

ANALISIS DE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN
EMPRESA DE ECOMERCE
THE BEE FOR YOU .COM

FRANY STIBEN CARDOZO AGUIRRE

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO FACULTAD DE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
BOGOTA D.C
2019

FRANY STIBEN CARDOZO AGUIRRE

ANALISIS DE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN
EMPRESA DE ECOMERCE
THE BEE FOR YOU .COM

TUTOR: JOSE LUS RUEDA

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO FACULTAD DE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
BOGOTA D.C
2019

2019

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Esta estrategia para la creación de un emprendimiento de comercio electrónico se lo dedico a mis padres quienes con su apoyo y consejos nos han logrado guiarnos por buen camino.

A la vez un agradecimiento a Dios por bendecirnos y darlos la vida y poder aprender.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios y al cielo, por permitirnos tener la experiencia de realizar este proyecto que está enfocado en ayudar a las familias del campo colombiano dedicados a la apicultura. Gracias a la universidad por brindar los lineamientos para desarrollar estos proyectos, además de incentivar a la creación de ideas innovadoras con un sentido social que ayude a las comunidades del campo Colombiano a crecer con nuevas oportunidades de negocio.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	2
1. MARCO GENERAL	3
1.1 TÍTULO	3
2. MODALIDAD	3
1.3 PLANTEAMIENTO IDEA DEL NEGOCIO	3
2. OBJETIVOS	4
2.1 OBJETIVO GENERAL	4
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
3.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	5
4. JUSTIFICACIÓN	6
5. MARCO REFERENCIAL	7
5.1 MARCO CONCEPTUAL	7
6. MARCO TEÓRICO	10
7. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	13
8. LOGO Y ESLOGAN	14
9. ALCANCE	15

10. GRUPOS DE INTERES	16
11. INVESTIGACION DE MERCADOS	17
11.1 ANALISIS DEL SECTOR DIGITAL	17
11.2 ANALISIS DEL MERCADO APICOLA	19
11.3 OPORTUNDADES Y DESAFIOS DEL SECTOR APICOLA	19
12. SEGMENTO DE CLIENTES	29
13. BUSINESS MODEL CANVAS	31
13.1 SEGMENTO DE CLIENTES	31
13.2 PROPUESTA DE VALOR	32
13.3 CANALES	32
13.4 RELACION CON LOS CLIENTES	32
13.5 INGRESOS	33
13.6 RECURSOS CLAVES	34
13.7 ACTIVIDADES CLAVES	34
13.8 ALINZAS CLAVES	34
14. ANALISIS FINANCIERO	35
15. CONCLUSIONES	40
16. RECOMENDACIONES	41
17. BIBLIOGRAFIA	42

LISTA DE TABLAS

	Pág
Tabla N- 1. Cantidades nacionales, inventarios, fabricación de miel y valor de la producción.	21
Tabla N-2. Producción en toneladas de miel de abejas.	23
Tabla N- 3.Consumo per cápita de miel de abejas para 2017.	25
Tabla N- 4.Costos de producción de miel de abejas.	26
Tabla N-5. Inversion inicial the bee for you.com	35
Tabla N- 6. Costos fijos del proyecto	36
Tabla N- 7. Costos fabriles producción de miel	37
Tabla N- 8.Punto de equilibrio	38

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica N- 1: Principales productores de miel de abejas Colombia 2018	22
Grafica N- 2: Importaciones y exportaciones de miel de abejas.	25
Grafica N-3: Fabricación de miel de abejas a nivel global 2008-2017.	27
Grafica N-4: Países líderes en la fabricación de miel de abejas en toneladas 2017.	27
Grafica N-5: Países líderes en la producción de miel en América 2017.	28

RESUMEN

El presente documento tiene como objetivo a dar a conocer un proyecto de innovación en el sector apícola, que pretende eliminar los intermediarios y lograr vender todos los productos derivados de la miel por medio de una plataforma virtual. Es un proyecto que también tiene un sentido de innovación social, uno de sus principales objetivos es lograr que todos los campesinos comercialicen sus productos del sector apícola por medio de la plataforma colmena de abejas.com, con ello lograr vender a precios muy competitivos y generar mayores utilidades, mejorando los canales de distribución y eliminando los intermediarios. Es un proyecto que inicialmente se implementará con comunidades apícolas del departamento de Boyacá y sus ventas se realizarán en la ciudad de Bogotá.

Innovación, apícola, intermediarios, e-commerce, plataforma

INTRODUCCIÓN

La producción de miel y el sector apícola son considerados claves para la obtención alimentaria del mundo. Las innovaciones que el apicultor ha venido desarrollando han tenido grandes cambios en la explotación y producción apícola, transformándose en una idea de negocio emprendedora que beneficia a muchas familias campesinas y aporta a la economía de los países.

La comercialización y análisis de mercado son pasos fundamentales para quienes quieren emprender en la apicultura, de lo contrario los negocio fracasarían por no saber quiénes son los potenciales clientes.

El presente documento tiene como finalidad a dar a conocer un proyecto de innovación en el sector apícola, que pretende eliminar los intermediarios y lograr vender todos los productos derivados de la miel por medio de una plataforma virtual, logrando llevar a los clientes productos con altos estandares de calidad y en el menor tiempo posible, utilizando como herramienta principal la THE BEE FOR YOU.COM plataforma, la cual mejora el proceso de comercialización por parte de los empresarios apícolas y el proceso de compra por parte de los clientes, generando una reducción de costos en el proceso comercial con la eliminación de intermediarios.

1. MARCO GENERAL

1.1 TITULO

El presente trabajo tiene como título “ANALISIS DE UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO DE ECOMMERCE THE BEE FOR YOU .COM, COMPRA DE PRODUCTOS ONLINE DERIVADOS DE LA MIEL DE ABEJAS.

1.2 PLANTEAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

1.4 Nombre de la empresa: **The bee for you.com-plataforma**

Descripción del servicio y problema a solucionar

La idea de negocio es una solución de negocio e-commerce el proyecto quiere dar respuesta a dos problemáticas principales, es un proyecto de innovación social, que pretende que las comunidades dedicadas al sector apícola del departamento de Boyacá vendan sus productos por medios de la plataforma THE BEE FOR YOU.COM, logrando generar mayores utilidades con la eliminación de intermediarios. La plataforma también busca dar respuesta a esos consumidores atraídos por la salud y la belleza con el consumo de productos naturales, pero que los quieren tener en su mesa en el menor tiempo posible, con altos estándares de calidad y a un precio cómodo. El servicio que prestara la empresa es la venta de productos derivados de la miel de abejas por medio de la plataforma colmena de abejas.com. La plataforma pretende organizar y agrupar a campesinos dedicados a la producción apícola y puedan vender sus productos por medio de esta canal online. Los artículos comprados serán llevados hacia el usuario final mediante empresas de mensajería y domicilios.

Concepto de negocio:

La oportunidad de negocio planteada en la presente investigación busca brindar una mayor competitividad a los apicultores del departamento de Boyacá, generándoles una nueva visión de negocio con la utilización de las herramientas digitales que ofrezcan sus productos por internet y lograr mayores utilidades con la eliminación de intermediarios.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad de crear plataforma virtual que facilite el comercio de los productos derivados de la miel de abejas.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- * Analizar los costos y beneficios de la plataforma en la prestación de servicios.
- * Identificar oportunidades comerciales de mejora para los apicultores con la eliminación de intermediarios.
- * Analizar con el Business Model Canvas un modelo de negocio electrónico adecuado para el sector apícola por medio de la plataforma THE BEE FOR YOU.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En el mundo globalizado, todas las empresas están obligadas a trabajar en asociación con la era tecnológica, entendiendo que la evolución y la innovación mejoran los procesos, permitiendo aproximaciones diferentes con el cliente final.

El comercio electrónico es un beneficio que evita que a los consumidores desplazasen a las tiendas físicas como supermercados, galerías, centros comerciales entre otros, generado mayor comodidad en la realización sus compras. Sin embargo en Colombia, si bien, es cierto que las compras por internet aumentan año tras año, todavía falta mucho por aprender como empresarios y como clientes, ahí donde se ve una gran oportunidad de explotación del comercio online. El comercio electrónico no solo hace más fácil la vida a los clientes a la hora de comprar sus comprar, también trae muchos beneficios para los empresarios, en costos y mano de obra, además de ser una gran oportunidad para los microempresarios con la eliminación de los intermediarios.

