

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CACAO SURCOLOMBIANOS Y PRODUCTOS
AFINES ASOPROCASUR

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

Oscar Gómez Chavarro
Presidente

Tarqui Huila, 4 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.....	6
3.3	ALIADOS CLAVES	7
4.	MERCADO	8
4.1	SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO	8
4.2	COMPETENCIA	9
4.3	PROVEEDORES.....	9
4.4	RELACIONAMIENTO CON CLIENTES.....	10
4.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	10
5	ESTUDIO TECNICO	11
5.1	LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION	11
5.2	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA.....	11
5.3	PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION	13
5.4	NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	14
6	RECURSOS CLAVES	14
7	PLAN FINANCIERO	16
7.1	PROYECTANDO MIS INGRESOS	16
7.2	ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	17
7.3	ANALISIS FINANCIERO	17
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	19

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CACAO SURCOLOMBIANOS Y PRODUCTOS AFINES ASOPROCASUR	NIT / RUT	901591178-5	
Dirección	Carrera 2 No 5-12 Villa del Rio	Teléfono 1	3204365902	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	Ciudad/ municipio/ vereda	Tarqui	
Página web	-	E-mail	asoprocasurtarqui@gmail.com	
Nombre gerente	Oscar Gómez Chavarro	Celular	3204365902	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Presidente	Antecedentes	Han recibido capacitaciones por parte del SENA y ASOCOOPH	
Nombre del representante legal	Oscar Gómez Chavarro			
Experiencia de la empresa en el sector	5 años de experiencia	Año: 2023	Año: 2024	
Actividad principal	Cultivo de cacao	Número de empleados (directos)		
Fecha constitución	7/06/2019	Número de asociados (si aplica)	27	25
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Producción y comercialización de cacao en almendra seca			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria: Asociación	Ingresos de asociados		300000

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Cacao ASOPROCASUR

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.

El cacao es uno de los cultivos más rentables a largo plazo, y aunque su inversión inicial es bastante considerable, las ganancias obtenidas en su punto máximo de producción lo valen.

Los colombianos consumimos alrededor de 45.000 toneladas anuales de Cacao, para un consumo aproximado de un kilo por persona.

Actualmente la organización ASOPROCASUR carece de recursos económicos que le permitan ampliar la capacidad de producción y generar valor agregado al cacao interviniendo el eslabón de la transformación y de esta forma cumplir la demanda insatisfecha de los productos como cacao y derivados de la actividad.

Es por eso por lo que, se hace necesario gestionar recursos económicos para la compra de maquinaria y equipos especializados, que le permitirán mejorar los procesos productivos y generar valor agregado al cacao seco que produce la organización.

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
Cacao en almendra seco	Cacao en almendra seco
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
Semillas grandes del tamaño de una almendra, color chocolate o púrpúreo, de 2 a 3 cm de largo y de sabor amargo. No tiene albumen y están recubiertas por una pulpa mucilaginososa de color blanco y de sabor dulce y acidulado.	Cacao en grano bulto x 50 kg
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Tula o costal de fique	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.
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?
Cacao Almendra Seca	10.00 kg	10.000 kg	Anual, ventas mensuales	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 almendra verde	Cacao en grano (Kilogramo)	\$ 25.000

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestra asociación, se enorgullece en ofrecer un valor agregado único a nuestros clientes mediante la producción y comercialización de cacao en grano 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.

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.
COLCOCOA	Brinda fortalecimiento en el área técnica y comercial.
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.
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.
Federación Nacional de Cacaoteros	Nos brinda asistencia técnica.
MINISTERIO DE AGRICULTURA	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario y el Desarrollo Rural.

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 a por tipo de cliente
Intermediarios (Importadores y Exportadores de Cacao, o Industriales que transforman la materia prima)	Casa Luker es una empresa colombiana reconocida por su producción de cacao y productos derivados del cacao.	Ubicada en Bogotá, en la calle 13 # 68-98 zona industrial	Casa Luker	1	40%
	Nutresa es una empresa multinacional colombiana dedicada a la producción y comercialización de alimentos, entre los que resalta el chocolate.	Ubicada en Medellín, en la carrera 43A # 1A Sur - 150	Nacional de Chocolates	1	20%
	Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos derivados del cacao de calidad superior, que se destacó como el primer exportador de cacao en grano en términos de volumen en Colombia	Ubicada en Bogotá, en la calle 12F # 3-08, con sede más cercana Garzón	COLCOCOA	1	20%
	Compradores de Alemania y Australia.	Mercado Internacional	Mercado Internacional	2	20%
TOTAL					100%

