

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE LAS VEREDAS BAJO SILVANIA
Y EL PIÑAL CASCABASIPI

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila

ASOCOOPH

Presentado por:

José Omar Vargas Castañeda

Presidente

Huila, Gigante, 6 de junio 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	11
4.3	PROVEEDORES.....	12
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES	12
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	12
5	ESTUDIO TECNICO	13
5.1	LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION	13
5.2	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA.....	13
5.3	PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION	14
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	16
6	RECURSOS CLAVES	16
7	PLAN FINANCIERO	18
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	18
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	19
7.3	ANALISIS FINANCIERO	19
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	21

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE LAS VEREDAS BAJO SILVANIA Y EL PIÑAL CASCABASIPI	NIT / RUT	900611317-6	
Dirección	Vereda Bajo Silvania	Teléfono 1	3184434052	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	GIGANTE	
Página web		E-mail	Joseomar@gmail.com	
Nombre gerente	José Omar Vargas Castañeda	Celular	3184434052	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Presidente Junta Directiva	Antecedentes	Cuentan con formación por parte del SENA Garzón, Asocooph, Emerald Energy	
Nombre del representante legal	Jose Omar Vargas Castañeda			
Experiencia de la empresa en el sector	La organización cuenta con 11 años de experiencia	Año: 2023	Año: 2024	
Actividad principal	Producción y comercialización de plátano	Número de empleados (directos)		
Fecha constitución	23-abr-13	Número de asociados (si aplica)		
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Producción y comercialización de plátano		17	52
Figura jurídica	E.S.A.L Entidades Sin Ánimo de Lucro: Asociación	Ingresos de asociados		150000

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Plátano variedad Dominico CASCABASIPI

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.

La asociación de cultivos agrícolas 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 agrícola 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: haciendo uso eficiente 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 agrícolas.

La organización actualmente tiene baja capacidad productiva para atender la actual demanda del producto en procura de la seguridad alimentaria en la región, por ende, bajos volúmenes de producción que no permiten acceder a mercados especializados, motivo por el cual todo el producto obtenido es vendido a los intermediarios de la zona.

Por lo anterior, la asociación propone la implementación de protocolos para estandarización de calidad del plátano, tanto física, fisiológica y sanitaria, con el fin de atender el problema de productividad y seguridad alimentaria en el país, para lo cual se requiere gestionar y adquirir maquinarias y equipos básicos para el Manejo Integrado del cultivo, así como insumos que permitan mejorar la productividad de las plantaciones de plátano ya existentes.

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
Plátano Dominico Hartón (verde selecto en fresco), productos transformados en: harina, galletería- bocadillo	Plátano Dominico Hartón (Quindiano) Verde selecto en Fresco
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
<p>Racimos de plátano de alta calidad e inocuidad variedad dominico hartón, con una maduración entre 1 y 3 en la escala de Von Loesecke.</p> <p>Son plátanos, de calidad extra, primera y segunda, en kilogramos en presentación, empaque y calidad, en presentación en bolsas resistentes y de material apropiado, con capacidad máxima de 20 kg. Dominico Hartón, es la variedad mejor adaptada a la zona cafetera y de amplia demanda comercial, produce racimos con 7 a manos o gajas y 50 dedos con pesos de racimos que varían entre 22 y 55 kilogramos, tiene forma alargada o ligeramente curvada, de 100-200 g de pesos, la piel es gruesa, de color amarillo y fácil de pelar, y la pulpa es blanca o amarillenta y carnosa.</p>	<p>El plátano se comercializa en racimos de 22 a 55 kilogramos, en estado verde, sin magulladuras, machas o deformaciones.</p>
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Racimo de 20 Kilogramos	Materias publicitario físico como pendón

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?
Plátano Dominico Hartón de Primera Calidad (Fresco)	5818 racimos	5818 racimos entre 22-50 kilogramos	Anual/ Ventas Mensual	Abril y agosto	Enero, febrero, marzo, mayo, junio, Julio, septiembre, octubre, noviembre, Diciembre

VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Plátano Dominico Hartón de Primera Calidad (Fresco)	Verde - Fresco	\$50.000 racimo entre 22-50 kilogramos

3.2 PROPUESTA DE VALOR

En Colombia el consumo per cápita de plátano se sitúa alrededor de 155 Kg/persona para el año 2022. Según las regulaciones del Departamento de Agricultura (USDA), el plátano fresco de Colombia tiene admisibilidad total en los Estados Unidos, Teniendo en cuenta el desarrollo Agroindustrial del Plátano en la zona cafetera central, se ha desarrollado la industria durante los últimos cuatro años, mostrando un crecimiento, actualmente existen alrededor de 30 industrias y cinco en proceso de constitución, el tipo de procesamiento más común son los snacks (maduro y verde). Las fábricas demandan la variedad Dominico Hartón de diferentes calidades según el proceso, primando los provenientes de clima cálido y en un estado avanzado de cosecha, Los consumidores exigen una alta calidad e inocuidad en el momento de comprar el producto, la mayoría de las personas lo consumen en fresco dándole una adecuación alimenticia (asado, y frito).

