

**PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE MIEL
DE ABEJAS EN EL MUNICIPIO DE OIBA, SANTANDER**

ANA MILENA FRANCO HERNANDEZ

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
PRODUCCIÓN AGROINDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2018**

**PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE MIEL
DE ABEJAS EN EL MUNICIPIO DE OIBA, SANTANDER**

ANA MILENA FRANCO HERNANDEZ

**Proyecto de grado para optar al título de Profesional en Producción
Agroindustrial**

DIRECTOR:

CARLOS AVELLANEDA RUEDA

Ingeniero de Sistemas

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
PRODUCCION AGROINDUSTRIAL
BUCARAMANGA**

2018

DEDICATORIA

Cada paso que diariamente damos nos enseñan a que la firmeza y el valor de pisar fuerte y dejar la mejor huella son fundamentales para sembrar un camino de caídas y triunfos que con el tiempo nos darán el reconocimiento que deseamos obtener, agradezco a Dios quien ha sido mi mejor aliado en esta lucha por alcanzar este gran sueño que gracias a la universidad industrial de Santander hago realidad, abriéndome las puertas de sus aulas y el conocimiento y orientación de grandes docentes para la culminación de esta etapa, a mis padres por ser el motivo fundamental de mi lucha diaria y a mis demás familiares y amigos que han compartido junto a mi este sueño.

Agradezco enormemente a la Familia Guerrero Ríos personas que en este proceso han llegado a mi vida y se han convertido en seres realmente especiales e importantes, que con su apoyo y comprensión me han enseñado a que la vida cada día es mejor.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	15
1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	17
1.2 FORMULACIÓN DE PROBLEMA.....	17
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	18
1.4 OBJETIVOS.....	19
1.4.1 Objetivo general.....	19
1.4.2 Objetivos específicos	19
2. MARCO DE REFERENCIA.....	20
2.1 ANTECEDENTES.....	20
2.2 MARCO TEÓRICO	21
2.2.1 Producción apícola	28
2.2.2 Mercado nacional apícola	29
2.2.3 Costos de producción	31
2.2.4 Santander productora apícola.....	31
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	32
2.4 MARCO GEOGRÁFICO	36
2.4.1 Delimitación espacial	37
2.5 MARCO LEGAL.....	38
2.5.1 Norma sanitaria.....	38
2.5.2 Decreto 3075 de 1997.....	39
2.5.3 Título III: vigilancia y control.....	39
2.5.4 Normatividad agropecuaria	40
2.5.5 Normatividad técnica	41
3. ESTUDIO DE MERCADOS	42

3.1 FICHA TÉCNICA DE LA DEMANDA	42
3.1.1 Resultados de la encuesta de la demanda	43
3.2 FICHA TÉCNICA DE LA OFERTA.....	49
3.2.1 Resultados de la encuesta de la oferta	50
4. ESTUDIO DE MERCADOS	57
4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	57
4.1.1 Objetivo general.....	57
4.1.2. Objetivos específicos	57
4.2 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	57
4.2.1 Mercado objetivo.....	57
4.2.2 Población considerada.....	58
4.2.3 Justificación del mercado objetivo	58
4.2.4 Análisis del sector	59
4.3 ESTRATEGIAS DE MERCADOS	59
4.3.1 Concepto del producto	60
4.3.2 Tipos de la miel de abejas	61
4.3.3 Productos sustitutos.....	64
4.4 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	64
4.4.1 Canales de distribución.....	65
4.5 ESTRATEGIAS DE PRECIOS.....	65
4.6 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	66
4.7 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	67
5. ANÁLISIS FINANCIERO.....	69
5.1 INVERSIÓN INICIAL.....	69
5.2 FLUJO DE CAJA	72
6. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	76
6.1 ANÁLISIS DOFA.....	77
6.2 MISION	77
6.3 VISION.....	77
6.4 VALORES CORPORATIVOS	78

6.5 POLÍTICAS	78
6.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	79
7. CONCLUSIONES	82
8. RECOMENDACIONES	83
BIBLIOGRAFÍA	84
ANEXOS	86

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Estimación del número de colmenas, producción y rendimiento por colmena para miel de abejas	29
Tabla 2. Producción por Departamentos	30
Tabla 3. Requisitos Fisicoquímicos de la Miel de Abejas	39
Tabla 4. Requisitos Microbiológicos de la Miel de Abejas	40
Tabla 5. Ficha Técnica - Demanda	42
Tabla 6. Ficha Técnica Oferta.....	49
Tabla 7. Presupuesto Inversión Inicial	71
Tabla 8. Proyección Flujo de Caja Mes 1-Mes 6.....	73
Tabla 9. Proyección Flujo de Caja Mes 7- Mes 12.....	74
Tabla 10. Matriz DOFA	77

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfica 1. Plan Técnico Operativo	22
Gráfica 2. Ejemplo de Cadena de Valor.....	24
Gráfica 3. Respuestas Pregunta 1 - Demanda	44
Gráfica 4. Respuestas Pregunta 2 - Demanda	45
Gráfica 5. Respuestas Pregunta 3 - Demanda	46
Gráfica 6. Respuestas Pregunta 4 – Demanda.....	47
Gráfica 7. Respuestas Pregunta 5 - Demanda	48
Gráfica 8. Respuestas Pregunta 6 – Demanda.....	49
Gráfica 9. Respuesta Pregunta 1 - Oferta.....	51
Gráfica 10. Respuesta Pregunta 2 - Oferta.....	52
Gráfica 11. Respuesta Pregunta 3 - Oferta.....	53
Gráfica 12. Respuesta Pregunta 4 – Oferta.....	54
Gráfica 13. Respuesta Pregunta 5 - Oferta.....	55
Gráfica 14. Respuesta Pregunta 6 - Oferta.....	56
Gráfica 15. Ganancias mensuales venta de Miel de Abejas Santa Ana	75
Gráfica 16. Organigrama Miel de Abejas Santa Ana	79

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1. Longitud de los Canales de Distribución.....	27
Ilustración 2. Ubicación Geográfica Oiba, Santander	36
Ilustración 3. Municipio de Oiba, Santander	38
Ilustración 4. Mapa Municipio de Oiba, Santander.....	58
Ilustración 5. Miel de Abejas	61
Ilustración 6. Tipos de Miel de Abejas	63
Ilustración 7. Miel de Abejas Santa Ana por 500 gr	64
Ilustración 8. Logo Mieleles Santa Ana.....	67

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. ENCUESTAS	86

RESUMEN

Título: Plan de negocio para una empresa comercializadora de miel de abejas en el municipio de Oiba, Santander*.

Autor: Ana Milena Franco Hernández**

Palabras Claves: Plan de Negocios, Apicultura, Miel de Abejas, Comercializadora

La comercializadora de miel de abejas Santa Ana ubicada en el municipio de Oiba Santander, basa su proceso en el envasado y etiquetado de la misma con la intención de hacer crecer el comercio de la miel de abejas y promover el pago justo por un producto de calidad.

Con una inversión de \$4.175.000 iniciales los cuales serán recursos propios de la comercializadora que busca poder desarrollar un proceso innovador de apoyo a los productos apícolas que son explotados en el municipio de Oiba Santander, atreves de el envasado y etiquetado del producto 100% natural y de calidad que será ofrecido en el mercado bajo los mejores parámetros de calidad durante el proceso de manufactura y manipulación de la misma.

La persona emprendedora del proyecto tiene conocimientos del cultivo apícola y la producción de la miel de abejas su proceso de maduración, extracción, y correcto envasado, el correcto manejo de conservación de la temperatura adecuada que no afecte la pureza del producto.

Durante esta indagación y preparación de información para el desarrollo del proyecto encontramos la viabilidad del mismo para llevarlo al proceso de ejecución y convertir la comercializadora de miel de abejas Santa Ana en una empresa fuerte y líder del mercado.

* Trabajo de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Profesional en Producción Agroindustrial. Director. Carlos Avellaneda Rueda, Ingeniero de Sistemas

ABSTRACT

Title: Business plan for a company marketing honey bee in the municipality of Oiba, Santander*.

Author: Ana Milena Franco Hernández**.

Keywords: Business Plan, Beekeeping, Bee Honey, Marketing.

The honey bee trading company Santa Ana located in the municipality of Oiba Santander, bases its process on the packaging and labeling of it with the intention of growing the trade of honey and promoting fair payment for a quality product.

With an initial investment of \$ 4,175,000, which will be the company's own resources, which seeks to develop an innovative process to support bee products that are exploited in the municipality of Oiba Santander, through the packaging and labeling of the 100% natural product and quality that will be offered in the market under the best quality parameters during the process of manufacturing and handling it.

The entrepreneur of the project has knowledge of beekeeping and bee honey production process of maturation, extraction, and correct packaging, the proper management of conservation of the appropriate temperature that does not affect the purity of the product.

During this investigation and preparation of information for the development of the project, we find the viability of the project to take it to the execution process and convert the Santa Ana honey bee trading company into a strong company and market leader.

* Degree work

** Institute of Regional Projection and Distance Education. Professional in Agroindustry Production. Director. Carlos Avellaneda Rueda, Systems Engineer

INTRODUCCIÓN

Dentro de los procesos agropecuarios encontramos la actividad apícola como una de las ramas pecuarias, mediante esta se logra desarrollar la explotación de miel de abejas extraída de la especie *Apis mellifera*, obteniendo de esta explotación productos como miel, apitoxina, polen, cera, jalea real, propóleos, en su gran mayoría utilizados en la medicina y otros beneficios secundarios como la polinización cruzada.

Es la apicultura una actividad que demanda de poco espacio para la ubicación del cultivo, por lo cual se puede realizar alternado con otras actividades agropecuarias, y con ello ayudar al productor a dar uso a pequeños espacios, vacíos en sus terrenos, contando con el beneficio que trae con ello como lo es extender sus cultivos gracias a la polinización que las abejas realizan durante su recolección de néctar.

Gracias a la biodiversidad de floración que se presenta en Colombia, la producción de miel de abejas es aun de mejor, dando lugar a que su sabor, textura y color cambian según la zona en la cual es cultivada esto da la posibilidad de consumir el producto en diferentes presentaciones de las características ya mencionadas. Dar un buen manejo a la explotación apícola (apicultura) con el fin de lograr incorporar ciencia y tecnología con la que se logre mejorar la producción sería un gran avance para los productores, que serían los principales beneficiados al obtener mayores rendimientos de miel y así mismo económicos.

Mediante este proyecto se desean crear alternativas de comercialización con la figura de intermediarios entre el productor y consumidor, garantizando a las dos partes mantener una cadena justa en la que gane el fabricante teniendo pago justo

por el producto extraído y el consumidor pagando un precio coherente por un producto (miel de abejas) de alta calidad.

1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los productores apícolas han considerado la extracción de miel de abejas como un trabajo secundario y así sus expectativas no van más allá de recibir un pago mínimo por un producto dado a granel pues el beneficiado en este proceso suele ser el intermediario quien en el momento de venderlo fuera del municipio cobra precios altos y ganan un 100% a la compra hecha al productor los ya existente en el Municipio de Oiba Santander no se molestan por asegurar pureza, calidad e inocuidad del producto, dejando así de igual manera a un lado el proceso de envase y etiquetado en el municipio

1.2 FORMULACIÓN DE PROBLEMA

¿Qué tan viable es la creación de una empresa comercializadora de miel de abejas en el municipio de Oiba – Santander?; este es el interrogante para la base del proyecto, donde se nota la viabilidad en la creación de una nueva empresa comercializadora estableciendo como prioridad la competencia sana frente a las demás ya existentes en el municipio, pero basando el empeño por garantizar la calidad del producto (miel de abejas Santa Ana), logrando llevarla al posicionamiento y reconocimiento en la zona apícola.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Gracias a una gran variedad de zonas climáticas, se logra la obtención de este preciado alimento (miel de abejas), con diferentes características pero que aportan un beneficio, con su capacidad de mejorar, inflamaciones, dolores, quemaduras, molestias en la garganta y además de ello siendo incluida como endulzante natural se convierte en un producto más saludable en una dieta diaria.