Colombia es un país agrícola, su economía depende de este sector, y la gran mayoría de sus campesinos tienen que vender sus productos a precios muy bajos en sus fincas a intermediarios quienes son los que se quedan con gran parte de la utilidad. Existe una brecha muy grande ya que estas familias campesinas no cuentan con los medios para hacer llegar sus productos al cliente final, además de no tener conocimiento en donde vender sus productos y a qué precio.

Esa brecha de productor vs cliente final es una problemática para la gran mayoría de las familias campesinas, venden sus productos a precios muy bajos; los consumidores finales también tienen que pagar un costo mucho alto por la compra de sus productos.

4. JUSTIFICACIÓN

En esta nueva era digital, las tecnologías de la información hacen que cada día sean más las personas que tengan acceso y utilicen el internet, las plataformas digitales se han convertido en una gran estrategia de negocio para las empresas, buscando responder a los diferentes requerimientos globales, los cuales están enfocados en responder a los clientes garantizando una compra cómoda, sencilla y con servicio.

La comercialización electrónica de productos agrícolas tiene muchas oportunidades de mejora y lograra vender todos los bienes que se ofrecen en el las tiendas físico. Es un reto garantizar que productos directos del campo lleguen a la mesa de los clientes, frescos y a precios asequibles.

El principal beneficio para productores agrícolas colombianos es el acceso a la nueva era digital de mercado. El desarrollo de nuevas estrategias de venta y comercialización generan a los productores beneficios económicos, mejor calidad de vida, generación de empleo, y un valor muy importante satisfacción de las necesidades de los consumidores en un mercado globalizado.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 Marco conceptual

¿Qué es un plan de negocio?

Un plan de negocio es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de las tareas, y se evalúa la necesidad de recurrir a bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio. (Olivares, 2019).

En el plan de negocio deben aparecer perfectamente detallados los objetivos de la empresa, las estrategias para conseguirlos, la estructura organizacional, la inversión requerida para financiar tu proyecto y las soluciones para resolver los problemas que puedan ir apareciendo. (Olivares, 2019).

El plan de negocio, que también es conocido como proyecto de negocio o plan de empresa, puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario intentará organizar una labor empresarial y llevar a cabo las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha. (Olivares, 2019).

¿Qué son las TIC?

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son todos aquellos recursos, herramientas y programas que se utilizan para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos, tales como: computadoras, teléfonos móviles, televisores, reproductores portátiles de audio y video o consolas de juego. Actualmente el papel de las TIC en la sociedad es muy importante porque ofrecen muchos servicios como: correo electrónico, búsqueda de información, banca online, descarga de música y cine, comercio electrónico, etc. Por esta razón las TIC han incursionado fácilmente en diversos ámbitos de la vida, entre ellos, el de la educación. (Universidad Nacional Autónoma de México, 2018)

¿Qué es el E-commerce?

El e-commerce consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet. Originalmente el término se aplicaba a la realización de transacciones mediante medios electrónicos, como por ejemplo el intercambio electrónico de datos. Sin embargo, con el advenimiento de la Internet a mediados de los años 90, comenzó el concepto de venta de servicios por la red, usando como forma de pago medios electrónicos como las tarjetas de crédito. Desde entonces, las empresas han estado preocupadas por mantenerse a la vanguardia y poder ofrecer lo que hoy en día sus clientes están demandando. Por otra parte, personas han visto en esta nueva manera de hacer negocios una gran oportunidad para emprender y tener una actividad comercial propia en la que triunfan cuando entienden que en el e-commerce no existen barreras ni fronteras, y que el espacio geográfico no es el que determina el target; que se deben tener presentes muchos aspectos y ver la otra cara de la moneda; que sin creatividad y sin ofrecer una propuesta de valor realmente diferenciadora se hace complicado surgir en este amplio mundo como unos grandes vencedores. (Barcelona School of Management [BSM], 2015)

E-marketing

E Marketing o e-Marketing se refiere al uso del Internet y de las capacidades de medios digitales para auxiliar en la venta de tus productos y servicios. Estas tecnologías digitales son una adición valiosa a las aproximaciones tradicionales del marketing, sin importar el tamaño y tipo de un negocio. Como el marketing convencional, el E Marketing conlleva crear una estrategia que ayude a los negocios a llevar los mensajes correctos y los productos o servicios a la audiencia correcta. La diferencia con el marketing tradicional tiene que ver con su influencia, la cual gracias a las nuevas herramientas y opciones amplió sus posibilidades. En la práctica, el E Marketing incluye el uso del sitio de una empresa o entidad en conjunción con técnicas promocionales en línea, como SEM, publicidad interactiva, email marketing,

marketing de afiliados, entre otros. (Galeano, 2019)

Social Media Marketing

Según (Galeano, 2019) “Ahora las empresas tendrán un verdadero alcance global. El e-Marketing ha logrado abrir nuevas vías para que empresas de todos tamaños puedan acceder a potenciales consumidores alrededor del mundo.

Interacción”.

En el marketing tradicional el objetivo es enviar el mensaje de la marca al público objetivo, con el e-Marketing puedes facilitar una conversación bidireccional entre tus consumidores y las empresas, con el que se pueden alimentar y lograr campañas mucho más efectivas y lograr mayor fidelidad. (Galeano, 2019)

Inmediatez”.

El impacto del e-Marketing puede notarse de forma inmediata en formas que antes jamás podrían haberse imaginado: no es lo mismo ver un anuncio en un espectacular que interactuar con él por medio de las redes sociales. Antes el consumidor era un agente pasivo, y ahora puede ser un agente activo ya que en solo cuestión de unos pocos clics puede obtener un valor añadido de parte de la marca. (Galeano, 2019)

6. Marco teórico

El Ciclo de Vida de un Proyecto de Inversión

Según (Bayly, Karla, 2017) “Un idea de inversión de negocio es un conjunto de actividades que involucra una serie de procesos, procedimientos y recursos como por ejemplo la mano de obra, maquinaria, equipo, información, etc., durante un periodo de tiempo determinado, con el propósito de resolver una brecha o satisfacer una necesidad”.

Cuando se va a invertir en un negocio emprendimiento e innovación, se debe seleccionar la mejor alternativa, con el propósito de lograr los mejores resultados, para ello se debe contar con herramientas que ayuden a tomar mejores decisiones. La formulación y evaluación de proyectos, es una técnica por medio de la cual se recopila,

prepara y analiza información económica de forma sistemática, de tal forma que se pueda establecer de forma cuántica y cualitativamente las ventajas y desventajas de diferentes alternativas de inversión. Un proyecto es la búsqueda de la solución más eficaz y viable al planteamiento de una brecha o problemática, es la forma de indicar de manera óptima, mediante un plan, recursos de diferente índole a una actividad económica determinada, con el fin de producir un bien o prestar un servicio, para satisfacer necesidades de los clientes. En el desarrollo de un plan de negocio, es fundamental considerar el entorno, el cual, de una u otra forma puede incidir en su desarrollo, siendo este, una variable determinante para el diseño del proyecto, es necesario analizar los factores internos y externos como la situación económica del país y del mundo, el sector (la competencia), decisiones del gobierno, el sector financiero, los recursos naturales.

FASE 1. PREFACTIBILIDAD:

Según (Bayly, Karla, 2017) Esta es la fase en que se formula y evalúa un proyecto para resolver una brecha destinado a lograr un objetivo específico. El objetivo principal de la fase de la pre factibilidad es el de brindar la información suficiente y necesaria que indicara cual es a la mejor decisión en cuanto a realizar o no el proyecto de interés. Es decir, esta fase tiene que ver con brindar la mayor certidumbre posible y la reducción del costo y riesgo asociados a la realización del proyecto.

