

PLAN DE NEGOCIOS DE LA ORGANIZACIÓN
GRUPO ECOLÓGICO PROTECTORES DANTA DE MONTAÑA VEREDA SAN LUIS
MUNICIPIO DE GARZÓN

Presentado a:

Asociación de Cooperativas y Empresas Solidarias del Huila

ASOCOOPH

Presentado por:

Yeimy Sánchez Silva

Huila, Garzón, 12 de marzo 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	4
3.1	PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER/CAPACIDAD DE PRODUCCION/VARIEDAD/PRECIO	4
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.....	10
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	16
7.3	ANALISIS FINANCIERO	17
7.4	CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	18

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIÓN				
Nombre organización	Grupo Ecológico Protectores Danta de Montaña Vereda San Luis Municipio de Garzón	NIT / RUT	813003243-6	
Dirección	San Felipe Torre 8 Apartamento 404	Teléfono 1	3226122796	
		Teléfono 2		
Departamento	HUILA	Ciudad/ municipio/ vereda	Garzón	
Página web		E-mail	yeimisan1990@gmail.com	
Nombre gerente	Yeimy Sánchez Silva	Celular	3143045895	
		Teléfono 1	3226122796	
Cargo (si tiene otro)	Representante legal	Antecedentes	La representante legal cuenta con formación del SENA, pero no está relacionada con la actividad principal	
Nombre del representante legal	Yeimy Sánchez Silva			
Experiencia de la empresa en el sector	Cuentan con 4 años experiencia en el sector apícola	Año: 2023	Año: 2024	
Actividad principal	9499 Actividades de otras asociaciones	Número de empleados (directos)	16	
Fecha constitución	18/08/1998	Número de asociados (si aplica)	16	
Descripción del objeto (producto/ servicio/ labor social)	Producción y comercialización de productos orgánicos miel de abeja y humus			
Figura jurídica	Entidad sin ánimo de lucro	Ingresos de asociados	\$ 1.200.000	

2. NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Productores de Miel La Danta de Montaña

2.1 JUSTIFICACION

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 Cajones para abejas	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?	¿En qué período?	¿Cuáles son las épocas de mayor producción?	¿Cuáles son las épocas de menor producción?
Miel de abeja	90 litros	Mensual	Enero-febrero-octubre	marzo-abril-mayo-junio-julio-agosto-septiembre-diciembre
Propóleo	5 litros	Mensual	Enero-febrero-octubre	marzo-abril-mayo-junio-julio-agosto-septiembre-diciembre
Polen	5 kilogramos	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 nutracéuticas, obteniendo productos de alta calidad y 100% naturales.

El Grupo Ecológico Protectores Danta de Montaña, 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	Cantidad mensual estimada de clientes que realizarán adquisición de tu producto	% del total de ventas realizada 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 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.	Municipio de Garzón	100	60%

<p>Supermercados y tiendas de barrio</p>	<p>A este cliente se espera llegar, actualmente se comercializa la producción directamente al consumidor. Este cliente busca un producto 100% natural y en una buena presentación. Estos clientes compran con frecuencia mensual, pagan de contado, compran miel de abejas en presentación en vidrio.</p>	<p>Municipio de Garzón</p>	<p>10</p>	<p>20%</p>
<p>Laboratorios de productos naturales y mayoristas</p>	<p>Los laboratorios de productos naturales compran insumos como materia prima para ser transformados en productos de gran aporte nutritivo y/o que ayudan al tratamiento de ciertas enfermedades. Son los principales clientes del propóleo y del polen. Realizan pedidos mensuales y compra de contado. Se espera llegar a este nicho de mercado.</p>	<p>Municipio de Garzón</p>	<p>5</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 Apiagro	Nombre competidor 2 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	Miel x 300 gramos /Miel x450 gramos	Miel x 300 gramos /Miel x450 gramos
Precios del producto principal	Entre \$20.000 y \$30.000	Entre \$25.000 y \$35.000
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
Ferretería Popular Garzón	Materiales como mallas, alambres, puntillas, etc

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. 5 ESTUDIO TECNICO

5.1 LUGAR DONDE SE VA A IMPLEMENTAR LA ORGANIZACIÓN/DESCRIPCION

Municipio Garzón, Vereda San Luis, 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 Trinidad, San Luis, La Esperanza y el Pescado.	
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 ORGANIZACIÓN

