

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
ASOCIACIÓN AGROPECUARIA EL JARDÍN DE LA ESTRELLA

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

Arnoldo Quintero Herrera

Tello- Huila, 26 de abril 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	10
4.3 PROVEEDORES.....	11
4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES.....	11
4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	11
5 estudio tecnico	12
5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION	12
5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA.....	12
5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION	13
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	16
6 Recursos claves.....	16
7 Plan financiero	19
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS	19
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	20
7.3 ANALISIS FINANCIERO	20
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	22

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Asociación Agropecuaria el Jardín de la Estrella - ASOAGRO	NIT / RUT	901770243-4	
Dirección	Vereda la Estrella	Teléfono 1	3044821291	
		Teléfono 2		
Departamento	HUILA	Ciudad/ municipio/ vereda	Tello	
Página web		E-mail	quinteroherreraPatricia@gmail.com	
Nombre gerente	Arnoldo Quintero Herrera	Celular	3044821291	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Presidente	Antecedentes	El representante legal y los socios cuentan con conocimiento empíricos en la parte agropecuaria y formación apícola brindada por el SENA.	
Nombre del representante legal	Arnoldo Quintero Herrera			
Experiencia de la empresa en el sector	En el sector Agropecuario llevan varios años, en el sector Apícola tienen 1 año de experiencia.	Año: 2023	Año: 2024	
Actividad principal	9499 actividades de otras asociaciones	Número de empleados (directos)		
Fecha constitución	22/10/2023	Número de asociados (si aplica)	10	10

Descripción del objeto (producto/servicio/labor social)	Producción y comercialización de miel de abejas y banano.			
Figura jurídica	Entidad sin ánimo de lucro	Ingresos de asociados		

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Producción y Comercialización de Productos Agrícolas de Alta Calidad ASOAGRO

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.

Actualmente, la asociación se encuentra enfrentando la necesidad apremiante de adquirir herramientas e insumos esenciales para fortalecer tanto sus procesos productivos como comerciales. Como un grupo asociativo joven, estamos comprometidos con el crecimiento y desarrollo continuo de nuestra organización. Este plan de negocios representa una valiosa oportunidad para nosotros, ya que nos permite gestionar los recursos necesarios para alcanzar nuestras metas y objetivos. Al fortalecer nuestras capacidades operativas y comerciales, no solo mejoraremos nuestra competitividad en el mercado, sino que también contribuiremos al bienestar de nuestros socios y de la comunidad en general, fomentando el progreso económico y social en nuestra región.

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
Miel de Abeja Banano Gros Michel	Miel de Abeja Banano Gros Michel
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
Miel de abeja: Miel 100% Pura de Abejas melíferas. Composición: (porción 100 gramos) Energía (Kcal): 302 Proteínas (g): 0,50 Grasa Total(g): 0 Hidratos de Carbono disponibles(g): 80 FRUCTOSA. Banano Gros Michel, variedad se caracteriza por tener un sabor dulce y suave, con un toque ligero de acidez, la pulpa del banano Gos Michel es tierna y cremosa, lo que lo hace agradable al paladar.	Miel de Abeja 500 gr Banano Gros Michel Kg

Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Envase De Vidrio y etiquetado	El grupo asociativo por ahora cuenta con el diseño de un logo y un pendón. Una de sus metas es comenzar a fortalecer la parte publicitaria del grupo asociativo para darse a conocer.
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?
Miel de abeja	22.500 gr	1250000 gr	quinque mestre	Este año en Mayo y Octubre	Enero, Febrero, Marzo, Abril, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Noviembre, Diciembre
Banano Gros Michel	1.500 Kg (Mensuales)	35.000	Anual	Todo el año	

VARIEDAD/PRECIO.

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Miel de abeja	Fresco	\$20.000 500gr
Banano Gros Michel	Fresco	\$1.000 Kg

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestro valor agregado se basa en el trabajo colaborativo y el esmero que dedicamos a cada etapa de nuestros procesos productivos y comerciales como asociación.

Esta dedicación se refleja en la calidad excepcional de nuestros productos y en el cuidado meticuloso con el que los producimos. Nos diferenciamos de la competencia al enfocarnos en ofrecer productos naturales, saludables y de excelente calidad, mientras mantenemos precios justos para nuestros clientes.

Al elegirnos, los clientes no solo obtienen productos de alta calidad, sino que también satisfacen su necesidad de consumir alimentos sanos y naturales, respaldados por el compromiso de nuestra asociación con la excelencia y el bienestar.