FASE 2. INVERSIÓN:

Después de contar con la aprobación del proyecto de negocio, se debe tomar la mejor decisión de elaborar un prototipo para la ejecución del mismo. Puede ser que durante la etapa de pre factibilidad se hubieran trabajado algunos diseños preliminares a fin de analizar o detallar la idea que lo sustentaba. Es la oportunidad de llevar la idea de negocio pensada hasta su mayor detalle. Durante la evaluación de proyectos, la etapa de diseño es la que suele requerir mayor número de horas en relación con el resultado final, ya que gran parte del proceso requieren unos estudios y ejecución detallados. (Bayly, Karla, 2017)

La fase de diseño no solo corresponde a grandes obras de ingeniería, Proyectos como el lanzamiento de una nueva línea de ropa, videojuegos, servicio de calidad al cliente, entre muchos otros de cualquier tipo que deseas imaginar requerirán pasar

por estas fases y etapas de evaluación. Cuando se trata de resolver una necesidad o brecha que existe en el mercado y para ello se debe asignar recursos realizando una serie de actividades. Cuando se habla de una etapa de diseño en el ámbito de proyectos, se debe considerar el diseño de la solución “per se” pero también el diseño de cada una de las actividades que se realizarán para llevarlo a cabo, así como su puesta en marcha, comercialización (si es que ésta se requiere) y el presupuesto detallado en términos de alcance, tiempo, recursos materiales y monetarios que nuestro proyecto requerirá. (Bayly, Karla, 2017)

FASE 3. OPERACIÓN:

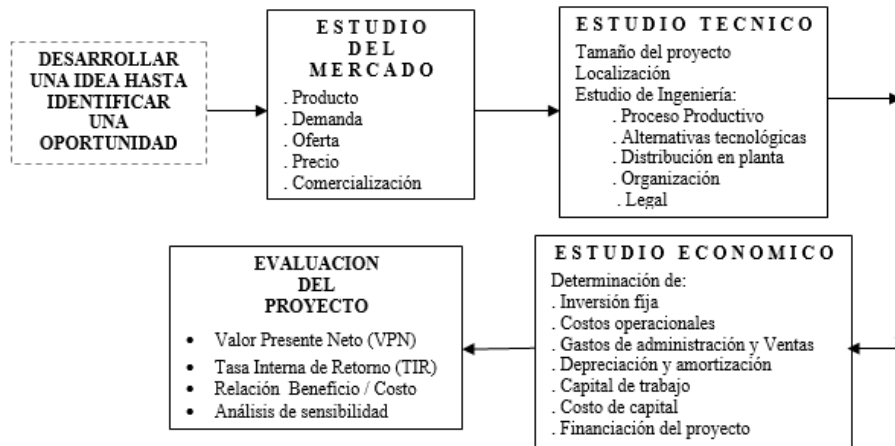
Es la fase de puesta en marcha del proyecto, durante esta fase, se tendrá que satisfacer la necesidad o resolver la brecha que dio origen al proyecto inicial. En esta fase el objetivo es satisfacer esa necesidad que se planteó al principio del proyecto, con el cumplimiento de ese objetivo indicara si fue exitoso o no. La vida útil de un proyecto puede determinarse en base al periodo de obsolescencia del activo fijo más importante (ejemplo: maquinarias y equipo de procesamiento) o en el momento que se estima dejarán de recibirse de forma constante los beneficios esperados. Para efecto de evaluación económica y financiera, el horizonte o vida útil del proyecto más utilizado por los expertos es de 10 a 15 años. (Bayly, Karla, 2017)

FASE 4. EVALUACIÓN:

El proceso se cierra con la evaluación, tanto durante la evolución del proyecto como una vez terminada la vida útil del mismo, con el fin principal de verificar que el proyecto ha cumplido con su propósito central de resolver la brecha, entregar el beneficio y que está produciendo los resultados deseados. Para ello, es necesario comprobar después de un tiempo razonable de su operación, si efectivamente el problema ha sido solucionado por la intervención del proyecto. De encontrar resultados no satisfactorios una vez puesto en marcha el proyecto, será necesario llevar a cabo medidas correctivas. Independientemente del momento en que se realice la evaluación de resultados del proyecto, ésta debe tener dos objetivos principales: Evaluar si se han alcanzado los objetivos propuestos incluso antes de la realización del proyecto. Analizar, recolectar y hacer accesible a los involucrados el

aprendizaje y conocimiento obtenido gracias a éste proyecto a fin de utilizarlo y replicarlo en futuras iniciativas. (Bayly, Karla, 2017)

Proceso de formulación y evaluación de proyecto, Fuente: Magister en Economía, Fernando Aguirre, 2019.



7. Planeación estratégica

Idea de negocio:

Colombia es un país agrícola, pero poco competente, la poca capacidad de los campesinos se ve afectada gracias a intermediarios, quienes compran económico en las fincas colombianas y venden a un mejor precio en las grandes ciudades, obteniendo gran utilidad gracias a las personas dedicadas a trabajar en las zonas rurales de Colombia.

Para dar solución a esta gran problemática surge la idea emprendedora que pretende dar soluciones viables a este fenómeno de la cadena productiva del sector apícola. THE BEE FOR YOU.COM es una plataforma virtual que facilitara el proceso de comercialización por parte de los empresarios apícolas y el paso de compra de los consumidores.

Generando así reducción de costos en el proceso comercial con la eliminación de intermediarios. Es una plataforma que ofrece a sus clientes productos de alta calidad, con una experiencia de compra rápida y a precios cómodos no vistos en el mercado.

8. Logo y slogan:



Fuente: (Suárez, 2018)

Girasol: Significa la felicidad, la vitalidad, el positivismo y la energía.

Abeja: Productos derivados de miel de abejas.

Miel: Salud, amor deseo.

Alimenta tu vida sanamente: Incita a consumir productos del campo.

9. ALCANCE

¿Cuál es mi solución?

El proyecto quiere dar a solución a dos problemáticas principales, es un proyecto de innovación social, que pretende que las comunidades dedicadas al sector apícola del departamento de Boyacá vendan sus productos por medios de la plataforma THE BEE FOR YOU.COM, logrando generar mayores utilidades con la eliminación de intermediarios.

La plataforma también busca dar respuesta a esos consumidores atraídos por la salud y la belleza con el consumo de productos naturales, pero que los quieren tener en su mesa en el menor tiempo posible, con altos estándares de calidad y a un precio cómodo.

¿Existe oportunidad de negocio?

Si, en la actualidad el mercado de la miel de sus abejas no es muy conocido a pesar de todas las bondades que ofrece, es una gran oportunidad de llevar a los clientes a su mesa productos de calidad en el menor tiempo posible.

¿Quién es el protagonista?

El protagonista es la entrega en un tiempo record, llevar productos de calidad a la mesa de los clientes en el menor tiempo posible.

¿Cuál es el futuro de mi negocio?

Ser una de las plataformas de alimentos más grandes, donde no solo ofrezca productos derivados de la miel de abejas, sino otros productos agrícolas.

¿Qué riesgos enfrento?

Uno del mayor riesgo, es la gran contaminación y la desaparición de las abejas, además de la gran afluencia de nuevas plataformas de aientos.

10. Grupos de interés:

Los clientes potenciales se configuran en personas que se inclinan por el consumo de alimentos cien por ciento naturales, estos pueden ser jóvenes de los 18 a 35 años, que tienen una excelente conexión al mundo digital lo cual les va permitir adquirir los productos con mayor eficiencia, esta población se caracteriza por el consumo alternativo de alimentos. Estamos en un mundo muy globalizado, y el uso de la tecnología y el mundo digital crece exponencialmente.

En enero 2018 Colombia tenía unos 49,27 millones como población total, donde el 63% son usuarios en internet y usuarios activos en medios sociales. Sólo el 71% de la población son usuarios únicos en dispositivos móviles representado el 34,86 millones y 29 millones son usuarios activos en medios móviles. Los dispositivos más usados según el barómetro del consumidor de Google señala que el 75% de las personas de mayor de edad utilizan teléfonos inteligentes, el 57% usan laptops y computadoras personales y 20% tabletas. (Yi Min, 2018, párr. 4-6)

Si analizamos con detalle, hay una diferencia del 18% entre los teléfonos inteligentes y las computadoras, basándonos en eso podemos inducir que es cada vez más necesario el desarrollo de espacios adaptables y contenidos amigables y de fácil consumo en aparatos pequeños que este en la palma de la mano de los usuarios y de acceso fácil. (Yi Min, 2018, párr. 7)

Hay aproximadamente unos 31 millones de usuarios que acceden al Internet, donde el 96,7% ingresan desde de los teléfonos móviles, por supuesto dependerá de lo que quiere lograr el usuario varía el uso de los dispositivo. El 88% de los usuarios acceden diariamente al internet, el 7% de los usuarios acceden semanalmente y el 3% de los usuarios acceden mensualmente al internet. (Yi Min, 2018, párr. 8-9)

“Esto refleja la alta tasa de usuarios que día a día consume contenido digital en diversas plataformas, ya sea para actividades profesionales, personal, entre otros” (Yi Min, 2018,

párr. 10).

