

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
ASOCIACIÓN DE APICULTORES Y ECOAGROPECUARIO DE TELLO - APITELLO

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila
ASOCOOPH

Presentado por:

Armando Sánchez Mosquera

Tello- Huila, 18 de marzo de 2024

2

CONTENIDO

| | | |
|-----|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 1. | CARACTERIZACION DE LA ORGANIZACIÓN | 3 |
| 2. | NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO | 4 |
| 2.1 | JUSTIFICACION | 4 |
| 3. | DESCRIPCION DEL NEGOCIO / ESTUDIO DE MERCADO | 5 |
| 3.1 | PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO | 4 |
| 3.2 | PROPUESTA DE VALOR | 7 |
| 3.3 | ALIADOS CLAVES | 7 |
| 4. | MERCADEO | 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 | 14 |
| 6 | RECURSOS CLAVES | 14 |
| 7 | PLAN FINANCIERO | 23 |
| 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 | Asociación de Apicultores y Ecoagropecuario de Tello - Apitello | NIT / RUT | 901516452-1 | |
| Dirección | Calle 5 # 5-37 | Teléfono 1 | 3209619782 | |
| | | Teléfono 2 | | |
| Departamento | HUILA | Ciudad/ municipio/ vereda | Tello | |
| Página web | | E-mail | apitello8@gmail.com | |
| Nombre gerente | Armando Sánchez Mosquera | Celular | 3209619782 | |
| | | Teléfono 1 | | |
| Cargo (si tiene otro) | Presidente | Antecedentes | El representante legal cuenta con formación del SENA como Técnico Apicultor | |
| Nombre del representante legal | Armando Sánchez Mosquera | | | |
| Experiencia de la empresa en el sector | Cuentan con 2 años y 7 meses de experiencia en el sector apícola | Año: 2023 | Año: 2024 | |
| Actividad principal | 9499 actividades de otras asociaciones | Número de empleados (directos) | 53 | 53 |
| Fecha constitución | 31/08/2021 | Número de asociados (si aplica) | 53 | 53 |
| Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social) | Producción y comercialización de productos orgánicos miel de abeja y extracto de propóleo | | | |
| Figura jurídica | Entidad sin ánimo de lucro | Ingresos de asociados | \$ 450.000 | |

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

PRODUCTORES DE MIEL LA APITELLO

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.

En la actualidad, la asociación se enfrenta a la limitación de recursos económicos que impide expandir su capacidad de producción y satisfacer la creciente demanda de sus productos, especialmente la miel y sus derivados. Esta demanda insatisfecha representa una oportunidad significativa de crecimiento para la organización, ya que existe un mercado potencial en constante crecimiento tanto a nivel local como regional.

La falta de capacidad de producción para cubrir esta demanda resulta en la pérdida de oportunidades comerciales y en la incapacidad de

aprovechar al máximo el potencial del negocio. Por lo tanto, es crucial obtener los recursos necesarios para invertir en la ampliación de la capacidad de producción, lo que permitirá a la asociación capitalizar plenamente las oportunidades de mercado y satisfacer las necesidades de los consumidores.

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 Extracto de Propóleo | Miel de Abeja Extracto de Propóleo |
| 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. Propóleo: Características organolépticas: - 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 | Miel de Abeja 300 gr 500 gr 1000 gr Extracto de Propóleo 300 gr |
| 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 proyecto? | ¿En qué período? | ¿Cuáles son las épocas de mayor producción? | ¿Cuáles son las épocas de menor producción? |
|--------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Miel de abeja | 24.500 gr | 580.000 gr | Quintimestre | Enero-febrero-octubre | marzo-abril-mayo-junio-julio-agosto-septiembre-diciembre |
| Propóleo | 3.000 gr | 144.000 gr | Quintimestre | 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 |
| Extracto de Propóleo | Natural | 20.000 |

3.2 PROPUESTA DE VALOR

El plan de negocios de la asociación Apitello surge de la necesidad de aumentar la producción y consumo de miel natural. Según un estudio del Instituto Humboldt en 2022, el consumo per cápita de miel en Colombia es bajo, con solo 78 gramos al año por persona, en comparación con el promedio mundial de 386 gramos. Sin embargo, existe una creciente conciencia sobre la importancia de una alimentación saludable y la preferencia por productos naturales y nutritivos.

