

**PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN ASOCIACIÓN DE APICULTORES Y  
PRODUCTORES DE ABEJAS ASOPIABA DE BARAYA HUILA**

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila

ASOCOOPH

Presentado por:

**Wilmar Silva Zambrano**

**Presidente**

Baraya Huila, 15 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 .....	14
5.4 NECESIDADES DE RECURSO HUMANO.....	15
6 Recursos claves.....	16
7 Plan financiero .....	16
7.1 PROYECTANDO MIS INGRESOS .....	16
7.2 ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS .....	17
7.3 ANALISIS FINANCIERO .....	18
7.4 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	19

## 1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
<b>Nombre organización</b>	Asociación de Apicultores y Productores de Abejas ASOPIABA de Baraya Huila	<b>NIT / RUT</b>	901414060-8	
<b>Dirección</b>	Carrera 2 C 1A 37	<b>Teléfono 1</b>	3129179525	
		<b>Teléfono 2</b>		
<b>Departamento</b>	HUILA	<b>Ciudad/ municipio/ vereda</b>	Baraya	
<b>Página web</b>		<b>E-mail</b>	<a href="mailto:wilmarsilvazambrano@gmail.com">wilmarsilvazambrano@gmail.com</a>	
<b>Nombre gerente</b>	Wilmar Silva Zambrano	<b>Celular</b>	3129179525	
		<b>Teléfono 1</b>		
<b>Cargo (si tiene otro)</b>	Presidente	<b>Antecedentes</b>	La representante legal y la mayoría de los asociados cuenta con formación y fortalecimiento en la parte apícola brindada por el SENA.	
<b>Nombre del representante legal</b>	Wilmar Silva Zambrano			
<b>Experiencia de la empresa en el sector</b>	4 años	<b>Año: 2023</b>	<b>Año: 2024</b>	
<b>Actividad principal</b>	9499 actividades de otras asociaciones	<b>Número de empleados (directos)</b>		
<b>Fecha constitución</b>	8/09/2020	<b>Número de asociados (si aplica)</b>	13	20

<b>Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)</b>	Producción y comercialización de miel de abejas.			
<b>Figura jurídica</b>	Entidad sin ánimo de lucro	<b>Ingresos de asociados</b>		

## 2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Producción y Comercialización de Miel de Abeja ASOPIABA

### 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 aumentara 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.

La principal problemática que enfrenta la asociación en la actualidad radica en la limitación de recursos económicos, lo que dificulta su capacidad para expandir la producción y satisfacer la creciente demanda de miel de abejas. Esta limitación de recursos impide la adquisición de equipos y tecnología necesarios para mejorar los procesos de producción y comercialización, así como para cumplir con estándares de calidad y seguridad alimentaria cada vez más exigentes. El presente plan de negocios busca abordar esta problemática mediante la identificación y gestión de recursos necesarios para fortalecer la infraestructura, adquirir

maquinaria adecuada. De esta manera, se espera aumentar la capacidad productiva y mejorar la competitividad de la asociación en el mercado, permitiéndole satisfacer la demanda existente y captar nuevos clientes, lo que contribuirá a su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo.

### 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	Miel de Abeja
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 de 750 gr, 500 gr
Empaques a utilizar	Material publicitario (opcional)
Envase De Vidrio de boca ancha y angosta etiquetado.	Solo el que utiliza en el empaque del producto, una de las metas a mediano plazo es comenzar a realizar toda la parte de marketing digital de tal manera que puedan darse a conocer dentro y fuera del municipio. Así como la utilización de ayudas de marketing como pendones y gorras con el logo de la asociación.

## 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	500 Kilogramos	4100 unidades 500gr	Anual	Marzo, Septiembre	Enero, Febrero, Octubre, Noviembre y Diciembre

## VARIEDAD/PRECIO.

Nombre del producto o servicio	¿En qué variedades se pueden encontrar?	¿A qué precio va a venderlo?
Miel de abeja	Natural	\$18.000 500gr

## 3.2 PROPUESTA DE VALOR

Nuestro valor agregado se centra en ofrecer miel de abejas de alta calidad, producida de manera sostenible y responsable por nuestro grupo asociativo. Esto garantiza al cliente un producto natural y saludable, con todos los beneficios nutricionales y organolépticos de la miel pura. Al mismo tiempo, ayudamos a

resolver el problema de la escasez de productos naturales y saludables en el mercado, ofreciendo una alternativa confiable y accesible para aquellos que buscan opciones alimenticias más conscientes.

