PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION
ASOCIACION DE PRODUCTORES Y EMPRENDEDORES DEL CENTRO DEL HUILA

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

DUMAR LEMUS QUIROZ
Representante legal

Gigante – Huila, 28 de febrero de 2025

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 6
3.1 PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER / CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO 6
3.2 PROPUESTA DE VALOR 8
3.3 ALIADOS CLAVES 8
4. Mercado 9
4.1 SEGMENTO DE CLIENTES/MERCADO OBJETIVO 10
4.2 COMPETENCIA 14
4.3 PROVEEDORES 15
4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES 15
4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN 15
5. estudio tecnico 16
5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION 16
5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA 16
5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION 18
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO 19
6 Recursos claves 19
7 Plan financiero 25
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS 25
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS 26
7.3 ANALISIS FINANCIERO 26
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD 28

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	ASOCIACION DE PRODUCTORES Y EMPRENDEDORES DEL CENTRO DEL HUILA	**NIT / RUT**	901914072-1	
Dirección	FINCA VILLA LORENA VEREDA EL SALADO	**Teléfono 1**	3128635108	
		Teléfono 2	3128635108	
Departamento	Huila	**Ciudad/ municipio/ vereda**	Gigante	
Página web	No tiene	**E-mail**	dumarlemus@gmail.com	
Nombre gerente	DUMAR LEMUS QUIROZ	**Celular**	3128635108	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	**Antecedentes**	Cuentan con formación por parte de Asocooph y el SENA	
Nombre del representante legal	DUMAR LEMUS QUIROZ			
Experiencia de la empresa en el sector	Está integrada por 6 organizaciones de primer nivel		**Año: 2023**	**Año: 2024**
Actividad principal	9499: Actividades de otras asociaciones n.c.p.	**Número de empleados (directos)**	NA	NA

	A0150: Explotación mixta (agrícola y pecuaria)			
Fecha constitución	6/02/25	**Número de asociados (si aplica)**	NA	NA
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Pulpa de frutas			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria	**Ingresos de asociados**		

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

DESPULPADORA DE FRUTAS "EMPRENDEDORES DEL CENTRO DEL HUILA"

2.1 JUSTIFICACION

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

Las asociaciones de productores agroindustriales 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 y agroindustria local, que proporcionen una fuente de ingresos más estable para los agricultores y transformadores, 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 ASOCIACION DE PRODUCTORES Y EMPRENDEDORES DEL CENTRO DEL HUILA del segundo nivel, está integrada por 6 organizaciones.

1) FUNDACIÓN MANOS UNIDAS POR GIGANTE
2) ASOCIACIÓN AGRICOLA Y PECUARIA DE CAMPOALEGRE HUILA
3) ASOCIACIÓN EMPRENDEDORES DEL FUTURO DEL HUILA
4) FUNDACIÓN SEMILLITAS DE LUZ
5) ASOCIACIÓN DE JOVENES RURALES DE CAMINO A LA CONSTRUCCIÓN GIGANTE
6) ASOCIACIÓN JOVENES RURALES TRANSFORMANDO,

En su mayoría productores agropecuarios, entre sus productos cultivan frutas tropicales, las cuales en muchas oportunidades terminan en pérdidas. Teniendo en cuenta lo anterior, se propone la generación de valor agregado con la transformación de la fruta en pulpa de fruta.

El producto principal que ofrecerá la organización es pulpa 100% natural, libre de aditivos, pastosa no diluida, ni fermentada mediante el proceso de congelación, cumpliendo con normas de calidad nacional y cuyo fin es ingresar un producto con un sabor natural y una alta nutrición a las familias.

La pulpa de fruta es un producto que es demandado por las familias para su consumo en preparaciones alimenticias y también como materia prima para otros procesos industriales. En el año 2024 la demanda final interna fue de $592.190 miles de millones de pesos, de esto los hogares consumieron $350.323 mil millones; en los últimos tres años se ha presentado un incremento de los 3,1 puntos porcentuales en el consumo de los hogares.

