

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
ASOCIACIÓN DE APICULTORES BOTÓN DE ORO**

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

Luis Ángel Pérez Sáenz

Representante legal

Huila, La Argentina, 17 de mayo 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	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.....	14
6	Recursos claves.....	14
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.....	20

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Asociación de Apicultores Botón de Oro	NIT / RUT	813013768-3	
Dirección	Carrera 4 No. 9-04 Barrio Villa del Cambis	Teléfono 1	3133592919	
		Teléfono 2		
Departamento	HUILA	Ciudad/ municipio/ vereda	La Argentina	
Página web		E-mail	apicolegasbotondeoro@gmail.com	
Nombre gerente	Luis Ángel Pérez Saenz	Celular	3133592919	
		Teléfono 1	3148203836	
Cargo (si tiene otro)	Representante legal	Antecedentes	Cuentan con formación académica por parte del SENA y ASOCOOPH	
Nombre del representante legal	Luis Ángel Pérez Saenz			
Experiencia de la empresa en el sector	Cuentan con 18 años experiencia en el sector apícola	Año: 2023	Año: 2024	
Actividad principal	Apicultura	Número de empleados (directos)		
Fecha constitución	10/08/2004	Número de asociados (si aplica)	19	24
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Producción y comercialización de productos orgánicos miel de abeja			
Figura jurídica	Entidad sin ánimo de lucro	Ingresos de asociados	\$ 500.000	

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

MIEL BOTON DE ORO

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 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 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 organización carece de recursos económicos que le permitan ampliar la capacidad de producción y de esta forma cumplir la demanda insatisfecha de los productos como la miel y derivados de la actividad. Además, requieren dar cumplimiento a la normatividad vigente de buenas prácticas de higiene, tales como el envase en vidrio del producto.

Es por eso por lo que, se hace necesario gestionar recursos económicos para la compra de maquinaria y equipos especializados, que le permitan implementar las Buenas Prácticas Apícolas con el fin de obtener una miel pura para satisfacer las necesidades de los clientes, así como también el uso de maquinaria y equipos industriales que permitirán mejorar el proceso de almacenamiento, envasado lo que permitirá obtener una miel fresca e inocua.

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 natural	Miel de Abeja natural
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.	Miel de Abeja 250 ml
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Envase de plástico y etiquetado	Pendón y publicidad física
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	12504 botellas de 250 ml	12504 botellas de 250 ml	Anual/Ventas semestrales	Enero-septiembre	febrero-marzo-abril-mayo-junio-julio-agosto-octubre-diciembre

VARIEDAD/PRECIO.

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar? Fresco o procesado	¿A qué precio va a venderlo?	¿A qué precio va a venderlo?
Miel de abeja	Natural	25.000	25.000

3.2 PROPUESTA DE VALOR

El presente plan de negocios nace de la necesidad de consumo de miel natural, es así como un estudio realizado por el Instituto Humboldt en el año 2022 que el consumo per cápita de miel en Colombia es de 78 gramos de miel al año por persona, aún sigue siendo bajo comparado con el promedio mundial de 386 gramos por persona. Sin embargo, las personas cada vez son más conscientes de la alimentación saludable y buscan productos naturales, que aporten contenido nutricional.

Es por eso por lo que el presente plan de negocios busca dar solución a esa necesidad, mediante la producción y comercialización de productos naturales como la miel, en donde podemos encontrar componentes innovadores en producto y en proceso. En producto con la variedad de productos ofrecidos como el propóleo y el polen, e innovación en proceso, el cual consiste en ubicar el apiario

en zonas con alta riqueza en recursos como la flora, de la cual va a depender la alimentación de las abejas y la obtención de los productos de la colmena, que se ven reflejados en las características organolépticas de los productos y propiedades nutracéuticas, obteniendo productos de alta calidad y 100% naturales.

La Asociación de Apicultores Botón de Oro, ofrece miel 100% pura procedente de abejas melíferas, con olor multifloral intenso con notas fuertes, sabor intenso con notas saladas y consistencia densa, el cual es fuente de fibra, aminoácidos, ácidos grasos esenciales, vitaminas y minerales, además de ser un buen potenciador de defensas.

3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
ASOCOOPH	Nos fortalece en todas las áreas funcionales, contable y tributaria
SENA	Desarrollar, administrar y ejecutar programas de formación profesional integral, en coordinación y en función de las necesidades sociales y del sector productivo en la línea Apícola
Red de apicultores	Grupos apícolas de la región
CAM	Programa de Negocios verdes y financiación de proyectos PROCEDA
Camara de Comercio	Orientación en temas de asociatividad
COAPI	Certificaciones
Gobernación	Fortalecimiento al proceso de transformación de productos derivados de la miel mediante la dotación de activos productivos a productores del departamento del Huila
Alcaldía	Acompañamiento y respaldo a productores apícolas a través de la Dirección Técnica de la Secretaría de Obras e Infraestructura para el fortalecimiento de la actividad apícola y de su sector.