Para abordar esta necesidad, el plan de negocios se enfoca en la producción y comercialización de productos naturales como la miel, con componentes innovadores tanto en el producto como en el proceso. En cuanto al producto, ofrecemos una variedad que incluye propóleo y polen, destacando la calidad y pureza de nuestra miel, procedente de abejas melíferas que se alimentan de una rica flora local. Esto se traduce en características organolépticas distintivas y propiedades nutracéuticas, asegurando productos de alta calidad y totalmente naturales.

La Asociación de Apicultores y Ecoagropecuario de Tello proporciona miel 100% pura con un aroma intenso y Multifloral y propóleo de color ámbar con un sabor intenso. Nuestros productos se distinguen por su calidad y origen natural, satisfaciendo la demanda de los consumidores conscientes de la salud y el bienestar.

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. |
| SENA | Elaborar, gestionar y llevar a cabo programas de capacitación integral, en colaboración y adaptados a las demandas tanto sociales como del ámbito productivo. |
| GOBERNACIÓN DEL HUILA | Apoyo técnico y financiero, fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas. |
| CAM | Programa de Negocios verdes y financiación de proyectos PROCEDA |
| ALCALDIA DE TELLO | Gestión de recursos (local) para tener un punto físico de venta y exhibición de los productos. |
| CRUZ ROJA | Capacitación y entrega de kit de primeros auxilios |

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 |
|-----------------|-----------------------------|-----------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
|-----------------|-----------------------------|-----------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|

| | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------------------------|------------|--------------------|
| <p style="text-align: center;">Persona natural</p> | <p>El consumidor final son hombres y mujeres, residentes en la zona rural y urbana del municipio de Algeciras 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 directamente a los asociados y en el punto de venta con frecuencia mensual.</p> | <p>Municipio de Tello</p> | <p>vecinos del municipio y veredas del municipio de Tello</p> | <p>124</p> | <p>80%</p> |
| <p style="text-align: center;">Instituciones Públicas y Privadas)</p> | <p>como hogares comunitarios, escuelas, hospitales o cárceles podrían adquirir la miel para su uso en la preparación de alimentos.</p> | <p>Municipios del Huila</p> | <p>compras públicas locales ICBF PAE entre otras</p> | <p>31</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 Asopiaba | Nombre competidor 2 Regional Apisred |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ubicación | Vereda Naranjales, Municipio de Baraya, Huila. | Km 105 vía al Sur, municipio de Rivera, Huila |
| Cobertura | Comercializa directamente en el municipio de Baraya. | Comercializa en el punto de venta y en supermercados de Neiva y municipios de la zona Norte. |
| Presentación del SERVICIO PRINCIPAL | Miel 450 gramos | Miel x 300 gramos /Miel x450 gramos |
| Precios del producto principal | Entre \$20.000 a 18.000 x caja x 30 | Entre \$25.000 y \$35.000 descuento del 10% por caja x 30 |
| Canal de distribución | Personales naturales | Punto de venta y supermercados |
| Formas de pago | Contado | Contado 50% Crédito 50% |
| Venta directa o indirecta | Directa | Comercialización directa e indirecta (Mayoristas) |

4.3 PROVEEDORES

| Proveedor | Tipo de servicio o producto que suministra |
|-------------------------|--------------------------------------------------|
| Solo Envases del Huila | Envases en vidrio de cuello ancho |
| Central ferretera Tello | Materiales como mallas, alambres, puntillas, etc |

4.4 RELACIONAMIENTO CON CLIENTES

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

4.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

| Canal | Describe 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. Se está gestionando un local con la alcaldía municipal para tener un sitio de venta directamente en el casco urbano del municipio. |
| ¿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 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. |
| ¿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 y de contenidos. 2. Crear en 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. |

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio Tello, Departamento Huila.