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.
SENA	Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo.
Gobernación del Huila	Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas.
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.
Pastoral Social de Neiva	Apoyo técnico y fortalecimiento.
Sector Privado	Cámara de Comercio del Huila: Fomentar la competencia y mejorar la productividad en un determinado sector, dentro del territorio nacional. Estas agrupaciones brindan apoyo a través de ayudas financieras, investigaciones, información del sector y estadísticas de consumo.

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
Persona Natural	El consumidor final son hombres y mujeres, residentes en la zona rural y urbana del municipio de Colombia Huila, con rangos de edad entre 18 y 80 años, con ocupación empleados e independientes, quienes consumen miel de abeja por salud y por su contenido nutricional, su decisión de compra la basan en la presentación, precio y sabor del producto. El consumidor final compra la miel en punto de venta del productor con frecuencia mensual.	Municipio de Tello Huila		105	100%
Intermediarios (Personas Naturales)	Se trata de personas naturales que compran el banano directamente en las fincas de los asociados, para ser vendido en Corabastos en Bogotá.	Neiva	Herney Rojas, María Elcy Vidal	2	100%
TOTAL					100%

4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

Información competidor	Nombre competidor 1: Regional Aspired	Nombre competidor 2: Local Asopiaba
Ubicación	Km 105 vía al Sur, municipio de Rivera, Huila	Vereda Naranjales, Municipio de Baraya, Huila.
Cobertura	Comercializa en el punto de venta y en supermercados de Neiva y municipios de la zona Norte.	Comercializa directamente en el municipio de Baraya.
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/VALOR AGREGADO	Miel x 300 gramos /Miel x450 gramos, 100% Natural, Producto obtenido con buenas prácticas apícolas, lo que garantiza un producto de excelente calidad.	Miel 450 gramos, 100% Natural, Producto obtenido con buenas prácticas apícolas, lo que garantiza un producto de excelente calidad.
Precios del producto principal/Por Mayor y al Detal	Entre \$25.000 y \$35.000	Entre \$20.000
Canal de distribución	Punto de venta y supermercados	Personales naturales
Formas de pago	Contado y 50% Crédito	Contado
Venta directa o indirecta	Comercialización directa e indirecta (Mayoristas)	Directa

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Vidrios Huila	Envases en vidrio
Cadefihuila	Agroquímicos

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Comunicación tanto oral como escrita a través de interacciones directas, ya sea en persona o mediante llamadas telefónicas y chats de WhatsApp.
Redes sociales	Facebook, Instagram, inicialmente. Se encuentran en la construcción de este tipo de estrategias digitales.
Medios de difusión que se van a utilizar	Radio, Facebook y participación en ferias, vitrinas comerciales y mercados campesinos.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describe el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Actualmente cada asociación realiza la distribución del producto de manera directa (Miel de Abeja). El banano es vendido a dos intermediarios, quienes lo compran directamente en el municipio, donde se acopia previamente.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Actualmente no se utiliza el canal de distribución indirecto, sin embargo, a futuro se tiene contemplado incursionar en los supermercados y en las Tiendas Naturistas, además de incursionar en el mercado de transformación de materia prima en productos finales.

¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?	Por medio de voz a voz, especialmente participación en ferias organizadas por Asocooph, Alcaldía Municipal, el SENA y la CAM, la Gobernación del Huila.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	1. Estrategias de marketing digital y de contenidos. 2. Creación del perfil en Facebook para generar marketing de contenidos, especialmente con las historias de los productores apícolas y las buenas prácticas apícolas empleadas, el uso y contenido nutricional de la miel. 3. Fortalecer la presencia en ferias empresariales, donde también se pueden generar vínculos comerciales con otras organizaciones.

5 ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio de Tello, Veredas La Estrella y La pradera del municipio de Baraya, Departamento del Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
Predios Rurales (veredas la Parada de Baraya y La Estrella de Tello)	
Descripción de área productiva	
30 colmenas de Miel y 4 hectáreas de banano, que están en las veredas La Parada y La Estrella.	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Zona rural del Municipio de Tello Huila	<ul style="list-style-type: none"> · Agua: SI · Luz /Tipo de energía: SI · Gas: SI · Teléfono: Celular
Formalización del área de trabajo (Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
Fincas de cada uno de los socios de la asociación.	

Fotografías del área productiva



5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso: Miel de Abeja	Descripción
Proceso 1 Rescate de las abejas	Se recolecta las abejas de las diferentes zonas para ubicarlas en los diferentes apiarios establecidos.
Proceso 2- Ubicación de apiarios	Consiste en el establecimiento de los apiarios en las diferentes zonas y fincas establecidas como sitios estratégicos según la florescencia de los cultivos
Proceso 3- Asistencia técnica	Se realiza la aplicación de las BPH
Proceso 4- Preparación de la colmena para la recolección del néctar	Se realiza el establecimiento de todos los insumos para adecuar los apiarios como cuadros, cera, mallas, cajones
Proceso 5- Cosecha	Se dejan de 15 a 20 días para recolectar la cosechar de la miel de cada uno de los apiarios por zonas
Proceso 6- Filtrado	Después de recolectado el producto en canecas, se realiza el filtrado de la miel, con aplicación de buenas prácticas de Higiene.

