PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACION
FEDERACIÓN UNIÓN CAMPESINA PARA EL DESARROLLO RURAL E INTEGRAL - UCDER

Presentado a:
Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:
Vladimir Valbuena Castro
Representante legal

Departamento del Huila, Neiva, 19 de diciembre de 2024

Tabla de 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 14
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO 14
6 Recursos claves 16
7 Plan financiero 17
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS 17
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS 18
7.3 ANALISIS FINANCIERO 19
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD 21

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Federación Unión Campesina para el desarrollo rural e integral - UCDER	**NIT / RUT**	901882819-7	
Dirección	Calle 4 No. 7 -44 Barrio el centro	**Teléfono 1**	3207014430	
		Teléfono 2		
Departamento	Huila	**Ciudad/ municipio/ vereda**	Neiva	
Página web	-	**E-mail**	federacioncampesinaucder@gmail.com	
Nombre gerente	VLADIMIR VALBUENA CASTRO	**Celular**	3207014430	
		Teléfono 1		
Cargo (si tiene otro)	Representante Legal	**Antecedentes**	Con formación SENA y Comité de Ganaderos.	
Nombre del representante legal	VLADIMIR VALBUENA CASTRO			
Experiencia de la empresa en el sector	Integra 4 organizaciones de primer nivel		**Año: 2023**	**Año: 2024**
Actividad principal	Ganadería de ceba	**Número de empleados (directos)**		
Fecha constitución	22/10/24	**Número de asociados (si aplica)**		
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Ganadería de ceba			
Figura jurídica	Entidad sin Ánimo de Lucro y de Economía Solidaria (Federación)	**Ingresos de asociados**		

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

GANADERIA DE CEBA UCDER

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.

La asociaciones agropecuarias en el Huila pueden 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 productores, 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.

Actualmente la FEDERACIÓN UNIÓN CAMPESINA PARA EL DESARROLLO RURAL E INTEGRAL - UCDER carece de recursos financieros que le permitan expandir la capacidad de producción de los productores que conforman las cuatro organizaciones de primer nivel, produciendo cada uno en sus hatos ganaderos carne de excelente calidad, igualmente las fincas no cuentan con mejoramiento genético y la capacidad instalada es básica, y así cumplir la demanda insatisfecha en el mercado.

Por lo anterior se hace necesario que la organización gestione recursos financieros para captar recursos en beneficio de las organizaciones para cada uno de sus hatos ganaderos, de este modo suplir las necesidades específicas de semovientes y buena genética.

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**
Macho Cebuino *Romagnola (peso promedio 437 kilogramos en pie)	Macho Cebuino *Romagnola (peso promedio 437 kilogramos en pie)
Principales características	**Presentaciones en las que se va a ofrecer**
Esta raza es conocida por su capacidad para producir carne de alta calidad, ya que se identifica como una raza italiana, concentrándose en un ambiente favorable, lleno de forrajes y con un clima favorable. Por lo tanto, era necesario un animal con una actitud fuerte. Origen: La Raza Romagnola proviene de la provincia de Rávena en la región de Emilia-Romaña en el norte de Italia. El nombre de la región es Romagna. Atributos físicos: Los animales de la raza Romagnola tienen un pelaje blanco o gris claro y tienen un tamaño mediano a grande. Son conocidos por su musculatura bien desarrollada, particularmente en los cuartos traseros y la parte posterior. Su cabeza es pequeña y sus cuernos están curvados hacia arriba y cortos.	Macho Cebuino *Romagnola (peso promedio 437 kilogramos en pie)

Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
No aplica	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?
Macho Cebuino *Romagnola (peso promedio 437 kilogramos en pie)	500 unidades	1.030 unidades	Anual, ventas mensuales	Abril, mayo, junio, julio, octubre, noviembre, diciembre	Enero, febrero, marzo, agosto, septiembre

VARIEDAD/PRECIO

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?
Macho Cebuino *Romagnola (peso promedio 437 kilogramos en pie)	Fresco (en pie)	$ 3.060.000

3.2 PROPUESTA DE VALOR

La FEDERACIÓN UNIÓN CAMPESINA PARA EL DESARROLLO RURAL E INTEGRAL - UCDER cuenta con la producción de carne en pie y producción de leche, mediante la optimización del proceso productivo con técnicas probadas que mejoran la productividad en los predios de los asociados de las cuatro organizaciones de primer nivel.