5.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL ÁREA PRODUCTIVA

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tipo de área productiva (Local, habitación, casa, finca etc) | |
| 300 colmenas entre todos los asociados, que se encuentran ubicadas en las veredas de San Andrés, Bolivia, La estrella, Sierra del gramal, Cucuana, Buena vista, Candado, Puertas del sol, el Rubí, casco urbano de Tello. | |
| Descripción de área productiva | |
| 300 colmenas | |
| Ubicación | Dispone de servicios públicos |
| Zona rural del Municipio de Tello | <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) | |
| 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 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 Comercialización | 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 |
|-------------------------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Armando Sánchez Moquera | Representante legal | Coordinar y gestionar relaciones y recursos que potencien la actividad del grupo asociativo, así como la realización de gestión comercial en ferias agrícolas y la parte administrativa. |
| Armando Solano | Fiscal | Velar por el cumplimiento de las normas establecidas en la asociación, del mismo modo que de los recursos. |

6 RECURSOS CLAVES

| Recurso clave Requerido | Descripción | Cantidad | Valor unitario | Valor total |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|--------------|
| Maquinaria y equipo | | | | |
| Máquina para elaborar marcos para elaboración de colmenas. | Ficha técnica del equipo: Motor de 1Hp clase S1 (trabajo continuo).110V - 220V 50/60Hz monofásico Estructura metálica de 2,5mm Guías y topes para el corte de la madera. Mandrill al final. Garantía del equipo de 6 meses. | 1 | \$ 4.020.000 | \$ 4.020.000 |
| Sierra circular de banco | SIERRA DE MESA STANLEY 1800W 10" SST1801-B3 Referencia SST1801-B3 Marca STANLEY HERRAMIENTA ELECTRICA. - Incluye banco, ruedas y hojas de | 1 | \$ 1.550.000 | \$ 1.550.000 |

| | | | | |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--------------|--------------|
| | <p>sierra 10". Voltaje: 120 V.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Frecuencia: 60 Hz. - Potencia: 1800 W. - Velocidad: 4,800 RPM - Diámetro de la hoja: 10" (254 mm). - Peso: 23 Kg | | | |
| Cepillo canteadora | <p>Cepillo Canteadora 8 2h, 1500w, Einhell. Modelo TC-SP 204 Voltaje 110V. Diseño robusto y macizo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mesa de superficie de aluminio con tope inclinable para enrutamiento • Cepillo con soportes de pieza extraíbles • Extracción de virutas para mantener limpio el lugar de trabajo • Pies amortiguadores de vibraciones para una fijación seguro y silencioso • Interruptor contra sobrecargas, interruptor de tensión cero para una operación segura | 1 | \$ 2.235.000 | \$ 2.235.000 |
| Cepillo Madera de Mesa o Banco 12.5 Pulgadas | <p>Marca truper. Cabezal con 2 cuchillas de corte Mesa de acero Potencia nominal: 2 1/4 HP (1,600 W) Espesor máximo de corte: 6" (15 cm) Ancho máximo de corte: 12 1/2" (32 cm) Profundidad máxima de cepillado: 1/8" (3 mm) Velocidad de corte: 20,000 cpm</p> | 1 | \$ 2.279.900 | \$ 2.279.900 |

| | | | | |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--------------|--------------|
| | <p>Velocidad del cabezal: 10,000 RPM Velocidad de avance: 8 m/min Mesa de trabajo: 12 1/2" x 11 1/2" (32 x 29 cm) Tensión / Frecuencia: 127 V / 60 Hz Consumo: 15 A Ciclo de trabajo: 120 minutos de trabajo por 30 minutos de descanso, máximo diario 6 horas.</p> | | | |
| <p>Compresor De Aire Eléctrico Portátil Con Manguera Y Pistola</p> | <p>Marca pretul. Compresor horizontal 20 L, 2 1/2 HP (potencia máxima), 127 V Pistola de baja presión, flujo continuo 20 psi con vaso de 1 L Manguera de PVC 5 m, conexiones 1/4" NPT Capacidad del tanque: 20 L Potencia máxima: 2.1/2 HP Tipo: Monofásico Velocidad: 3.450 rpm Nivel de ruido: 90 dBA máximo Presión máxima de operación: 116 psi 2 Conexiones rápidas de latón, salida 1/4" Válvula de drenado</p> | 1 | \$ 739.900 | \$ 739.900 |
| <p>Soldador inversor</p> | <p>Soldador Inversor 130Amp 110V Elite. Panel de control para manejo práctico de funcionalidades que posee el equipo. Indicador de entrada de corriente. Perilla de regulación de amperaje para</p> | 1 | \$ 1.320.000 | \$ 1.320.000 |