Es importante tener en cuenta que la apicultura antes de su producción, genera unos beneficios ecológicos significativos como es la polinización de cultivos, y demás especies florales, los cuales la catalogan como una herramienta para la conservación y recuperación de estos recursos y la hace parte fundamental de los sistemas de producción sostenible, por ello se quiere apoyar a los productores ubicados en el municipio de Oiba Santander, generando consciencia de la importancia que conlleva el cuidado de sus colmenas , con el fin de mejorar su producción apícola y de mano con ello la polinización a cultivos aleatorios.

Para este proceso se quiere involucrar a productores en capacitaciones técnicas enriquecedoras sobre los procesos técnicos para mejorar estos parámetros, buscando con esto que la producción apícola aumente y así a futuro poder incrementar mercado garantizando la calidad de la miel de abejas que es entregada al consumidor. Para “miel de abejas, santa Ana” la importancia de mejorar los mercados está basada en llevar a la mesa de muchos compradores, un producto seguro, por lo mismo lograr que cada proveedor mantengan la calidad que se desea obtener.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general. Elaborar un plan de negocio para una empresa comercializadora de miel de abejas en el municipio De Oiba Santander.”

1.4.2 Objetivos específicos

- Elaborar un análisis del sector apícola que permita identificar la cantidad de producto que se puede llegar a obtener en compras anuales por mieles Santa Ana.
- Realizar una investigación de mercados de miel de abejas existentes en el municipio para tener bases sobre cómo manejar la competencia
- Realizar un análisis financiero y de mercadeo que nos permita identificar costos de la comercialización y posicionamiento de la marca Miel de Abejas Santa Ana.
- Elaborar organigrama empresarial con cada uno de los cargos especificando sus funciones para mantener el debido funcionamiento en los procesos empresariales.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 ANTECEDENTES

La apicultura colombiana tiene sus inicios durante la conquista española cuando fue introducida al continente la abeja *Apis mellifera*¹ especie que debido a su alta producción de miel desplazó a las abejas nativas aprovechadas de forma racional por los indígenas colombianos para la obtención de miel, cera y otros productos².

El crecimiento mostrado por la apicultura en la década de los años 70 fomentó la generación de políticas públicas específicas, especialmente aquellas relacionadas con el manejo sanitario de las abejas y sus productos, las cuales se establecieron mediante las resoluciones 473 de 1976 y 665 de 1977 del Ministerio de Agricultura y los acuerdos 23 y 25 de noviembre 12 de 1979 del ICA.

Los bienes derivados de la actividad apícola pueden ser clasificados en tres categorías; la primera corresponde al material biológico comercializado en forma de núcleos, colonias y reinas, La segunda categoría la componen los productos de secreción de las abejas, generados por glándulas del insecto, como la jalea real, la cera y la apitoxina, La tercera son los productos de recolección y transformación por las abejas, en la cual se encuentran la miel, el polen y los propóleos. Las características de este grupo de productos (composición, cualidades sensoriales y actividad biológica) son altamente correlacionadas con la ubicación geográfica de los apiarios.

¹ SANTAMARÍA BUENO, A. R. Diagnóstico productivo y comercial de la cadena apícola de los programas para la sustitución de cultivos ilícitos y desarrollo alternativo de Acción Social y UNODC. Bogotá: Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito UNODC, Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional ACCIÓN SOCIAL. 2009

² NATES PARRA, G. Guía para la cría y manejo de la abeja angelita o virginita *Tetragonisca angustula* Illiger. Bogotá: Convenio Andrés Bello Serie Ciencia y Tecnología No.84. 2001

El mercado interno de la comercialización y consumo de miel o de acuerdo con datos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural MADR, el consumo per cápita de miel ha caído a una tasa anual de 4,6% y llegó a 35gr por persona en el año 2007, se explican como posibles causas del descenso en el consumo de miel la debilidad en la estrategia de mercadeo de los productos apícolas en el país, la disminución de la producción nacional de miel de abejas, y el descenso o al menos, el estancamiento en el ingreso per cápita de los consumidores, en detrimento de la diversificación de la canasta familiar

2.2 MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de este proyecto se tuvieron en cuenta los siguientes conceptos y estudios para la comercialización de miel de abejas.

Definición de producto: proceso mediante el cual se transforma una idea en una oportunidad de negocio rentable.

Plan de mercado: elaboración de documentos mediante los cuales se describe y da a conocer el plan de marketing para acaparar el mercado que se desea obtener con competencia sana ante las demás empresas.

Análisis del sector: conocer el medio socio-económico en el cual el consumo sea de gran acogida para encontrar métodos ágiles de llegada al consumidor y crear con ello una necesidad del producto.

Investigación de mercados: método de entrada y recopilación de datos para conocer el sector socio- económico en el que se da mejor la comercialización del producto y tiene mayor movimiento en compra ayudando a tomar decisiones sobre el mercadeo a manejar para lograr la posición de la marca.

Competidores³: está formado por las empresas que producen y comercializan productos similares a los del proyecto y por aquellas compañías que, sin ofrecer bienes o servicios similares, comparten el mismo mercado objetivo de clientes. Por lo tanto, para la preparación y evaluación de proyectos será imprescindible, conocer la estrategia comercial que se desarrollará para enfrentar de mejor forma la competencia frente al mercado consumidor.

Patrón de compra del consumidor: forma de reacción del consumidor ante el material o producto que desea obtener, lo adquiere e influyen factores familiares, sociales o personales según la necesidad creada.

Plan técnico operativo: para el desarrollo del proyecto se tienen contempladas dos fases principales: Producción y Mercadeo.

Gráfica 1. Plan Técnico Operativo



³ ENCICLOPEDIA DE TAREAS Mercado competidor [en línea] disponible en: <http://www.encyclopediadetareas.net/2012/05/mercado-competidor.html>

Análisis financiero⁴: el análisis financiero es una herramienta que permite realizar comparaciones relativas de distintos negocios y facilita la toma de decisiones de inversión, financiación, planes de acción, control de operaciones, reparto de dividendos, entre otros.

Los objetivos de un análisis financiero son:

- Conocer, estudiar, comparar y analizar las tendencias de las diferentes variables financieras que intervienen.
- Evaluar la situación financiera de la organización.
- Verificar la coherencia de los datos de los estados financieros con la realidad económica y estructural de la empresa.
- Tomar decisiones de inversión y crédito.

Motivaciones por las cuáles los clientes prefieren el producto de la unidad productiva “Valor Diferenciador”: realizando un análisis de competencia a nuestro producto Miel de Abejas, éste se diferencia de la competencia por el aseguramiento de calidad (pureza 100%) y utilizar estrategia de precios; tratar de disminuir el costo de la producción frente a otras marcas, pero manteniendo siempre una cultura de mejoramiento continuo y satisfacción de sus clientes. La diferenciación es un factor clave para el éxito de la empresa; es necesario hacer notar al consumidor el valor agregado del producto (calidad), para que así este aprecie su valor y no tener que recurrir a las estrategias del precio más bajo.

El “Valor Diferencial” es el “Factor Extra” perceptual o real que tiene un producto o servicio que le permite vender más, cobrar más o consolidar una posición de marca. El “Valor” es el beneficio especial que lo acerca al consumidor mientras que la “Diferencia” son los atributos que lo alejan de sus competidores.

⁴ GERENCIE Que es el análisis financiero [en línea] disponible en: <https://www.gerencie.com/que-es-el-analisis-financiero.html>

Estructura básica de la cadena de valor: la cadena de valor nos ofrece una visión gráfica de la empresa alrededor de los procesos, cada uno de ellos con orientación hacia la generación de valor. Si un proceso no agrega valor este debe ser desechado.

Gráfica 2. Ejemplo de Cadena de Valor



Fuente: SECTORTELECOMUNICACIONES Cadena de valor [en línea] disponible en: http://sectortelecomunicaciones1.blogspot.com.co/2012/10/blog-post_7603.html

En el Gráfico 2 apreciamos un ejemplo de una cadena de valor, esta cuenta con una sección de actividades de apoyo o de soporte que definiremos a continuación:

Dirección-Estructura y Liderazgo: como su nombre lo indica es quien dirige, orienta el proyecto; es la persona encargada de la toma de decisiones y planificación-aprobación de todos los procesos.

Finanzas-Recursos Humanos: hace referencia al plan de financiación del proyecto y requerimiento de personal.

Investigación y Desarrollo: es el diseño del producto, investigación de mercadeo y producción.

Administración de Materiales: es la rama encargada de la compra de insumos, maquinarias, publicidad y demás servicios requeridos.

Además, tenemos las actividades primarias básicas de la cadena de valor⁵.

Logística Interna: Ej. Almacenamiento de materiales, recepción de datos, acceso a clientes.

Operaciones: Ej. Montaje, fabricación de componentes.

Logística Externa: Ej. Procesamiento de perdidos, manejo de depósitos, preparación de informes.

Marketing y Ventas: Ej. Fuerza de ventas promocionales, publicidad, exposiciones, presentaciones de propuestas.

Servicios Post Venta: Ej. Instalación, soporte al cliente, resolución de quejas, reparaciones.

La cadena de valor es una herramienta básica para diagnosticar la ventaja competitiva y encontrar maneras de crearla y mantenerla, también puede jugar un valioso papel en el diseño de la estructura organizacional; esa ventaja competitiva se logra cuando la empresa desarrolla e integra las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa o mejor diferenciada que sus rivales.

⁵ SECTOR DE TELECOMUNICACIONES Blog post [en línea] disponible en: http://sectortelecomunicaciones1.blogspot.com.co/2012/10/blog-post_7603.html

Los canales de distribución: Los canales de distribución, son los medios a través de los cuáles se mueven los productos desde el fabricante hasta el consumidor final; las decisiones sobre los canales de distribución dan a los productos los beneficios de lugar y los beneficios del tiempo al consumidor. Un canal de distribución es el conducto que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor de la forma más completa, eficiente y económica posible; es la ruta por la que circulan los productos desde su creación en el origen hasta su consumo o uso en el destino final.

Tipos de Canales de Distribución

- **Canal Directo:** como su nombre lo indica, este tipo de canal cuenta con la particularidad de que el productor de un determinado bien o servicio comercializa de forma directa al consumidor final, sin la necesidad de intermediarios.
- **Canal Indirecto:** recibe esta denominación debido a que entre el productor del bien o servicio y el consumidor se presenta un intermediario. El tamaño puede variar en función de la cantidad de intermediarios que conformen la senda atravesada por el bien o servicio. A partir de esto, se pueden distinguir dos canales indirectos:
 - **Canal Corto:** está constituido por dos peldaños, por ello cuenta con sólo un mediador entre el productor y el consumidor final. Algunos ejemplos de un canal corto de distribución podrían ser: venta de automóviles, indumentaria exclusiva, entre otros.
 - **Canal Largo:** el canal largo se caracteriza por la presencia de una cantidad numerosa de intermediarios y suele identificar a la gran mayoría de productos de consumo. Este canal suele incluir a mayoristas, distribuidores especiales, revendedores, etc. Existe una idea generalizada acerca de que mientras mayor

sea la cantidad de mediadores en un canal de distribución, mayor será también el precio del producto o servicio.

Ilustración 1. Longitud de los Canales de Distribución



Fuente: FREDY OSORIO COMERCI Construir innovar [en línea] disponible en: <http://fedyosoriocomerci.wixsite.com/construinnovar/blank-9>

Costos de operación del modelo de negocio: corresponde a los montos de recursos que se estima demandará el proyecto, durante la operación. Corresponde al gasto corriente que demandará la operación normal del proyecto. Ejemplos:

- Sueldos y salarios
- Servicios básicos
- Arriendos
- Materiales e insumos
- Combustibles
- Permisos, patentes
- Publicidad
- Costos financieros

2.2.1 Producción apícola El nombre científico de la abeja es *Apis mellifera*⁶, las cuales llegan a Colombia en la época de la conquista española y desplazan a la abeja nativa, éstas empiezan a ser explotadas por los indígenas como fuente de extracción de miel. El proceso de cuidado a las colmenas es fundamental para lograr con ello mantener la producción en un punto de alta calidad y mejorado la cantidad de miel de abejas extraída.