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
Persona Natural	El consumidor final son hombres y mujeres, residentes en la zona rural y urbana del municipio de La Argentina con rangos de edad entre 18 y 80 años, con ocupación empleados.	Municipio de La Argentina, Huila	Habitantes del de la zona urbana y rural del municipio de La Argentina	100	60%

<p>Supermercados y tiendas de barrio</p>	<p>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, compran miel de abejas en presentación en vidrio.</p>	<p>Municipio de La Argentina, Huila</p>	<p>Supermercado La Economía/Deposito La Argentina/Hiper Tienda La Floresta</p>	<p>10</p>	<p>20%</p>
<p>Laboratorios de productos naturales y mayoristas</p>	<p>Los laboratorios de productos naturales, compran insumos como materia prima para ser transformados en productos de gran aporte nutritivo y/o que ayudan al tratamiento de ciertas enfermedades. Realizan pedidos mensuales y compra de contado. Se espera llegar a este nicho de mercado.</p>	<p>Municipio de La Argentina, Huila</p>	<p>Tienda naturista Natural Life/Tienda naturista El Marañón</p>	<p>3</p>	<p>20%</p>
<p>TOTAL</p>					<p>100%</p>

4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

Información competidor	Nombre competidor 1 Local Asociación El Jardín Flotante	Nombre competidor 2 Apisred
Ubicación	Municipio de La Argentina, Huila.	Km 105 vía al Sur, municipio de Rivera, Huila
Cobertura	Comercializa diferentes supermercados de La Argentina y municipios aledaños como La Plata y Tesalia.	Comercializa en el punto de venta y en supermercados de Neiva y municipios de la zona Norte.
Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/Valor agregado	Miel x 300 gramos /Miel x450 gramos /Es una organización reconocida, tienen capacidad instalada, pueden competir con volumen	Miel x 300 gramos /Miel x450 gramos/Tienen reconocimiento en el mercado, utilizan empaque de vidrio rotulado
Precios del producto principal/Al por mayor y al detal	Entre \$20.000 y \$40.000. Al por mayor manejan un 15% de margen de contribución	Entre \$25.000 y \$35.000. Al por mayor manejan un 15% de margen de contribución
Canal de distribución	Supermercados	Punto de venta y supermercados
Formas de pago	Crédito 30 días	Contado 50% Crédito 50%
Venta directa o indirecta	Indirecta a través de intermediarios	Comercialización directa e indirecta (Mayoristas)

4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Edilberto Gómez	Envases y elementos apícolas
Agroinsumos	Vitaminas para las abejas

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Directa: voz a voz, Presentación personalizada, participación en ferias.
Redes sociales	Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp. Actualmente en proceso de creación
Medios de difusión que se van a utilizar	Radio, redes sociales y página web y participación en ferias.

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describa el funcionamiento del canal
¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?	Se cuenta con un punto de venta físico en cada finca de los asociados y/o a domicilio, se toman los pedidos a través de WhatsApp, para comercialización directa a los consumidores finales.
¿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, minimercados y en las Tiendas Naturistas o laboratorio de productos naturales
¿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 la Alcaldía, el SENA y la CAM.
Enumerar todas las estrategias de distribución una a una	1. Estrategias de marketing digital, se encuentra en proceso de creación 2. Se espera 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.

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio La Argentina, Veredas Las Todas, Betania, Cren, el Progreso, Las Minas, Pescador, Bajo Carmen, El mirador, Buenos Aires, Las Águilas, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<ul style="list-style-type: none"> Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc) 	
24 apicultores con un total de 196 colmenas, ubicadas en las diferentes veredas de La Argentina: Las Todas, Betania, Cren, el Progreso, Las Minas, Pescador, Bajo Carmen, El mirador, Buenos Aires, Las Águilas	
Descripción de área productiva	
<ul style="list-style-type: none"> Un metro cuadrado por apiario 	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
Municipio de La Argentina, 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)	
<ul style="list-style-type: none"> Certificado de libertad y tradición a nombre de los asociados 	
Fotografías del área productiva	
	