Como meta se propone incrementar el promedio de producción de carne como resultado de la implementación de las siguientes técnicas.

1- Reemplazar el hato ganadero tradicional por razas más productivas, adaptadas a la región.

2- Optimizar los procesos de alimentación mediante el uso de cerca eléctrica en potreros, y complemento nutricional a través de ensilajes.

3- Mejorar el confort de la vaca mediante la baja de temperatura promedio en los potreros a través de la siembra de 1000 árboles que generan sombra y un microclima favorable a la producción ganadera.

4- Optimizar las técnicas de manejo sanitario y control de crecimiento y desarrollo.

Como propuesta de valor ofreceremos buena genética con raza Romagnola, la cual tiene un pelaje blanco o gris claro y tiene un tamaño mediano a grande. Con musculatura bien desarrollada, particularmente en los cuartos traseros y la parte posterior. Su cabeza es pequeña y sus cuernos están curvados hacia arriba y cortos.

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.
FEDEGAN	Apoyan el desarrollo eficiente, sostenible y competitivo del sector ganadero del país, con lo que se consigue un mayor bienestar para el ganadero-productor, como consecuencia de la elevación de los índices de productividad y rentabilidad de su empresa ganadera.
COMITÉ DE GANADEROS DEL HUILA	Ente gremial que representa a los ganaderos del Departamento, ante los diferentes estamentos públicos y privados del orden local, regional y nacional.
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	Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo.
MINISTERIO DE AGRICULTURA	Formular, coordinación y adoptar políticas, planes, programas y proyectos del Sector Agropecuario yel Desarrollo Rural.
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.

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
Empresas comercializadoras de carnes (Empresas agroindustriales, manufactureras)	Son 3 empresas persona jurídica y diez empresas persona natural registradas ante la Cámara de Comercio del Huila; la actividad comercial registrada es la comercialización de carnes. (Comercializadora de semovientes bovinos en pie y en Canal con una experiencia de más de 10 años en los municipios de Rivera y Neiva comercializando el producto a supermercados; es una empresa con la cual se han realizado ventas de animales en pie con confianza y seriedad en los pagos, la cual está interesada en continuar relaciones comerciales con la organización	Se ubican en las zonas urbanas del municipio de Rivera y municiplio de Neiva.	Barbicarnes SAS/Salsamentaria Las Brisas/FASAGAN	10	100%
				TOTAL	**100%**

4.2 COMPETENCIA

Información competidor	Competidor 1 Regional Asociación de Ganaderos de Garzón	Competidor 2 Local Hernando Falla
Ubicación	Garzón, Huila	Neiva, Huila
Cobertura	Regional	Local
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/Valor agregado	Leche Cruda de Vaca/ceba F1 cebú por romagnola; maneja sistema extensivo en las fincas.	Levante y ceba de machos cebuinos, cebados en total confinamiento con dieta formulada y pasto de corte
Precios del producto principal/Por mayor y al detal	Por mayor $3.000.000	Por mayor $3.000.000
Canal de distribución	No cuentan con un sistema de logística de distribución.	Comercialización en Supermercado Superior
Formas de pago	Crédito a 8 días	Crédito a 8 días
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
Comité de Ganaderos del Huila	Comercialización de Productos Agropecuarios.
Mi granja	Almacén veterinario con acompañamiento profesional

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, flayer, tarjetas de presentación.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	La organización cuenta con un punto de venta físico ubicado en cada una de sus fincas de los productores realizando la comercialización de manera directa a sus Clientes.
¿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.

¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?	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 nuestro producto.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	Las estrategias que consideramos son las siguientes: 1. Venta directa en nuestro punto físico 2. Venta a intermediarios, mercados nacionales e internacionales, mayoristas. 3. Participación en vitrinas comerciales y ferias agrícolas.