Colombia al ser un país rico en flora tiene capacidad para ser un alto proveedor de miel de abejas por sus diferentes pisos térmicos que permiten el manejo de apiarios y extracción de mieles con diferentes características, aun cuando ha sido difícil mantener la producción se sigue importando miel de abejas pura y sus subproductos de países como Argentina, México y Perú.

Con la idea de mejorar la capacidad de producción y su calidad los apicultores están buscando con el ICA⁷ recibir certificado de buenas prácticas apícolas, que les ayude a luchar contra problemas que afectan sus cultivos apícolas, como fumigaciones y demás químicos que dañan las colmenas y afectan la producción de miel de abejas, además de ser un daño al debido funcionamiento de los cultivos agrícolas por la falta de polinización que en su mayor parte se da por las abejas obreras.

El manejo de colmenas, empieza con el debido cuidado de las fuentes hídricas y bosques nativos que son de gran aporte para apoyar el crecimiento apícola, facilitándoles a las abejas el consumo de aguas limpias y floraciones racionales para su alimentación y de ellas obtener el proceso de polinización para las demás plantaciones.

⁶ SANTAMARÍA BUENO, A. R. Diagnóstico productivo y comercial de la cadena apícola de los programas para la sustitución de cultivos ilícitos y desarrollo alternativo de Acción Social y UNODC. Bogotá: Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito UNODC, Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional ACCIÓN SOCIAL 2009

⁷ MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Acta de acuerdo sectorial de la competitividad de la Cadena Productiva de las Abejas y de la Apicultura CPAA. Bogotá D.C.: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural 2016

2.2.2 Mercado nacional apícola Según el ministerio de agricultura nacional en el año 2015 en Colombia la producción apícola se distribuye en 2400 apicultores los cuales manejan un aproximado de 50000 colmenas.

El mercado se basa en la honestidad del vendedor al entregar productos con alta calidad de inocuidad y certificando la trazabilidad y viabilidad de los productos para el consumo humano certificando que la miel de abejas proviene de colmenas con buenas prácticas apícolas BPA, amigables con el medio ambiente, el comercio justo compitiendo con precios asequibles y racionales donde producto, comercializador y consumidor tengan ganancias económicas y de productos de alta calidad de consumo.

Tabla 1. Estimación del número de colmenas, producción y rendimiento por colmena para miel de abejas

MIEL DE ABEJAS	2010	2011	2012	2013	2014
Colmenas	89200	87000	86400	89100	91800
Producción (Ton)	2630	2350	2326	2624	2888
Rendimiento (Kg/Colmena)	29	27	27	29	31

Fuente: Consejo Nacional de la CPAA, 2015

Incrementar la producción apícola nacional se ha convertido en un reto debido a los cambios climáticos que afectan la recolección de polen y demás alimentos hechos por las abejas obreras lo cual ha llevado a que los apicultores mejoren su cadena productiva, asociándose y consiguiendo invertir en métodos de modernización para la conservación de colmenas, cada departamento productor tiene diferentes temperaturas y floraciones que intervienen en la calidad, sabor, color y textura de la miel de abejas obtenida, esta biodiversidad favorece al consumidor al momento de degustar deferentes tipos de mieles que se acomodan a el gusto de su paladar.

Tabla 2. Producción por Departamentos

Posición	Departamento	Producción por toneladas en los años			
		2012	2013	2014	2015
1	Córdoba	256	318	330	330
2	Huila	291	300	320	320
3	Antioquia	240	266	300	317
4	Bolívar	120	165	185	303
5	Sucre	149	268	304	285
6	Valle del cauca	197	197	222	204
7	Cauca	157	157	178	178
8	Cundinamarca	124	138	145	150
9	Boyacá	111	111	126	133
10	Tolima	118	125	130	130
11	Santander	106	110	125	125
12	meta	51	51	57	76
13	Magdalena	58	62	70	76
14	Cesar	50	62	70	70
15	Risaralda	61	65	69	69
16	Atlántico	59	59	66	66
17	Caldas	55	55	63	63
18	Casanare	48	50	54	54
19	Norte de Santander	40	42	48	50
20	Quindío	45	47	48	48
21	Putumayo	21	21	23	23
22	Vichada	0	0	0	16
23	Nariño	14	14	16	16
24	Arauca	4	4	4	4
25	San Andrés	2	2	3	3
26	La guajira	1	1	1	1
27	Vaupés	1	1	1	1
	Total	2379	2691	2958	3112

Fuente: Comités Regionales de la CPAA y Secretarías de Agricultura Departamentales, 2015

Colombia además de ser productor de la miel de abejas, es un alto consumidor de la misma pero la producción de interna⁸ que se encuentra en un aproximado de 3112 toneles, por lo cual el consumo per- cápita de miel de abejas estaría alrededor de 67gr/año.

2.2.3 Costos de producción Los costos de producción varían dependiendo de las condiciones ambientales, pues debido a los diferentes cambios climáticos que han alterado el ecosistema y en el caso de la apicultura las floraciones de las cuales dependen las abejas para su alimentación y producción de la miel de abejas y demás sub productos obtenidos para el consumo, el precio varía ya que actualmente ha disminuido la recolección y se ha tenido que dejar que las colmenas consuman la poca miel que son capaz de producir para mantenerse vivas y además ayudarlas con alimentación artificial para conservarlas y no perder la inversión hecha en instalación de apiario.

El costo que en el año 2015 ⁹ se manejo fue en época de alta producción \$7000 kilo y baja producción \$15000 kilo, en la actualidad el costo más bajo que se paga por una miel de abejas 100% natural se encuentra en \$12.000 en tiempo de alta producción y de \$18.000 en baja obtención.

2.2.4 Santander productora apícola El departamento de Santander cuenta con un clima apropiado para la implementación de apiarios, en la búsqueda de obtener un mayor rendimiento del sector con producto de calidad y el mejoramiento de la polinización hecha por las abejas al momento de recolectar, es el municipio de Oiba

⁸ CONSEJO NACIONAL , Cadena productiva de las abejas y la apicultura CPAA, AGRONET. (3 de 8 de 2012). [en línea] [citado el 3 de 8 de 2012] disponible en: <http://www.agronet.gov.co/agronetweb1/Estad%C3%ADsticas/ReportesEstad%C3%ADsticos.aspx>.

⁹ CADENA PRODUCTIVA DE LAS ABEJAS Y DE LA APICULTURA CPAA. Declaración de voluntades para la formulación del acuerdo nacional de competitividad para la cadena productiva de las abejas y la apicultura en Colombia. Bogotá D.C. Comités Regionales de la CPAA - Precios de Miel de Abejas2007

Santander reconocido como el paraíso de la miel al ser uno de los ponentes en producción de la misma y la explotación de colmenas con el fin de adquirir de ellas otros sub productos como polen propóleos y demás que son del agrado de compradores.

Los esfuerzos de apicultores que desean incrementar sus producciones los han llevado a agremiarse en cooperativas y sociedades S.A para luchar así de manera conjunta por una misma causa, luchando contra las malas prácticas agrícolas y pecuarias de otros agricultores que aún no toman conciencia del cuidado de la especie que es la mayor colaboradora al momento de la polinización de cultivos y hacen fumigaciones que causan la mortandad de abejas y pérdida total de colmenas haciendo daño al ciclo cronológico de vida de las mismas.

Motivar a pequeños productores a mejorar sus apiarios e incrementar la producción de las mismas hacen parte fundamental del crecimiento del gremio buscando el aumento de calidad y cantidad de miel de abejas producida en el municipio.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

APICULTURA¹⁰: nombre que recibe la actividad, técnica y arte de crianza de abejas, para el aprovechamiento de la miel y demás productos que esta provee. Cabe destacar que el producto más importante que se logra a través de la práctica de esta actividad es la miel.

CALIDAD¹¹: es un conjunto de características o propiedades inherentes, que tiene un producto o servicio las cuales satisfacen las necesidades del cliente, las mismas que se ven reflejadas en una sensación de bienestar de complacencia. Es

¹⁰ Definición abc, General Apicultura. php

¹¹ Centro Castel monte la calidad de un producto o Servicio

importante que estas características estén estandarizadas y perduren siempre cuando se compra una y otra vez, así también se debe de tener en cuenta que tenga un costo óptimo.

COLADOR: utensilio en acero inoxidable empleado para eliminar impurezas en la miel de abejas.

COMERCIALIZACIÓN:¹² acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta)

COMPRA A GRANEL¹³: producto que se vende sin envasar o empacar.

CONSUMIDOR:¹⁴ persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero o el proveedor de bienes o servicios.

ENCUESTA: serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

ENVASES DE VIDRIO: recipiente inerte apto para el envase de productos para el consumo humano.

ETIQUETAS: El etiquetado de los alimentos constituye el principal medio de comunicación entre los productores y vendedores de alimentos, por una parte, y por otra, sus compradores y consumidores.

GRAMERA: instrumento para medir la masa de un producto.

¹² DICCIONARIO ESPAÑOL, comercializar [en línea] disponible en: <https://es.thefreedictionary.com/comercializacion>

¹³ DICCIONARIO ESPAÑOL, compra granel [en línea] disponible en: <https://es.thefreedictionary.com/granel>

¹⁴ DICCIONARIO ESPAÑOL, consumidor [en línea] disponible en: <https://es.thefreedictionary.com/consumidor>

INOCUIDAD:¹⁵ el conjunto de condiciones y medidas necesarias durante la producción, almacenamiento, distribución y preparación de alimentos para asegurar que una vez ingeridos, no representen un riesgo para la salud.

INTERMEDIARIO¹⁶: éste es el individuo que media en el proceso productivo, ya sea entre el productor de las materias primas y el fabricante; ya sea entre fabricante y consumidor final.

INVIMA¹⁷: es el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, es una entidad de vigilancia y control de carácter técnico científico, que trabaja para la protección de la salud individual y colectiva de los colombianos, mediante la aplicación de las normas sanitarias asociada al consumo y uso de alimentos, medicamentos, dispositivos médicos y otros productos objeto de vigilancia sanitaria.

MARCO LEGAL: nos proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. El marco legal de una elección, y especialmente los temas relacionados con la integridad de la misma, regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí.

MARKETING: se conoce también como mercadeo analiza la gestión de una empresa para captar, retener y asegurar los clientes

¹⁵ DICCIONARIO ESPAÑOL, inocuidad [en línea] disponible en: <https://es.thefreedictionary.com/inocuidad>

¹⁶ WORDREFERENCE Intermediario [en línea] disponible en: <http://www.wordreference.com/definicion/intermediario>

¹⁷ CÁMARA DE COMERCIO DE PALMIRA, información registro sanitario INVIMA, [en línea] disponible en: <http://www.ccpalmira.org.co/portal/herramientas/orientacion-e-informacion-empresarial/registro-sanitario-invima>

MIEL DE ABEJAS¹⁸: La miel es la sustancia natural dulce producida por la abeja *Apis mellifera*, a partir del néctar de las flores y de otras secreciones extra florales que las abejas liban, transportan, transforman, combinan con otras sustancias, deshidratan, concentran y almacenan en panales. Constituye uno de los alimentos más primitivos que el hombre aprovechó para nutrirse. Su composición es compleja y los carbohidratos representan la mayor proporción, dentro de los que destacan la fructosa y glucosa, pero contiene una gran variedad de sustancias menores dentro de los que destacan las enzimas, aminoácidos, ácidos orgánicos, antioxidantes, vitaminas y minerales.

PLAN DE NEGOCIO: El plan de negocios es un documento que describe, de manera general, un negocio y el conjunto de estrategias que se implementarán para su éxito. En este sentido, el plan de negocios presenta un análisis del mercado y establece el plan de acción que seguirá para alcanzar el conjunto de objetivos que se ha propuesto.