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**
Pulpa de fruta (Guayaba, mango, lulo, granadilla, uva, melón, patilla)	Pulpa de fruta (Guayaba, mango, lulo, granadilla, uva, melón, patilla)
Principales características	**Presentaciones en las que se va a ofrecer**
Producto natural, diluido, no concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas, sin preservantes. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL PROMEDIO (Por cada 100 gr de producto) Proteína 1.31 gr Calcio 0 Grasa 0 Forforo 0 Carbohidratos 10.65 gr Energia 36.23 K cal	Bolsa de 500 gramos
Empaques a utilizar	**Material publicitario (opcional)**
Bolsas Termoencogible para Alimentos libres de BPA	Marketing de Contenidos: Estará enfocada en atraer clientes potenciales de una manera natural, a partir de contenidos relevantes que se distribuyen en los distintos canales y medios en los que está la audiencia (Fisicos y Digitales).
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?
Pulpa de fruta (Guayaba, mango, lulo, granadilla, uva, melón, patilla)	1000	1000 unidades	Anual, ventas semanales	Julio, agosto, septiembre, octubre	Enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, noviembre y diciembre

VARIEDAD/ PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Pulpa de fruta (Guayaba, mango, lulo, granadilla, uva, melón, patilla)	Procesado	$6000

3.2 PROPUESTA DE VALOR

Seremos una organización que transforma las frutas tropicales de la región huilense en pulpa 100% natural, libre de aditivos, pastosa no diluida, ni fermentada mediante el proceso de congelación, cumpliendo con normas de calidad nacional y cuyo fin es ingresar un producto con un sabor natural y una alta nutrición a las familias.

Basada en principios de calidad

• Mejorar el proceso continuo de producción. Prever posibles errores para así bajar los costos, reducir tiempo y hacer un mejor uso de los recursos haciendo las cosas bien.

• Garantizar la calidad de nuestros productos. Centrar los esfuerzos en los procesos, estar a la vanguardia en la adquisición de nuevas tecnologías.

• Promover el liderazgo. Nuestra fuerza laboral tendrá un sentido de pertenencia y luchara por adherirse a las metas de la organización.

• Satisfacer los requerimientos de los clientes, comprendiendo las necesidades presentes y futuras de los clientes y de esta forma adelantarse a sus expectativas.

• Crear un buen ambiente entre la organización y sus proveedores. De esta forma se podrá realizar planes futuros compartidos y mantener una comunicación clara y concisa desarrollando mejoras conjuntas cumpliendo a tiempo con las expectativas de los clientes.

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.
Alcaldía	Acompañamiento y respaldo a productores paneleros a través de la Dirección Técnica de la Secretaría de Obras e Infraestructura para el fortalecimiento de la actividad panelera y de su sector.
ADR	Ejecutar la política de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial formulada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de la estructuración, cofinanciación y ejecución de planes y proyectos integrales de desarrollo agropecuario.
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 panelera en el país.
MinAgricultura	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario y de Desarrollo Rural.
Alianzas Productivas	Facilitar herramienta de inserción de pequeños y medianos productores agrícolas en agrocadenas, permitiendo enfrentar de una mejor manera los problemas de acceso a mercados, información, financiamiento, infraestructura e innovación tecnológica .
Invima	Establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir en la producción y comercialización de la panela para consumo humano.
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.
SENA	Desarrollar, administrar y ejecutar programas de formación profesional integral, en coordinación y en función de las necesidades sociales y del sector productivo.
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
Individuos (Hombres y Mujeres)	El grupo objetivo está conformado por hombres y mujeres mayores de 18 años, solas y/o con personas a cargo (Hijos, Niños, Jóvenes, Adultos Mayores, Pacientes Proactivos) de estratos 1 a 6, que tienen estilos de vida saludable y buscan opciones alimenticias para cuidar a su familia, que trabajan laboralmente y entre sus intereses se encuentran los	Municipios de la zona centro del Huila	Hombres y mujeres mayores de 18 años, solas y/o con personas a cargo (Hijos, Niños, Jóvenes, Adultos Mayores), Amas de Casa	200	50%

	temas sociales y ambientales.				
Hotel, restaurantes y cafeterías	Requieren pulpa de fruta natural, sin conservantes, cuente con registro sanitario, empaque adecuado para el producto y etiqueta con toda la información requerida (tabla nutricional, fecha de producción, fecha de vencimiento, peso. Compran una vez a la semana pulpa de fruta.	Municipios de la zona centro del Huila	Hotel y restaurante casa blanca, Hotel Ceiba real, Tiendas de café, restaurante San Joaquín	10	50%

