setos P57-25. Cuenta con cómodos mangos de madera. Hoja estampada y completamente endurecida.	5	\$ 325.000	\$ 1.625.000
<b>Carretilla Buggy</b>	Carretilla de tolva de 6 ft, material de la tolva plástica, rin metálico, ruda antipinchazo	4	\$ 380.000	\$ 1.520.000
<b>Baldes Plásticos</b>	Baldes Plásticos fabricados en polietileno de alta densidad. Es un producto reutilizable, retornable y reciclable 100%.	20	\$ 32.000	\$ 640.000

<b>Canastillas Plásticas</b>	Liviana toda lineal (Fruver) de 60x40x25 cm, color Verde. Caja plástica fabricada en polietileno de alta densidad. Es un producto reutilizable, retornable y reciclable 100%. Caja apilable con excelente estabilidad al arrume.	60	\$ 22.000	\$ 1.320.000
<b>Equipos de computo</b>				
<b>Computador Portátil Intel Core I7 11a generación</b>	Computador Portátil 14 Pulgadas Ram 8 GB SSD 512 GB Intel® Core™ de 11.a Generación	1	\$ 2.200.000	\$ 2.200.000
<b>Impresora Multifuncional Epson I 3110</b>	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
<b>Otros</b>				
<b>Elementos de Prevención y Protección (EPP) para manipulación de Equipos Motorizados (Guadaña) y de Fumigación por Aspersión</b>	Global: Casco; Gafas de Seguridad; Protección facial; Guantes de vaqueta; Canilleras; Mandil o peto; Calzado de seguridad); Careta; Guantes de protección química y equipos de protección para las vías respiratorias.	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000
<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>	Cholupa: A través de la producción y comercialización de 25.000 kilogramos de Cholupa el cual comercializaremos a \$2.700 kilogramo. Presentación: Bolsa Plástica de 12.5 Kilogramos.
<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>	Semanales - Mensuales
<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, 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)
Cholupa en Fruta (Fresca)	25.000 Kg	26.250 Kg	27.562 Kg

## 7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Cholupa en Fruta (Fresca)	Kilogramo	\$2.700	\$703,51	\$1.996,41

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$1.000.000	\$ 12.000.000	\$12.600.000	\$ 13.230.000
Costos Mp	\$194.813	\$ 2.337.750	\$ 2.454.638	\$ 2.577.369
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Acueducto	\$65.000	\$780.000	\$780.000	\$780.000
Arriendo				
Dotaciones	\$45.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000
Energía	\$60.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
Fletes / Transporte	\$500.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000
Mantenimiento Equipos	\$25.000	\$300.000	\$300.000	\$300.000

Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Empleados Administrativos	\$1.200.000			
Caja Menor	\$100.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Comunicación y Teléfono	\$40.000	\$480.000	\$480.000	\$480.000
Gastos Bancarios	\$22.000	\$264.000	\$264.000	\$264.000
Papelería y Útiles de Oficina	\$30.000	\$360.000	\$360.000	\$360.000
<b>Valor total</b>		<b>\$24.981.750</b>	<b>\$25.698.638</b>	<b>\$26.451.369</b>

### 7.3 ANALISIS FINANCIERO

#### Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
<b>Aportes</b>	\$ 30.000.000	\$ 4.589.079
<b>Créditos</b>	\$ 0	\$ 0
<b>Total</b>	\$ 30.000.000	\$ 4.589.079

#### Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>VENTAS</b>	\$ 67.500.000	\$ 70.875.000	\$ 74.418.750
<b>(-) COSTO VARIABLE M.P.</b>	\$ 12.000.000	\$ 12.600.000	\$ 13.230.000
<b>(-) COSTO VARIABLE M.O.</b>	\$ 2.337.750	\$ 2.454.638	\$ 2.577.369
<b>(-) COSTOS FIJOS</b>	\$ 26.343.880	\$ 17.031.500	\$ 17.031.500
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	\$ 26.818.370	\$ 38.788.863	\$ 41.579.881
<b>(-) GASTOS FIJOS</b>	\$ 2.304.000	\$ 2.304.000	\$ 2.304.000
<b>(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS</b>	\$ 14.270.000	\$ 14.432.500	\$ 14.603.125
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses</b>	\$ 10.244.370	\$ 22.052.363	\$ 24.672.756
<b>-intereses</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>OTROS EGRESOS</b>	\$ 3.160.000	\$ 0	\$ 0
<b>=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	\$ 7.084.370	\$ 22.052.363	\$ 24.672.756
<b>(-) IMPUESTOS</b>	\$ 2.337.842	\$ 7.277.280	\$ 8.142.009
<b>= UTILIDAD NETA</b>	\$ 4.746.528	\$ 14.775.083	\$ 16.530.746

### Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Ingresos operativos</b>	\$ 67.500.000	\$ 70.875.000	\$ 74.418.750
<b>Egresos operativos</b>	\$ 49.764.130	\$ 36.718.638	\$ 37.471.369
<b>Flujo Operativo</b>	\$ 17.735.870	\$ 34.156.363	\$ 36.947.381
<b>Ingresos no operativos</b>	\$ 34.589.079	\$ 0	\$ 0
<b>Egresos no operativos</b>	\$ 38.012.412	\$ 2.337.842	\$ 7.277.280
<b>Flujo no operativo</b>	-\$ 3.423.333	-\$ 2.337.842	-\$ 7.277.280
<b>Flujo Neto</b>	\$ 14.062.537	\$ 31.818.520	\$ 29.670.101
<b>Saldo anterior</b>	\$ 0	\$ 14.062.537	\$ 45.881.057
<b>Saldo final</b>	\$ 14.062.537	\$ 45.881.057	\$ 75.551.158

### Análisis financiero:

<b>TIR (Tasa interna de Retorno)</b>	44,95%
<b>VAN (Valor Neto Anual)</b>	\$ 21.207.159
<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 \$4.746.528, 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 44,95% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 15%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$21.207.159, 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 y Operarios para actividades de Control de Arvenses; Fertilización; Aplicación de Enmiendas, Control fitosanitario; Podas controladas y otras labores culturales de cosecha y postcosecha.

Para lo cual se utilizarán 40 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 Rivera – 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 Género, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Producción y Consumo Responsable.

Adicionalmente este plan de negocio contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los asociados, ya que se genera valor a su producto.

Se dignifica la labor del productor quien, a través de la implementación de procesos productivos, genera atributos a su producto.

El plan de negocios busca además el empalme generacional y el apoyo a los hijos de los asociados para que adquieran habilidades en el área de producción y comercialización de la Cholupa.

## **Viabilidad Ambiental**

La asociación produce y comercializa Cholupa 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 Cholupa.

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 primer año por valor de \$2.337.842, 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.