4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

Información competidor	Competidor 1 Regional ASOCAGIGANTE	Competidor 2 Local Empresa Cacaotera El Ocaso Sas en TARQUI
Ubicación	Municipio de Gigante	Municipio de Tarqui
Cobertura	Mercado regional y nacional a través de distribuidores mayoristas. Realiza también exportaciones.	Mercado local, regional y nacional a través de distribuidores mayoristas y minorista
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/Valor agregado	Cacao en almendra seca/ Cuentan con sello de certificación en BPA	Cacao en almendra y chocolate de mesa/
Precios del producto principal	\$ 20.000 Precio al detal no aplica porque es un comiditie	\$ 20.000 Precio al detal 15% menos del valor solo para chocolate de mesa.
Canal de distribución	Mayorista	Mayorista y minorista
Formas de pago	Contado	Contado
Venta directa o indirecta	Comercialización directa e indirecta (Mayoristas)	Comercialización directa e indirecta (Mayoristas)

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Cadefihuila	Insumos, fertilizantes
Federación de Cacaoteros	Plántulas y material vegetal certificado

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	Describe el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	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.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	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, Colcoa.

<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 ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio de Tarqui, veredas El Mirador, San Joaquín y Bélgica, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<p>• Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</p>
<p>30 hectáreas ubicadas en la zona rural del municipio de Tarqui, en las veredas El Mirador, San Joaquín y Bélgica</p>

Descripción de área productiva	
El área productiva de la asociación es de 30 hectáreas en producción, sembradas a 3 metros x 3 metros, variedad clones universales como CCN-51	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Municipio de Tarqui.	<ul style="list-style-type: none"> · Acueducto veredal SI · Energía eléctrica SI · Gas: No · Teléfono: SI
Formalización del área de trabajo	
(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
Certificado de libertad y tradición de cada uno de los predios de los asociados.	
Fotografías del área productiva	
	

5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

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.
Proceso 4 Floración y Polinización	Los árboles de cacao producen flores, que son polinizadas principalmente por insectos. La polinización es crucial para la formación de vainas de cacao.
Proceso 5 Formación de Vainas y Cosecha	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.
Proceso 6 Extracción de las Semillas	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.
Proceso 7 Secado	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.
Proceso Almacenamiento	8 Las semillas de cacao secas se almacenan en condiciones adecuadas para evitar la humedad y la contaminación.
Proceso 9 Venta	Finalmente, las semillas de cacao secas, también conocidas como cacao seco pergamino, están listas para ser vendidas a intermediarios o procesadoras de cacao.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Oscar Gómez Chavarro	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.
William Fernando Losada Bermeo	Vicepresidente	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo.
Jesús Enrique Macías Ochoa	Tesorero	Llevar las finanzas de la organización
Julieth Claros Torres	Secretaria	Realizar las actas de reuniones de la Asociación

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Tostadora	Tostador de Cacao Premium elaborado completamente en acero inoxidable 304. Los quedadores de gas tienen válvula regulable, control digital de temperatura y poseen una turbina extractora de aire con ciclón. Motor reductor de 1HP. Voltaje 110-220.	1	\$15.000.000	\$15.000.000
Molino	Molino de Discos Premolienda GRINDGO-FBM. Hecho en acero inoxidable, utiliza las	1	\$12.000.000	\$12.000.000

	semillas de cacao después de ser tostadas y enfriadas, para obtener una pasta de cacao homogénea. Capacidad: 50 a 100 kg/h. Dimensiones: 710 x 900 x 923 mm. Peso: 82Kg Finura: 200 -300 micras Potencia: 3 kw. Voltaje: 220V			
Descascarilladora	Industrial Capacidad 50-100 kg/hora. Tiene mecanismo de rodillo graduable, para partir la almendra, construido en acero inoxidable 304 y 430, 2 bandejas para las zarandas en acero inoxidable 304 con perforaciones para la caída del nibs, sistema de turbina para absorción y separación de cascarilla y muletillas de encendido para el rodillo que parte el grano	1	\$14.000.000	\$14.000.000
Insumos y herramientas				
Balanza - SJX621	SJX621. Balanza para el pesaje de muestras o libras de cacao. Pantalla brillante LCD retroiluminada blanca de la Scout muestra el peso neto con un tiempo rápido de estabilización.	1	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Equipos de computo				
Equipos de computo	Computador Portátil 14 Pulgadas Ram 8 GB SSD 512 GB Intel® Core™ de 11.a Generación	1	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
Otros				
Valor total inversiones requeridas				\$46.600.000