PRODUCTOR: Persona que interviene en la producción de producto, bienes y servicios en la organización del trabajo.

PUBLICIDAD COMERCIAL: La publicidad comercial está encaminada a convencer al receptor de adquirir un bien o un servicio. A diferencia de la publicidad institucional, el objetivo principal es económico, pues de la adquisición del producto depende su permanencia en el mercado. En este tipo de publicidad que se presenta en los medios escritos y en los medios audiovisuales, la marca juega un papel fundamental.

TANQUE DE ALMACENAMIENTO: están hechos en acero inoxidable, material ideal para la industria alimenticia asegura la higiene de la miel

¹⁸ Definición ABC, Miel [en línea] disponible en: <https://www.definicionabc.com/general/miel.php>

TRAZABILIDAD: es "la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo".

2.4 MARCO GEOGRÁFICO

El proyecto se desarrolla en el municipio de Oiba, Santander; históricamente conocido como el "Pueblito Pesebre de Colombia", de acuerdo a la historia el cacique nombrado Oiba fue identificado en 1540 por la hueste del Capitán Martín Galeano que recorrió la provincia de los indios Guanes. Este nombre propio se convirtió en el topónimo que hoy designa al municipio caracterizado por los yacimientos arqueológicos de origen Guane que han sido excavados.

Ilustración 2. Ubicación Geográfica Oiba, Santander



Fuente: WIKIPEDIA ENCICLOPEDIA LIBRE Oiba [en línea] disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Oiba>

En la Ilustración 2. apreciamos alguna información relevante de este municipio, como su fecha de fundación, extensión de superficie, altitud, población urbana y rural y su gentilicio.

Es un Municipio con vocación agropecuaria, donde se destacan los renglones de la ganadería y los cultivos de café, caña de azúcar y cítricos. En la zona urbana se ha venido presentando un fenómeno de expansión de construcciones y desarrollo del comercio por su cercanía a la vía central nacional. La actividad Apícola ha caracterizado a nivel nacional al municipio de Oiba, pues su producción se establece en un número de colmenas de 1420, que arrojaron una producción de miel de 43 t, según información del URPA.

2.4.1 Delimitación espacial La puesta en marcha del proyecto se llevará a cabo en el municipio de Oiba Santander sector productor de miel de abejas.

Oiba¹⁹, Santander es un acogedor municipio ubicado sobre la carretera panamericana que atraviesa su territorio y conecta su cabecera por el norte con las ciudades santandereanas del Socorro, Floridablanca y Bucaramanga, por el sur la comunica con Tunja, cabecera del departamento de Boyacá y Bogotá capital colombiana. El municipio limita territorialmente por el Norte con los Municipios de Guapotá y Confines; por el Oriente con el Municipio de Charalá; por el Occidente con los Municipios de Guadalupe y Guapotá; y por el sur con el Municipio de Suaita. El municipio tiene una extensión de 27.534,9809 ha, dista de la capital del departamento (Bucaramanga) a 151 km y de la capital del país (Bogotá) a 270 km extensión total: 287 km² extensión área urbana: 3 km² extensión área rural: 284 km² altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 1420 temperatura media: 19 °C.

¹⁹ OIBA EN SANTANDER, Colombia Alcaldía Oiba Santander, para volver a crecer [en línea] disponible en: <http://www.oiba-santander.gov.co/>

Ilustración 3. Municipio de Oiba, Santander



Fuente: Vanguardia Liberal

2.5 MARCO LEGAL

Dentro del contexto como comercializadora de productos para el consumo humano se rigen por resoluciones, decretos y leyes a las cuales su debido cumplimiento es fundamental para el buen desarrollo, de igual forma, el Decreto 20 1799 de 1971 en el artículo 1°, clasifica como empresas agropecuarias aquellas que tienen como actividad principal la comercialización de productos agropecuarios con destino al consumo nacional o internacional.

2.5.1 Norma sanitaria La Resolución 00001057 del 23 de abril de 2010 establece el reglamento técnico sobre requisitos sanitarios que debe cumplir la Miel de Abejas para consumo humano, con el fin de proteger la salud y la seguridad humana y prevenir las prácticas que puedan conducir al error, confusión o engaño a los consumidores.

²⁰ GOOGLE Cadena productiva de las abejas y la apicultura en Colombia [en línea] disponible en: <https://sites.google.com/site/cpaaabejascolombia/calendar/marco-legal-especifico>

2.5.2 Decreto 3075 de 1997 Art. 41 Obligatoriedad del registro sanitario. Todo alimento que se expenda directamente al consumidor bajo marca de fábrica y con nombres determinados, deberá obtener registro sanitario expedido conforme a lo establecido en el presente decreto. Se exceptúan del cumplimiento de este a los alimentos siguientes.

2.5.3 Título III: vigilancia y control

a) “los alimentos naturales que no sean sometidos a ningún proceso de transformación, tales como granos, frutas, hortalizas, verduras frescas, miel de abejas y otros productos Apícolas” Aunque para la miel de abejas y los otros productos Apícolas no es de obligatoriedad la obtención del registro sanitario, si se exige el cumplimiento de otros requisitos del decreto 3075/97 para su manejo y comercialización como alimento.

De acuerdo al Capítulo II, Artículo 6 los requisitos físico químicos de la miel de abejas que se deben cumplir son:

Tabla 3. Requisitos Fisicoquímicos de la Miel de Abejas

Requisito	Valor Permisible
Solidos insolubles en agua %	≤ 0.1 para miel diferente a la prensada ≤ 0.5 para miel prensada
Contenido de humedad % m/m	≤20 ≤21 para mieles de origen tropical
Contenido aparente de azúcar reductor, calculado como azúcar invertido %m/m	≥ 45(miel de melato) ≥60(miel floral)
Contenido aparente de sacarosa % m/m	≤5 ≤10 para mieles de origen tropical

Requisito	Valor Permissible
Contenido de sustancias minerales (cenizas) % m/m	≤0,6
Conductividad eléctrica (m S/cm)	≤0,6
Acidez libre Meq de ácido 1000gr	≤50
Índice de la diastasa (escala shade)	≥8
Contenido de hidroximetilfurfural (HMF) mg/kg	≤40 ≤60 para mieles de origen tropical
Determinación de metales pesados (Cu, Cr, Cd, Pb, Hg)	Los límites máximos permitidos serán los establecidos por el Ministerio de la Protección Social.

Fuente: Resolución 00001057 del 23 de abril de 2010

El Artículo 7 establecido en el Capítulo II establece el cumplimiento de los requisitos microbiológicos de la miel de abejas.

Tabla 4. Requisitos Microbiológicos de la Miel de Abejas

REQUISITOS	MIEL DE ABEJAS			
	n	m	M	C
Recuento de esporas de clostridium sulfito reductor UFC/g	3	10	100	3
Recuento de mohos y levaduras UFC/g	3	10	100	3

Fuente: Resolución 00001057 del 23 de abril de 2010

2.5.4 Normatividad agropecuaria

Resolución 383 de 1971 Ministerio de Agricultura: Por el cual se caracterizan los productos agropecuarios para efectos de clasificación de empresas comercializadoras de estos. El inciso 11, literal D, N° 141, clasifica la miel de abejas como producto agropecuario.

2.5.5 Normatividad técnica

NTC 1273 Instituto Colombiano de normas Técnicas ICONTEC: La cual se aplica a todas las mieles producidas por abejas obreras y regula todos los tipos de formas de presentación que se ofrecen para el consumo directo. De igual forma se aplica a la miel envasada en envases no destinados a la venta al por menor (al granel) y destinada al reenvasado en envases para la venta al por menor.

3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1 FICHA TÉCNICA DE LA DEMANDA

Tabla 5. Ficha Técnica - Demanda

Tipo de Investigación	<p>Durante el manejo de la investigación se recolectan estadísticas que permitan establecer sectores de mercado, éstos son realmente provechosos para ser explotados, definiendo los caracteres de mayor importancia al consumidor.</p> <p>La investigación descriptiva es la que se utiliza para representar la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretende analizar.</p> <p>Donde se ha tomado como punto referencial encuestas con datos verídicos que permiten establecer métodos de mercadeo y mejorar la comercialización</p>
Método de Investigación	<p>Se tendrá en cuenta el método inductivo, observando los hechos por medio de la formulación de hipótesis que conlleven a conclusiones generales.</p>
Fuente de Información	<p>Primaria y Secundaria</p>
Técnicas de Investigación	<p>Formulación de encuestas para la obtención de información sobre consumo de productos iguales o con similitud, que luego se grafican teniendo resultados estadísticos de las encuestas formuladas.</p>
Instrumento para Recolectar Información	<p>Elaboración y aplicación de encuestas, con preguntas cerradas y selección múltiple.</p>

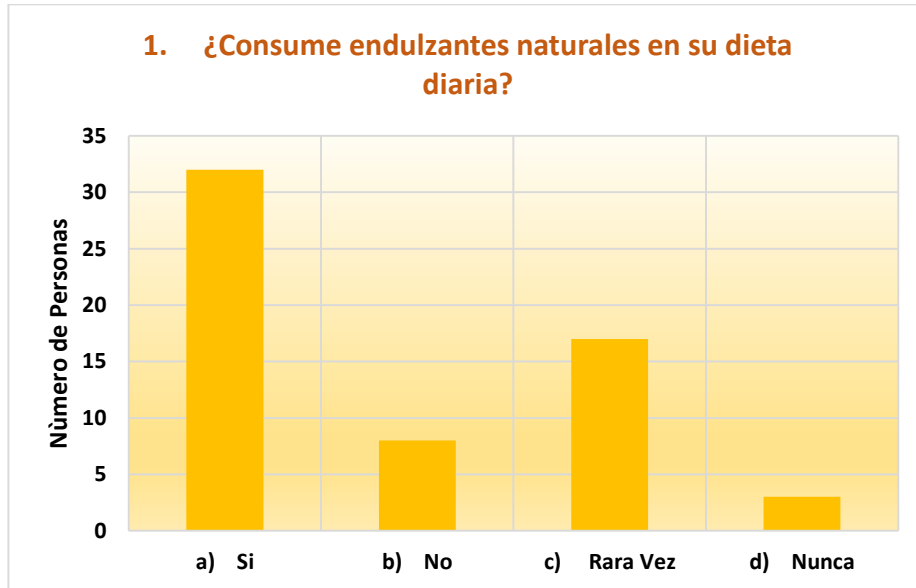
Modo De Aplicación	Directa
Definición de Población	Familias pertenecientes a los estratos 2, ,3, 4 del municipio de Oiba, Santander
Determinación de la Muestra	
Marco de Muestra o Censal	Habitantes del Municipio de Oiba, Santander
Alcance	Municipio de Oiba, Santander
Tiempo de Aplicación	Tiempo real de la aplicación de las encuestas los días (19,20,21 de agosto de 2.017)

3.1.1 Resultados de la encuesta de la demanda Para tener una idea más clara del impacto socio-económico de la comercialización de miel de abejas; se realizó una encuesta en el municipio de Oiba-Santander a personas del común, el número de personas encuestadas son 60; esto fue del 19 al 21 de agosto de 2.017.

En el transcurso de la encuesta se hizo una sensibilización a la población entrevistada, dónde se destacaban las propiedades y beneficios del consumo de miel de abejas, la encuesta cuenta de 6 preguntas de selección múltiple con única respuesta. En el Anexo 1 se encuentra el modelo de la encuesta. Para la realización de la pregunta número uno como primera medida se da a conocer el concepto de endulzante natural teniendo en cuenta que algunas personas encuestada no tenían claro el conocimiento del mismo, y a partir de ello se obtiene respuesta positiva ante el consumo de productos naturales.

Pregunta 1. ¿Consume endulzantes naturales en su dieta diaria?

