

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CACAO DEL
MUNICIPIO DE ALGECIRAS - APROCALG**



Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila

ASOCOOPH

Presentado por:

Julián Felipe Trujillo Cruz

Representante Legal

Algeciras Huila, 13 de marzo 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.....	11
	4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO	11
	4.2 COMPETENCIA.....	12
	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 ORGANIZACIÓN	16
	5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO	18
6	RECURSOS CLAVES	18
7	PLAN FINANCIERO	21
	7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS	21
	7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS.....	22
	7.3 ANALISIS FINANCIERO	22
	7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD	24

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CACAO DEL MUNICIPIO DE ALGECIRAS-APROCALG	NIT / RUT	900008001-9	
Dirección	Carrera 5 No. 3-07	Teléfono 1	3115964672	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	Ciudad/municipio/vereda	Algeciras	
Página web	-	E-mail	aprocal1409@hotmail.es	
Nombre gerente	JULIAN FELIPE TRUJILLO CRUZ	Celular	3103285796	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	Antecedentes	El representante cuenta con capacitaciones por parte del SENA en chocolatería y es Ingeniero Agrónomo de la UNAD	
Nombre del representante legal	JULIAN FELIPE TRUJILLO CRUZ			
Experiencia de la empresa en el sector	19 años		Año: 2023	Año: 2024
Actividad principal	Código A0127 Cultivos de plantas con los que se preparan bebidas	Número de empleados (directos)	2	2
Fecha constitución	1/02/2005	Número de asociados (si aplica)	98	98
Descripción del objeto (producto/servicio/labor social)	Producción y comercialización de Cacao convencional y Orgánico.			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	Ingresos de asociados		

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CACAO CONVENCIONAL Y ORGÁNICO

2.1 JUSTIFICACION

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

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

En la actualidad, la organización se encuentra en la necesidad de asegurar la protección de sus activos más valiosos: la Planta de Beneficio y el primer laboratorio móvil para análisis de calidad en el Huila. Sin embargo, debido a la falta de recursos, aún no se ha implementado un cerramiento de seguridad tipo modular en estas instalaciones.

Es imperativo priorizar la gestión de recursos económicos para llevar a cabo la instalación del cercado de seguridad alrededor de la Planta de Beneficio y el Laboratorio Móvil. Esta medida no solo protegerá los activos de la asociación, sino que también contribuirá a mitigar el riesgo al que actualmente se enfrenta la organización, minimizando la posibilidad de hurtos o daños en estas áreas fundamentales para su funcionamiento y de gran importancia para la comunidad.

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
Producción y comercialización de cacao convencional y orgánico.	Producción y comercialización de cacao convencional y orgánico.
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
<p>El cacao es una semilla comestible que proviene del fruto del árbol de cacao (Theobroma cacao). Es conocido por su sabor amargo y su uso en la producción de chocolate. La composición nutricional del cacao puede variar, pero en general, es rico en nutrientes y compuestos bioactivos. Contiene una cantidad significativa de grasa, principalmente en forma de ácidos grasos saturados y insaturados, importantes para proporcionar energía y contribuir al funcionamiento saludable del cuerpo. También contiene proteínas, esenciales para el crecimiento y la reparación de tejidos, y carbohidratos, la principal fuente de energía, presentes en forma de almidón y azúcares naturales. El cacao es una buena fuente de fibra dietética, beneficiosa para la salud digestiva y la prevención de enfermedades crónicas. Además, es rico en vitaminas y minerales, como magnesio, hierro, potasio, calcio, zinc y vitaminas del complejo B, necesarios para mantener la salud general del cuerpo. Destaca por su alto contenido en antioxidantes, como los polifenoles</p>	<p>Cacao orgánico y tradicional en grano, presentación en Cajas de cartón por 20Kg</p>

<p>y los flavonoides, que ayudan a combatir el estrés oxidativo y promueven la salud celular.</p>	
<p>Empaques a utilizar</p>	<p>Material publicitario (opcional)</p>
<p>Cacao orgánico y tradicional en grano, presentación en Cajas de cartón de fique por 20Kg</p>	<p>Para fortalecer nuestra presencia y promoción, nos enfocaremos en una variedad de medios publicitarios. Esto incluye potenciar nuestra presencia en redes sociales como Facebook e Instagram, así como mantener una página web informativa donde compartiremos contenido relevante sobre el cacao, incluyendo sus beneficios, recetas inspiradoras y las historias detrás de nuestros productores. Además, planeamos participar activamente en ferias comerciales, festivales de alimentos y eventos relacionados con la agricultura orgánica y convencional. Estos eventos nos brindarán la oportunidad de establecer y fortalecer vínculos comerciales, mientras que aprovecharemos la ocasión para realizar demostraciones de nuestros productos.</p>