Proceso 7- Empaque	Se realiza el empaque de los productos en envases de vidrio
Proceso 8- Comercialización	Se hace la comercialización de los productos en los puntos de venta en cada unidad productiva, se hace entrega al consumidor directamente.

Etapas del Proceso: Banano Gros Michel	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 orgánico 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; Des guasque; Deshoje y Despunte; Apuntalamiento; Des bellote 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 del mismo, 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 desgajan y son organizados en los camiones que van para el cliente en Corabastos, Bogotá.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Arnoldo Quintero Herrera	Representante Legal	Orientar, dirigir, ejecutar, gestionar y planear las directrices, buscando estrategias y políticas para cumplir las metas trazadas por la organización.
Yovany Quintero Trujillo	Vicepresidente	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de gestión comercial en ferias agrícolas
Yuberica Patricia Quintero Herrera	Secretaria	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de gestión comercial en ferias agrícolas, parte administrativa y financiera.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Caja para apicultura	Alza Mediana. Marca Apinal. Medidas: 47,5 cm alto x 58 cm largo x 41,5 cm ancho Incluye: Techo metálico, tapa interior, cámara de cría, cámara de alza mediana, 20 cuadros con cera, base. Material: Construcción de alta calidad para durabilidad. Uso:	30	\$ 290.000	\$ 8.700.000

	Ideal para la expansión y eficiencia de la colmena			
Reservorio	Capacidad de 8000 litros	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Ahumadores	Colmena Alza Mediana. Marca Apinal. Medidas: 47,5 cm alto x 58 cm largo x 41,5 cm ancho Incluye: Techo metálico, tapa interior, cámara de cría, cámara de alza mediana, 20 cuadros con cera, base. Material: Construcción de alta calidad para durabilidad. Uso: Ideal para la expansión y eficiencia de la colmena	2	\$ 200.000	\$ 400.000
Centrífuga	Extractor de Miel o Centrifugadora Herrajes de acero inoxidable Ref 304 Caneca Plástica. Marca Apinal.	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Marmita	Capacidad 100 litros. Marmita Homogenizador y baño de maría en acero inoxidable calibre 14, capacidad de acuerdo a su necesidad. Motoreductor de 1 HP, quemador a	1	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000

	gas, sistema volcable manual.			
Insumos y herramientas				
Overoles	Traje especial para el trabajo de apicultura.	3	\$ 160.000	\$ 480.000
Guantes para apicultura	Guantes De Protección Para Apicultura. Material: piel de oveja y tela.	4	\$ 30.000	\$ 120.000
Palanca de acero inoxidable	Diseñada para facilitar la apertura de colmenas, levantar marcos pesados y raspar exceso de cera y propóleo.	4	\$ 40.000	\$ 160.000
Fertilizante	17-6-18-2 por 50 Kg. Fertilizante complejo granulado NPK con azufre y magnesio para aplicación al suelo. De alta solubilidad, garantizando la eficacia después de la germinación.	20	\$ 125.000	\$ 2.500.000
Equipos de computo				
Computador	LENOVO 23,8" Pulgadas, Ryzen 5 - RAM 8GB - Disco SSD 512GB	1	\$ 2.349.000	\$ 2.349.000
Otros				
Valor total inversiones requeridas				\$ 30.209.000

7 PLAN FINANCIERO

7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS

¿Cuánto dinero están dispuestos los clientes a pagar por el producto o servicio que ofreces? (\$/unidad de empaque)	Miel de Abeja 500 gr: \$20.000 Banano Gros Michel Kg: \$1.000
¿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 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)
Miel de Abejas	2.500	2.625	2.756
Banano Gros Michel	35.000	36.750	38.587

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Miel de abeja	500 gr	\$ 20.000	\$6.739,49	\$ 13.260,51
Banano Gros Michel	Kg	\$ 1.000	\$530,8	\$469,2

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$1.284707	\$ 15.416.475	\$ 16.187.299	\$ 16.996.664
Costos Mp	\$799.900	\$ 9.598.750	\$ 10.078.688	\$ 10.582.622
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Dotaciones 2 al año	\$65.000	\$780.000	\$780.000	\$780.000
Gastos bancarios	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Mantenimiento de equipos	\$20.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000
Comunicación y Teléfono	\$50.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación	\$0	\$0	\$0	\$0
Valor total		\$27.235.225	\$28.485.987	\$29.799.286