Las personas invierten un 41% en realizar búsquedas en Smartphone y 28% en computadoras personales. 48% de las visitas en redes sociales provienen de los teléfonos inteligentes y 30% en PC, 13% de las personas juegan videojuegos en Smartphone y 7% en computadoras, 43% de las personas ven videos desde los teléfonos inteligentes y 27% provienen de las computadoras, 9% ven información de los productos desde los Smartphone y 6% desde las computadoras personales. (Yi Min, 2018, párr. 16)

Colombia se ha convertido en una de las cunas principales con respecto a los grandes desarrollos tecnológicos y en el lanzamiento de diversos modelos de negocios autosustentables en diferentes áreas como la educación, impulso de marca, plataformas de gestión de presencia, entre otros. Por ello su crecimiento es constante y con la participación de diferentes profesionales referentes en el mundo digital ha ayudado a Colombia a dar un salto a otro nivel (Yi Min, 2018, párr. 19-20)

11. Investigación de mercado:

11.1 Análisis del sector digital:

En el análisis del sector de comercio electrónico se analizara la evolución del sector en Colombia y posteriormente en la ciudad de Bogotá.

En el estudio realizado por el Min TIC, el CNCEE y el Centro Nacional de Consultoría – CNC–presentaron el 28 de marzo de 2019 el primer Estudio de consumo del comercio electrónico en Colombia y las tendencias de compra de los usuarios de Internet, en el que se registran diversos puntos que tienen en cuenta los consumidores colombianos a la hora de adquirir bienes y servicios en línea, así como los niveles de confianza y apropiación del comercio electrónico.

El estudio fue realizado entre mujeres y hombres con edades entre los 15 y 75 años, quienes realizan transacciones por internet para la adquisición de bienes y servicios, o ejecutan operaciones de recaudo. En total, 2.103 personas fueron encuestadas, de

las cuales 1.851 son usuarias de internet y realizan actividades de comercio electrónico. La investigación da a conocer que en Colombia el 80 % de los internautas consulta o compara en línea las características y precios de los productos que desea adquirir. Igualmente, un 19 % compra y paga directamente en línea, mientras que el 17 % de las ocasiones los compradores prefieren hacer el pedido de su producto en los portales en línea y pagar una vez recibe el producto en su casa u oficina.

En cuanto a las categorías de productos de mayor preferencia por parte de los consumidores en los portales de compra y pagados en línea, se destacan: moda (37 %), turismo (37 %) y tecnología (36 %). El análisis reveló que quienes optan por realizar el pago contra entrega prefieren comprar productos relacionados con moda (45 %) y comestibles (34 %), convirtiendo a estos sectores en una categoría clave para el comercio electrónico, independientemente del mecanismo de pago.

En cuanto a los canales de acceso preferidos por los colombianos a la hora de comparar y buscar precios de productos o servicios en internet, se destacan los buscadores con 74 % y, luego, las redes sociales con 50 %. En cuanto al comportamiento de acceso y consulta en línea para la compra de bienes y servicios, el estudio destaca que mientras los hombres acceden a la compra por buscadores, las mujeres lo hacen por redes sociales; a mayor nivel socioeconómicos (4, 5 y 6) y nivel educativo (tecnológico, universitario y posgrado), mayor acceso a la compra por buscadores. Finalmente, los bogotanos son los mayores usuarios de los buscadores (80 %), mientras que los barranquilleros y cartageneros obtienen el más bajo porcentaje (57 %). El teléfono celular/Smartphone es el dispositivo más utilizado para la compra de bienes y servicios en línea (58 %), siendo mayor su uso en compras en las que el proceso de pago es offline. A este le sigue el computador portátil (25 %), el computador de escritorio (15 %) y la tableta (2 %). En cuanto al nivel de satisfacción relacionado con la experiencia de compra, el 87 % de los compradores la definen como altamente satisfactoria; los consumidores evalúan positivamente la facilidad en el proceso y la conveniencia o comodidad que representa. (Portal Actualícese, 2019, párr. 2-9)

11.2 Análisis del mercado Apícola.

El desarrollo de la industria apícola es importante en la agricultura, ya que de esta actividad es posible extender varios servicios, como es la polinización de los cultivos, además de la producción de miel, polen y propóleos, entre otros derivados de esta industria. (Portal Agronegocios, 2018, párr. 1)

El desarrollo de las actividades en torno a las abejas tendría un incremento en 2018, que la llevaría a crecer hasta una producción de 3.893 toneladas de miel en 2018. Esta cifra representaría un incremento de 63,6% frente a 2012, mientras que, frente a la producción de 2017 que fue de 3.542 toneladas, el crecimiento llegaría hasta 9,9%, de acuerdo con las cifras del Ministerio de Agricultura. (Portal Agronegocios, 2018, párr. 2)

Datos recolectados por el Ministerio de Agricultura encontraron que el consumo nacional es de 3.476 toneladas, lo que se traduce en un consumo per cápita de miel de apenas 57 gramos por persona al año, cifra muy inferior a los países líderes en consumo como Suiza con 1.400 gramos por persona y la República Checa, con 700 gramos por persona, campo que deben comenzar a copar los productores locales. (Portal Agronegocios, 2018, párr. 9)

¿Cómo está el sector apícola en Colombia?
Es un sector en desarrollo, en crecimiento y se viene fortaleciendo a pesar de que solo hemos ejecutado un 10% de nuestro potencial y podemos llegar fácilmente a un millón de colmenas. Actualmente se tienen unas 115.000 colmenas y ya estamos produciendo por encima de las 3.500 toneladas de miel, las cuales se quedan para el consumo interno del país. El precio interno de la miel es más alto que el externo por lo que le productor prefiere comercializarla a nivel local. Además, eso es solo el 20% de la demanda interna. (Revista Portafolio, 2019, párr. 1-3)

En Colombia la situación parece ser diferente, pues de acuerdo con datos de la Cadena Productiva de las Abejas y la Apicultura (Cpaa), del Ministerio de Agricultura, el número de colmenas ha ido en aumento. Mientras en 2012 había 88.111, al cierre del año pasado ascendió a 114.509, aproximadamente. De la mano del crecimiento

en el número de colmenas también se evidencia un aumento en los volúmenes de producción. Por ejemplo, en 2017 en el país se tuvo una producción récord de miel con 3.600 toneladas de este producto. (Revista Semana, 2019, párr. 1-2)

La proyección es que en el año 2020 se llegue a 150.000 colmenas y se alcance una producción superior a 4.000 toneladas de miel al año, proyección que debe ir acompañada de un aumento del consumo, pues en este momento los niveles del mismo son muy bajos con apenas 70 gramos al año. (Revista Semana, 2019, párr. 5)
“Las oportunidades están dadas; pues entre 70 y 80% de la demanda de miel en el país es insatisfecha y además, la cadena apícola también produce y comercializa polen y propóleos” (Revista Semana, 2019, párr. 7).

Hasta el año pasado el departamento de Córdoba era líder en producción de miel, pero con nuevos proyectos en el bajo cauca antioqueño, Antioquia se ha venido consolidando en el sector, por lo que estos dos departamentos ya representan el 20% de la producción total de este producto en el país. De igual forma, en los Llanos orientales se ha incrementado el desarrollo de proyectos apícolas, dada la oferta de la acasia mangium, un árbol que produce néctar extra floral más de la mitad del año, apto para las abejas. En el altiplano cundiboyacense se produce el mejor polen producto de la biodiversidad que permite obtener una materia prima rica en proteínas y vitaminas. (Revista Semana, 2019, párr. 8-9)

El 90% de la apicultura colombiana está representado por pequeños apicultores que en promedio no manejan más de 20 colmenas. “Es necesario proteger la apicultura artesanal y si es posible llevarla a mediano tamaño. No se pueden establecer normas y regulaciones que terminan afectando a los pequeños productores”, dice el directivo, quien precisa que en el país hay unos 3.500 apicultores, que generan alrededor de 7.000 empleos directos y unos 20.000 indirectos. (Revista Semana, 2019, párr. 10)

Cero exportaciones

Por ahora Colombia no exporta ninguno de los productos que se extraen de las colmenas. En este momento el mercado internacional tiene una gran oferta de mieles de dudosa calidad y el precio internacional de este producto al apicultor colombiano no le favorece; pues el interno es superior. (Revista Semana, 2019, párr. 10)

Esto ha generado que el producto nacional se esté comenzando a quedar almacenado porque para los industriales es difícil competir con precios bajos, dado que los costos de producción son elevados. A esto se adiciona un problema de falsificación del producto. Diazgranados considera que cerca del 80% de la miel que se consume en Colombia es falsificada; es decir, que no cuenta con los registros sanitarios requeridos y que evaden las normas establecidas por el Invima, lo que no solo sugiere un engaño a los consumidores y posibles afectaciones a la salud; sino un golpe a la industria legalmente constituida. (Revista Semana, 2019, párr. 12-13)

