

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
ASOCIACION DE APICULTORES CAFETEROS DEL CENTRO DEL HUILA ASOAPICAFE

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

Magda Lorena Avella Pérez

Representante legal

Huila, Garzón, 21 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.....	7
3.3	ALIADOS CLAVES	8
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.....	13
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 APICULTORES CAFETEROS DEL CENTRO DEL HUILA ASOAPICAFE	NIT / RUT	901510476-9	
Dirección	Finca Sevilla, Vereda Guaduales	Teléfono 1	3224027636	
		Teléfono 2		
Departamento	HUILA	Ciudad/ municipio/ vereda	Garzón	
Página web		E-mail	mlorenaabellap@hotmail.com	
Nombre gerente	Magda Lorena Avella Pérez	Celular	3138647907	
		Teléfono 1	3212095626	
Cargo (si tiene otro)	Representante legal	Antecedentes	Cuentan con formación del SENA, y capacitaciones por parte de ASCOOPH	
Nombre del representante legal	Magda Lorena Avella Pérez			
Experiencia de la empresa en el sector	Cuentan con 3 años experiencia en el sector apícola		Año: 2023	Año: 2024
Actividad principal	9499 actividades de otras asociaciones	Número de empleados (directos)		
Fecha constitución	11/08/2021	Número de asociados (si aplica)	41	41
Descripción del objeto (producto/servicio/labor social)	Producción y comercialización de productos orgánicos miel de abeja, propóleo y polen			
Figura jurídica	Entidad sin ánimo de lucro	Ingresos de asociados		\$ 3.000.000

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

ASOAPICAFE

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 - cristalizada Propóleo Polen	Miel de Abeja Propóleo Polen
Principales características	Presentaciones en las que se va a ofrecer
<p>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.</p> <p>Propóleo: Características organolépticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Olor: Multifloral intenso con notas fuertes de propóleo - Color: Ámbar o ámbar claro - Sabor: Sabor intenso con notas saladas y retrogusto ligeramente amargo - Consistencia: Densa <p>Polen: Es el nombre que recibe el polvillo de colores de las flores. Es fuente de fibra, aminoácidos, ácidos grasos esenciales, vitaminas y minerales, además de ser un buen potenciador de defensas.</p>	<p>Miel de Abeja 250 ml Propóleo Gotero 30 ml Polen 300 gramos</p>
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Envase De Vidrio y etiquetado	Solo el que utiliza en el empaque del producto

Fotos de los productos



CAPACIDAD DE PRODUCCION

Nombre del producto o servicio	¿Qué capacidad tengo?	¿Qué capacidad tengo?	¿En qué período?	¿Cuáles son las épocas de mayor producción?	¿Cuáles son las épocas de menor producción?
Miel de abeja (250 ml)	2.000 unidades	2.880 unidades	Anual/ Mensual	Enero- febrero- octubre	marzo-abril-mayo- junio-julio-agosto- septiembre- diciembre
Propóleo (30 ml)	1000 unidades	1336 unidades	Anual/ Mensual	Enero- febrero- octubre	marzo-abril-mayo- junio-julio-agosto- septiembre- diciembre
Polen (300 gramos)	200 unidades	200 unidades	Anual/ Mensual	Enero- febrero- octubre	marzo-abril-mayo- junio-julio-agosto- septiembre- diciembre

VARIEDAD/PRECIO.

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar?	¿A qué precio va a venderlo?
Miel de abeja	Natural	25.000
Propóleo	Natural	15.000
Polen	Natural	20.000

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 nutraceuticas, obteniendo productos de alta calidad y 100% naturales.

La organización, ofrece miel 100% pura procedente de abejas melíferas, con olor multifloral intenso con notas fuertes, propóleo con color ámbar o ámbar claro y sabor intenso con notas saladas y consistencia densa y polen 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	Ofrece capacitación en herramientas digitales con SENOVA
Red de apicultores	Grupos apícolas de la región
CAM	Programa de Negocios verdes y financiación de proyectos PROCEDA
Cámara de Comercio	Orientación en temas de asociatividad