| | | | | |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------|------------|
| | <p>MMA (soldadura manual por arco eléctrico con electrodos revestidos). Perilla de regulación de voltaje para MIG (soldadura por arco eléctrico que utiliza alambre autoprotegido). Selector de modo de trabajo (MMA/MIG). Protección contra recalentamiento, sobre voltaje y bajo voltaje. Salida antorcha. Perilla de regulación de amperaje para MIG. Modelo SI7130MP</p> | | | |
| Ruteadora | <p>1320W 11000-25000RPM Ubermann. Modelo:1313. Velocidad: 25000 RPM Potencia : 1300 W Alimentación: Eléctrica Voltaje: 120 V Tipo velocidad: Variable</p> | 1 | \$ 859.900 | \$ 859.900 |
| Pulidora | <p>4-1/2-pulg 900W 12000RPM Ubermann. Garantía 5 años Uso de herramienta Industrial Cantidad contenida en el empaque 1 Modelo 2826A Inalámbrico No Alto 13 cm Ancho 15 cm. Alimentación : eléctrica</p> | 1 | \$ 299.900 | \$ 299.900 |
| Taladro Percutor | <p>10mm 650w, Marca bauker. Tipo de</p> | 1 | \$ 189.900 | \$ 189.900 |

| | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------|------------|
| | taladro : Taladro eléctrico •Modelo : PC650ID10A •Garantía : 3 Años | | | |
| Insumos y herramientas | | | | |
| Ingleteadora | Ingleteadora 10-pulg 1600W 4600Rpm Marca: Dewalt, Modelo: DW714-B3. Alto 38.5 cm Uso: Industrial Ancho: 58 cm Velocidad : 5.000 RPM Potencia: 1650 W Garantía Producto 3 años Diámetro del disco: 10 pulgadas | 1 | \$ 959.900 | \$ 959.900 |
| Prensa en f 24 | Prensa en f 24 pulgadas tornado tools 23F242K. Marca : Redline. Diámetro de apertura : 24 pulgadas •Tipo de trabajo : Amateur •Tipo de prensa : Sargento •Características : Prensa de fijación para diferente maderas. Permite mayor seguridad en el trabajo de corte, pulido, lijado, etc | 2 | \$ 34.900 | \$ 69.800 |
| Juego 6 gubias | Marca: Redline Referencia 14KC6HD. Tipo : Herramientas de apriete •Características : Herramienta manual, juego de bugías, cuchillas con extrafilo, hojas de cromo vanadio, durables, resistentes. •Uso : Profesional | 1 | \$ 69.900 | \$ 69.900 |