Teniendo en cuenta lo anterior, CASCABASIPI, contempla su innovación en el fortalecimiento del sistema productivo del Plátano a través de la Producción y Comercialización de Plátano en Fresco (Verde), de "Musa paradisiaca" – plátano dominico hartón, mediante la implementación de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y protocolos para estandarización de calidad del plátano, tanto física, fisiológica y sanitaria, con el fin de atender el problema de productividad y seguridad alimentaria, lo que garantiza la trazabilidad del alimento (plátano), 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 plátano de excelente calidad generando un diferencial o valor agregado para los clientes y consumidores.

3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
Alcaldía	Acompañamiento y respaldo a productores de Plátano a través de la Dirección Técnica de la Secretaría de Obras e Infraestructura para el fortalecimiento de la actividad agrícola bananera y de su sector. Apoyo a través de la ejecución del debido proceso para entregar los permisos necesarios para realizar la actividad asociativa y económica. Han realizado eventos para fomentar la asociatividad y el empresarismo en diferentes programas para darlos a conocer.
Sena	Desarrollar, administrar y ejecutar programas de formación profesional integral, en coordinación y en función de las necesidades sociales y del sector productivo. A través de la asesoría personalizada recibida para la formulación del Plan de Negocios, además que nos encontramos vinculados en el Centro de Desarrollo Empresarial SBDC, en el programa de fortalecimiento empresarial el cual consiste en fortalecimiento de las habilidades emprendedoras de los asociados, participación en ferias, eventos y vitrinas empresariales.
Asocooph	Promueve e integra a las entidades de economía solidaria del departamento del Huila bajo los preceptos de la doctrina universal del cooperativismo.
Asohofrucol	Brinda acompañamiento técnico en la ejecución del proyecto y nos seguirá apoyando en la implementación de buenas prácticas agrícolas y el registro del vivero ante el ICA, programa que impactan el emprendimiento en términos de productividad, más ingresos, a través de sus programas de asistencia técnica y transferencia de tecnología.
Agrosavia	Auspiciar espacios de generación del conocimiento científico y el desarrollo tecnológico agropecuario a través de la investigación científica, la adaptación de tecnologías, la transferencia y la asesoría con el fin de mejorar la competitividad de la producción de Plátano en el país.
MinAgricultura	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario y de Desarrollo Rural.
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.
Emerald Energy	Asesoría en el área administrativa y técnica, financiación de proyectos productivos

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	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 en lo posible el medio ambiente, que adopten las Buenas Prácticas Agrícolas, que solo utilicen químicos autorizados por el ICA y en dosis adecuadas, que también combinen abonos tanto lixiviados como sólidos orgánicos. Además los clientes se motivarán porque ofreceremos plátano de buena calidad y el volumen de producción es constante.	Gigante, Vereda Silvania y Garzón	Reinaldo Bermeo/Freddy Rodríguez/Frutas y Verduras Juancho	10	60%

<p style="text-align: center;">Consumidor Directo</p>	<p>Son todas las familias y personas que acceden a consumir el fruto del plátano en formas frecuentes, ocasionales o interesadas en hacerlo. Como grupo sabemos que este fruto tiene un alto poder calorífico y vitamínico por tanto, nosotros queremos llegar a las personas que se beneficiarían más con este fruto es decir: niños, mujeres embarazadas, madres lactantes, deportistas y personas mayores.</p>	<p>Gigante, Vereda Sylvania</p>	<p>Personas naturales</p>	<p>60</p>	<p>30%</p>
<p style="text-align: center;">Consumidor Ocasional</p>	<p>Esta conformado por familias que no consumen de manera frecuente el fruto del plátano y sus diversos derivados es decir lo hacen ocasionalmente ya sea en actividades, reuniones familiares, comidas campestres, antojos, etc.</p>	<p>Gigante, Vereda Sylvania</p>	<p>Personas naturales</p>	<p>15</p>	<p>10%</p>
TOTAL					100%