Tiendas, Supermercados y minimercados	Requieren pulpa de fruta natural, sin conservantes, cuente con registro sanitario, empaque adecuado para el producto y etiqueta con toda la información requerida (tabla nutricional, fecha de producción, fecha de vencimiento, peso. A este cliente se espera llegar, actualmente se comercializa la producción directamente al consumidor. Este cliente busca un producto 100% natural y en una buena presentación. Estos clientes compran con frecuencia mensual, pagan de contado.	Municipio de Garzón, Gigante	Supermercado Superior, Popular, Laura, Distribuidora Naper, Supermercado cafetero y Tiendas de barrio	6	30%

Alcaldía; Empresa Social del Estado; Instituciones Educativas; Gobernación del Huila y demás Instituciones Descentralizadas del Estado	Empresas y entidades Públicas y descentralizadas del Estado que en cumplimiento de la Ley 2046 del 06/08/2020 promueven la Estrategia de Compras Locales la cual busca apoyar el desarrollo y emprendimiento productivo de las familias y de las comunidades locales y que está dirigida principalmente a los pequeños productores agropecuarios que contribuyen a la seguridad alimentaria nutricional, así como al fortalecimiento de las economías locales de Colombia.	Municipio de Neiva	Alcaldía; Hospital, Colegios y Escuelas; Gobernación del Huila y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar	6	10%
				TOTAL	**100%**

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 - Regional Pulpa de frutas FRUTTY RICURS	Competidos 2 - Local Pulpa de fruta OPA OPA
Ubicación	Neiva, Huila	Municipio de Garzón, Huila
Cobertura	Regional	Local
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL / Valor Agregado	Pulpa de frutas presentación 500 gramos Valor Agregado: Cuentan con permisos y licencias para su producción y comercialización, cuentan con procesos de tecnificación. Ofrecen más de 15 sabores, tienen reconocimiento en el mercado	Pulpa de fruta OPA OPA Valor Agregado: Son productores de fruta, tienen reconocimiento en el mercado del centro del departamento.
Precios del producto principal	$ 7.000	$ 6.500
Canal de distribución	Consumidor y Tiendas y supermercados.	Directo e Intermediario
Formas de pago	Efectivo y Crédito	Efectivo y Crédito
Venta directa o indirecta	Directa e Indirecta	Directa e Indirecta

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Tintas y Maquinas	Maquinaria y Equipos
Cadefihuila	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, Fertilizantes, Bioinsumos
Coagrohuila	Maquinaria, Equipos, Herramientas, Abonos, 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

Canal	Describa el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Punto de Venta Directo: A través de este punto venderemos a nuestros Clientes (existentes y nuevos) consumidores, minoristas y mayoristas sin la intervención de intermediarios.
¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?	Aliados Estratégicos (Aliados): A través de la implementación de la estrategia de distribución donde utilizaremos intermediarios para llevar los productos a los clientes, los cuales le añadirán características para mejorarlos (Tiendas especializadas; Mercados Verdes) ubicados en la unidad de la zona norte del Departamento del Huila.

¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?	Inicialmente a través de una campaña masiva de medios publicitarios (fisicos y digitales) informaremos y sensibilizaremos a los clientes sobre los canales mediante de los cuales podrán adquirir nuestros productos.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	De acuerdo con los hábitos de consumo de nuestros clientes, así como la ubicación de estos previa caracterización, definimos los siguientes: 1. Punto de Venta Directo: También conocida como venta a domicilio debido a la demostración personalizada del producto a los compradores. Esto nos permitirá mayor acercamiento, confianza e interacción. 2. Distribución Exclusiva: Solo utilizaremos un intermediario en determinada área. Es decir, existirá un punto de venta exclusivo para nuestros productos.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Zona Industrial, del municipio de Gigante – Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

· Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)
Para el funcionamiento de la empresa se debe construir una estructura inicial en concreto para operar las máquinas de procesamiento de alimento y espacio de almacenamiento, así como un espacio pequeño donde funcionaría una oficina. Esta estructura debe contar con unas dimensiones aproximadas de 12 metros de fondo por 12 metros de ancho. En esta área se instalarán las máquinas descritas más adelante, contará con puntos de conexión eléctrica necesaria para el funcionamiento de las máquinas, así como los puntos de provisión de agua

Descripción de área productiva	
El área productiva para la transformación requiere de adecuaciones para separar el área operativa, del área administrativa y de ventas.	
Ubicación	**Dispone de servicios públicos**
Zona Industrial del municipio de Gigante	Agua: Sí Gas: Si Teléfono: Si (Celular) Energía: Si
Formalización del área de trabajo	
Arrendamiento	
Fotografías del área productiva	

En esta figura se puede observar el muelle de recibo y despacho de la planta, la recepción de la materia prima, parte del proceso de transformación y cuartos de congelación en el costado lateral derecho de la planta.

5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 Selección de la materia prima	Para la elaboración de este producto se seleccionará la materia prima fruta.
Proceso 2 Lavado	Se realiza un lavado de las frutas para eliminar suciedades provenientes del cultivo, luego de esto, el material es pesado y posteriormente pelado a mano.
Proceso 3 Escaldado	Consiste en someter la fruta a un calentamiento corto en agua caliente (70°C), con el fin de ablandar la fruta y así aumentar el rendimiento de pulpa, reducir un poco la carga microbiana que aún permanece en la fruta e inactivar enzimas. El escaldado es de 3 a 5 min. (Dependiendo de la fruta), luego de esto se hace un choque térmico con agua potable fría.
Proceso 4 Adecuación	Las frutas dependiendo de sus características, son sometidas a: Retirarles la cascara/ Cortarla en trozos/ Retirar las partes de la fruta que no sirven para proceso.
Proceso 3 Formulación	Se pesa la pulpa y se hace la formulación para adicionar los químicos (Ácido cítrico (para las frutas que se oxidan, Benzoato y Sorbato) con agitación.
Proceso 4 Pasteurización	La pulpa es sometida a un calentamiento a 75°C aproximadamente, por un tiempo de tres minutos.
Proceso 5 Empacado	La pulpas deben ser aisladas del medio ambiente a fin de mantener sus características hasta el momento de su empleo. Esto se logra mediante el empaque en caliente con el mínimo de aire, si se enfría se puede someter a baño maría. Usar bolsas plásticas transparentes de calibres 4 o 5 con el nombre de la fruta utilizada.
Proceso 6 Congelación	Las pulpas son sometidas a temperaturas comprendidas entre los -10 y los -30°C con el fin de prolongar su vida útil.
Proceso 7 Comercialización	Se realiza la comercialización según los diferentes canales de distribución

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Dumar Lemus Quiroz	Representante Legal con funciones Administrativas y Operativas	Encargado de gestionar acercamientos y articulaciones interinstitucionales y administrativas, además de coordinar todas las actividades productivas y comerciales de la Actividad Productiva de la Asociación
Por definir	Apoyo Operativo y Comercial	Encargado de apoyar todas las actividades productivas y comerciales de la Actividad Productiva de la Asociación