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 30.209.000	\$ 19.000.000
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 30.209.000	\$ 19.000.000

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 85.000.000	\$ 89.250.000	\$ 93.712.500
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 9.598.750	\$ 10.078.688	\$ 10.582.622
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 15.416.475	\$ 16.187.299	\$ 16.996.664
(-) COSTOS FIJOS	\$ 27.087.282	\$ 6.308.662	\$ 6.308.662
= UTILIDAD BRUTA	\$ 32.897.493	\$ 56.675.352	\$ 59.824.552
(-) GASTOS FIJOS	\$ 19.778.241	\$ 2.888.931	\$ 1.200.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 12.380.000	\$ 12.855.000	\$ 13.353.750
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 739.252	\$ 40.931.421	\$ 45.270.802
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 953.333	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 214.081	\$ 40.931.421	\$ 45.270.802
(-) IMPUESTOS	\$ 0	\$ 14.325.997	\$ 11.317.701
= UTILIDAD NETA	-\$ 214.081	\$ 26.605.423	\$ 33.953.102

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 85.000.000	\$ 89.250.000	\$ 93.712.500
Egresos operativos	\$ 81.049.948	\$ 35.132.779	\$ 32.679.286
Flujo Operativo	\$ 3.950.052	\$ 54.117.221	\$ 61.033.214
Ingresos no operativos	\$ 49.209.000	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 50.241.778	\$ 0	\$ 14.325.997
Flujo no operativo	-\$ 1.032.778	\$ 0	-\$ 14.325.997
Flujo Neto	\$ 517.587	\$ 54.117.221	\$ 46.707.217
Saldo anterior	\$ 0	\$ 517.587	\$ 54.634.807
Saldo final	\$ 517.587	\$ 54.634.807	\$ 101.342.025

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	35,35%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 23.465.413
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	3 años

7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Según la información financiera obtenida en el Plan de Negocio se obtendrán utilidades a partir del segundo año por valor de \$ 26.800.423, 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 35,35%, es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 35%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 23.465.413, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa, a una tasa de descuento del 15%. Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en 3 años.

Viabilidad Social

Con el fortalecimiento de la actividad productiva y comercial, estaremos contribuyendo al cierre de la brecha de porcentajes de desempleo e informalidad laboral, teniendo en cuenta que se espera continuar generando empleo a través de la contratación de jornaleros, Operario de campo. Para lo cual se utilizarán 626 jornales en total por año para atender el total de la producción del plan de negocio.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de un contador y un asistente técnico por prestación de servicios, un auxiliar operativo o mayordomo y al representante legal se vincularán de nómina, en reconocimiento por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Tello – Huila, adicional que estaremos contribuyendo con unos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia, como lo son: Fin de la Pobreza, Salud y Bienestar,

Igualdad y Genero, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Producción y Consumo Responsable.

Viabilidad Ambiental

Estamos comprometidos firmemente a implementar acciones destinadas a prevenir, controlar y reducir los impactos ambientales no deseados generados por nuestra actividad ganadera. Estas medidas forman parte de un proceso continuo de mejora ambiental en todas nuestras operaciones. Asimismo, nos esforzamos por promover el progreso sostenible del medio ambiente, cumpliendo rigurosamente con la legislación ambiental de nuestro país y buscando siempre prácticas que minimicen nuestro impacto en el entorno.

Viabilidad Económica

El trabajo asociativo, nos permitirá, reducir costos operativos y de producción, al igual que otros gastos relacionados con el negocio, acceso a recursos financieros de capital, ya que los socios contribuyen con fondos a través de sus cuotas o buscar inversiones conjuntas, unido a ello identificar oportunidades para optimizar procesos, reducir desperdicios y mejorar la productividad, lo que conduce a un mejor rendimiento financiero en general adaptándose a cambios en el entorno empresarial o económico, compartir recursos según sea necesario, lo que les permite ajustarse más fácilmente a fluctuaciones en la demanda del mercado, cambios en los precios de los insumos o condiciones económicas adversas. Aprovechamiento de economías de escala, al aumentar el volumen de producción o la escala de las operaciones, mayor capacidad de negociación; al unir fuerzas, los socios pueden tener una posición de negociación más fuerte frente a proveedores, clientes y otras partes interesadas. Esto puede conducir a mejores términos comerciales, descuentos por volumen y oportunidades de colaboración más favorables, Ampliación de la base de clientes y mercados, expandir las ventas y aumentar los ingresos, ya que se tiene acceso a una audiencia más amplia sin la necesidad de invertir recursos significativos en marketing o expansión geográfica.

El negocio aportará un pago de impuestos con una Tasa del 35% por valor de \$14.325.997 a partir del segundo año, lo que generará una reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.