4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

Información competidor	Competidor 1 ASOCIACION DE CULTIVADORES DE PLATANO MUNICIPIO DE GIGANTE Local	Competidor 2 Asociación de Productores de Plátano del Municipio de Palermo "ASPROPLAP" Regional	Competidor 3 Asociación de Campesinos de Fenicia Constructores de Paz "ASOCAMPAZ" Nacional
Ubicación	Municipio de Gigante - Huila	Palermo - Huila	Municipio de Rio Frio-Norte Del Valle del Cauca
Cobertura	Regional, municipio de Gigante, Garzón	Regional, municipio de Palermo y Neiva	Nacional, municipio de Rio Frio y sus alrededores
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/Valor agregado	Bolsas de 25 Gk y Racimo, obtenido bajo implementación de buenas prácticas agrícolas	Bolsas de 25 Gk y Racimo bajo implementación de buenas prácticas agrícolas	Bolsas de 25 Gk y Racimo bajo implementación de buenas prácticas agrícolas y buenas prácticas de higiene y manipulación de alimentos
Precios del producto principal/Por mayor y al detal	Precio de venta \$1700 kg plátano Se desconocen costos de producción. Solo venden al por mayor.	Precio de venta \$1800 kg plátano Se desconocen costos de producción. Solo venden al por mayor	Precio de venta \$1500 kg plátano Se desconocen costos de producción. Solo venden al por mayor
Canal de distribución	Desde los cultivos bajo el método puerta a puerta o menudeo	Desde los cultivos bajo el método puerta a puerta o menudeo	Desde los cultivos bajo el método puerta a puerta o menudeo
Formas de pago	Contado	Contado	Contado
Venta directa o indirecta	Directa desde los cultivos bajo el método puerta a puerta o menudeo, indirecta: a través de intermediarios.	Directa desde los cultivos bajo el método puerta a puerta o menudeo	Directa desde los cultivos bajo el método puerta a puerta o menudeo, indirecta: a través de intermediarios

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Agro en Gigante	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Fertilizantes, Bioinsumos
Agro Insumos Organicos S.A.S.	Herramientas, Fertilizantes, Bioinsumos
Agropecuarios del Huila	Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
Agrovelca	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Fertilizantes, Bioinsumos
CoagroHuila	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Fertilizantes, Bioinsumos
Coocentral	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Fertilizantes, Bioinsumos

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Orales y Escritos vía interacción directa (cara a cara) y llamada de voz vía teléfono celular y chat de WhatsApp
Redes sociales	Estrategia de Marketing Digital y de contenidos (Facebook, Instagram, Google+ y YouTube).
Medios de difusión que se van a utilizar	Radio (emisora) y televisión regional, Estrategia de Marketing Digital

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canales de comunicación	Orales y Escritos vía interacción directa (cara a cara) y llamada de voz vía teléfono celular y chat de WhatsApp
Redes sociales	Estrategia de Marketing Digital y de contenidos (Facebook, Instagram, Google+ y YouTube).
Medios de difusión que se van a utilizar	Radio (emisora) y televisión regional, Estrategia de Marketing Digital

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio Gigante, Vereda Cascajal, Bajo Silvania y El Piñal. Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc.)	
· 40 hectáreas de plátano, una hectárea por cada asociado.	
Descripción de área productiva	
· 40 hectáreas ubicadas en la zona rural de Gigante, en las veredas Cascajal, Bajo Silvania y El Piñal.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
· Finca de 40 hectáreas	· Agua: SI · Luz /Tipo de energía: SI · Gas: SI · Teléfono: SI, celular
Formalización del área de trabajo (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
· Son fincas de propiedad de los asociados.	
Fotografías del área productiva	