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Tanque para lavado	Fabricado en lámina de acero inoxidable tipo 304 cal.18. Capacidad aproximada de 300 a 500kg de acuerdo al tamaño de la fruta. Válvula de entrada de agua para el lavado de fruta por el Sistema de riego por aspersión. Válvula de desagüe que facilita la limpieza y permite la	1	$ 6.000.000	$ 6.000.000

	eliminación de residuos. Capacidad de 300-500 KG. Ref: FR5 Dimensiones: Frente 120 cm Fondo 70 cm Alto 90 cm.			
Escaldador	Elaborado en acero inoxidable 304, calibre 18. Medidas: Diámetro: 60 cms. X 60 cm (50 gal. Aprox.) Volcable en basculante, montado sobre estructura metálica.Con calefactor a gas.	1	$ 3.000.000	$ 3.000.000
Marmita	Marmita Industrial para procesos de cocción con mezclador totalmente en acero inoxidable 304, Ideales para productos lácteos, frutas, químicos entre otros. Capacidad: 350 litros CARACTERÍSTICAS: - Sistema de volteo Caja de mecanizados y Palanca - Doble camisa (para vapor o aceite) - Agitador con motor reductor a 110v o 220v - Agitador removible tipo paleta - Tapa abatible fija o extraíble	1	20.000.000	$ 20.000.000

	- Estructura acero - Quemadores tipo soplete para gas natural o propano			
Despulpadora de frutas	Máquina industrial para todo tipo de frutas, menos el mango grande, elaborada en acero inoxidable, que cuenta con un motor brasilero marca hércules de 2 hp, trae 3 tamiz para diferentes tamaños de semillas, equipo robusto con tamices calibre 16 (1.5mm) que garantiza su durabilidad. MATERIAL: Estructura 100% Inoxidables, las piezas comerciales o accesorios de ensamble del equipo, que no están en contacto directo con el alimento, pueden ser en materiales diferentes, acabados tipo acero inoxidable. CAPACIDAD: 300-400 Kg/h dependiendo del tipo de fruta.	1	$10.000.000	$10.000.000

Cuarto frio	Cuarto frio Personalizada para la conservación de Frutas y Verduras (0°C a 14°C, en acero inoxidable, aislamiento térmico en poliuretano a una densidad de 40kg/m, cortinas plásticas de pvc, puerta de isotéramica aislada, con panel de control interno.	1	$41.000.000	$ 41.000.000
Maquina selladora automática	Monofásico, 220 V, 50-60 Hz Potencia: 2,5 Kw Otras especificaciones: Dimensiones de la máquina: Tamaño de la caja: 68 «(1727 mm) x 37» (939 mm) x 71 «(1803 mm) Peso: 760 libras (345 kg)	1	$14.600.000	$14.600.000
Insumos y herramientas				
Bascula digital	Basc300Kg, Modelo Basc300Kg con brazo digital	2	$ 500.000	$ 1.000.000
Balanza	Balanza de Mesa de Precisión MIX-A3000. Marca Trumax Comunicación RS232 Balanza con conexion a PC / Computador Fabricada en ABS de alta resistencia Display LCD con luz de respaldo tipo LED Plato en acero inoxidable de 18.5×14 cm Batería recargable con adaptador.	2	$ 478.000	$ 956.000

Equipos de computo				
Computador Pórtatil Intel Core I7 11a generación	Computador Portátil 14 Pulgadas Ram 8 GB SSD 512 GB Intel® CoreTM de 11.a Generación	1	$ 3.500.000	$ 3.500.000
Impresora Multifuncional epson l 3110	Sistema de tanque de tinta de alta capacidad y economía; imprime hasta 4.500 páginas en negro1 y 7.500 páginas a color; Costo de impresión ultra bajo -	1	$ 1.500.000	$ 1.500.000
Otros				
Mesas de recepción y clasificación	ReferenciaMAINOX2SE Dimensiones90 cm de alto x 180 cm de ancho (se pueden realizar cambios para fabricación ComposiciónTapa: Acero inoxidable 304 anti-acido, calibre 18. Entre-paño: En acero inoxidable 430 brillante.	1	$ 2.040.000	$ 2.040.000
Mesa para pelado	Mesa de trabajo / Mesón en acero inoxidable doble entrepaño ReferenciaMAINOX2S Dimensiones90 cm de alto x 180 cm de ancho (se pueden realizar cambios para fabricación ComposiciónTapa: Acero inoxidable 304 anti-acido, calibre 18 Entre-paño en acero inoxidable.	2	$3.100.000	$ 6.200.000