Tabla N-1:

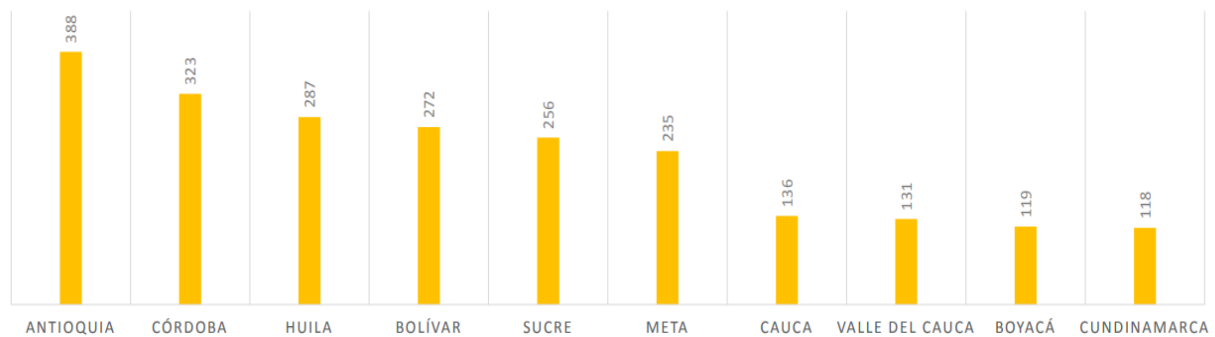
Año	Colmenas	Producción (ton)
2010	89.200	2.630
2011	87.00	2.350
2012	88.111	2.379
2013	92.793	2.691
2014	95.419	2.958
2015	97.210	3.111
2016	100.881	3.228
2017	110.689	3.542
2018	120.437	3.372

Fuente: (Ministerio de Agricultura, 2018)

Si bien, el número de colmenas en el país ha incrementado debido a la instalación de nuevos proyectos, la producción de miel disminuyó en aproximadamente 170 toneladas, esto debido a las pérdidas de colmenas, se reportaron ante el

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la muerte de 2500 colmenas total en los departamentos de Córdoba, Valle del Cauca y Meta. (Ministerio de Agricultura, 2018, p. 2)

Grafica N-1:



Principales productores de miel de abejas Colombia 2018

Fuente: (Ministerio de Agricultura, 2018).

Antioquia pasa a liderar la producción de miel de abejas a nivel nacional, debido al incremento del número de colmenas instadas, principalmente en el Oriente Antioqueño. Córdoba pasa al segundo puesto, debido en parte a la pérdida de alrededor de 1,200 colmenas, por causas que aún son desconocidas. Meta ha venido escalando posiciones debido al aumento de colmenas en la región, según los productores los departamentos de los llanos orientales, brindan condiciones para la producción muy favorables, como la oferta floral y el bajo uso de agroquímicos que deterioren la salud de las abejas. (Ministerio de Agricultura, 2018, p. 3)



Distribución de la producción de miel de abejas y polen a 2018, Fuente: Consejo Nacional CPAA y Comités Departamentales, 2018

Tabla N-2:

Producción en toneladas de miel de abejas, Fuente: Consejo Nacional CPAA y Comités Departamentales, 2018

Producción en toneladas de miel de abejas	departamentos
200-330	

100-199	
50-99	
0-49	
0-9	

Fuente: elaboración propia basada en (Ministerio de Agricultura, 2018)



Fuente: (Ministerio de Agricultura, 2018)

Importaciones y exportaciones de miel de abejas

Colombia no es un país exportador de miel de abejas, sin embargo, se reconoce el potencial del producto para su exportación, como se observa en la gráfica, durante los últimos 6 años ha habido un incremento en las importaciones de miel, que rondan las 140 toneladas por año provenientes de México y Argentina, correspondientes al 4% de la producción nacional. (Ministerio de Agricultura, 2018)

Grafía N- 2

Importaciones y exportaciones de miel de abejas, Fuente: Construido con datos de Trademap, 2018

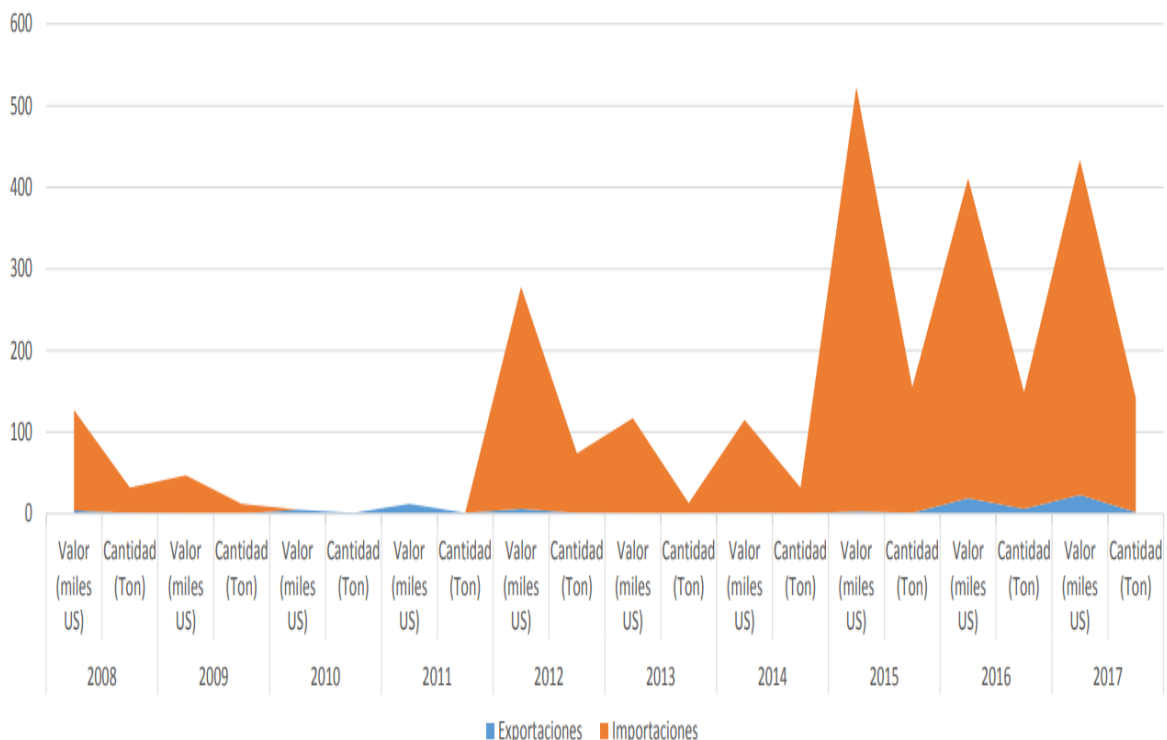


Tabla N-3:

Población en Colombia	45.500.000
Miel de abejas producida 2017 (Ton)	3.542
Miel de abejas importada 2017 (Ton)	140
Consumo per cápita (Gr)	81

Consumo per cápita de miel de abejas para 2017

Fuente: elaboración propia basada en (Minagricultura, 2018).