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)	Cacao en grano, \$25.000 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)	10.000	10.500	11.025

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	\$ 25.000	\$15.090	\$9.910

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mp	\$ 3.255.833	\$ 39.070.000	\$ 41.023.500	\$ 43.074.675
Costos Mo	\$ 6.819.167	\$ 81.830.000	\$ 85.921.500	\$ 90.217.575
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Servicios Públicos	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Dotaciones	\$200.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000
Mantenimiento de Equipos	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Cafetería	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Gastos bancarios	\$ 115.000	\$ 1.380.000	\$ 1.380.000	\$ 1.380.000
Caja menor	\$ 1.300.000	\$ 15.600.000	\$ 15.600.000	\$ 15.600.000
Comunicación y teléfono	\$150.000	\$1.800.000	\$1.800.000	\$1.800.000
Papejería	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
Gastos Domicilios	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Valor total		\$ 168.480.000	\$ 174.525.000	\$ 180.872.250

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 46.600.000	\$ 10.967.500
Créditos		
Total	\$ 46.600.000	\$ 10.967.500

Estado de Resultados proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 250.000.000	\$ 262.500.000	\$ 275.625.000
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 39.070.000	\$ 41.023.500	\$ 43.074.675
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 81.830.000	\$ 85.921.500	\$ 90.217.575
(-) COSTOS FIJOS	\$ 18.320.000	\$ 18.320.000	\$ 18.320.000
= UTILIDAD BRUTA	\$ 110.780.000	\$ 117.235.000	\$ 124.012.750
(-) GASTOS FIJOS	\$ 33.730.000	\$ 21.230.000	\$ 19.980.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 76.154.482	\$ 79.570.344	\$ 81.145.344
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 895.518	\$ 16.434.656	\$ 22.887.406
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 895.518	\$ 16.434.656	\$ 22.887.406
(-) IMPUESTOS	\$ 295.521	\$ 5.423.436	\$ 7.552.844
= UTILIDAD NETA	\$ 599.997	\$ 11.011.220	\$ 15.334.562

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 250.000.000	\$ 262.500.000	\$ 275.625.000
Egresos operativos	\$ 239.784.482	\$ 205.245.344	\$ 210.342.594
Flujo Operativo	\$ 10.215.518	\$ 57.254.656	\$ 65.282.406
Ingresos no operativos	\$ 57.567.500	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 57.567.500	\$ 295.521	\$ 5.423.436
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 295.521	-\$ 5.423.436
Flujo Neto	\$ 448.018	\$ 56.959.135	\$ 59.858.970
Saldo anterior	\$ 0	\$ 448.018	\$ 57.407.153
Saldo final	\$ 448.018	\$ 57.407.153	\$ 117.266.123

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	33,39%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 25.249.614
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	2,5 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 \$ 11.011.220, 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 33,39% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 33%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 25.249.614, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera.

Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en 2,5 años.

Viabilidad Social

Con la formulación del presente plan de negocios se busca mejorar las condiciones económicas de las familias de la región, mediante la contratación permanente de mano de obra, la sensibilización de la rentabilidad, para impulsar e implementar nuevos proyectos en la región que fortalezca las cadenas productivas del sector agrícola en abastecimiento de materias primas, distribución y logística, comercialización y ventas, servicio al cliente con valores adicionales como soporte técnico, mantenimiento, garantías o programas de fidelización de clientes para mantener la satisfacción del cliente y fortalecer las relaciones comerciales.

Con el fortalecimiento de nuestra actividad productiva y comercial, estaremos contribuyendo al cierre de la brecha de porcentajes de desempleo e informalidad laboral, teniendo en cuenta que se espera continuar generando empleo a través de la contratación de jornaleros, Operario 1 (Plateo y Fertilización; Aplicación de Enmiendas, Operario 2 (Desyerbas; Conservación de suelos; Control fitosanitario; Control mecánico de arvenses y otras labores culturales, Operario 3: Beneficio y Secado, Operarios para la Recolección. Para lo cual se utilizarán 900 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 Tarqui – 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.

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 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 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 asociados 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 \$ 13.271.801 en los años productivos que genera en reinversión social, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.

A demás 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.