Adecuaciones locativas	Estructura inicial en concreto para operar las máquinas de procesamiento de alimento y espacio de almacenamiento, así como un espacio pequeño donde funcionaría una oficina. Esta estructura debe contar con unas dimensiones aproximadas de 12 metros de fondo por 12 metros de ancho. En esta área se instalarán las máquinas descritas más adelante, contará con puntos de conexión eléctrica necesaria para el funcionamiento de las máquinas, así como los puntos de provisión de agua	1	$65.000.000	$ 65.000.000
Permisos y notificaciones	Registro INVIMA, manipulación de alimentos	1	$10.000.000	$10.000.000
			Valor total inversiones requeridas	**$ 184.796.000**

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)	Pulpa de fruta (500 gramos)
¿Cómo van a pagarlo? (de contado o a crédito)	Contado
¿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?	Semanales
¿Cómo voy a determinar los precios de los productos o servicios que oferto?	Sacando los costos variables y fijos inmersos en el proceso, teniendo en cuenta los precios estándar de la industria y empresas de la competencia, así como la capacidad de pago de los clientes.

PROYECCION VENTAS AÑO 1, 2 Y 3

		Incremento porcentual según investigación de mercado	
		5%	**5%**
NOMBRE PRODUCTO	**TOTAL AÑO 1 (En Unidades)**	**TOTAL AÑO 2 (En Unidades)**	**TOTAL AÑO 3 (En Unidades)**
Pulpa de frutas (500 gramos)	40.000	42.000	44.100

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Pulpa de frutas (500 gramos)	Unidad (500 gramos)	$6.000	$2.310	$ 3.690

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mp	$ 3.833.333	$ 46.000.000	$ 48.300.000	$ 50.715.000
Costos Mo	$ 2.200.000	$ 26.400.000	$ 27.720.000	$ 29.100.000
Gastos administrativos	**Presupuesto mensual**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**
Servicios Públicos	$50.000	$600.000	$600.000	$600.000
Mantenimiento de Equipos	$50.000	$600.000	$600.000	$600.000
Arrendamiento	$1.000.000	$12.000.000	$12.000.000	$12.000.000
Caja menor	$100.000	$1.200.000	$1.200.000	$1.200.000
Teléfono	$60.000	$720.000	$720.000	$720.000
Dotación de Personal	$100.000	$1.200.000	$1.200.000	$1.200.000
Gastos Bancarios	$100.000	$1.200.000	$1.200.000	$1.200.000
Gastos administrativos	**Presupuesto mensual**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**
Gastos de Representación				
Valor total		**$ 89.920.000**	**$ 93.540.000**	**$ 97.335.000**

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	$ 184.796.000	$ 958.333
Créditos	$ 0	$ 0
Total	$ 184.796.000	$ 958.333

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	$ 240.000.000	$ 252.000.000	$ 264.600.000
(-) COSTO VARIABLE M.P.	$ 46.000.000	$ 48.300.000	$ 50.715.000
(-) COSTO VARIABLE M.O.	$ 26.400.000	$ 27.720.000	$ 29.106.000
(-) COSTOS FIJOS	$ 64.112.977	$ 41.182.877	$ 41.182.877
= UTILIDAD BRUTA	$ 103.487.023	$ 134.797.123	$ 143.596.123
(-) GASTOS FIJOS	$ 15.220.000	$ 5.044.000	$ 3.944.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	$ 46.316.710	$ 49.527.320	$ 50.577.320
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	$ 41.950.313	$ 80.225.803	$ 89.074.803
-intereses	$ 0	$ 0	$ 0
OTROS EGRESOS	$ 0	$ 0	$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 41.950.313	$ 80.225.803	$ 89.074.803
(-) IMPUESTOS	$ 13.843.603	$ 26.474.515	$ 29.394.685
= UTILIDAD NETA	$ 28.106.710	$ 53.751.288	$ 59.680.118