| | | | | |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----------|-----------|
| | <ul style="list-style-type: none"> •Recomendaciones : Se recomienda leer instrucciones de uso y utilizar elementos de protección personal. | | | |
| Set Formones 4Pzas | <p>Marca: Redline. Superficie de aplicación : Madera</p> <ul style="list-style-type: none"> •Tipo de trabajo : Profesional •Características : Punta reforzada, acero cromo vanadio, cabeza metálica facilita golpe. Incluye 4 pzas de 6, 12, 19, 25mm ancho hoja •Alto : 44 cm | 1 | \$ 69.900 | \$ 69.900 |
| Escuadra | <p>8" (20 Cm), En Acero Inoxidable Marca: Truper. Garantía : 12 meses. •Medidas : 20 cm</p> <ul style="list-style-type: none"> •Características :Mango 100% de aluminio.;Graduación inversa a partir del borde del mango para facil lectura en sistema metrico y pulgadas.;Diseño con medición en ángulos de 45 y 90 grados; graduación por ambos lados en bajo relieve con tinta negra para mejor visibilidad.;Espesor regla: 1.2 mm.;Largo: 8" (20 cm). | 1 | \$ 32.900 | \$ 32.900 |
| Segueta | Marco para Segueta Sierra en Acero Cromado Fija de 12 Pulgadas Uyustools | 1 | \$ 37.900 | \$ 37.900 |
| FLEXOMETRO MAGNETICO 5m | <p>Marca REDLINE. Alto:4.5 Ancho:12.5</p> | 1 | \$ 17.600 | \$ 17.600 |

| | | | | |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------|--------------|
| | Largo:21.5 Alcance: 5 Tipo de trabajo:Amateur Material del cuerpo:Plástico Material:ABS, Acero | | | |
| Serrucho Teflón | 18-pulg 450mm Ubermann. Modelo : TJN2014T •Tipo de sierra : Mano | 1 | \$ 54.900 | \$ 54.900 |
| Martillo | 16oz mango madera 15CE91K Marca: Redline. Material: Acero/Fibra de vidrio Garantía Producto 1 Año | 1 | \$ 36.900 | \$ 36.900 |
| Colmenas | Colmena Alza Profunda. Marca Apinal. Ref:APK-003Con dos cámaras de cría, ofrece un espacio amplio para el desarrollo saludable de la colonia y una mayor producción de miel. La robustez de su construcción y la calidad de sus materiales garantizan una larga vida útil y resistencia a las inclemencias del tiempo. | 5 | \$ 350.000 | \$ 1.750.000 |
| Colmenas Angelitas | Colmena Melipona Vertical Marca: Apinal. Diseñada específicamente para especies angelitas, con medidas de 30 x 22 x 30 cm y dividida en dos secciones, es perfecta para la cría y cuidado de estas abejas. Su tamaño compacto y diseño funcional facilitan su | 5 | \$ 150.000 | \$ 750.000 |

| | | | | |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------------|--------------|
| | manejo y observación. | | | |
| Scaptotrigona Pectoralis | Abejas sin aguijón, bastante fuertes y de crecimiento rápido, crean miel de carácter ácido o dulce según el tipo de vegetación y presentan una mediana agresividad, por lo cual es necesario equipo protector para su manejo. Tienen un olor característico el cual se compara con el del coco al tomar las abejas con la mano. | 5 | \$ 250.000 | \$ 1.250.000 |
| Madera para la fabricación de colmenas | La madera del achapo no se deforma o se raja si es apilada de modo correcto, es moderadamente pesada, se seca rápidamente al aire libre; es una madera difícil de inmunizar, sin embargo es altamente resistente a la interperie | 5 | \$ 350.000 | \$ 1.750.000 |
| Envases | Envases en vidrio diferentes tamaños | 500 | \$ 2.200 | \$ 1.100.000 |
| Canecas | Plásticas de 27 Kg | 28 | \$ 50.000 | \$ 1.400.000 |
| Equipos de computo | | | | |
| Computador | LENOVO 23,8" Pulgadas, Ryzen 5 - RAM 8GB - Disco SSD 512GB | 1 | \$ 2.349.000 | \$ 2.349.000 |
| Impresora Multifuncional | HP 790 Smart Tank. Imprime duplex hasta 12.000 páginas en negro u 8.000 a color. 2 años de Garantía. | 1 | \$ 1.699.000 | \$ 1.699.000 |