Fotos de los productos



CAPACIDAD DE PRODUCCION

Nombre del producto o servicio	¿Qué capacidad tengo?	¿Qué capacidad ad proyecto ?	¿En qué período?	¿Cuáles son las épocas de mayor producción ?	¿Cuáles son las épocas de menor producción?
Cacao convencional y orgánico	15.000 Kg	15.000 kg	Semestral	Junio, julio, diciembre y enero	Febrero, marzo, abril, mayo, agosto, septiembre, octubre y noviembre

VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Cacao convencional y orgánico	Cacao en grano (Kilogramo)	Mercado Nacional kilo \$17.846, Mercado Internacional \$24.625

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestra asociación Aprocalg, se enorgullece en ofrecer un valor agregado único a nuestros clientes mediante la producción y comercialización de cacao convencional y orgánico de la más alta calidad.

Proporcionamos a nuestros clientes la garantía de un producto de cacao premium, cultivado con métodos convencionales y orgánicos, por medio de Buenas Prácticas Agrícolas que garantizan su pureza y sabor inigualables.

Que le permiten obtener a nuestro cliente todos los beneficios del producto, como su valor nutricional, ya que el cacao es naturalmente rico en nutrientes como antioxidantes, fibra, minerales como hierro, magnesio y potasio, así como vitaminas del grupo B. Estos nutrientes son esenciales para mantener una buena salud y funcionamiento del cuerpo humano.

Nuestro componente innovador radica en la integración de buenas prácticas agrícolas en nuestros procesos de producción de cacao orgánico y convencional, además, al contar con un laboratorio propio, la asociación puede verificar la pureza, seguridad y características nutricionales del cacao, lo que ayuda a mantener altos estándares de calidad y cumplir con las regulaciones sanitarias y de seguridad alimentaria de manera más eficiente y rápida, lo que beneficia tanto a los productores como a los consumidores al garantizar la calidad y la confianza en los productos que ofrecemos.

3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
ASOCOOPH	Promueve e integra a las entidades de economía solidaria del departamento del Huila bajo los preceptos de la doctrina universal del cooperativismo.
RED CACAOTERA	La Red Cacaotera de Colombia, es una organización que brinda asesoría en gestión de proyectos, el uso de herramientas que promueven la sostenibilidad ambiental, social y económica de los productores.
LA GIZ	Organización alemana dedicada a la cooperación internacional para el desarrollo sostenible. Su enfoque principal está en la promoción del crecimiento económico, la gobernanza democrática, el manejo sostenible de los recursos naturales, y la paz y la seguridad.
ECONEXUS INSITU	Fortalecer la producción sostenible, donde cada proyecto que se desarrolle vaya en armonía con el medio ambiente.
GOBERNACIÓN DEL HUILA	Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas, así como investigaciones para el desarrollo de variedades de aguacate adaptadas a las condiciones climáticas y del suelo de la región.

SENA	Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo.
INVIMA	Realizar el registro de sus terrenos agrícolas, con el fin de elevar los estándares de calidad y sanidad en la producción de aguacate hass, facilitando así su exportación y preservando el estatus fitosanitario.
SECTOR PRIVADO	Cámara de Comercio del Huila: Incentivar y potenciar la productividad en un sector determinado dentro del país. Estas coaliciones proporcionan respaldo a través de financiamiento, investigaciones, análisis del sector e informes sobre tendencias de consumo.
ICA	Implementar acciones orientadas a lograr una producción agropecuaria competitiva, con el fin de aportar al logro de los objetivos de la Apuesta Exportadora de Colombia a través de la gestión de recursos de asistencia técnica y cooperación internacional en materia de sanidad.
MINISTERIO DE AGRICULTURA	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario y el Desarrollo Rural.
FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	Organización que acompaña con programas de desarrollo social a las poblaciones menos favorecidas en distintos territorios del país.