Satisfacemos las necesidades del cliente al proporcionar un producto auténtico y de calidad, respaldado por prácticas apícolas responsables y un compromiso con la salud y el bienestar. Nuestro componente innovador radica en la implementación de técnicas modernas de producción y enfoques sostenibles que garantizan la calidad y trazabilidad del producto desde la colmena hasta el consumidor final. Lo que nos diferencia de la competencia es nuestra dedicación a la calidad y la sostenibilidad, lo que nos permite ofrecer una miel fresca y auténtica con un valor agregado significativo.

### 3.3 ALIADOS CLAVES

Aliado	Papel que desempeña
<b>ASOCOOPH</b>	Promueve e integra a las entidades de economía solidaria del departamento del Huila bajo los preceptos de la doctrina universal del cooperativismo.
<b>SENA</b>	Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo.
<b>GOBERNACIÓN DEL HUILA</b>	Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas, a través del Proyecto "Fortalecimiento de las capacidades productivas para el desarrollo de la actividad apícola en el departamento del Huila" financiado con recursos por más de \$1.300 millones de pesos.
<b>CAM</b>	Asistencia técnica para la implementación de buenas prácticas apícolas en el departamento del Huila.

## 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
<b>Persona Natural</b>	El consumidor final son hombres y mujeres, residentes en la zona rural y urbana del municipio de Baraya Huila, con rangos de edad entre 18 y 80 años, con ocupación 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 en punto de venta del productor con frecuencia mensual.	Municipio de Baraya Huila	Residentes del Municipio de Baraya huila	150	40%

<p><b>Supermercados y Tiendas de Productos Naturales</b></p>	<p>Se espera alcanzar a este cliente, ya que actualmente nuestra producción se vende directamente al consumidor. Este segmento de clientes busca exclusivamente productos 100% naturales, presentados de manera atractiva. Son compradores habituales que adquieren miel de abejas en envases de vidrio, realizando sus compras mensualmente y pagando al contado. (Este segmento de clientes hace parte de los clientes objetivos a conseguir).</p>	<p>Municipio de Colombia Huila y Neiva</p>	<p>SuperCol, Supermercado Popular, Tienda Naturista la María</p>	<p>100</p>	<p>30%</p>
<p><b>Fabricantes de productos Naturales y Alimenticios</b></p>	<p>Se trata de empresas dedicadas a la fabricación de productos naturales que utilizan la miel de abejas como materia prima principal en la elaboración de sus productos. (Este segmento de clientes hace parte de los clientes objetivos a conseguir).</p>	<p>Neiva</p>	<p>Origen Alimentos S.A.S Industria de Alimentos Dagusto S.A.S</p>	<p>3</p>	<p>20%</p>
<p><b>Clientes Ocasional es</b></p>	<p>Son clientes ocasionales que compran nuestros productos en Ferias Comerciales, Mercados Campesinos, Ruedas de Negocios. Su preferencia de compra la realizan por la excelente calidad de nuestro producto, así como los beneficios que este ofrece para su salud y nutrición.</p>	<p>Baraya Neiva Bogotá (Corferias)</p>	<p>Residentes del sector donde se desarrolla cada uno de los eventos.</p>	<p>50</p>	<p>10%</p>
<p><b>TOTAL</b></p>					<p><b>100%</b></p>

## 4.2 COMPETENCIA

Se Identifica Los Principales Competidores Del Mercado Objetivo:

Información competidor	Nombre competidor 1 Regional: Aspired	Nombre competidor 2 Local: Apitello
<b>Ubicación</b>	Km 105 vía al Sur, municipio de Rivera, Huila	Zona rural del municipio de Baraya, Huila.
<b>Cobertura</b>	Comercializa en el punto de venta y en supermercados de Neiva y municipios de la zona Norte.	Comercializa directamente en el municipio de Baraya.
<b>Presentación del SERVICIO PRINCIPAL/VALOR AGREGADO</b>	Miel x 300 gramos /Miel x450 gramos, 100% Natural, Producto obtenido con buenas prácticas apícolas, lo que garantiza un producto de excelente calidad.	Miel 450 gramos, 100% Natural, Producto obtenido con buenas prácticas apícolas, lo que garantiza un producto de excelente calidad.
<b>Precios del producto principal/Por Mayor y al Detal</b>	Entre \$25.000 y \$35.000	Entre \$18.000 y \$45.000
<b>Canal de distribución</b>	Punto de venta y supermercados	Personales naturales
<b>Formas de pago</b>	Contado y 50% Crédito	Contado
<b>Venta directa o indirecta</b>	Comercialización directa e indirecta (Mayoristas)	Directa

### 4.3 PROVEEDORES

Proveedor	Tipo de servicio o producto que suministra
Vidrios Huila	Envases en vidrio
Hialografías	Marquillas
Apicultura al día	Alambre, Cera para las abejas

### 4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

<b>Canales de comunicación</b>	Directa: Voz a voz, Presentación personalizada, participación en ferias y mercados campesinos.
<b>Redes sociales</b>	Facebook, Instagram, WhatsApp. En este momento no cuentan con ninguna. Quieren comenzar a implementar Facebook.
<b>Medios de difusión que se van a utilizar</b>	Radio, Facebook y participación en ferias y mercados campesinos.