| | | | | |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------|--------------|
| | Impresión en color de hasta 4800 x 1200 dpi optimizados. Velocidad de impresión Negro: Hasta 11cpm; Color: Hasta 5cpm. Wi-Fi con reparación automática. | | | |
| Otros | | | | |
| Escritorio | Milano Rovere. Escritorio con 2 cajones y 1 archivador. Tiene 1 archivador. Ancho o Frente: 20 Cm. Alto: 73.5 Cm. Fondo: 49.7 cm. Medidas de los Cajones (Ancho x Alto x Fondo) Cm 49,9 X 10 X 34,1 | 1 | \$ 444.900 | \$ 444.900 |
| Silla | Silla Ergonómica tipo Gerente Marco Homy con sistema neumático, diseño moderno, sistema giratorio y sube y baja que permite acomodarse a la altura que desees, brazos ajustables. Material durable para soportar el peso y el uso continuo. Su diseño es ideal para disfrutar de una completa comodidad al momento de estudiar o trabajar. | 1 | \$ 299.900 | \$ 299.900 |
| Vitrina | En vidrio, con tres divisiones | 2 | \$ 800.000 | \$ 1.600.000 |

| | | | | |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------|----------------------|
| Sticker | 300 Sticker para los envases | 1 | \$ 225.000 | \$ 225.000 |
| Pendón en Araña | 60 x 2 Mts, mecanismo retráctil | 1 | \$ 300.000 | \$ 300.000 |
| Tarjetas de presentación | Un millar | 2 | \$ 100.000 | \$ 200.000 |
| Banner | Impresión en alta resolución 1440 dpi. Tintas eco solventes de alta calidad y mayor durabilidad. | 1 | \$ 85.000 | \$ 85.000 |
| Valor total inversiones requeridas | | | | \$ 30.047.000 |

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 500 gr: \$25.000 Extracto de Propóleo 300 gr: \$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 (En Unidades) 1 | TOTAL AÑO (En Unidades) 2 | TOTAL AÑO (En Unidades) 3 |
| Miel de abeja (500gr) | 2.900 | 3.045 | 3.197 |
| Extracto Propoleo (300gr) | 1.200 | 1.260 | 1.323 |

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 | \$ 25.000 | \$12.722,49 | \$ 12.277,51 |
| Propóleo | 300 gr | \$ 20.000 | \$7.060,3 | \$12.939,7 |

| Costos operativos | Presupuesto mensual | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|--------------------------|---------------------|---------------|--------------|--------------|
| Costos Mo | \$ 2.088.387 | \$ 25.060.651 | \$26.313.684 | \$27.629.368 |
| Costos Mp | \$1.008.910 | \$ 12.106.930 | \$12.712.277 | \$13.347.890 |
| 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 | \$ 600.000 | \$ 7.200.000 | \$ 7.200.000 | \$ 7.200.000 |
| Gastos de ventas | Presupuesto mensual | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
| Gastos de representación | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Transportes vendedores | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Gastos Domicilios | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Valor total | | 46.767.581 | 48.625.961 | 50.577.258 |

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

| | En Activos Fijos | En capital de trabajo |
|----------|------------------|-----------------------|
| Aportes | \$ 30.077.000 | \$ 3.036.810 |
| Créditos | \$ 0 | \$ 0 |
| Total | \$ 30.077.000 | \$ 3.036.810 |

Estado de Resultados Projectado:

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|------------------------------------------|---------------|----------------|----------------|
| VENTAS | \$ 96.500.000 | \$ 101.325.000 | \$ 106.391.250 |
| (-) COSTO VARIABLE M.P. | \$ 12.106.930 | \$ 12.712.277 | \$ 13.347.890 |
| (-) COSTO VARIABLE M.O. | \$ 25.060.651 | \$ 26.313.684 | \$ 27.629.368 |
| (-) COSTOS FIJOS | \$ 10.718.533 | \$ 10.718.533 | \$ 10.718.533 |
| = UTILIDAD BRUTA | \$ 48.613.886 | \$ 51.580.507 | \$ 54.695.459 |
| (-) GASTOS FIJOS | \$ 18.800.000 | \$ 8.800.000 | \$ 7.800.000 |
| (-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS | \$ 30.808.241 | \$ 32.257.172 | \$ 32.687.672 |
| =UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses | -\$ 994.355 | \$ 10.523.335 | \$ 14.207.787 |
| -intereses | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| OTROS EGRESOS | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| =UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | -\$ 994.355 | \$ 10.523.335 | \$ 14.207.787 |
| (-) IMPUESTOS | \$ 0 | \$ 3.683.167 | \$ 3.551.947 |
| = UTILIDAD NETA | -\$ 994.355 | \$ 6.840.168 | \$ 10.655.840 |