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
EMPRESA Casa Luker	Casa Luker es una empresa colombiana reconocida por su producción de cacao y productos derivados del cacao.	Bogotá,	CASA LUKER Calle 13 # 68-98 zona industrial	78.400 kilos al año	40%
EMRESA Nacional de Chocolates	Nutresa es una empresa multinacional colombiana dedicada a la producción y comercialización de alimentos, entre los que resalta el chocolate.	Medellín	Nacional de Chocolates Ubicada en Medellín, en la carrera 43A # 1A Sur - 150	39.200 kilos al año	20%

DISTRIBUIDOR A Equiori	Es una empresa colombiana que produce chocolates hechos con cacao orgánico.	Bogotá,	Equiori calle 12F # 3-08	39.200 kilos al año	20%
Mercado Internacional	Exportaciones	Mercado Internacional	Alemania y Australia.	39200 kilos al año	20%
TOTAL				100%	

4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

Información competidor	Asocagigante	Asopeca
Ubicación	Municipio de Gigante	Municipio de Campoalegre
Cobertura	Mercado nacional a través de distribuidores mayoristas y minoristas. Realiza también exportaciones.	Mercado nacional a través de distribuidores mayoristas y minoristas. Realiza también exportaciones.
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL	Cacao pergamino seco	Cacao pergamino seco y licor de cacao
Precios del producto principal	\$ 17.800 precio del mercado	\$ 17.800 precio del mercado
Canal de distribución	Directo e Intermediario	Directo e Intermediario
Formas de pago	Contado	Contado
Venta directa o indirecta	Directa	Directa

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Grupo Industrial Reina S.A.S	Abonos y fertilizantes orgánicos
Cooperativa Cadefihuala	Abonos y fertilizantes convencionales
Empresagro	Productos orgánicos, potasio, cajas de cartón
Asociados	Cacao

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

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

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
<p>¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?</p>	<p>Punto de venta físico para comercialización directa de algunos productos finales que hacen parte de los pequeños pasos que viene adelantando la asociación en materia de transformación del cacao y la participación en Ferias empresariales donde también realizaremos una activa gestión comercial.</p>
<p>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</p>	<p>Nuestros Aliados Estratégicos son parte fundamental de nuestra estrategia de distribución. Implementaremos un enfoque colaborativo donde trabajaremos con intermediarios que agregarán valor a nuestros productos antes de llegar a los clientes finales. Estos aliados incluyen empresas como Casa Luker, Nacional de Chocolates, Aquiori.</p>
<p>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</p>	<p>Utilizaremos una combinación de medios digitales y tradicionales para asegurarnos de que nuestros clientes estén informados sobre cómo pueden adquirir nuestros productos. Implementaremos estrategias de marketing digital y continuaremos fortaleciendo nuestra presencia en redes sociales para llegar a un público más amplio, activa participación en ferias agrícolas y vitrinas comerciales donde podamos promocionar nuestros productos y establecer relaciones directas con los consumidores.</p>
<p>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</p>	<p>Las estrategias que consideramos son las siguientes: 1. Venta directa en nuestro punto físico 2. Venta a intermediarios, mercados nacionales e internacionales, mayoristas y minoristas. 3. Participación en vitrinas comerciales y ferias agrícolas. 4. Seguir avanzando en el fortalecimiento de la transformación del cacao en productos finales por parte directa de la asociación.</p>

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio de Algeciras, Veredas Kiosco, Pinares, Bella Vista, Lagunilla, El puente, Líbano Occidente, Quebradón Norte, La perdiz, Satias, Santa Lucia, Quebradón sur, La guadualeja, Los andes bajo y medio, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

· Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
20 hectáreas ubicadas en la zona rural del municipio de Algeciras, en las veredas Kiosco, Pinares, Bella Vista, Lagunilla, El puente, Líbano Occidente, Quebradón Norte, La perdiz, Satias, Santa Lucia, Quebradón sur, La guadualeja, Los andes bajo y medio.	
Descripción de área productiva	
El área productiva de la asociación es de 20 hectáreas en producción.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Fincas veredales del municipio de Algeciras.	<ul style="list-style-type: none"> · Acueducto veredal · Energía eléctrica · Gas: No · Teléfono: Celular
Formalización del área de trabajo (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
La formalización del área de trabajo se basa en tierras propias de los asociados y un terreno común donde está ubicado el laboratorio y la planta de beneficio.	