5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1. Elaboración de la miel	Las abejas extraen el néctar de las flores y almacenan en cámaras hexagonales y sellan con cera.
Proceso 2. Labores culturales	Los apicultores cuidan de la salud de las abejas, y las administran hasta que los panales hayan sellados en su totalidad
Proceso 3. Verificación de postura	Una vez se verifica la postura y miel disponible, se procede a realizar la extracción de esta
Proceso 4. Extracción de la miel	Se extraen los núcleos transportándolos en el portanúcleos hasta la zona de desoperculación
Proceso 5. Desoperculación	Con un peine de púas o cuchillo, se desoperculan los panales y se ubican en el interior de la centrífuga. Girar de izquierda a derecha garantizando una extracción profunda de la miel.
Proceso 6. Centrifugación	Una vez extraída, se dispone sobre bidón de plástico, con malla para evitar impurezas sobre la misma.
Proceso 7. Almacenamiento	Se sella y se almacena hasta que se asiente la miel en el bidón
Proceso 8. Envasado	Se envasa en plásticos herméticos de 250 cc
Proceso 9. Etiquetado	Se pega etiqueta de informativa de la asociación: Nombre, logo, finca de procedencia, contactos, información nutricional.
Proceso 10. Embalaje	Se venden de acuerdo a los pedidos, si existen pedidos superiores a 24 medias se realizan procesos adicionales de embalaje hasta su comercialización
Proceso 11. Comercialización	Se comercializan en puntos de comercio local, veredal e intermunicipal de la Argentina Huila

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
Luis Ángel Pérez Sáenz	Presidente de la Asociación/Rep. Legal	Encargado de gestionar acercamientos y articulaciones interinstitucionales y administrativas de Botón de oro
Constantino Gómez Chicúe	Vicepresidente/Representante legal suplente	Encargado de gestionar todas las actividades relacionadas con el área operativa - productiva y comercial de Botón de Oro
Juan David Gómez	Secretario	Operario apícola
Gamaliel Caro	Tesorero	Operario apícola
Julio César Quiso Bony	Fiscal	Operario apícola
Brandon Jesús Gonzalez	Vocal	Operario apícola

6 RECURSOS CLAVES

Recurso clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Bodega Almacenamiento del producto Miel	Construcción bodega de almacenamiento	1	\$13.851.600	\$13.851.600
Centrífuga de miel	Extractor de Miel o Centrifugadora Herrajes de acero inoxidable Ref 304 Caneca Plástica. Marca Apinal.	1	\$ 1.809.000	\$ 1.809.000

Extractor de miel	<p>Extractor KIWI® radial con jaulas 12c Lang. Extractor radial con jaulas especiales para no romper cuadros con capacidad para 12 cuadros Langstroth. Fabricado en Italia por la marca LEGA. Motor eléctrico 220V / 110W (modelo TOP) fijado en la barra superior, con regulador manual de velocidad para giro entre 0 y 420 RPM con doble sentido de giro, grifo plástico de pulgada y media (Ø 40 mm), tapa abatible transparente con cerradura eléctrica seguridad y 3 robustas patas pintadas.</p>	1	\$3.275.000	\$ 3.275.000
Centrifuga de miel	<p>Nombre del producto: extractor de miel manual de 3 cajas Material: Acero inoxidable. Peso: alrededor de 12 kg Diámetro del cañón: 38CM-15". Altura del soporte desde el suelo: 30. CM-11,8" Tamaño del marco interior: 26*45cm-10,2"*17,7"</p>	1	\$ 2.300.000	\$ 2.300.000
Microscopio trinocular óptico	<p>Cabeza: Cabezal trinocular con inclinación de 30°: WF 10X y WF 25X. Niveles de aumento: 40X, 100X, 250X, 400X, 1000X, 2500X. Objetivo: 4X, 10X, 40X (resorte), 100X (resorte, aceite).</p>	1	\$ 1.425.000	\$ 1.425.000