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
YEIMI SANCHEZ SILVA	Representante legal	Cumplir con funciones administrativas
CATERINE SANCHEZ SILVA	Secretaria	Realizar las actas de reuniones de la Asociación
DIEGO FERNANDO SILVA	Tesorero	Llevar las finanzas de la organización
JOSE YAMIT QUIROS RAMOS	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 con un tamaño práctico de 30 cm x 42 cm x 15 cm, es perfecto para manejar colmenas de todos los tamaños. Fabricado con acero de la mejor calidad, este ahumador ofrece una excelente resistencia y durabilidad, asegurando un uso prolongado y fiable.. Implemento para calmar las abejas en el proceso de extracción de los marcos de las colmenas.	3	\$ 110.000	\$ 330.000
Centrífuga	Centrífuga en Acero Inoxidable de uso Quirúrgico REF 304 * 3 marcos Marca Apinal	1	\$ 3.100.000	\$ 3.100.000
Estampador de cera	Máquina Prensa Manual Para Estampado Cera Abeja 5.3mm	1	\$ 2.672.000	\$ 2.672.000
Insumos y herramientas				
Envases	Envase De Vidrio y etiquetado	600	\$ 2.200	\$ 1.320.000
Coladores	Colador doble tamiz 24 Cm. Fondo redondo imp.	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 con mango: 14 cm para un agarre cómodo. Pinza: 24 cm para un control eficiente. Diseño: Especializado para sacar cuadros de colmenas. Uso: Facilita la extracción de cuadros sin dañarlos	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Cajón completo apiaro	Núcleos De Abejas Tetragonisca Angustula	70	\$ 150.000	\$ 10.500.000
	Cajas Inteligente De 5 Compartimento	70	\$ 60.000	\$ 4.200.000
	Bases En Tubo PVC Con Plataformas	70	\$ 20.000	\$ 1.400.000
	Techos Ecológicos Para Colmenas	70	\$ 20.000	\$ 1.400.000
Equipos de computo				
Equipo de computo	Todo En Uno Lenovo Amd Ryzen 3 7330U Ssd 512Gb Ram 16Gb Led 24 Pulgadas Full Hd. Modelo: AIO 3 24ALC6	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
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				\$ 30.077.000

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

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 Mo		1.869.868	22.438.424	23.560.345	24.738.362
Costos Mp		982.270	11.787.240	12.376.602	12.995.432
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		1.200.000	14.400.000	14.400.000	14.400.000
Gastos de ventas		Presupuesto mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos de representación					
Transportes vendedores					
Gastos Domicilios					
Valor total			51.025.664	52.736.947	54.533.794

7.3 ANALISIS FINANCIERO

Inversión Requerida:

	En Activos Fijos	En capital de trabajo
Aportes	30.077.000	3.036.810
Créditos	0	
Total	30.077.000	3.036.810

Estado de Resultados Proyectado:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 96.040.000	\$ 100.842.000	\$ 105.884.100
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 11.787.240	\$ 12.376.602	\$ 12.995.432
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 22.438.424	\$ 23.560.345	\$ 24.738.362
(-) COSTOS FIJOS	\$ 10.718.533	\$ 10.718.533	\$ 10.718.533
= UTILIDAD BRUTA	\$ 51.095.803	\$ 54.186.519	\$ 57.431.772
(-) GASTOS FIJOS	\$ 20.500.000	\$ 15.500.000	\$ 15.000.000
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 27.562.000	\$ 28.653.600	\$ 29.117.280
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intereses	\$ 3.033.803	\$ 10.032.919	\$ 13.314.492
-intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
OTROS EGRESOS	\$ 0		
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 3.033.803	\$ 10.032.919	\$ 13.314.492
(-) IMPUESTOS	\$ 1.061.831	\$ 3.511.522	\$ 3.328.623
= UTILIDAD NETA	\$ 1.971.972	\$ 6.521.398	\$ 9.985.869

Flujo de caja:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos operativos	\$ 96.040.000	\$ 100.842.000	\$ 105.884.100
Egresos operativos	\$ 84.587.664	\$ 72.616.947	\$ 73.913.795
Flujo Operativo	\$ 11.452.336	\$ 28.225.053	\$ 31.970.305
Ingresos no operativos	\$ 33.113.810		
Egresos no operativos	\$ 33.113.810	\$ 1.061.831	\$ 3.511.522
Flujo no operativo		-\$ 1.061.831	-\$ 3.511.522
Flujo Neto	\$ 8.505.526	\$ 27.163.222	\$ 28.458.784
Saldo anterior		\$ 8.505.526	\$ 35.668.748
Saldo final	\$ 8.505.526	\$ 35.668.748	\$ 64.127.531

Análisis financiero:

TIR (Tasa interna de Retorno)	34,35%
VAN (Valor Neto Anual)	\$ 13.533.710
PRI (Período de Retorno de la Inversión)	2,4 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 \$ 10.032.919, 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 34,35% es decir que los dineros invertidos en el Plan de Negocio rendirán un 34%, cifra que estaría por encima de la tasa de captación (anual).

El valor presente neto es de \$ 13.533.710, es decir, en los tres años del proyecto la inversión inicial se recupera, incrementando el valor de la empresa, a una tasa de descuento del 15%.

Se logrará una recuperación de la inversión (PRI) en 2,4 años.

Viabilidad Social

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 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 negocio aportará un pago de impuestos, por \$7.901.976 en los años productivos que genera en reinversión social.

Se dinamiza la economía de la región con la compra de insumos, materias primas y maquinaria y equipos.