Fotografía Area Productiva



5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 Preparación del Terreno	Antes de plantar, se prepara el suelo eliminando malezas y abonándolo según las necesidades.
Proceso 2 Siembra	Las semillas de cacao se siembran en viveros hasta que germinan y alcanzan un tamaño adecuado para ser trasplantadas al campo.
Proceso 3 Cuidado y Mantenimiento	Durante el crecimiento de los árboles, se realiza el cuidado adecuado, que incluye riego, control de plagas y enfermedades, así como la poda de ramas no deseadas.

<p>Proceso 4 Floración y Polinización</p>	<p>Los árboles de cacao producen flores, que son polinizadas principalmente por insectos. La polinización es crucial para la formación de vainas de cacao.</p>
<p>Proceso 5 Formación de Vainas y Cosecha</p>	<p>Después de la polinización, las vainas de cacao comienzan a desarrollarse en el árbol. Cuando están maduras, se cosechan manualmente cortando las vainas de los árboles.</p>
<p>Proceso 6 Extracción de las Semillas</p>	<p>Las vainas cosechadas se abren para extraer las semillas de cacao, que están rodeadas por una pulpa dulce. Las semillas y la pulpa se separan y las semillas se dejan fermentar para desarrollar su sabor característico.</p>
<p>Proceso 7 Secado</p>	<p>Después de la fermentación, las semillas de cacao se secan al sol o en secadores especiales hasta que alcanzan un nivel de humedad óptimo para el almacenamiento.</p>
<p>Proceso Almacenamiento</p>	<p>8 Las semillas de cacao secas se almacenan en condiciones adecuadas para evitar la humedad y la contaminación.</p>
<p>Proceso 9 Venta</p>	<p>Finalmente, las semillas de cacao secas, también conocidas como cacao seco pergamino, están listas para ser vendidas a intermediarios o procesadoras de cacao.</p>

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Julián Felipe Trujillo Cruz	Representante Legal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de gestión comercial en ferias agrícolas.
Pablo Ríos Vera	Presidente Vocal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo.
Rosalbina Suaza	Tesorera	Llevar las finanzas de la organización
Yadira Verus	Secretaria	Realizar las actas de reuniones de la Asociación

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Insumos y herramientas				
Equipos de computo				
Otros				
Limpieza, descapote, nivelación manual	Limpieza del área de encerramiento donde está la planta de beneficio y el laboratorio.	78	\$ 21.180	\$ 1.652.040

Suministro e instalación de concreto reforzado 3000 psi e instalación de 66 postes con normativa técnica.	Suministro e instalación de concreto reforzado 3000 psi e instalación de 66 postes con normativa técnica.	78	\$ 22.104	\$ 1.724.012
Excavación manual a todo factor, con retiro de material.	Excavación manual a todo factor, con retiro de material.	78	\$ 11.112	\$ 866.736
Mano de obra calificada para arme e instalación de 39 tableros en sitio, transporte, construcción, instalación y construcción del portón dos tableros. (2,50 metros alto y 2,0 metros de ancho reforzado).	2 tableros portón 4.000.00. 37 tableros valor unitario 238.102	2 tableros portón y 37 tableros	1 tablero portón \$2.000.000 y 1 unidad de tablero \$238.102	\$ 12.809.774
Valor de materiales para 39 tableros para cerramiento de 2 Mts. X 2 Mts, uno 1 Mts. X 2 Mts, contruidos en ángulo 1 1/2" X 1/8" de espesor; malla eslabonada calibre 10, varilla corrugada de 3/8 diámetro, incluye terminado con base anticorrosiva, más soldadura, tiner, dos marcos para portón reforzado.	2 tableros para portón \$500.000 cada uno y 37 tableros valor unitario \$215.658.	2 tableros portón y 37 tableros	2 tableros para portón \$500.000 cada uno y 37 tableros valor unitario \$215.658.	\$ 8.479.346