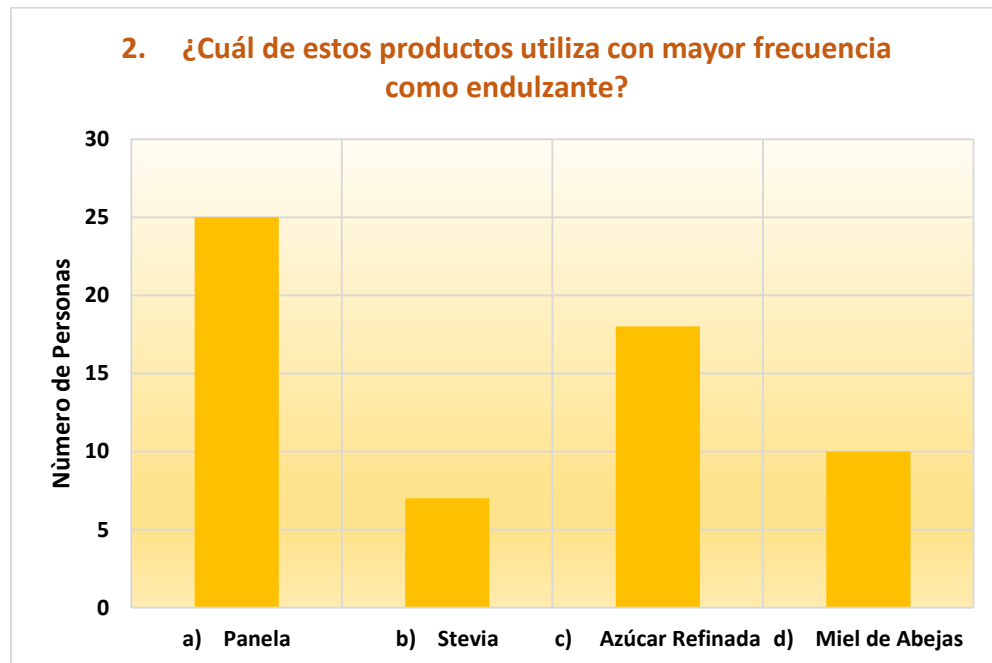
Gráfica 3. Respuestas Pregunta 1 - Demanda



La utilización de endulzantes es fundamental en el diario de las familias Oibanas, al ser un municipio agropecuario y productor de miel de abejas y panela promueven el consumo de los mismos.

Pregunta 2. ¿Cuál de estos productos utiliza con mayor frecuencia como endulzantes?

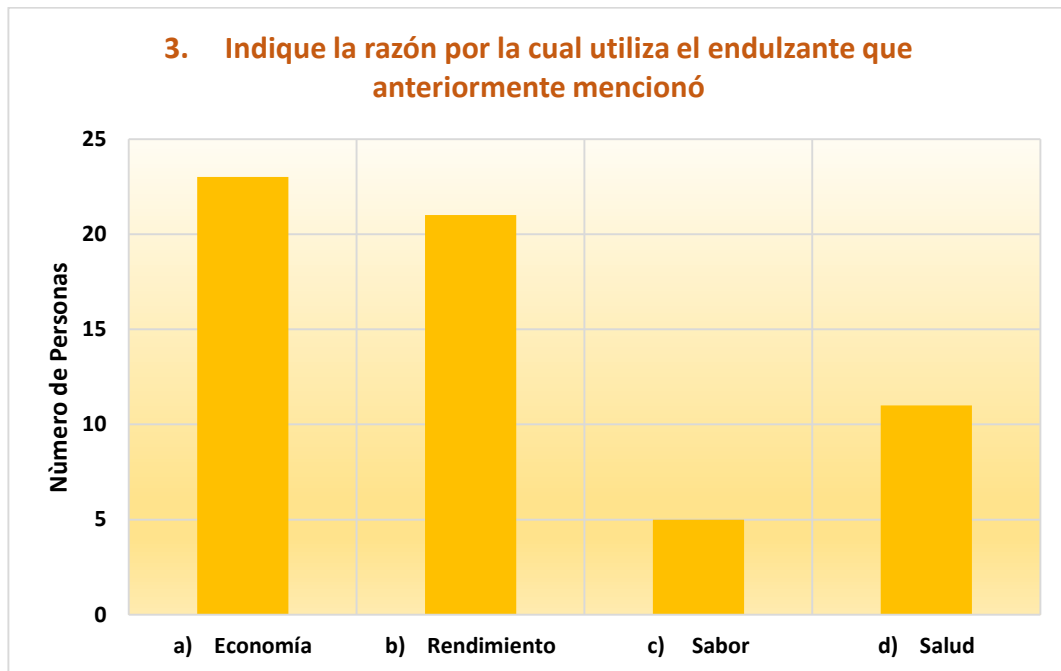
Gráfica 4. Respuestas Pregunta 2 - Demanda



Según el Gráfico 4 observamos que la panela es el producto preferido por la comunidad en este caso la población Oibana, además por ser al igual fabricante de este endulzante natural ya sea por tradición o porque esta a su vez es implementada en diferentes bebidas o infusiones propias de la región, asimismo de esto es uno de los productos mejor distribuidos y comercializados en el municipio de Oiba.

Pregunta 3. Indique la razón por la cual utiliza el endulzante que anteriormente mencionó

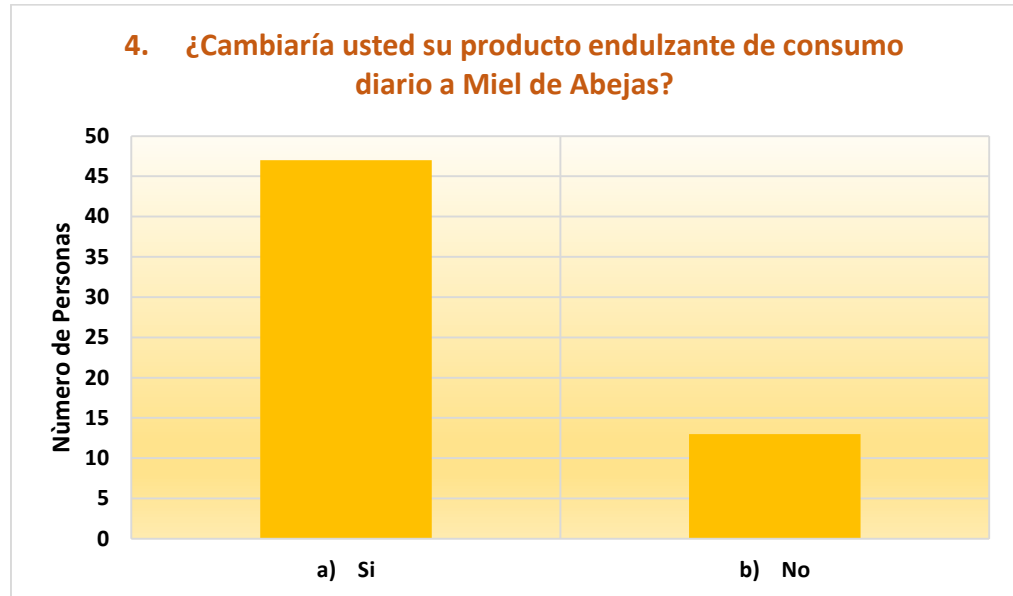
Gráfica 5. Respuestas Pregunta 3 - Demanda



Según la gráfica 5 el producto de la gráfica con mayor porcentaje o con más alta elección ha sido escogido por que tiene un muy amplio espacio en el mercado en el sector ya que su distribución y comercialización se dan de una manera muy accesible por parte del consumidor en el municipio de Oiba y hay que agregarle que su costo y rendimiento es mucho mejor que los demás productos plasmados en la gráfica.

Pregunta 4. ¿Cambiaría usted su producto endulzante de consumo diario a miel de abejas?

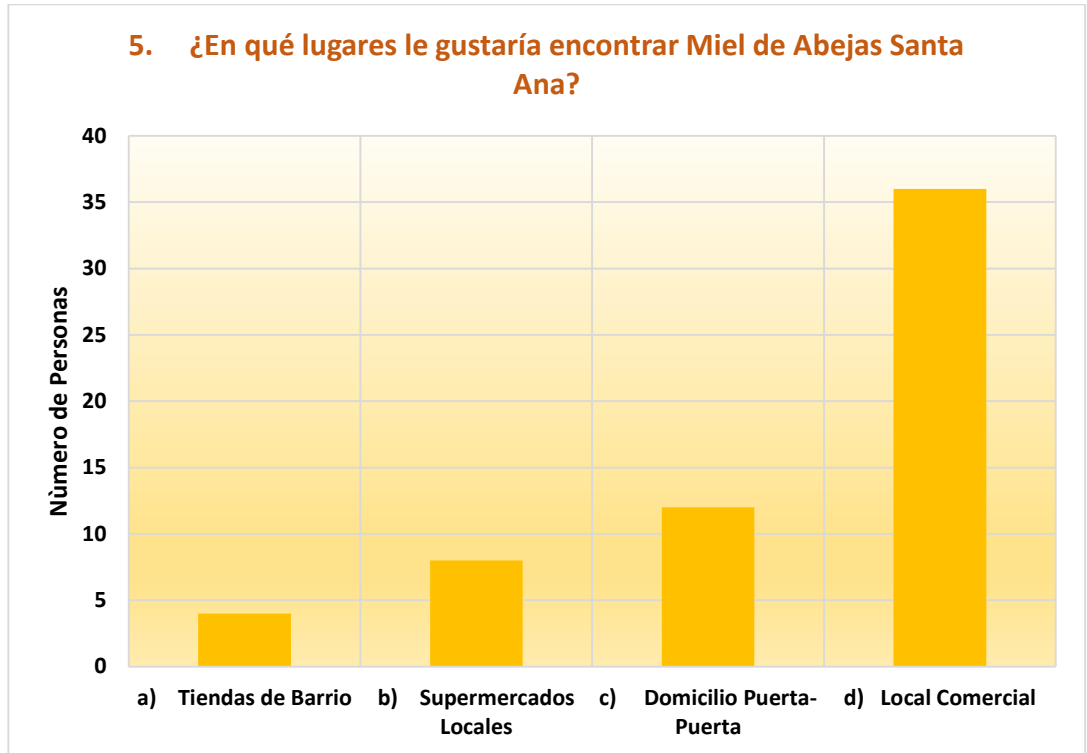
Gráfica 6. Respuestas Pregunta 4 – Demanda



En la Gráfica 6 encontramos respuesta a la pregunta sobre la posibilidad de consumir diariamente miel de abeja, el resultado obtenido ha sido positivo con un 78% de favorabilidad dada a que está al ser natural es un gran atractivo la cual aporta unos altos niveles antioxidantes y nutriente al cuerpo del consumidor ayudando a que el mismo tenga una mejor salud que no se encuentran en otros productos que contienen un mayor nivel de sacarosa que en porcentajes muy elevados puede afectar notoriamente la energía del consumidor.

Pregunta 5. ¿En qué lugares le gustaría encontrar miel de abejas Santa Ana?