El consumo per cápita de miel de abejas con 80 g es bajo, comparado con los consumos de otros países, que en el caso de Suiza alcanza 1,4 kg, seguido por Nueva Zelanda y República Checa con 700 gr. Se estima que en Colombia existen alrededor de 3.000 apicultores, que generan 3.000 empleos fijos y 6.000 ocasionales. La generación de empleos fijos, se da a partir de las labores de revisión y mantenimiento de apiarios y los ocasionales al momento de la cosecha de los productos y su envasado. (Ministerio de Agricultura, 2018, p. 6)

Tabla N- 4:

Producto	2013	2014	2015	2016	2017
Miel	\$4.258	\$4.267	\$4.267	\$4.800	\$5.100
Polen	\$7.200	\$7.800	\$8.100	\$8.200	\$8.200

Costos de producción de miel de abejas

Fuente: elaboración propia basada en (Ministerio de Agricultura, 2018)

Los costos de producción, varían ampliamente dependiendo de la zona y del nivel de tecnificación del sistema de producción, en general los costos de producción

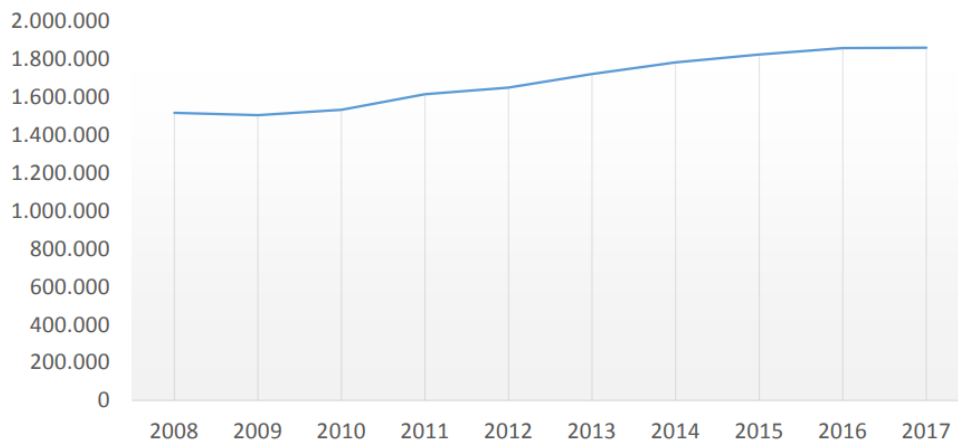
en un sistema de producción apícola pueden ser muy bajos, considerando que no existe alta dependencia a insumos importados y a que el recurso para la obtención de los productos, viene del medio que rodea a las abejas. La mayoría del costo, se refleja en la mano de obra. (Ministerio de Agricultura, 2018, p. 7)

Precios de miel y polen 2017

El precio pagado al productor durante 2017 de miel y polen varía según la zona, en zonas altamente productoras de miel como Sucre, Córdoba, Huila y Antioquia, se reportan precios entre \$9.000 y \$12.000 pesos por kilo, a diferencia de departamentos como Cundinamarca y Boyacá en la que se paga entre \$15.000 y \$30.000 pesos por kilo, en cuanto al precio del polen, en Cundinamarca y Boyacá se paga el kilo seco entre \$20.000 y \$25.000 pesos, en otros departamentos no productores alcanza los \$28.000 pesos. (Minagricultura, 2018)

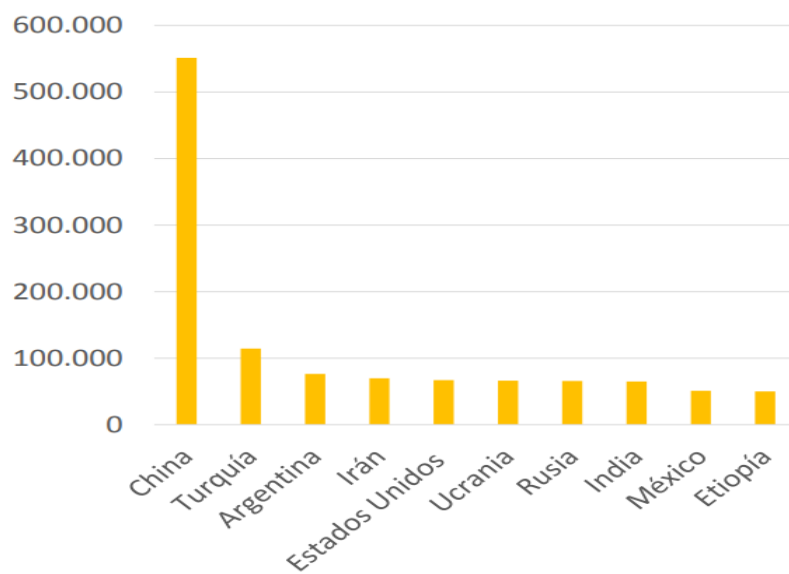
Grafica N-3:

Producción de miel de abejas a nivel mundial 2008 – 2017, Fuente: Construido con datos de FAOSTAT, 2018



Según (Minagricultura, 2018) “La producción de miel de abejas, muestra un crecimiento constante durante los últimos años, crecimiento aportado principalmente por el continente asiático”.

Grafica N- 4:

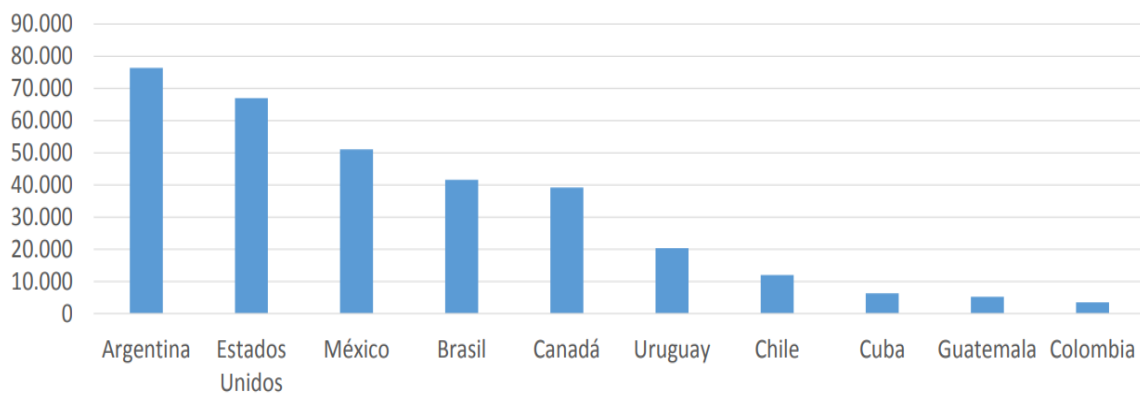


Países líderes en la producción de miel de abejas a nivel mundial

Fuente: (Ministerio de Agricultura, 2018)

China continúa por mucho liderando la producción de miel de abejas a nivel mundial con 551 mil, seguida por Turquía con 114 mil y en tercer lugar Argentina con 76 mil toneladas. El liderazgo de China en la producción mundial, es constantemente cuestionado, considerando que en varias oportunidades, el país ha sido descubierto comercializando a nivel mundial grandes cantidades de mieles falsificadas y adulteradas. Esta situación afecta gravemente a otros países que por costos de producción no pueden competir en estas condiciones. A nivel mundial, Colombia ocupa el puesto 58 con 3,540 Toneladas. (Ministerio de Agricultura, 2018, p. 16)

Grafica n-5



Tomado de “Países líderes en la producción de miel en América – 2017 (ton)” (Minagricultura, 2018).

La Producción de miel de abejas en el continente es liderada por Argentina, que a pesar del desplazamiento que han vivido los apicultores de este país debido a los

cultivos de soya, aún se mantienen. Colombia ocupa el 10 puesto en este ranking, es importante notar que Uruguay, Chile, Cuba y Guatemala, países con una menor superficie producen más que nuestro país, indicando la posibilidad de aumentar el inventario apícola de nuestro país. (Minagricultura, 2018).

11.3 Oportunidades y desafíos del sector apícola

Disminuir las afectaciones de colmenas por uso inadecuado de agroquímicos, lograr un balance entre los diferentes factores que intervienen en la salud de las abejas, desarrollar el marco normativo para la actividad apícola, mejorar la gestión de recursos para el sector, lograr un consenso claro sobre los motivos que afectan la salud de las abejas Mantener e intensificar el dialogo al interior de la CPAA, entre los miembros de los eslabones y de estos con las diferentes instituciones de apoyo, optimizar, estandarizar y mantener un sistema de recolección de información sobre el sector de las abejas y la apicultura, contar con estrategias de repoblación de colmenas y de apoyo a los productores afectados por afectaciones masivas. (Minagricultura, 2018)

12 Segmento de clientes

12.1 Características de la población objetivo:

Edad: 18 y 35 años

Sexo: Hombres, mujeres.

Escolaridad: Secundaria y universitaria

Composición familiar: Hogares con hijos entre 2 y 13 años, 4.7 personas

Estado civil: Casado o en unión libre.

Nivel de ingresos promedio: El ingreso promedio por hogar es de \$1'000.000.

Estrato socioeconómico: 3, 4 y 5.

Razones de compra: Valor nutricional, salud y belleza.

Lugar de compra: Digital- Plataforma la abeja dorada.com

12.2 Definición y segmentación del mercado:

Consumidores de productos de la mie de abejas y sus derivados como la cera, que habitan la ciudad de Bogotá.

Segmento geográfico:

Inicialmente se enfocara en el mercado de la ciudad de Bogotá.



Tierra Colombiana, 2017)

(Portal

Segmento demográfico:

Hombres y mujeres entre los 18 y 35 años.