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN / DESCRIPCION

Municipio Neiva, Vereda El Caguan, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

• Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)
Área Rural del municipio de Neiva - Huila, vereda El Caguán
Descripción de área productiva
El área productiva es la unidad productiva de cada uno de los asociados que integran las 4 organizaciones de primer nivel.

Ubicación	Dispone de servicios públicos
Municipio de Neiva	· Acueducto veredal: Sí · Energía eléctrica SI · Gas: No · Teléfono: Sí (Celular)
Formalización del área de trabajo	
(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)	
Agencia nacional de tierras otorgará un terreno.	
Fotografías del área productiva	

5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

	Descripción
Proceso 1: **Compra de semovientes**	Compra de semovientes
Proceso 2: **Alimentación y manejo de semovientes**	Alimentación del Ganado
Proceso 3: **Comercialización**	Venta de machos cebados

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

	Cargo	Principales responsabilidades
VLADIMIR VALBUENA CASTRO	Representante Legal con funciones de Gerente General, Operativa y Comercial	Orientar, dirigir, ejecutar, gestionar y planear las directrices, buscando estrategias y políticas para cumplir las metas trazadas por la empresa. asignados. Suministrar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades. Llevar a cabo la planeación, evaluar y dirigir las operaciones productivas y de las ventas minoristas o mayoristas. Gestionar al personal y asignarle responsabilidades. Evaluar los productos o servicios que se pondrán a la venta.

Por definir	Asesor Contable (Contador Público)	Manejar e interpretar la contabilidad de la organización con la finalidad de producir informes para la gerencia y para terceros (tanto de manera independiente como dependiente), que sirvan para la toma de decisiones.
	Secretaria	Apoyar el área administrativa
	Tesorero	Apoyar el área contable y financiera
Por definir	Operario de Campo (Jornalero)	Coadyuvar al Mayordomo en las actividades de Mantenimiento de Pastos de Corte, Praderas, Cercas y demás actividades culturales.

6 RECURSOS CLAVES

Recurso Clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Picapasto Tres cuchillas	Rendimiento aproximado Potencia requerida motor eléctrico Potencia requerida motor a gasolina Tamaño de corte Velocidad Diámetro del volante Diámetro polea del motor 500 Kg/h 1 HP / 1½ HP 6½ HP 10 / 8 mm. 180 RPM 23"a 25" x 1B 3" x 1B	2	$ 5.000.000	$ 10.000.000
Mezcladora de alimentos para ganado	Mezcladora vertical de alimentos Industrial 400L 4KW I$1.8M granos cereales para ganado aves animales	2	$ 2.800.000	$ 5.600.000

Guadañadora Husqvarna 143 - II	HUSQVARNA 143R-II / Cilindrada 41,5 cm³ Potencia1 1,47 kW Capacidad del tanque 0,94 l Consumo de combustible 653 g/kWh Velocidad de potencia máxima 7.500 rpm Velocidad sin carga 2.500 rpm R.P.M. máximas en salida 5.357 rpm Holgura de electrodo 0,6 mm Velocidad de la conexión del embrague (±120) 3.300 rpm	2	$ 2.800.000	$ 5.600.000
Insumos y herramientas				
Equipos de computo				
Otros				
Semovientes	Tenero cruces de cebu y Romagnola	100	$ 2.000.000	$ 200.000.000
			Valor total inversiones requeridas	**$ 221.200.000**

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)	Macho Cebuino *Romagnola (peso promedio 437 kilogramos en pie) $3.060.000

¿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 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)**
Macho Cebuino *Romagnola (peso promedio 437 kilogramos en pie)	1.030	1.081	1.135

7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Producto	Presentación	Precio de venta de una unidad	Costo de una unidad	Margen por cada unidad
Macho Cebuino *Romagnola (peso promedio 437 kilogramos en pie)	Unidad	$3.060.000	$2.356.129	$703.871