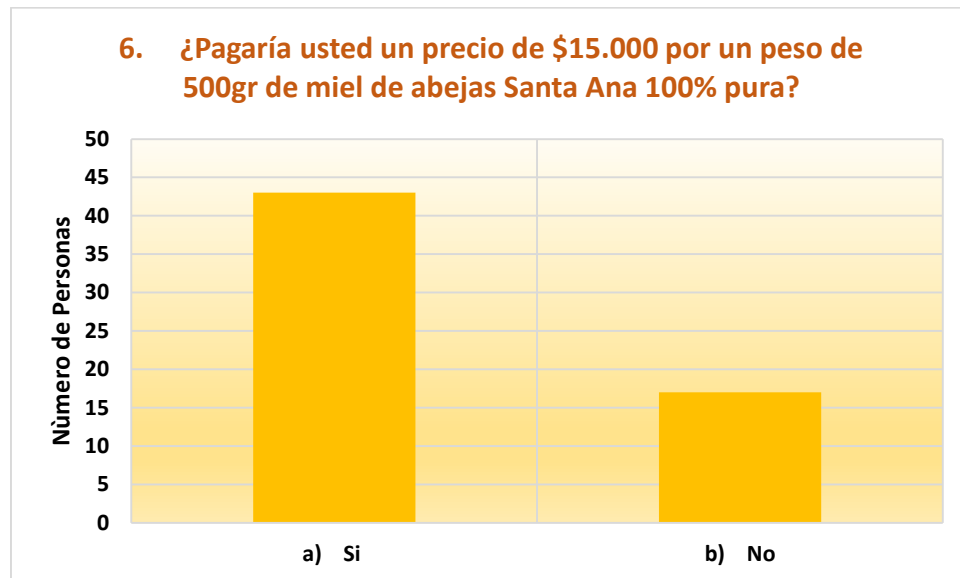
Gráfica 7. Respuestas Pregunta 5 - Demanda



El establecimiento de un local comercial que cumpla con todas las normas fitosanitarias establecidas en las BPM (buenas prácticas de manufactura) son un atractivo para el comprador y finalmente al consumidor lo cual podemos apreciar en la gráfica numero 7 esto con motivo de que es más fácil para el cliente ubicar un punto exacto de distribución del producto que sea realmente confiable.

Pregunta 6. ¿Pagaría usted un precio de \$15.000 por un peso de 500gr de miel de abejas Santa Ana 100% pura?

Gráfica 8. Respuestas Pregunta 6 – Demanda



Lo apreciado en la Gráfica 8 con la pregunta 6, muestra el interés del comprador por pagar un precio justo al consumir un producto natural que garantiza un proceso de trazabilidad e inocuidad del mismo entregado por mieles santa Ana, para mayor confiabilidad de lo entregado al cliente dándole seguridad del bien adquirido para su bienestar porque conserva todas sus propiedades fisicoquímicas.

3.2 FICHA TÉCNICA DE LA OFERTA.

Tabla 6. Ficha Técnica Oferta

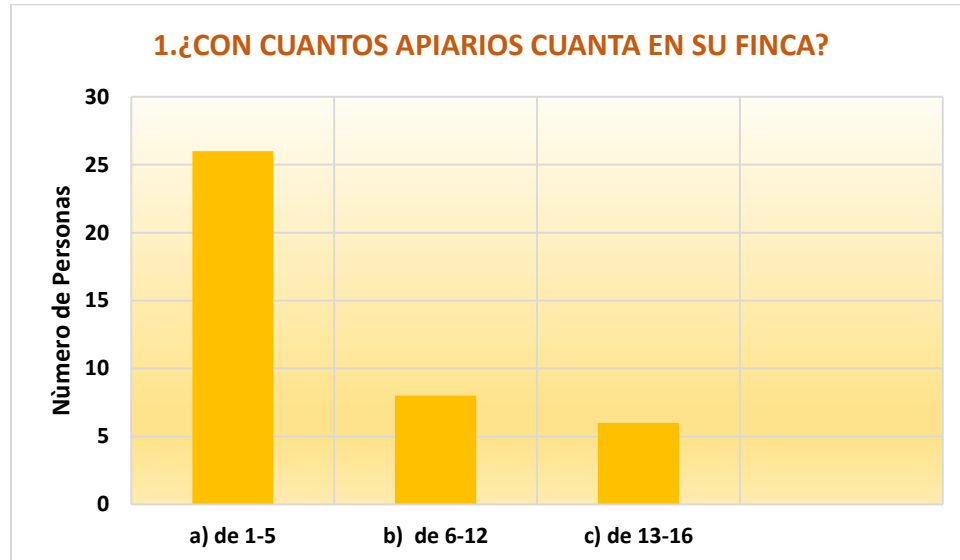
Tipo De Investigación	El tipo de estudio que se empleó para el desarrollo de la investigación fue descriptivo.
------------------------------	--

	La oferta se trabaja de forma exploratoria con los proveedores de miel de abejas productores de la misma en el municipio de Oiba, Santander.
Método de Investigación	la técnica utilizada en esta investigación se realizó por medio de entrevistas personales a proveedores del municipio de Oiba Santander, donde se obtuvieron los resultados esperados por la investigación.
Técnicas de Información	La técnica utilizada en esta investigación se realizó por medio de entrevistas personales a proveedores del municipio de Oiba Santander, donde se obtuvieron los resultados esperados por la investigación.
Instrumento para Recolectar la Información	El instrumento utilizado para la recolección de información fueron entrevistas estructuradas en preguntas cerradas, donde se pudo analizar la oferta y niveles de producción de la miel de abejas.
Modo de Aplicación	La técnica de investigación realizada se hizo con la aplicación de la encuesta personalmente a 40 personas productoras de miel de abejas del municipio de Oiba Santander.
Tratamiento de la Información	La información recopilada a lo largo de la investigación se organizó y se analizó empleando el conocimiento adquirido durante la carrera y se permitió realizar un diagnóstico de la demanda
Población Considerada	Se toman 5 personas comercializadoras de miel de abejas en el municipio de Oiba, Santander

3.2.1 Resultados de la encuesta de la oferta Resultados de la investigación de mercado de miel de abejas con proveedores del municipio de Oiba, Santander. actualmente hay un aproximado de 85 pequeños productores con un promedio de 1-20 colmenas en producción a partir de este porcentaje se toma una muestra de 40 apicultores para la aplicación de encuesta donde se busca obtener resultados ante cuanta es la oferta de miel que se encuentra actualmente en el municipio.

Pregunta 1. ¿Con cuántos apiarios cuenta en su finca?

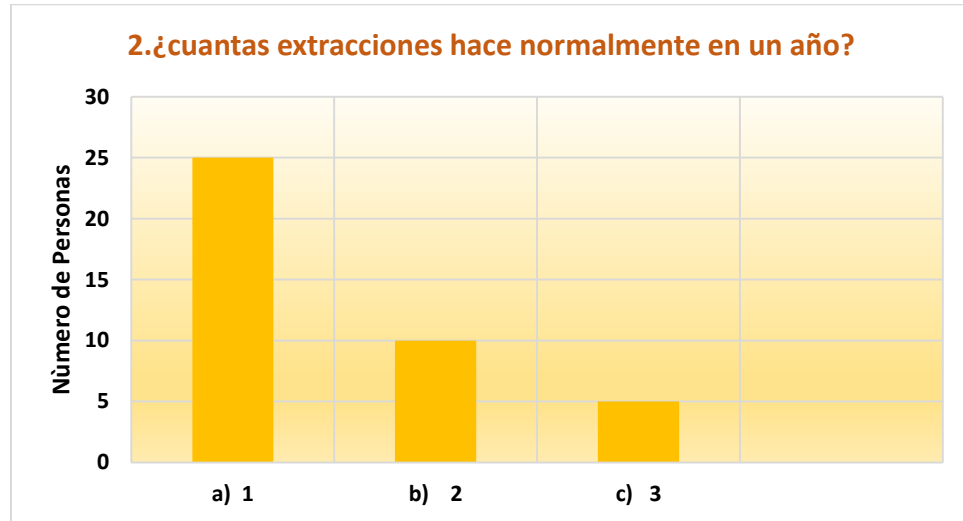
Gráfica 9. Respuesta Pregunta 1 - Oferta



De las cuarenta personas productoras y proveedoras de miel de abejas residentes en el municipio de Oiba, Santander se nota que la mayor parte son pequeños productores, que desean empezar a abrirse campo en la experiencia del cultivo apícola. Siendo Oiba Santander un potencial productor de miel de abeja y reconocido por su calidad en producción.

Pregunta 2. ¿Cuántas extracciones hace normalmente en un año?

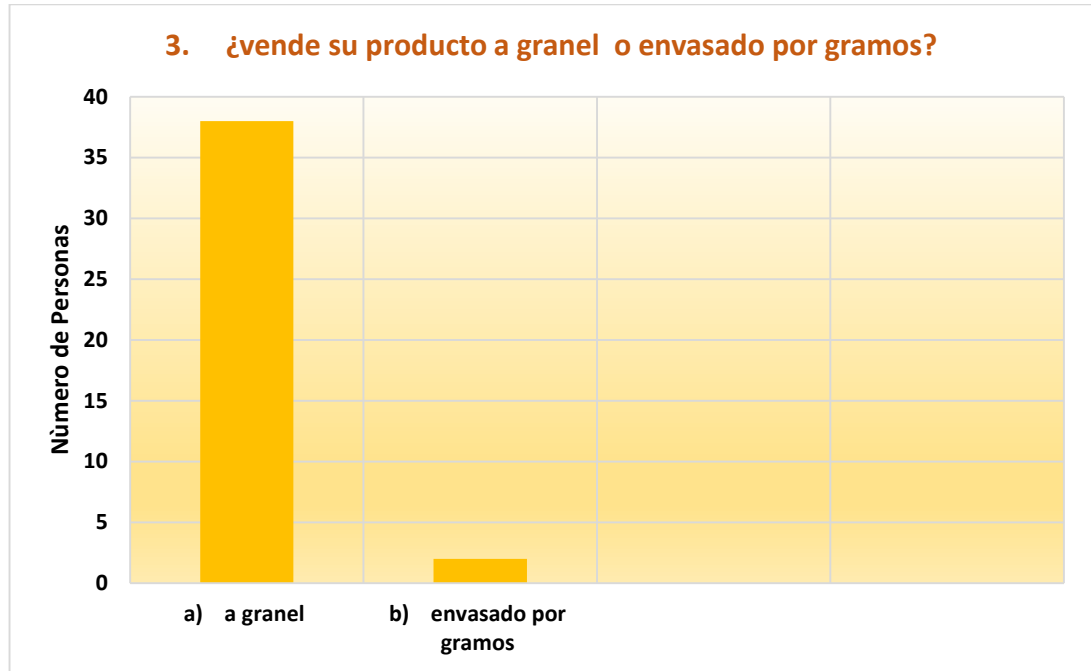
Gráfica 10. Respuesta Pregunta 2 - Oferta



En su mayor parte la extracción de la miel de abejas se hace una vez al año en las cuales hay grandes cantidades de floraciones que son las que más intervienen en el proceso de fabricación del producto.

Pregunta 3. ¿Vende su producto a granel o envasado por gramos?

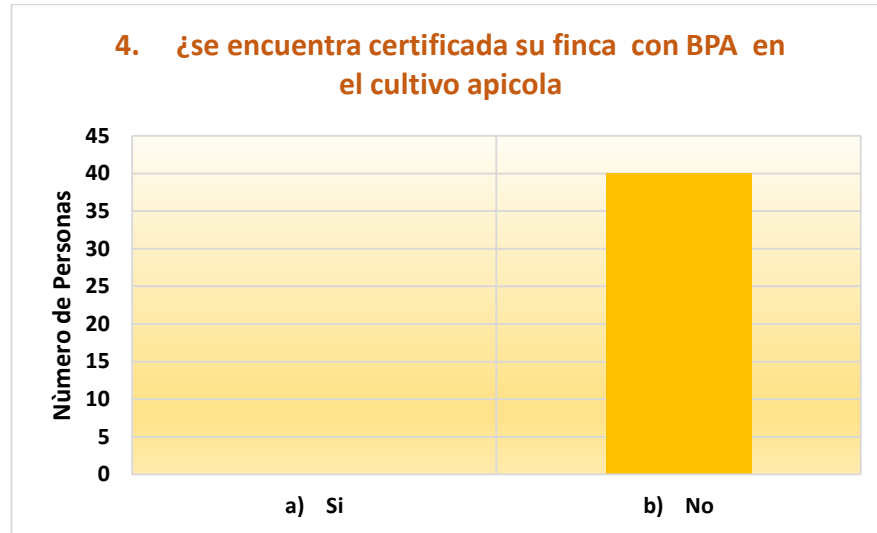
Gráfica 11. Respuesta Pregunta 3 - Oferta



En el Gráfico 11 se nota la importancia que tiene para el apicultor entregar su producto sin proceso de envasado individual para garantizarle al comprador mayorista la calidad de la miel, y quien envasa expresa al momento de ser entrevistado que el producto envasado lo comercializa por pedidos con anticipación.