### 4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Canal	Describe el funcionamiento del canal
<b>¿Qué canal de distribución directo vamos a usar?</b>	Actualmente cada asociación realiza la distribución del producto de manera directa. Se busca en un mediano plazo contar con un punto de venta directamente en el casco urbano del municipio.
<b>¿Qué canal de distribución indirecto vamos a usar?</b>	Actualmente no se utiliza el canal de distribución indirecto, sin embargo, a futuro se tiene contemplado incursionar en los supermercados y en las Tiendas Naturistas, además de incursionar en el mercado de transformación de la miel en otros productos, para ampliar su línea de productos.

<p><b>¿Cómo se va a informar a los clientes el canal mediante el cual pueden adquirir los productos/servicios?</b></p>	<p>Por medio de voz a voz, especialmente participación en ferias organizadas por Asocooph, Alcaldía Municipal, el SENA y la CAM, la Gobernación del Huila.</p>
<p><b>Enumerar todas las estrategias de distribución una a una</b></p>	<p>1. Estrategias de marketing digital y de contenidos. 2. Creación del perfil en Facebook para 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. 3. Fortalecer la presencia en ferias empresariales, donde también se pueden generar vínculos comerciales con otras organizaciones.</p>

## 5. ESTUDIO TECNICO

### 5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Zona rural del Municipio de Baraya, Departamento Huila.

### 5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

<p><b>Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc)</b></p>
<p>Fincas de cada uno de los socios de la asociación que se encuentran ubicadas en la zona rural del municipio de Baraya en el departamento del Huila.</p>
<p><b>Descripción de área productiva</b></p>
<p>24 apiarios entre todos los asociados, que se encuentran ubicadas en las veredas, veredas Totumito, San Pablo, Turquestán. Las perlas, Naranjales, Laureles, Filoseco, Venadito del municipio de Baraya y Las Mercedes y la Estrella del municipio de Tello.</p>

Ubicación	Dispone de servicios públicos
<p>Zona rural del Municipio de Baraya Huila, veredas Totumito, San Pablo, Turquestán. Las perlas, Naranjales, Laureles, Filoseco, Venadito y Las Mercedes y la Estrella del municipio de Tello.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Agua: SI</li> <li>· Luz /Tipo de energía: SI</li> <li>· Gas: En pipeta</li> <li>· Teléfono: Celular</li> </ul>

#### Formalización del área de trabajo

(Contrato/ Comodato/ Arriendo etc)

Fincas de cada uno de los socios de la asociación.

#### Fotografías del área productiva



### 5.3 PROCESOS DE PRODUCCION Y OPERACIÓN DE LA ORGANIZACION

Etapas del Proceso	Descripción
Proceso 1 <b>Rescate de las abejas</b>	Se recolecta las abejas de las diferentes zonas para ubicarlas en los diferentes apiarios establecidos
Proceso 2- <b>Ubicación de apiarios</b>	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- <b>Asistencia técnica</b>	Se realiza la aplicación de las BPH
Proceso 4- <b>Preparación de la colmena para la recolección del néctar</b>	Se realiza el establecimiento de todos los insumos para adecuar los apiarios como cuadros, cera, mallas, cajones
Proceso 5- <b>Cosecha</b>	Se dejan de 15 a 20 días para recolectar la cosechar de la miel de cada uno de los apiarios por zonas
Proceso 6- <b>Filtrado</b>	Después de recolectado el producto en canecas, se realiza el filtrado de la miel, con aplicación de buenas prácticas de Higiene.
Proceso 7- <b>Empaque</b>	Se realiza el empaque de los productos en envases de vidrio
Proceso <b>Comercialización</b>	8- 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
Wilmar Silva Zambrano	Representante legal	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como realizar actividades de tipo comercial.
Tirson Gonzales	Fiscal	Velar por el cumplimiento de las normas establecidas en la asociación, del mismo modo que de los recursos.
Henry Bastidas	Vicepresidente	Apoyar al presidente en sus labores administrativas y comerciales.
María Adelaida Giraldo	Secretaria	Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo.