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 por tipo de cliente
Persona Natural	El consumidor final son hombres y mujeres, residentes en la zona rural y urbana del municipio de Garzón con rangos de edad entre 18 y 80 años, con ocupación	Municipio de Garzón	Habitantes del de la zona urbana y rural del municipio de Garzón	100	60%

	empleados e independientes, quienes consumen miel de abeja por salud y por su contenido nutricional, su decisión de compra la basan en la presentación, precio y sabor del producto. El consumidor final compra la miel de abeja en supermercados, tiendas y punto de venta del productor con frecuencia mensual.				
Supermercados y tiendas de barrio	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.	Municipio de Garzón	Supermercado Económico Garzón/Supermercado Laura/Tienda de las Gemelas/Supermercado económico	10	20%
Laboratorios de productos naturales	Los laboratorios de productos naturales compran insumos como materia prima para ser transformados en productos de gran	Municipio de Garzón	Tienda naturista Casa Verde/Tienda naturista belleza y vida	5	20%

aporte nutritivo y/o que ayudan al tratamiento de ciertas enfermedades. Son los principales clientes del propóleo y del polen. Realizan pedidos mensuales y compra de contado. Se espera llegar a este nicho de mercado.				
TOTAL				100%

4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

Información competidor	Nombre competidor 1 Local Apiagro	Nombre competidor 2 Regional Apisred
Ubicación	Vereda Santa Martha, Km.20 vía Zuluaga, Municipio de Garzón, Huila.	Km 105 vía al Sur, municipio de Rivera, Huila
Cobertura	Comercializa diferentes supermercados de Garzón 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 volúmen	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 \$30.000. 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
Bodega plásticos Garzón	Envases en vidrio
Insumos agrícolas Gigante	material orgánico, herramientas y equipos

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

Canales de comunicación	Directa: voz a voz, Presentación personalizada, participación en ferias.
Redes sociales	Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp. Actualmente solo cuentan con Facebook.
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 se cuenta con página web 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 futura se tiene contemplado incursionar en los supermercados 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 apoyados por el SENA 2. Página web, 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. ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio Garzón, Vereda Guaduales, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)	
10 hectáreas entre todos los asociados, las cuales están ubicadas en las diferentes veredas de Garzón, vereda Guaduales.	
Descripción de área productiva	
· 10 hectáreas	
Ubicación	Dispone de servicios públicos
10 hectáreas	<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)	
· 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 Rescate de las abejas	Se recolecta las abejas de las diferentes zonas para ubicarlas en los diferentes apiarios establecidos
Proceso 2- Ubicación de apiarios	Consiste en el establecimiento de los apiarios en las diferentes zonas y fincas establecidas como sitios estratégicos según la florescencia de los cultivos
Proceso 3- Asistencia técnica	Se realiza la aplicación de las BPH
Proceso 4- Preparación de la colmena para la recolección del néctar	Se realiza el establecimiento de todos los insumos para adecuar los apiarios como cuadros, cera, mallas, cajones
Proceso 5- Cosecha	Se dejan de 15 a 20 días para recolectar la cosechar de la miel de cada uno de los apiarios por zonas
Proceso 6- Filtrado	Después de recolectado el producto en canecas, se realiza el filtrado de la miel, con aplicación de buenas prácticas de Higiene.
Proceso 7- Empaque	Se realiza el empaque de los productos en envases de vidrio
Proceso 8- Comercialización	Se hace la comercialización de los productos en los puntos de venta en cada unidad productiva, se hace entrega al consumidor directamente.

5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO

Nombre	Cargo	Principales responsabilidades
MAGDA LORENA ABELLA PEREZ	Representante legal	Cumplir con funciones administrativas
JOSE EMIRO GARCIA	Secretario	Realizar las actas de reuniones de la Asociación
CAMILO MOYANO	Tesorero	Lleva la contabilidad de la empresa
LUIS ALBERTO MARTINEZ	Vicepresidente	Suplir al presidente o representarlo cuando sea requerido

6 RECURSOS CLAVES

Recurso clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria y equipo				
Ahumador	Ahumador en acero inoxidable Jumbo. Implemento para calmar las abejas en el proceso de extracción de los marcos de las colmenas	15	\$ 110.000	\$1.650.000
Centrífuga	Extractor de miel de 24 cuadros Marca: Multi-Sweet Material: acero inoxidable 304. Funciones de seguridad: El extractor está equipado con interruptores de emergencia en ambos extremos de la viga. La cesta interior se detiene automáticamente cuando se abre la tapa, lo que mejora la seguridad durante el funcionamiento.	1	\$23.000.000	\$23.000.000
Estampador de cera	Máquina De Cera De Abejas Molde De Estampado Manual Prensa D. Material: aleación de aluminio. Peso bruto: 8650 g/305.12 oz. Tamaño del producto: 42 x 25.5 x 22 cm/16.54 x 10.04 x 8.66 pulgadas	2	\$ 2.672.000	\$ 5.344.000
Insumos y herramientas				
Envases	Envase De Vidrio y etiquetado	600	\$ 2.200	\$ 1.320.000
Coladores	Industriales	5	\$ 27.000	\$ 135.000