Pregunta 4. ¿Se encuentra certificada su finca con BPA en el cultivo apícola?

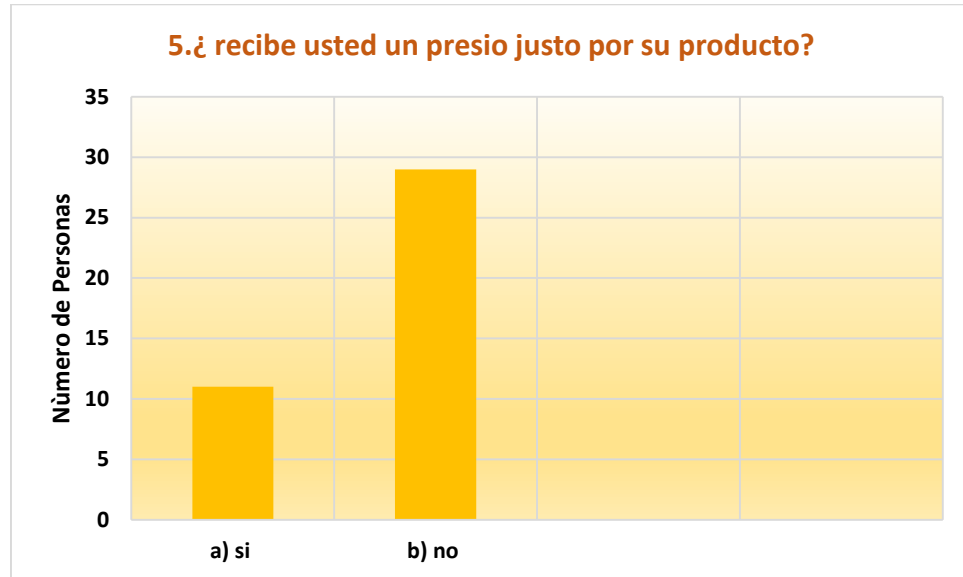
Gráfica 12. Respuesta Pregunta 4 – Oferta



En el momento ninguno de los cuarenta proveedores entrevistados está debidamente certificados con BPA (Buenas Prácticas Apícolas), expresan los mismos que en parte es por el poco conocimiento y apoyo por parte del estado para garantizar elementos de participación y formas adecuadas del paso a paso a seguir para acceder a estos tipos de certificaciones.

Pregunta 5. ¿Recibe usted un precio justo por su producto?

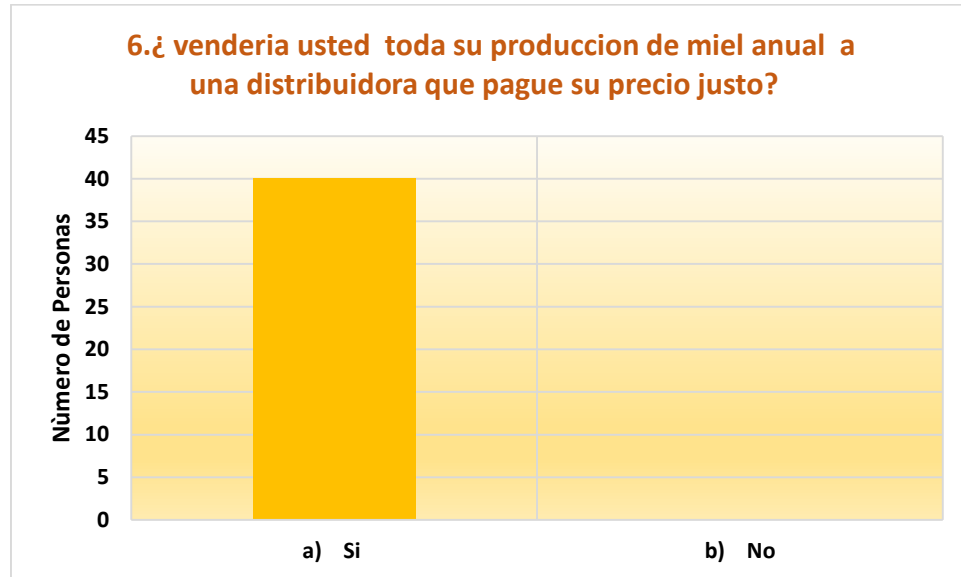
Gráfica 13. Respuesta Pregunta 5 - Oferta



El pago justo hecho al apicultor proveedor de la materia prima se ha empezado a volver más justa aún existe el comerciante que desea ganar un 100% de la inversión sin importar el precio injusto dado al productor sin que este obtenga notorias ventajas al entregar un artículo 100% natural que de igual manera entrega al consumidor un gran producto.

Pregunta 6. ¿Vendería usted toda su producción de miel anual a una distribuidora que pague su precio justo?

Gráfica 14. Respuesta Pregunta 6 - Oferta



Para el proveedor es de gran importancia tener el apoyo de una comercializadora que le asegure su compra real y justa anual de la producción completa, decisión que favorece de buena manera a mieles Santa Ana al poder tener abastecimiento de miel de abejas 100% pura y manejada bajo parámetros de calidad e Buenas Prácticas Apícolas.

4. ESTUDIO DE MERCADOS

4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

4.1.1 Objetivo general Realizar un estudio de mercadeo en el que se pueda identificar claramente la oferta y la demanda de la miel de abejas en el municipio de Oiba, Santander.

4.1.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico del sector y conocer las exigencias y obligaciones de ingreso al mercado de la miel de abejas en el municipio de Oiba Santander
- Identificar y segmentar el mercado objetivo para la venta de miel de abejas en el municipio de Oiba Santander.
- Especificar claramente la oferta y demanda en el mercado objetivo
- Formular estrategias de mercado que permitan el ingreso y posicionamiento en el mercado de la miel de abejas.

4.2 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

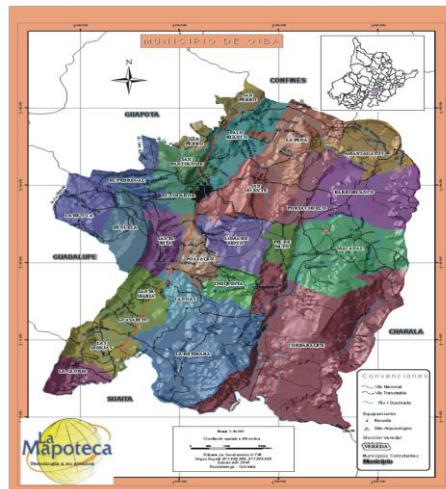
4.2.1 Mercado objetivo El principal mercado objetivo dentro de la investigación está en su orden en primer lugar las personas residentes en el Municipio de Oiba Santander, clientes a los que se pretende atraer con el propósito de fomentar la compra de miel de abejas a través de sensibilización del consumo de alimentos naturales y con beneficios para la salud.

Estas personas en su mayoría consumen otros endulzantes que no proveen la cantidad de beneficios y nutrientes en calidad como lo hace la miel de abejas, acaparar la atención de los potentes compradores con publicidad precisa sobre la miel de abejas y todos los beneficios que en sus cualidades organolépticas se encuentran y son de gran importancia para la salud del consumidor.

4.2.2 Población considerada Esta población considerada se contactó mediante entrevistas personales a comerciantes dueños de supermercados y tiendas de barrio con afluencia de clientes, considerándolos como potenciales compradores de miel de abejas Santa Ana envasada y etiquetada para su distribución final.

4.2.3 Justificación del mercado objetivo

Ilustración 4. Mapa Municipio de Oiba, Santander



Fuente: ATLAS DE SANTANDER Oiba [en línea] disponible en: <https://atlasdesantander.blogspot.com.co/2010/06/oiba.html>

El Municipio de Oiba, Santander se caracteriza por su producción agropecuaria, y el consumo fresco y directo de las producciones que son reconocidos por su calidad, pero hay algunos artículos que aun que son de escasa adquisición son sacados en su mayoría del Municipio y los pobladores deben abstenerse de su consumo, uno

de ellos es la miel de abejas que en su mayoría es comercializada a granel y no queda suficiente producto dentro del municipio para el consumo interno.

El efecto de disminución de precios exagerados por consecuencia de intermediarios para que la miel de abejas sea atractiva a la comunidad para ser un producto de mayor consumo por los pobladores del Municipio de Oiba Santander, entregando un producto sano y apto para el consumo sin ninguna alteración 100% natural.

4.2.4 Análisis del sector La falta de uso de las buenas prácticas apícolas, causa en la mayoría de los habitantes y potenciales consumidores la carencia de conocimiento sobre el consumo de la miel de abejas, la falta de visión empresarial por parte de los productores que en la mayoría de los casos por su poca preparación académica no tienen el acceso necesario a portales web donde en la actualidad se encuentra mayor parte de la información sobre procesos o beneficios que se podría ayudarlos a mejorar su ingresos haciendo la comercialización de miel de abejas directamente como productores, sin el intermediario que paga precios bajos y vende a altos porcentajes y así se queda con la mayor parte de ganancia del producto expuesto.

4.3 ESTRATEGIAS DE MERCADOS

Miel de abejas Santa Ana ofrecerá miel de abejas 100% pura, adquirida bajo parámetros de limpieza exigidos al proveedor teniendo en cuenta las Buenas Prácticas Apícolas, reduciendo riesgos de contaminación que garanticen la sanidad y calidad el producto, presentando al consumidor un alimento con una agradable apariencia, sabor y textura de gran agrado que contribuya con la conservación de la buena salud del mismo.

La miel es una solución dulce y densa que fabrican las abejas como alimento para la escasez del invierno y mantener la temperatura de la colmena de manera óptima (de 17 a 34 grados). La composición de la miel consiste en una mezcla de fructosa, sacarosa, maltosa y glucosa, que son unas clases de azúcares, y agua, aceite y unas enzimas especiales que producen las abejas.²¹

La miel de abejas será comercializada en frascos de vidrio de 500gr, con su debida etiqueta describiendo su contenido organoléptico.

Fortalezas del producto frente a la competencia. Se distribuirá miel de abejas con calidad debido a la implementación de Buenas Prácticas Apícolas (BPA) que permiten la obtención de un producto natural y nutritivo. La compra y abastecimiento de producto en la recolección en tiempo de alta producción garantiza cumplir con el mercado objetivo.

Debilidades del producto frente a la competencia. El producto no es conocido por los clientes debido a que aún no se ha abierto un establecimiento comercial para la venta del mismo y así dar a conocer Miel de Abejas Santa Ana.

4.3.1 Concepto del producto La miel es un alimento eminentemente energético que se absorbe directamente porque sus azúcares no necesitan desdoblarse. Es el edulcorante más natural del mundo y además contiene vitaminas, minerales y aminoácidos, por lo que se recomienda como ingrediente habitual de nuestra dieta.

Las abejas producen miel a partir de la recolección de néctar de las flores y secreciones dulces de partes vivas de plantas e insectos. Las abejas añaden sustancias específicas propias hasta crear miel, que almacenan con la humedad correcta en panales de cera para que madure.

²¹ BLOG ODISEA, blog, ocio y cultura [en línea] disponible en: <http://www.blogodisea.com/que-miel-por-que-abejas-fabrican.html>

Ilustración 5. Miel de Abejas



Fuente: GOOGLE Tipos de miel de abejas [en línea] disponible en: www.google.com.co/search?q=tipos+de+miel+de+abeja

4.3.2 Tipos de la miel de abejas²² Existe una gran variedad o clases de miel, según la procedencia de la flor o arbusto y recolección. Las de primavera que se produce a finales de mayo, la miel principal, entre junio y julio, y la miel tardía, entre agosto y septiembre.

Se diferencian como multiflorales (diversas flores), monoflorales, (composición de una concreta) y miel de bosque (obtenidas a partir de la hoja).