Insumos y herramientas				
Kit herramientas apicultura: Agarre de marco, cepillo, tenedor de destapado, jaula, ruedas de alambre, rascador de colmena, colector de clip	Material: plástico, acero inoxidable Sostenedor del marco de: Longitud: aproximadamente 13 cm/5,12 pulgadas Cepillo de: Longitud: aproximadamente 41,5 cm/16,34 pulgadas	17	\$ 117.000	\$ 1.989.000
Ahumador acero inoxidable	Material: Acero inoxidable. Diámetro del cañón: 7 cm. Diámetro del cañón: 18 cm	11	\$ 72.000	\$ 792.000
Calentador de electrodo	8x2 cm, 110 V	16	\$ 9.900	\$ 158.400
Traje Apicultor	Material: poliéster. Color: café XL: 58 pulgadas/21 pulgadas/24 pulgadas/63 pulgadas/26 pulgadas/17 pulgadas/10 pulgadas	12	\$ 170.000	\$ 2.040.000
Cuadro de cría alambrado	Dimensiones del Cuadro: 49 cm x 24 cm x 4 cm. Material: Marco de madera con alambrado. Lámina de Cera: 20 cm x 40 cm	48	\$ 5.000	\$ 240.000
Portanucleo	Dimensiones: 53,5 cm x 19,5 cm x 29,5 cm Capacidad: Adecuado para 4 cuadros Uso: Transporte seguro de abejas	17	\$ 50.000	\$ 850.000
Balde plástico con tapa	Capacidad: 20 L	17	\$ 60.000	\$ 1.020.000
Equipos de computo				
Equipo de computo	LENOVO 23,8" Pulgadas , Ryzen 5 - RAM 8GB - Disco SSD 512GB. Pantalla antirreflejo FHD, Imágenes mas claras y nítidas. velocidad y capacidad	1	\$2.500.000	\$ 2.500.000

de almacenamiento estado solido 1 TB. Procesador de 12° generación, mayor rendimiento y velocidad Cámara de alta resolución FHD, videollamadas mas claras. Wifi 6 Mayor velocidad y menor consumo de energía.			
Valor total inversiones requeridas			\$32.250.000

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 250 ml: \$25.000
¿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 abeja (250 ml)	12.504	13.129	13.785

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	250 ml	\$ 25.000	\$18.588	\$ 6.412

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mp	\$ 6.891.788	\$ 82.701.456	\$ 86.836.529	\$ 91.178.355
Costos Mo	\$ 9.350.908	\$ 112.210.896	\$ 117.821.441	\$ 123.712.513
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Servicios Públicos	\$150.000	\$1.800.000	\$1.800.000	\$1.800.000
Gastos bancarios	\$10.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000
Caja menor	\$1.200.000	\$14.400.000	\$14.400.000	\$14.400.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación				
Transportes vendedores				
Gastos Domicilios				
Valor total		\$ 212.312.352	\$ 222.057.970	\$ 232.290.868

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 32.250.000	\$ 40.675.364
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 32.250.000	\$ 40.675.364

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 312.600.000	\$ 328.230.000	\$ 344.641.500
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 82.701.456	\$ 86.836.529	\$ 91.178.355
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 112.210.896	\$ 117.821.441	\$ 123.712.513
(-) COSTOS FIJOS	\$ 13.501.293	\$ 13.501.293	\$ 13.501.293
= UTILIDAD BRUTA	\$ 104.186.355	\$ 110.070.737	\$ 116.249.339
(-) GASTOS FIJOS	\$ 38.456.482	\$ 17.677.862	\$ 15.600.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 56.242.000	\$ 58.767.600	\$ 60.736.980
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 9.487.873	\$ 33.625.275	\$ 39.912.359
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 9.487.873	\$ 33.625.275	\$ 39.912.359
(-) IMPUESTOS	\$ 3.320.755	\$ 11.768.846	\$ 9.978.090
= UTILIDAD NETA	\$ 6.167.117	\$ 21.856.429	\$ 29.934.269

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 312.600.000	\$ 328.230.000	\$ 344.641.500
Egresos operativos	\$ 291.910.834	\$ 243.515.832	\$ 251.670.868
Flujo Operativo	\$ 20.689.166	\$ 84.714.168	\$ 92.970.632
Ingresos no operativos	\$ 72.925.364	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 72.925.364	\$ 3.320.755	\$ 11.768.846
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 3.320.755	-\$ 11.768.846
Flujo Neto	\$ 13.802	\$ 81.393.413	\$ 81.201.786
Saldo anterior	\$ 0	\$ 13.802	\$ 81.407.215
Saldo final	\$ 13.802	\$ 81.407.215	\$ 162.609.001

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	38,56%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 42.023.244
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 \$6.167.117, 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 38,56% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 38%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 42.023.244, 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 un apicultor quien será el encargado del área de operaciones, un vendedor repartidor tiempo completo, una vendedora en punto de venta vinculada por medio tiempo, un contador por prestación de servicios y el representante legal recibirá una bonificación mensual, que beneficiaran a los habitantes del municipio de La Argentina – 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

El plan de negocios es sostenible ambientalmente, ya que las abejas ayudan a la polinización natural de los cultivos, se implementan las buenas prácticas apícolas y a su vez se ayuda a la conservación de la biodiversidad y a la generación de servicios ecosistémicos.

Viabilidad Económica

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

El negocio aportará un pago de impuestos, por \$ 3.320.755 a partir del primer año lo que genera en 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.

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.