Flujo de caja:

| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|------------------------|---------------|----------------|----------------|
| Ingresos operativos | \$ 96.500.000 | \$ 101.325.000 | \$ 106.391.250 |
| Egresos operativos | \$ 88.575.822 | \$ 73.273.132 | \$ 74.224.430 |
| Flujo Operativo | \$ 7.924.178 | \$ 28.051.868 | \$ 32.166.820 |
| Ingresos no operativos | \$ 33.113.810 | \$ 0 | \$ 0 |
| Egresos no operativos | \$ 33.113.810 | \$ 0 | \$ 3.683.167 |
| Flujo no operativo | \$ 0 | \$ 0 | -\$ 3.683.167 |
| Flujo Neto | \$ 4.897.445 | \$ 28.051.868 | \$ 28.483.653 |
| Saldo anterior | \$ 0 | \$ 4.897.445 | \$ 32.949.313 |
| Saldo final | \$ 4.897.445 | \$ 32.949.313 | \$ 61.432.966 |

Análisis financiero:

| | |
|------------------------------------------|--------------|
| TIR (Tasa interna de Retorno) | 26,57% |
| VAN (Valor Neto Anual) | \$ 8.174.576 |
| 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 \$ 3.683.167, 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 26,57% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 26%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 8.174.576, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa.

Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en 3 años.

Viabilidad Social

Con la formulación del presente plan de negocios se busca Mejorar las condiciones económicas de las familias de la región, mediante la contratación permanente de mano de obra, la sensibilización de la rentabilidad, para impulsar e implementar nuevos proyectos en la región que fortalezca las cadenas productivas del sector agrícola en abastecimiento de materias primas, distribución y logística, comercialización y ventas, servicio al cliente con valores adicionales como soporte técnico, mantenimiento, garantías o programas de fidelización de clientes para mantener la satisfacción del cliente y fortalecer las relaciones comerciales.

Con el fortalecimiento de nuestra 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 recolectores y recepción de la miel (recolector-extraccioncita), Operario filtrado y transformación (Filtrado y envasado; Operario (control de calidad).

Para lo cual se utilizarán 248 jornales en total por año para atender el total de las colmenas del plan de negocio.

Estaremos en capacidad de generar empleo formal y decente de 4 empleos directos con sus prestaciones sociales, un coordinador operativo para el área de producción y un coordinador de ventas para el área comercial. Así como también un contador por prestación de servicios y al representante legal se reconocerá una bonificación mensual por sus labores administrativas, que beneficiaran a los habitantes del municipio de Tello – Huila.

Desde el componente social, el plan de negocios contribuirá a la generación de empleo 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.

El plan de negocios busca además la diversificación de la actividad productiva y generación de ingresos para los asociados, por ende, la calidad de vida.

Viabilidad Ambiental

El plan de negocios se enmarca dentro de un enfoque sostenible desde el punto de vista ambiental. Las abejas desempeñan un papel fundamental en la

polinización natural de los cultivos, lo que contribuye a mejorar la productividad agrícola y la biodiversidad. Además, se aplican buenas prácticas apícolas que garantizan el cuidado y el respeto por las abejas y su entorno. De esta manera, se fomenta la conservación de la biodiversidad y se promueve la generación de servicios ecosistémicos indispensables para el equilibrio del medio ambiente.

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 contribuirá al desarrollo económico de la región mediante el pago de impuestos, estimado en \$7.235.114 durante los años productivos, que se destinarán a reinversión social. Además, se impulsará la economía local al realizar compras de insumos, materias primas y maquinaria y equipos, lo que generará un efecto dinamizador en diversos sectores de la comunidad, para financiar programas y servicios públicos esenciales, como educación, salud, infraestructura y seguridad.

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.