Canecas	Plásticas de 30 kilogramos	16	\$ 75.000	\$ 1.200.000
Cuchillos	Metálicos	5	\$ 12.000	\$ 60.000
Pinzas	Pinzas metálicas	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Cajón completo apiaro	Núcleos De Abejas Tetragonisca Angustula	30	\$ 150.000	\$ 4.500.000
	Cajas Inteligente De 5 Compartimento	30	\$ 60.000	\$ 1.800.000
	Bases En Tubo PVC Con Plataformas	30	\$ 20.000	\$ 600.000
	Techos Ecológicos Para Colmenas	30	\$ 20.000	\$ 600.000
Equipos de computo				
Equipo de computo	Computador All In One LENOVO 27" Pulgadas IdeaCentre Aio 3 - 27ALC6 - AMD Ryzen 7 - RAM 16GB - Disco SSD 1TB - Negro. Pantalla antirreflejo Full HD, Visión más clara y nítida. Marcos ultra delgados, mayor visión y detalle de pantalla. Gráficos integrados AMD Radeon, Mayor rendimiento video HD. Variedad en Puertos para que conectes lo que quieras 1TB de almacenamiento estado solido, capacidad y velocidad	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Otros				
Equipos de protección	El Kit de protección apícola premium incluye un overol en dril súper 8, una careta tipo esgrima con ángulo en fibra de vidrio y guantes tipo ingeniero reforzados en palma y dedos. Talla ajustable según requerimiento.	8	\$ 150.000	\$ 1.200.000
Valor total inversiones requeridas				\$45.469.000

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 Propóleo Gotero 30 ml: \$15.000 Polen 300 gramos: \$20.000
¿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)	2.880	3.024	3.175
Propóleo (30 ml)	1.336	1.402	1.1472
Polen (300 gramos)	200	210	220

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	\$11.301	\$ 13.699
Propóleo	30 ml	\$ 15.000	\$6.544	\$8.456
Polen	300 gr	\$ 20.000	\$8.840	\$11.160

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mp	\$ 982.333	\$ 11.788.000	\$ 12.377.400	\$ 12.996.270
Costos Mo	\$ 1.870.197	\$ 22.442.368	\$ 23.564.486	\$ 24.742.711
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	50.000	600.000	600.000	600.000
Caja menor	800.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación				
Transportes vendedores				
Gastos Domicilios				
Valor total		46.230.368	47.941.886	49.738.981

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 45.469.000	\$ 245.583
Créditos	0	
Total	\$ 45.469.000	\$ 245.583

Estado de Resultados Projectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 96.040.000	\$ 100.842.000	\$ 105.884.100
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 11.788.000	\$ 12.377.400	\$ 12.996.270
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 22.442.368	\$ 23.564.486	\$ 24.742.711
(-) COSTOS FIJOS	\$ 11.607.733	\$ 11.607.733	\$ 11.607.733
= UTILIDAD BRUTA	\$ 50.201.899	\$ 53.292.380	\$ 56.537.386
(-) GASTOS FIJOS	\$ 15.700.000	\$ 10.700.000	\$ 10.200.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 27.562.000	\$ 28.653.600	\$ 29.117.280
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 6.939.899	\$ 13.938.780	\$ 17.220.106
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 6.939.899	\$ 13.938.780	\$ 17.220.106
(-) IMPUESTOS	\$ 2.428.965	\$ 4.878.573	\$ 4.305.026
= UTILIDAD NETA	\$ 4.510.934	\$ 9.060.207	\$ 12.915.079

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 96.040.000	\$ 100.842.000	\$ 105.884.100
Egresos operativos	\$ 79.792.368	\$ 67.821.886	\$ 69.118.981
Flujo Operativo	\$ 16.247.632	\$ 33.020.114	\$ 36.765.119
Ingresos no operativos	\$ 45.714.583	\$ 0	\$ 0
Egresos no operativos	\$ 45.714.583	\$ 2.428.965	\$ 4.878.573
Flujo no operativo	\$ 0	-\$ 2.428.965	-\$ 4.878.573
Flujo Neto	\$ 16.002.049	\$ 30.591.149	\$ 31.886.546
Saldo anterior	\$ 0	\$ 16.002.049	\$ 46.593.198
Saldo final	\$ 16.002.049	\$ 46.593.198	\$ 78.479.744

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	28,90%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 12.297.467
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	3 años

7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

Según la información financiera obtenida en el Plan de Negocio se obtendrán utilidades a partir del segundo año por valor de \$ 9.060.207, 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 28,90% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 28%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 12.297.467, 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 Garzón – 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 \$11.612.564 en los años productivos 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.