5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1. Adecuación del Lote, Limpieza y Barrido	Al lote seleccionado se le realizan labores como limpia de malezas, se realiza regulación de sombrío de árboles. Previamente el suelo se desinfecta a través del método de solarización con suficiente tiempo de antelación a la siembra en lote definitivo.
Proceso 2. Aplicación de Correctivos al Lote	Se adiciona al hoyo una dosis 60g de cal viva para desinfectar, previo análisis químico de suelos y recomendación del Asistente técnico.
Proceso 3. Preparación del Lote (Estacas, Trazado y Hoyado)	Una vez se efectúa la desyerba, se procede a realizar el trazado, teniendo en cuenta la distancia seleccionada, en cada sitio se coloca una estaca o se marca con cal para posteriormente abrir el hoyo de 40 centímetros de largo por 40 centímetros de ancho y 20 centímetros de profundidad.
Proceso 4. Aplicación se Enmiendas	Aplicación de materia orgánica, se le aplica una dosis de 2 Kg por hueco.
Proceso 4. Distribución de Plantas en el Lote	Los colinos son llevados y distribuidos en todo el lote para proceder a sembrar.
Proceso 5. Siembra y Resiembra	Se procede a desprender la bolsa plástica que trae el colino, sin maltratarlo, luego se coloca con mucho cuidado dentro del hoyo y se rellena con la tierra ubicada alrededor hasta que quede al mismo nivel del cuello de la planta, luego el suelo se pisa con el fin de sacar el aire y de evitar encharcamientos que conllevan a las pudriciones radiculares. Se vuelve a sembrar o a trasplantar plántulas que se murieron en el proceso de adaptación en campo.

Proceso 6. Deshierba Manual y Plateo	Es la práctica que se realiza en el cultivo del plátano y consiste en mantener la zona del plato de la planta libre de malezas, se realiza de forma manual.
Proceso 7. Control Mecánico de Malezas	Este proceso se realiza cada 2 meses, se hace ligado a una técnica manual o mecánica, con el fin de no utilizar insumos químicos.
Proceso 8. Fertilización	La fertilización se realiza cada mes y medio a dos meses y la cantidad de fertilizante oscila entre los 30 gramos hasta los 100 gramos por planta.
Proceso 9. Manejo Integrado de Plagas y Enfermedades (MIPE)	Para desarrollar un buen control fitosanitario se tiene en cuenta prevenir las enfermedades desde la siembra consultando con un ingeniero agrónomo para la compra de los insumos con recomendaciones profesionales. Así mismo se hace en el transcurso de tiempo en el cultivo para proveer plagas y enfermedades.
Proceso 10. Labores Culturales	Dentro de las labores culturales del plátano encontramos las siguientes: Poda de Realce; Poda Sanitaria; Descoline, Deshije o Desmanche; Arranque del Colino; Desguasque; Deshoje y Despunte; Apuntalamiento; Desbellote o Desbacote y Desmane; Embolse; Encintado; Destronque y Repique.
Proceso 11. Cosecha	El área cultivada se cosecha cada 15 días, para cortar los racimos que están llenos. Para cosechar los racimos se pica con una vara la parte superior del tallo más o menos a la tercera parte de este, para que se doble, quedando así el racimo a una altura en que puede ser cortado. El corte se hará dejando 15 centímetros al pedúnculo.
Proceso 12. Comercialización	Los racimos se comercializan en la finca en donde son recogidos por el comercializador, o se trasladan hasta el sitio de compra del cliente en camionetas.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
José Omar Vargas Castañeda	Representante legal	Realizar la gestión comercial
Manuel Ricardo Oviedo	Secretaria	Apoyar en el área administrativa
Emilia Montealegre Rojas	Tesorero	Encargado del área financiera.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Bomba de espalda	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; Palancazos Por Minuto : 10 Con Boquilla de 600 cc/min; Peso Neto : 5.8 kg / 11.6 lb	12	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Guadaña	Motor 143R-II/ Cilindrada 41,5 cm³, Potencia 1,5 kW Volumen del Tanque 0,95 l	3	\$2.500.000	\$ 7.500.000
Estufa Industrial	Estufa industrial de 2 puestos estructurada. Medidas de 100 cm x 53 cm x 87 de alto. Funcional para trabajo pesado.	2	\$1.350.000	\$ 2.700.000

Molino Eléctrico Industrial	Equipo De Procesamiento De Molienda De Harina De Plátano. Fabricado en acero inoxidable. Capacidad: 60-150Kg./h. Motor triturador: 4 Kw. Peso: 250 Kg.	2	\$1.765.000	\$ 3.530.000
Insumos y herramientas				
Herramientas varias	(Palas, tijeras, machetes)	25	\$ 30.000	\$ 750.000
Canastillas plásticas	Canastilla Verde Tr (F) Lineal (P) Lineal 60 X 40 X 25 Cm	40	\$ 20.000	\$ 800.000
Insumos para sostenimiento (Global)	Cal Dolomita, abono orgánico, antihongo-safer soy-antihongo-safer barter, oxiclورو de cobre, insecticidas, carbendazim, abono fosfato, diamonico, fertilizante DAP	1	\$20.000.000	\$ 20.000.000
Bascula Industrial	Bascula Balanza Inalámbrica de Piso de 400 Kg	4	\$ 440.400	\$ 1.761.600
Equipo de Computo				
Equipo de Computo	Marca Hacer Computador Portátil 14 Pulgadas Ram 8 GB SSD 512 GB Intel® Core™ de 11.a Generación.	1	\$ 2.800.000	\$2.800.000
Otros				
			\$	\$
Valor total inversiones requeridas				\$ 43.441.600