<p>Valor de 76 postes de 3 metros con inclinación para soporte alambre con electricidad, para cerramiento contruidos en tubo agua negra de espesor de 2" de diámetro o calibre 16 y terminado con base anticorrosiva, hay dos postes de tres metros petrolero de 3" diámetro para portón.</p>	<p>2 postes para portón valor unitario \$200.000 cada uno y 76 postes valor unitario \$43.143</p>	<p>2 postes para portón y 76 postes</p>	<p>2 postes para portón valor unitario \$200.000 cada uno y 76 postes valor unitario \$43.143</p>	<p>\$ 3.678.868</p>
<p>Suministro de arena mixto para fijar 76 postes, se requiere una volquetada.</p>	<p>Suministro de arena mixto para fijar 76 postes.</p>	<p>1 volquetada</p>	<p>\$ 350.000</p>	<p>\$ 350.000</p>
<p>Suministro de cemento e instalación de 76 postes para fijarlos se requiere de 27 bultos.</p>	<p>Suministro de cemento e instalación de 76 postes.</p>	<p>27 bultos de cemento</p>	<p>\$ 11.831</p>	<p>\$ 945.000</p>
<p>Valor total inversiones requeridas</p>				<p>\$ 30.505.876</p>

7 PLAN FINANCIERO

7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces? (\$/unidad de empaque)	Cacao en grano, \$17.846 el kilo.
¿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 son semestrales
¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?	Teniendo en cuenta los costos variables, gastos de venta y administrativos, 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)
Cacao en grano (Kilogramo)	15.000	15.750	16.537

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Cacao en grano	1 kilogramo	\$ 17.846	\$7.380,22	\$10.465,78

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$ 4.675.493	\$ 56.105.920	\$ 58.911.216	\$ 61.856.777
Costos Mp	\$ 3.924.791	\$ 47.097.500	\$ 49.452.375	\$ 51.924.994
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Servicios Públicos	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Gastos bancarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Caja menor	\$ 1.300.000	\$ 15.600.000	\$ 15.600.000	\$ 15.600.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Transportes vendedores	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos Domicilios	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Valor total		51.025.664	52.736.947	54.533.794

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 30.505.876	\$ 32.968.250
Créditos	\$0	\$ 0
Total	\$ 30.505.876	\$ 32.968.250

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 267.690.000	\$ 281.074.500	\$ 295.128.225
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 47.097.500	\$ 49.452.375	\$ 51.924.994
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 56.105.920	\$ 58.911.216	\$ 61.856.777
(-) COSTOS FIJOS	\$ 69.101.175	\$ 69.101.175	\$ 69.101.175
= UTILIDAD BRUTA	\$ 95.385.405	\$ 103.609.734	\$ 112.245.279
(-) GASTOS FIJOS	\$ 29.810.000	\$ 18.310.000	\$ 17.160.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 40.154.482	\$ 42.445.344	\$ 42.839.094
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 25.420.923	\$ 42.854.390	\$ 52.246.185
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 25.420.923	\$ 42.854.390	\$ 52.246.185
(-) IMPUESTOS	\$ 8.388.905	\$ 14.141.949	\$ 17.241.241
= UTILIDAD NETA	\$ 17.032.018	\$ 28.712.441	\$ 35.004.944

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 267.690.000	\$ 281.074.500	\$ 295.128.225
Egresos operativos	\$ 236.167.902	\$ 224.243.935	\$ 228.512.115
Flujo Operativo	\$ 31.522.098	\$ 56.830.565	\$ 66.616.110
Ingresos no operativos	\$ 63.474.126	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 63.474.126	\$ 8.388.905	\$ 14.141.949
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 8.388.905	-\$ 14.141.949
Flujo Neto	\$ 19.747.723	\$ 48.441.660	\$ 52.474.162
Saldo anterior	\$ 0	\$ 19.747.723	\$ 68.189.383
Saldo final	\$ 19.747.723	\$ 68.189.383	\$ 120.663.545

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	34,05%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 24.829.275
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 \$ 17.032.018, 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 34,05% 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 \$ 24.829.275, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera.

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, Operarios Molienda (labores culturales),

Para lo cual se utilizarán 288 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 2 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 beneficiaran a los habitantes del municipio de Palermo – Huila.

Desde el componente social, el plan de negocios contribuirá a la generación de empleo de todos los actores de la cadena de producción y comercialización que tiene la asociación, seguir contribuyendo en mejorar sus ingresos económicos y por ende su calidad de vida, de igual manera seguir contribuyendo en la economía del municipio de Algeciras, de la Región y del país.

Viabilidad Ambiental

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

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 \$ 22.530.854 en los años productivos que genera en 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.

Se dinamiza la economía de la región con la compra de insumos, materias primas y maquinaria y equipos.