Segmentación socioeconómica:

Segmento de personas de ingresos medios, altos, esto son familias o clientes con ingresos de más de \$1.000.000.

Segmento psicográfico:

Se identifica porque está compuesto por hogares ya conformados, tienen una situación social y económica ya definida, además del gusto o atracción de productos naturales, sin químicos.

13. Business Model Canvas

13.1 Segmento de clientes:



Los clientes potenciales se configuran en personas que se inclinan por el consumo de alimentos cien por ciento naturales, estos pueden ser jóvenes de los 18 a 35 años, que tienen una excelente conexión al mundo digital lo cual les va permitir adquirir los productos con mayor eficiencia, esta población se caracteriza por el consumo alternativo de alimentos. Un segmento de cliente importante para el desarrollo de esta propuesta es las personas con edades de los 30 a los 60 años, se caracterizan por el uso de los productos apícolas de distintas maneras, tanto para el tratamiento de enfermedades como para vitalidad misma, se caracterizan por el poco uso de APPS y plataformas virtuales y una muy poca conexión al mundo digital.

13.2 Propuesta de valor:



Lograr llevar a los clientes productos apícolas con altos estándares de calidad y en el menor tiempo posible, utilizando como herramienta principal la THE BEE FOR YOU.COM plataforma que facilitara el paso de comercialización por parte de los empresarios apícolas y el proceso de compra por parte de los consumidores. Generando así reducción de costos en el proceso comercial con la eliminación de intermediarios. Es una plataforma que ofrece a sus clientes productos de alta calidad, con una experiencia de compra rápida y a precios cómodos no vistos en el mercado.

13.3. Canales:



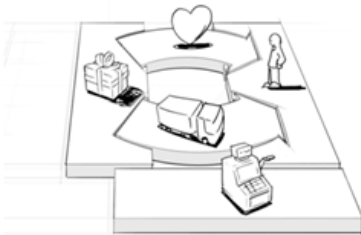
El tipo de canal estratégico del emprendimiento está compuesto de una estrategia de posicionamiento de marca, tanto con los clientes como con los productores apícolas, esto para que conozcan la plataforma y empiecen a interactuar con la misma. Es importante el manejo de canales no tan costosos el periódico es una buena estrategia de divulgar información sin exceder en costos. Las cuñas radiales son bastante eficientes para la población a la que se quiere llegar. Es importante la transmisión de publicidad y lanzamiento por medio de internet se puede hacer con búsquedas orgánicas. El mundo del e-commerce se traduce en el canal más importante para el manejo de mi emprendimiento el éxito de este depende del buen manejo que le dé a la web, a las redes sociales, web-site, etc.; de esta manera lograre generar una fidelización certera con mis clientes.

13.4 Relación con los clientes:



Los clientes podrán contar con chat personalizado, el cual les permitirá estar totalmente informados de los productos. Contaran con promociones de acuerdo a la cantidad de compra que realice, además los productores apícolas contaran con capacitaciones personalizadas para el manejo de LA ABEJA DORADA. Dentro de la plataforma se establecerá una pestaña con números de contacto y en donde los clientes pueden dejar sus comentarios, dudas, inquietudes las cuales deben ser resueltas por el mismo canal por el departamento de servicio al cliente en el menor tiempo posible, además en cada experiencia de compra la plataforma automáticamente emitirá un mensaje de calificación del servicio, con preguntas como, agilidad de la entrega, calidad en que llega el producto entre otras. Además la plataforma contara con una herramienta de auto ayuda, es una herramienta de tutorial que explica como es el manejo de la plataforma.

13.5 Ingresos:



La plataforma tendrá recursos de: Por ser una plataforma con muchos usuarios, tanto clientes como productores, la publicidad móvil es un ingreso, las empresas pueden pagar por ofrecer sus productos agrícolas, esto para los apicultores; y publicidad para clientes con productos con los cuales se puede mezclar la miel, productos comestibles. Otro ingreso es la venta de los productos por parte de los creadores de la plataforma, ya que aparte de administrar la plataforma, también seremos

apicultores vendedores; un ingreso más es el 20% de las ventas por cada transacción de las ventas de los demás apicultores.

13.6 Recursos claves:



Es claro que para este y todo tipo de negocios se necesita una inversión económica para, 1. Investigación de mercado, 2. Creación de la plataforma (dominio, .com.co) 3. Publicidad, 4. inicialmente producir los productos que se comercializarán 5. Almacenaje (bodega) 5. Transporte (camioneta, moto). 6. como mínimo 5 computadores 7. Oficinas 8. Racks para almacenamiento mínimo 2 de doble profundidad y una altura de 3 metros 9. 2 auxiliares de bodega 10. Empaques mínimo para la primera tanda de ventas.

13.7 Actividades clave:



THE BEE FOR YOU.COM, se traduce en una importante herramienta en el sector apícola colombiano, por este motivo las actividades clave van ligadas al diseño de cursos para el correcto manejo de los apiarios, promociones a nuestros suscriptores, participación en ferias de nivel nacional.

13.8 Alianzas claves:



Asociaciones de apicultores, apicultores independientes, ministerio de agricultura, alcaldías locales, empresas del sector apícola ya creadas,



Dentro de la estructura de costos se toma en cuenta que para este tipo de emprendimiento los recursos claves en general son bastante costosos, dentro de las actividades clave la alta presencia en ferias nacionales es un costo alto que como compañía estamos dispuestos a adquirir, se debe entender que existen costos fijos, y costos variables dentro del proyecto, al ser un proyecto enfocado al desarrollo social del país se puede hablar de una economía con crecimiento exponencial.

14 Análisis financiero

Tabla N-5: Inversión Inicial

INVERSION INICIAL THE BEE FOR YOU.COM			
recursos claves estimados	costo	capital	total
adquisición de dominio y hosting	\$400.000	aportes sociales	\$8.500.000
publicidad inicial	\$10.500.000	crédito a largo plazo	\$30.000.000
primer lote de productos	\$1.000.000	búsqueda de recursos (ONG'S)	\$3.000.000
bodega con oficina arriendo	\$6.000.000	crédito a corto plazo	\$7.000.000
moto	\$3.000.000		
camioneta	\$13.000.000		
5 computadores	\$8.000.000		
2 racks de doble profundidad selectivos	\$600.000		
empaques acorde al producto	\$4.000.000		

auxiliares de bodega	\$2.000.000		
total	\$48.500.000	total	\$48.500.000

Tabla N- 6: Costos fijos del proyecto

<u>COSTOS FIJOS DEL PROYECTO.</u>		
RUBROS	VALOR PROMEDIO MENSUAL	VALOR ANUAL
<i>Pago de Seguros</i>	\$83.333	\$1.000.000
<i>Sueldos y Salarios Administrativos</i>	\$6.275.000	\$75.300.000
<i>Servicios Públicos</i>	\$750.000	\$9.000.000
<i>Telefónica</i>	\$50.000	\$600.000
<i>Internet y Serv de Redes</i>	\$50.000	\$600.000
<i>Seguridad</i>	\$0	\$0
<i>Cafetería y Aseo.</i>	\$0	\$0
<i>Arriendo Instalaciones de Planta</i>	\$3.000.000	\$36.000.000
<i>Arriendo Locales Comerciales</i>	\$0	\$0
<i>Gastos de Publicidad</i>	\$250.000	\$3.000.000

<i>Gastos de Promoción y Ventas</i>	\$833.333	\$10.000.000
<i>Gastos Administrativos, papelería, alimentos, mensajería y otros.</i>		
<i>Gastos de Logística y Distribución.</i>	\$1.000.000	\$12.000.000
<i>Comisiones</i>	\$0	\$0
<i>Otros Gastos</i>	\$0	\$0
	\$0	\$0
	\$0	\$0
<u>TOTAL COSTOS FIJOS</u>	<u>\$12.341.667</u>	<u>\$147.500.000</u>
<u>TOTAL COSTOS VARIABLES ANUAL</u>		<u>\$87.650.000</u>

Tabla: N -7: Costos fabriles de la producción de miel.