## 6 RECURSOS CLAVES

Recurso clave Requerido	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Maquinaria y equipo</b>				
Centrífuga	Extractor de Miel o Centrifugadora   Herrajes de acero inoxidable Ref 304 Caneca Plástica. Marca Apinal.	20	\$ 1.500.000	\$ 30.000.000
<b>Valor total inversiones requeridas</b>				<b>\$30.000.000</b>

## 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 500 gr: \$18.000
¿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 (En Unidades) 1	TOTAL AÑO (En Unidades) 2	TOTAL AÑO (En Unidades) 3
Miel de Abejas 500gr	4.100	4.305	4.520

## 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	500 gr	\$ 18.000	\$6.397,35	\$ 11.602,65

Costos operativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Mo	\$1.228.018	\$ 14.736.220	\$ 15.473.031	\$ 16.246.683
Costos Mp	\$616.076	\$ 7.392.915	\$ 7.762.561	\$ 8.150.689
Gastos administrativos	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Acueducto	\$15.000	\$180.000	\$180.000	\$180.000
Energía	\$20.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000
Comunicación y Teléfono	\$30.000	\$360.000	\$360.000	\$360.000
Gastos de ventas	Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
<b>Valor total</b>		\$22.909.135	\$24.015.592	\$25.177.372

### 7.3 ANALISIS FINANCIERO

#### Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	\$ 30.000.000	\$ 25.000.000
Créditos	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 30.000.000	\$ 25.000.000

#### Estado de Resultados Projectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 73.800.000	\$ 77.490.000	\$ 81.364.500
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 7.392.915	\$ 7.762.561	\$ 8.150.689
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 14.736.220	\$ 15.473.031	\$ 16.246.683
(-) COSTOS FIJOS	\$ 26.276.482	\$ 5.497.862	\$ 5.497.862
= UTILIDAD BRUTA	\$ 25.394.383	\$ 48.756.546	\$ 51.469.267
(-) GASTOS FIJOS	\$ 12.460.000	\$ 1.460.000	\$ 360.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 4.500.000	\$ 4.705.000	\$ 4.920.250
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 8.434.383	\$ 42.591.546	\$ 46.189.017
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 8.434.383	\$ 42.591.546	\$ 46.189.017
(-) IMPUESTOS	\$ 2.952.034	\$ 14.907.041	\$ 11.547.254
= UTILIDAD NETA	\$ 5.482.349	\$ 27.684.505	\$ 34.641.762

### Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Ingresos operativos</b>	\$ 73.800.000	\$ 77.490.000	\$ 81.364.500
<b>Egresos operativos</b>	\$ 62.365.617	\$ 27.593.454	\$ 25.577.371
<b>Flujo Operativo</b>	\$ 11.434.383	\$ 49.896.546	\$ 55.787.129
<b>Ingresos no operativos</b>	\$ 55.000.000	\$ 0	\$ 0
<b>Egresos no operativos</b>	\$ 55.000.000	\$ 2.952.034	\$ 14.907.041
<b>Flujo no operativo</b>	\$ 0	-\$ 2.952.034	-\$ 14.907.041
<b>Flujo Neto</b>	\$ 11.434.383	\$ 46.944.512	\$ 40.880.087
<b>Saldo anterior</b>	\$ 0	\$ 11.434.383	\$ 58.378.895
<b>Saldo final</b>	\$ 11.434.383	\$ 58.378.895	\$ 99.258.983

### Análisis financiero:

<b>TIR (Tasa interna de Retorno)</b>	30,20%
<b>VAN (Valor Neto Anual)</b>	\$ 17.319.058
<b>PRI (Período de Retorno de la Inversión)</b>	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 \$ 27.684.505, 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 30,20%, es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 30%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 17.319.058, 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, Operario de campo. Para lo cual se utilizarán 246 jornales en total por año para atender el total de la producción 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 y al representante legal se vincularán de nómina, en reconocimiento por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Baraya – Huila, adicional que estaremos contribuyendo con unos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia, como lo son: Fin de la Pobreza, Salud y Bienestar, Igualdad y Género, Trabajo Decente y Crecimiento Económico, Producción y Consumo Responsable.

## **Viabilidad Ambiental**

Estamos comprometidos firmemente a implementar acciones destinadas a prevenir, controlar y reducir los impactos ambientales no deseados generados por nuestra actividad. Estas medidas forman parte de un proceso continuo de mejora ambiental en todas nuestras operaciones. Asimismo, nos esforzamos por promover el progreso sostenible del medio ambiente, cumpliendo rigurosamente con la legislación ambiental de nuestro país y buscando siempre prácticas que minimicen nuestro impacto en el entorno.

## **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 35% por valor de \$14.907.041 a partir del segundo 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.

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 sólo proporcionan seguridad económica a los trabajadores y sus familias, sino que también pueden ayudar a financiar programas de seguridad social más amplios.