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	$ 47.196.796	$ 566.361.556	$ 594.679.634	$ 624.413.616
Costos Mp	$ 146.406.951	$ 1.756.883.410	$ 1.844.727.580	$ 1.936.963.959
Gastos administrativos	**Presupuesto mensual**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**
Arrendamientos	$0	$0	$0	$0
Servicios Públicos	$90.000	$1.080.000	$1.080.000	$1.080.000
Dotaciones	$25.000	$300.000	$300.000	$300.000
Fletes	$0	$0	$0	$0
Mantenimiento equipos	$10.000	$120.000	$120.000	$120.000
Caja menor	$1.300.000	$15.600.000	$15.600.000	$15.600.000
Comunicación y teléfono	$80.000	$960.000	$960.000	$960.000
Gastos bancarios	$150.000	$1.800.000	$1.800.000	$1.800.000
Gastos de ventas	**Presupuesto mensual**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**
Gastos de representación	$1.200.000	$14.000.000	$14.000.000	$14.000.000
Transportes vendedores	$0	$0	$0	$0
Gastos Domicilios	$0	$0	$0	$0
Valor total		$ 2.357.104.966	$ 2.473.267.214	$ 2.595.237.575

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	$ 221.200.000	$ 489.220.852
Créditos	$ 0	$ 0
Total	$ 221.200.000	$ 489.220.852

Estado de Resultados Proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	$ 3.151.029.748	$ 3.308.581.236	$ 3.474.010.297
(-) COSTO VARIABLE M.P.	$ 1.756.883.410	$ 1.844.727.580	$ 1.936.963.959
(-) COSTO VARIABLE M.O.	$ 566.361.556	$ 594.679.634	$ 624.413.616
(-) COSTOS FIJOS	$ 5.740.000	$ 5.740.000	$ 5.740.000
= UTILIDAD BRUTA	$ 822.044.783	$ 863.434.022	$ 906.892.723
(-) GASTOS FIJOS	$ 46.956.482	$ 21.177.862	$ 18.600.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	$ 145.061.310	$ 152.287.914	$ 157.694.092
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	$ 630.026.990	$ 689.968.246	$ 730.598.631
-intereses	$ 0	$ 0	$ 0
OTROS EGRESOS	$ 40.000.000	$ 0	$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 590.026.990	$ 689.968.246	$ 730.598.631
(-) REINVERSION DE LOS EXCEDENTES	$ 194.708.907	$ 227.689.521	$ 241.097.548
= UTILIDAD NETA	$ 395.318.083	$ 462.278.725	$ 489.501.082

Flujo de caja	año 1	año 2	año 3
Ingresos operativos	$ 3.151.029.748	$ 3.308.581.236	$ 3.474.010.297
egresos operativos	$ 2.516.762.758	$ 2.506.249.420	$ 2.625.641.919
Flujo Operativo	$ 634.266.990	$ 802.331.816	$ 848.368.379
ingresos no operativos	$ 710.420.852	$ 0	$ 0
egresos no operativos	$ 753.754.186	$ 194.708.907	$ 227.689.521
flujo no operativo	-$ 43.333.333	-$ 194.708.907	-$ 227.689.521
Flujo Neto	$ 151.712.804	$ 607.622.909	$ 620.678.858
Saldo anterior	$ 0	$ 151.712.804	$ 759.335.713
Saldo final	$ 151.712.804	$ 759.335.713	$ 1.380.014.571

Análisis Financiero

TIR (Tasa interna de Retorno)	33,93%
VAN (Valor Neto Anual)	$ 289.059.964
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 primer año por valor de $ 395.318.083, 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 33,93% (Formato financiero) 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 $ 289.059.964, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa, a una tasa de descuento del 15%.
Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en 2,5 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 240 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 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 Neiva – 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 con la ejecución de acciones orientadas a prevenir, controlar y reducir los impactos ambientales no apetecidos, compuestos durante la actividad ganadera. Todos estos elementos se encierran en un proceso de mejora continua del proceder ambiental de la actividad. De la misma manera, velamos por el progreso sostenible del medio ambiente, relacionándonos con la legislación ambiental de nuestro país.

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 33% por valor de $ 194.708.907 a partir del segundo año, lo que generará una 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.
Contribuciones a la seguridad social: Las asociaciones y sus empleados suelen contribuir a los sistemas de seguridad social, como los fondos de pensiones y los seguros de salud. Estas contribuciones no solo proporcionan seguridad económica a los trabajadores y sus familias, sino que también pueden ayudar a financiar programas de seguridad social más amplios.