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	$ 240.000.000	$ 252.000.000	$ 264.600.000
Egresos operativos	$ 172.653.420	$ 125.377.930	$ 125.868.320
Flujo Operativo	$ 67.346.580	$ 126.622.070	$ 138.731.680
$ 31.062.208	$ 31.062.208	$ 31.062.208	$ 31.062.208
Egresos no operativos	$ 185.754.333	$ 13.843.603	$ 26.474.515
Flujo no operativo	$ 0	-$ 13.843.603	-$ 26.474.515
Flujo Neto	$ 66.388.247	$ 112.778.467	$ 112.257.165
Saldo anterior	$ 0	$ 66.388.247	$ 179.166.713
Saldo final	$ 66.388.247	$ 179.166.713	$ 291.423.878

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	24,10%
VAN (Valor Neto Anual)	$ 31.062.208
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 primer año por valor de $ 28.106.710, 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 24 % (Formato financiero) es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 24%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).
El valor presente neto es de $31.062.208, 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 y Operarios para el proceso productivo (Cultivo y Transformación). Para lo cual se utilizarán 384 jornales en total por año para atender el total de hectáreas del plan de negocio.
Además de los anteriores estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de un contador por prestación de servicios, un Coordinador de ventas y un coordinador operativo por nómina y al representante legal se le dará una bonificación mensual por sus labores administrativas, que beneficiarán 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 Género, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Producción y Consumo Responsable.
Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros asociados y el bienestar integral de la comunidad, a través de la oferta de harina e plátano y generación de valor agregado.

Viabilidad Ambiental

La asociación produce transforma y comercializa la fruta, mediante la producción de frutas con implementación de prácticas agrícolas y agroindustriales 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 frutas de la región.
Lo anterior a través de procesos que permiten hacer uso eficiente de los recursos naturales de manera que no se agoten ni se degraden, asimismo como política de la asociación, estamos promoviendo la responsabilidad ambiental y la promoción de prácticas de producción y consumo sostenible.
El plan de negocios es sostenible ambientalmente, ya que para la obtención de la materia prima que es el plátano, se implementan las buenas prácticas agrícolas y de manufactura y procesos que permiten hacer uso eficiente de los recursos naturales de manera que no se agoten ni se degraden, asimismo como política de la asociación, estamos promoviendo la responsabilidad ambiental y la promoción de prácticas de producción y consumo sostenible.

Viabilidad Económica

El trabajo asociativo, nos permitirá, reducir costos operativos y de producción, al igual que otros gastos relacionados con el negocio, acceso a recursos financieros de capital, ya que los socios contribuyen con fondos a través de sus cuotas o buscar inversiones conjuntas, unido a ello identificar oportunidades para optimizar procesos, reducir desperdicios y mejorar la productividad, lo que conduce a un mejor rendimiento financiero en general adaptándose a cambios en el entorno empresarial o económico, compartir recursos según sea necesario, lo que les permite ajustarse más fácilmente a fluctuaciones en la demanda del mercado, cambios en los precios de los insumos o condiciones económicas adversas.

Aprovechamiento de economías de escala, al aumentar el volumen de producción o la escala de las operaciones, mayor capacidad de negociación; al unir fuerzas, los socios pueden tener una posición de negociación más fuerte frente a proveedores, clientes y otras partes interesadas. Esto puede conducir a mejores términos comerciales, descuentos por volumen y oportunidades de colaboración más favorables, ampliación de la base de clientes y mercados, expandir las ventas y aumentar los ingresos, ya que se tiene acceso a una audiencia más amplia sin la necesidad de invertir recursos significativos en marketing o expansión geográfica.

El negocio aportará un pago de impuestos con una Tasa de Impuestos del 33% por valor de $ 13.843.603 a partir del primer año, y $ 26.474.515 y $ 29.394.685 para el segundo y tercer año, lo que generará una 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.
Se dinamiza la economía de la región a través de la compra y venta de productos y servicios, como lo son insumos, materias primas, maquinaria y equipos entre otros.