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)	Plátano Dominico Hartón de Primera Calidad (Fresco) \$50.000 racimo 30 kg en promedio
¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)	Contado 100%
¿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?	Las ventas generalmente son mensuales
¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?	Teniendo en cuenta los costos, precios de la competencia y estableciendo un margen de utilidad

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)
Plátano Dominico Hartón Racimo de 25-50 (Kilogramo)	5.818	6.108	6.413

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Plátano Dominico Hartón	Racimo 30 kg	\$ 50.000	\$28.970	\$ 27.030

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mp	\$ 7.388.860	\$ 88.666.320	\$ 93.099.636	\$ 97.754.618
Costos Mo	\$ 5.202.262	\$ 62.427.140	\$ 65.548.497	\$ 68.825.922
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Acueducto	24.000	288.000	288.000	288.000
Arrendamientos				
Servicios Públicos	80.000	960.000	960.000	960.000
Mantenimiento equipos	30.000	360.000	360.000	360.000
Caja menor	1.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Comunicación y teléfono	45.000	540.000	540.000	540.000
Gastos bancarios	50.000	600.000	600.000	600.000
Papelería y oficina	4.170	50.040	50.040	50.040
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación				
Transportes vendedores				
Gastos Domicilios				
Valor total		\$ 165.891.500	\$ 173.446.173	\$ 181.378.580

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 43.441.600	\$ 52.166.580
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 43.441.600	\$ 52.166.580

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 290.900.000	\$ 305.445.000	\$ 320.717.250
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 88.666.320	\$ 93.099.636	\$ 97.754.618
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 62.427.140	\$ 65.548.497	\$ 68.825.922
(-) COSTOS FIJOS	\$ 5.824.333	\$ 5.824.333	\$ 5.824.333
= UTILIDAD BRUTA	\$ 133.982.207	\$ 140.972.534	\$ 148.312.377
(-) GASTOS FIJOS	\$ 41.546.522	\$ 15.767.902	\$ 13.190.040
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 48.410.482	\$ 51.361.044	\$ 52.277.379
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 44.025.203	\$ 73.843.588	\$ 82.844.958
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 20.000.000	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 24.025.203	\$ 73.843.588	\$ 82.844.958
(-) IMPUESTOS	\$ 7.928.317	\$ 24.368.384	\$ 27.338.836
= UTILIDAD NETA	\$ 16.096.886	\$ 49.475.204	\$ 55.506.122

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 290.900.000	\$ 305.445.000	\$ 320.717.250
Egresos operativos	\$ 242.658.464	\$ 209.058.379	\$ 214.412.924
Flujo Operativo	\$ 48.241.536	\$ 96.386.621	\$ 106.304.326
Ingresos no operativos	\$ 95.608.180	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 117.274.847	\$ 7.928.317	\$ 24.368.384
Flujo no operativo	-\$ 21.666.667	-\$ 7.928.317	-\$ 24.368.384
Flujo Neto	\$ 4.408.289	\$ 88.458.304	\$ 81.935.942
Saldo anterior	\$ 0	\$ 4.408.289	\$ 92.866.593
Saldo final	\$ 4.408.289	\$ 92.866.593	\$ 174.802.536

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	28,51%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 28.986.514
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	2,6 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 \$ 16.096.886 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 29,79% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 29%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 28.986.514, 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 2,6 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 1(Plateo y Fertilización);, Operario 2 (Desyerbas; Conservación de suelos; Control fitosanitario; Control mecánico de arvenses y otras labores culturales, Operario 3: Cosecha, Operarios para la Postcosecha. Para lo cual se utilizarán 1000 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, un representante legal y una vendedora por nómina con salario mínimo legal vigente que beneficiaran a los habitantes del municipio de Gigante – 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

El plan de negocios es sostenible ambientalmente, ya que se implementan las buenas prácticas agrícolas y procesos que permiten hacer uso eficiente de los recursos naturales.

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, por \$ 24.368.384 en el segundo año que genera en reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.

Además, 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.