<u>COSTOS FABRILES POR UNIDAD DEL PRODUCTO A</u>			
RUBROS	COSTO UNITARIO	CANTIDAD POR PRODUCTO	COSTO POR PRODUCTO
<i>Producción miel</i>	\$25.000,00	2.000,00	\$25.000
	\$0,00	-	\$0
	\$0,00	-	\$0
<u>COSTO FABRIL POR PRODUCTO</u>			\$25.000
NÚMERO ESTIMADO DE PRODUCTOS TIPO A (UNIDADES) A FABRICAR DURANTE EL PRIMER AÑO.			2.000
<u>COSTO FABRIL ANUAL</u>			\$50.000.000
<u>COSTO MANO DE OBRA ANUAL PRODUCTO A</u>			\$37.650.000

<u>COSTOS VARIABLES TOTAL ANUAL</u>	\$87.650.000
<u>COSTOS VARIABLES UNITARIO PRODUCTO A.</u>	\$43.825
<u>COSTO FIJO ANUAL / # TIPO DE PRODUCTOS</u>	\$73.750.000
<u>COSTOS FIJO UNITARIO PRODUCTO A</u>	\$36.875
<u>COSTO TOTAL POR PRODUCTO A</u>	\$80.700
MARGEN DE GANANCIA	\$32.280
PRECIO DE VENTA	\$112.980
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO. Ajuste Comercial	\$60.000

Tabla N- 8: Punto de equilibrio:

<u>PRESUPUESTO DE VENTAS Y PUNTO DE EQUILIBRIO PRODUCTO A.</u>						
VALOR PRECIO UNITARIO DE VENTA POR PRODUCTO A.					\$60.000	
VALOR COSTOS FIJOS TOTALES.					\$36.875	
VALOR COSTOS VARIABLE TOTAL UNITARIO FABRICAR PRODUCTO A.					\$43.825	
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1	# UNIDADES VENDIDAS PROD. A	VENTAS NETAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES FABRICAR PROD A	MARGEN DE UTILIDAD
ENERO	60	\$3.600.000	\$3.073	\$2.629.500	\$2.632.573	\$967.427
FEBRERO	80	\$4.800.000	\$3.073	\$3.506.000	\$3.509.073	\$1.290.927
MARZO	100	\$6.000.000	\$3.073	\$4.382.500	\$4.385.573	\$1.614.427
ABRIL	120	\$7.200.000	\$3.073	\$5.259.000	\$5.262.073	\$1.937.927
MAYO		\$8.400.000	\$3.073	\$6.135.500	\$6.138.573	\$2.261.427

	140					
JUNIO	160	\$9.600.000	\$3.073	\$7.012.000	\$7.015.073	\$2.584.927
JULIO	170	\$10.200.000	\$3.073	\$7.450.250	\$7.453.323	\$2.746.677
AGOSTO	200	\$12.000.000	\$3.073	\$8.765.000	\$8.768.073	\$3.231.927
SEPTIEMBRE	220	\$13.200.000	\$3.073	\$9.641.500	\$9.644.573	\$3.555.427
OCTUBRE	230	\$13.800.000	\$3.073	\$10.079.750	\$10.082.823	\$3.717.177
NOVIEMBRE	250	\$15.000.000	\$3.073	\$10.956.250	\$10.959.323	\$4.040.677
DICIEMBRE	270	\$16.200.000	\$3.073	\$11.832.750	\$11.835.823	\$4.364.177
TOTALES	Total Unid A Anuales.	Ingresos por Ventas Anuales	Total Costos Fijos Anuales	Total Costos Variables Anual.	Total Costos Totales Anuales.	Total Margen Utilidad Anual.
	2.000	\$120.000.000	\$36.875	\$87.650.000	\$87.686.875	<u>\$32.313.125</u>

Punto de Equilibrio (Unidades Mínimas a Vender)		Utilidad Punto de Equilibrio.
<u>1.461</u>		\$0
Unidades Excedentes al Punto de Equilibrio.		Utilidad Anual.
<u>539</u>		<u>\$32.313.125</u>
Total Unid Anuales.	<u>2.000</u>	

15. CONCLUSIONES

*Las ventas online son una gran oportunidad para pequeños y grandes empresarios, gracias al crecimiento exponencial del uso de la tecnología y el mundo digital.

*La abeja dorada es una plataforma con responsabilidad empresarial, incluye a todos los campesinos apicultores y les da una oportunidad de crecimiento personal, con la mejora

de sus ingresos, además insita al cuidado y resalta la importancia de las abejas en nuestros ecosistemas.

*La abeja dorada es una plataforma virtual que ayudara mejorar los ingresos de los apicultores, con la eliminación de los intermediarios.

*Los clientes podrán encontrar productos derivados de la miel con excelente calidad, precios asequibles y tenerlos en su mesa en un tiempo record.

*Es muy importante el cuidado de las abejas en nuestro ecosistema, sin ellas la actividad agrícola prácticamente desaparecería, lo que dejaría a muchas familias sin una fuente de ingresos.

*La bioeconomía es un mercado creciente en Colombia, cada día más es la aceptación de los derivados de la miel de abejas, en temas de salud y belleza.

* Existe una gran oportunidad de mercado, ya que en el sector de los productos apícolas,

Se desconoce o se conoce sesgadamente en sus bondades en belleza y salud.

*La miel de abejas no tiene un posicionamiento importante en las mentes de los consumidores.

16 RECOMENDACIONES

El plan de negocios es una herramienta que permite innovar en la venta de productos apícolas, siendo favorable en la generación de utilidades con la eliminación de intermediarios.

La plataforma debe hacer una gran campaña de publicidad y marketing y dar a conocer sus servicios en la ciudad de Bogotá, con ayuda de las redes sociales, medios masivos no tan costosos periódicos, entrega de volantes y publicidad de vos a vos.

Si bien el mercado objetivo es la Ciudad de Bogotá, se debe comenzar con un nicho de mercado en localidades con un mayor poder adquisitivo y uso extremo de la tecnología, interesados en la adquisición de productos en pro de la salud y la belleza.

17 BIBLIOGRAFÍA

Barcelona School of Management [BSM]. (2015). *¿Qué es E-commerce o comercio electrónico?* Obtenido de Portal marketing digital: <https://marketingdigital.bsm.upf.edu/e-commerce-comercio-electronico/>

Bayly, Karla. (2017). *El Ciclo de Vida de un Proyecto de Inversión*. Obtenido de Portal Idesaa: <https://idesaa.edu.mx/blog/el-ciclo-de-vida-de-un-proyecto-de-inversion/>

Eraso, N., & Montoya, L. (15 de 12 de 2011). Producto miel de abejas en el mercado de Bogotá. *Poliantea*. 7(12), 141-146. doi:10.15765/plnt.v7i12.154

Galeano, S. (2019). *¿Que es el e marketing y que implica?* Obtenido de Portal marketing ecommerce : <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-e-marketing-y-que-implica/>

Ministerio de Agricultura. (2018). *Cadena productiva de las abejas y la apicultura*. Bogotá: Ministerio de Agricultura.

Olivares, D. (2019). *¿Qué es un plan de negocio?* Obtenido de Portal Muy pymes: <https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio>

Pecina, M. (2011). *Teorías del comercio Internacional*. Obtenido de Portal eumed: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>

Portal Actualicese. (2019). *¿Qué tan posicionada está la cultura del comercio en línea en Colombia?* Obtenido de Finazas: <https://actualicese.com/que-tan-posicionada-esta-la-cultura-del-comercio-en-linea-en-colombia/>

Portal Agronegocios. (2018). *La producción de miel en el país creció 63,6% entre 2012 y la proyección de 2018*. Obtenido de Aprende: <https://www.agronegocios.co/aprenda/la-produccion-de-miel-en-el-pais-crecio-636-2717911>

Portal Tierra Colombiana. (2017). *Todo sobre Colombia*. Obtenido de Portal Tierra Colombiana: <https://tierracolombiana.org/>

Revista Portafolio. (2019). *La miel, un negocio dulce que espera por más inversiones en Colombia*. Obtenido de Economía: <https://www.portafolio.co/economia/la-apicultura-en-colombia-530532>

Revista Semana. (2019). *La apicultura crece en Colombia*. Obtenido de Medio ambiente: <https://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/en-colombia-no-desaparecen-las-abejas-crece-su-produccion/44098>

Suárez, E. (2018). *Todo sobre la miel de abejas y sus derivados*. Obtenido de Portal Mindfit: <https://mindfit.club/alimentacion/miel/>

Universidad Nacional Autónoma de México. (2018). *¿Que son las tic?* Obtenido de Portal unam:

<http://tutorial.cch.unam.mx/bloque4/lasTIC>

Yi Min, S. (2018). *Situacion digital Colombia 2018*. Obtenido de Portal Yi Min Shum Xie:

<https://yiminshum.com/situacion-digital-colombia-2018/>