Por su textura las mieles de flores son transparentes y espesas, que suelen ser frescas, mientras que las mieles de rocío son menos dulces y más difíciles de solidificar.

En todo el mundo hay cientos de tipos de miel ya que lógicamente todo depende del tipo de flor que las abejas encuentran en su hábitat.

²² ECO-COLMENA, apadrina una colmena, tus abejas, tu miel [en línea] disponible en: <https://ecocolmena.com/la-apicultura/la-miel/>

Miel de Azahar: De color ámbar claro, perfumada y suave al paladar. Procedente del polen de limoneros, naranjos, mandarinos. Efectos sedantes, ayudando conciliar el sueño. Es también antiespasmódica.

Miel de Romero: De color ámbar muy claro y blanco cuando está cristalizada. Aromática y dulce. Estimulante hepático que favorece la descongestión del hígado. Indicada para las úlceras de estómago y dismenorrea. No recomendada a hipertensos.

Miel de Eucaliptus: De color ocre. Muy aromática con un sabor característico a madera. Antiséptico de las vías respiratorias y urinarias, de efectos balsámicos y vermífugos. Indicada contra catarros y afecciones del árbol respiratorio.

Miel de Tomillo: De tono rojizo y sabor agradable. Indicada para las afecciones respiratorias de tipo inflamatorio, tos convulsiva y asma. Reguladora de la tensión arterial. Muy indicada como tonificante ante la fatiga y la astenia

Miel de Espliego: De color ámbar y sabor característico a lavanda. Por su poder bactericida y antiséptico. Indicada en uso externo para picaduras de insectos, quemaduras solares y heridas. Antidiarreico. Preventivo de gripes, bronquitis, resfriados. Por su alto contenido en hierro, tiene las mismas indicaciones que la miel de castaño. Favorece el sueño, modera la irritabilidad, la agresividad y el estrés.

Miel de Tilo: procedente de las flores del tilo. De color amarillo suave con un aroma fragante. Se cristaliza fácilmente por lo que se endurece deprisa. Útil en la acidez, flatulencias, úlceras gástricas o duodenales. Propiedades antibacterianas. Útil en la bronquitis, gripe y resfriados. Posee propiedades sedantes siendo muy útil en ansiedad e insomnio.

Miel de Trébol: procedente de la flor de trébol De color amarillo suave. Es energizante. Muy útil para cansancio o fatiga, personas mayores, épocas de exámenes, recuperación post operatoria.

Miel de Alfalfa: procedente de las flores de alfalfa. De color ambarino blanco, de buen sabor y propiedades similares a la miel de trébol.

Ilustración 6. Tipos de Miel de Abejas



Fuente: ECO-COLMENA, apadrina una colmena, tus abejas, tu miel [en línea] disponible en: <https://ecocolmena.com/la-apicultura/la-miel/>

Miel de abejas Santa Ana es de origen multiflorales de color ocre, y varía según la época de recolección debido a que las floraciones cambian y la recolección hecha por las abejas varía de color y sabor.

Ilustración 7. Miel de Abejas Santa Ana por 500 gr



Presentación de miel de abejas Santa Ana por 500gr.

4.3.3 Productos sustitutos Los principales productos competencia de la miel de abejas que además son procedentes de la misma región y establecen rivalidad directa son:

- Panela
- Azúcar

La Stevia no es producida en la región, pero es consumida por algunos de sus habitantes debido a sus beneficios de salud y personas con problemas de salud.

4.4 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Mieles Santa Ana está totalmente interesada en entrar al mercado ofreciendo al consumidor un punto directo de expendio del producto en el cual se le certifique la

procedencia y calidad de la miel de abejas que está comprando, La estrategia de distribución utilizada se basará en destacar los **atributos** del producto, resaltar las características especiales de la miel de abejas como endulzante natural los beneficios para la salud del consumidor.

Para garantizar la procedencia sistema de trazabilidad de la miel de abejas adquirida se ara seguimiento al productor, esto con la entrega de un formulario que debe llenar para saber con exactitud la fecha de extracción de la miel de abejas del apiario y personas manipuladoras del producto, apiario de procedencia, con estos datos se busca tener un control de inventario para el momento de envasar clasificar la miel por sus diferentes características que han de atraer diferentes clientes.

4.4.1 Canales de distribución Miel de abejas Santa Ana utiliza la **distribución directa**, pues está en contacto con el consumidor y desea cumplir con unos altos estándares de calidad para lograr reconocimiento en la región por cumplimiento de Buenas Practica Apícolas y de Manufactura que sean de agrado y seguridad para el cliente que lo que más anhela es encontrar productos naturales que pueda consumir con seguridad.

La idea principal para la distribución pensada por miel de abejas Santa Ana se basa en colocar un punto directo de distribución donde los potenciales compradores tengan la posibilidad de llegar a escoger la variedad de miel que más se acople a sus gustos y necesidades.

4.5 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

El mercado de la miel de abejas presenta características especiales ante el precio, pues son inestables y se rigen de acuerdo a la oferta y demanda del producto. De

acuerdo a los precios conocidos en el mercado actual se determinan los siguientes precios para presentaciones de envases de 500gr según épocas de producción:

Alta producción: \$12.000

Baja producción: \$15.000

Con esta estrategia de precios se busca cubrir el valor de envase, etiqueta y mano de obra del envasador.

Debido a la estructura y condiciones de este mercado se maneja y valora la confianza y cumplimiento, de parte del proveedor y del cliente y se tiende a crear relaciones de confianza que soportan inicialmente las transacciones comerciales, los precios se manejan un rango justo y seguro para lograr un balance entre productor y consumidor.

4.6 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Punto de venta directo en zona comercial del municipio de Oiba, Santander; el local debe ser atractivo para el cliente consumidor; éste contará con adecuaciones locativas que lo hagan diferenciador de otros establecimientos, en lo que se destaca los colores y decoración tradicional.

Variedad de Producto – Miel de Abejas (diferentes productores de la región).

Debido a que las redes sociales son un canal muy importante e influyente en el proceso de conocimiento y publicidad de nuevas empresas, se creará una página por Facebook, Twitter, Instagram; dónde se subirán postales informativas, videos, imágenes y otros, con el fin de promocionar los productos de Miel de Abejas Santa Ana; integrando a los habitantes del área de influencia Oiba, Santander y otras páginas ya existentes.

De acuerdo a la base de datos de Miel de Abejas Santa Ana mantener contacto vía WhatsApp con los clientes activos, para informarlos e invitarlos a conocer nuevos productos y promociones especiales del día.

Ilustración 8. Logo Miel de Abejas Santa Ana



4.7 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Comunicación Auditiva: se consultará con la emisora municipal “**Ecos de Oiba Estéreo**” (principal emisora del municipio) para pago de pautas publicitarias donde se dé a conocer la apertura de un nuevo local comercial “**Miel de Abejas Santa Ana**” dedicado a la venta de miel de Abejas.

Comunicación Visual: elaboración de un pendón publicitario instalado a las afueras del local comercial, para lo cual se realizará la solicitud de permisos

pertinentes con la Alcaldía Municipal y otros entes vinculados para la instalación del mismo.

Comunicación Audiovisual: se contempla la posibilidad de la creación de un video instructivo sobre los usos y beneficios de la miel de abejas, subido en sus redes sociales para que así los posibles consumidores conozcan mejor el producto.

Otro medio, es la elaboración de un folleto informativo donde se dé a conocer los beneficios de consumir en su dieta diaria Miel de Abejas, el uso apropiado y posibles beneficios para la salud.

Estas estrategias de comunicación se realizan con el objetivo de sensibilizar y vincular al consumidor con el uso y beneficio de la miel de abejas, además presentar una empresa nueva, propia de la región que comercializa un producto 100% natural.

5. ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis financiero²³ de una empresa consiste en el análisis e interpretación a través de técnicas y métodos especiales, de información económica y financiera de una empresa proporcionada básicamente por sus estados financieros, la recopilación de la información necesaria para realizar un análisis financiero, así como el análisis mismo se realizan de acuerdo a las necesidades del usuario.

5.1 INVERSIÓN INICIAL

Para el montaje del local comercial se requiere de una primera inversión inicial, esta consta de adecuaciones locativas, muebles y enseres, equipo de oficina, publicidad, maquinaria y herramientas de uso; esta inversión debe realizarse solo para la apertura del negocio ya que más adelante no serán un gasto o costo fijo mensual, deberá contemplarse su depreciación y mantenimiento si es necesario. La inversión inicial para Miel de Abejas Santa Ana proviene de los ahorros personales de su propietaria.

La puesta en marcha del proyecto comienza con la inversión de las **Adecuaciones Locativas** del local comercial que será arrendado para el funcionamiento de la venta de miel Santa Ana; como estrategia de marketing para convertirlo en un lugar diferenciado de los demás puntos de venta existentes en el municipio, se adecuará el sitio de manera tradicional para generar un ambiente fresco y agradable al visitante.

²³ CRECE NEGOCIOS análisis financiero [en línea] disponible en: <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-financiero-de-una-empresa/>

La pintura con colores atractivos a la vista del comprador – consumidor, que llame su atención y despierte su curiosidad por conocer más de Miele Santa Ana y cumplir con el objetivo de atraer clientes fijos, decoraciones que cumplan con la función de darle al local comercial un espacio acogedor a través de pequeños y bonitos artículos a la mirada del comprador. La mano de obra contemplada en esta sección hace referencia a la persona encargada de pintar y adecuar el lugar.

Muebles y Enseres, se requiere la inversión de muebles que proporcionen al empleado comodidad y confort para desarrollar su trabajo, además la adecuación de muebles para el cliente a su llegada al lugar y que además sean parte incluyente de la decoración del local comercial; para mantener el ambiente fresco se instalarán ventiladores. Se requieren vitrinas y estantes para la exhibición y almacenamiento de la mercancía.

Equipo de Oficina, se necesita de un computador para labores administrativas y promoción y publicidad del establecimiento en redes sociales; además de una impresora para elaboración de folletos y cotizaciones entre otras funciones administrativas.

Publicidad, la instalación de publicidad debe contar con los permisos requeridos por la Alcaldía Municipal y demás entes involucrados, ésta debe contar con colores, imágenes y un mensaje adecuado que invite al potencial consumidor a conocer Miel de Abejas Santa Ana; la propaganda debe motivar la curiosidad del espectador por consumir la miel, ganando así clientes activos del producto que a través de su grata experiencia que se busca, obtenga al momento de la compra a través de voz a voz sea un motivante para demás consumidores.

Maquinaria y Herramientas, La compra de maquinaria y utensilios necesarios para el proceso de conservación de la miel de abejas como materia prima, el colador para su limpieza al momento de envasar, gramera para la confirmación de peso

preciso del producto y demás artículos útiles para su distribución dentro del local comercial que cumplan con las normas establecidas por el Invima para la manipulación de alimentos.

Tabla 7. Presupuesto Inversión Inicial

PRESUPUESTO - INVERSIÓN INICIAL			
	<i>Cant.</i>	<i>Descripción</i>	<i>Valor</i>
Adecuaciones Locativas	1	Pintura	\$60.000
		Decoración	\$150.000
		Mano de Obra	\$90.000
Muebles - Enseres	1	Escritorio	\$200.000
	1	Silla	\$80.000
	2	Vitrinas con Vidrio	\$500.000
	3	Estantes	\$450.000
	2	Muebles Atención Público	\$500.000
	2	Ventiladores	\$110.000
Equipo de Oficina	1	Computador	\$900.000
	1	Impresora	\$170.000
		Papelería	\$40.000
Publicidad	1	Pendón Puerta	\$60.000
	1	Pendón Calle – Pasa Calle	\$95.000
	10	Cartillas Publicitarias	\$75.000
Maquinaria de Equipos	1	Tanque de Almacenamiento Miel	\$400.000
	3	Colador	\$135.000
	1	Gramera	\$90.000
		Otros Utensilios	\$70.000
TOTAL			\$4.175.000

5.2 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja²⁴ es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del estado del flujo de caja.

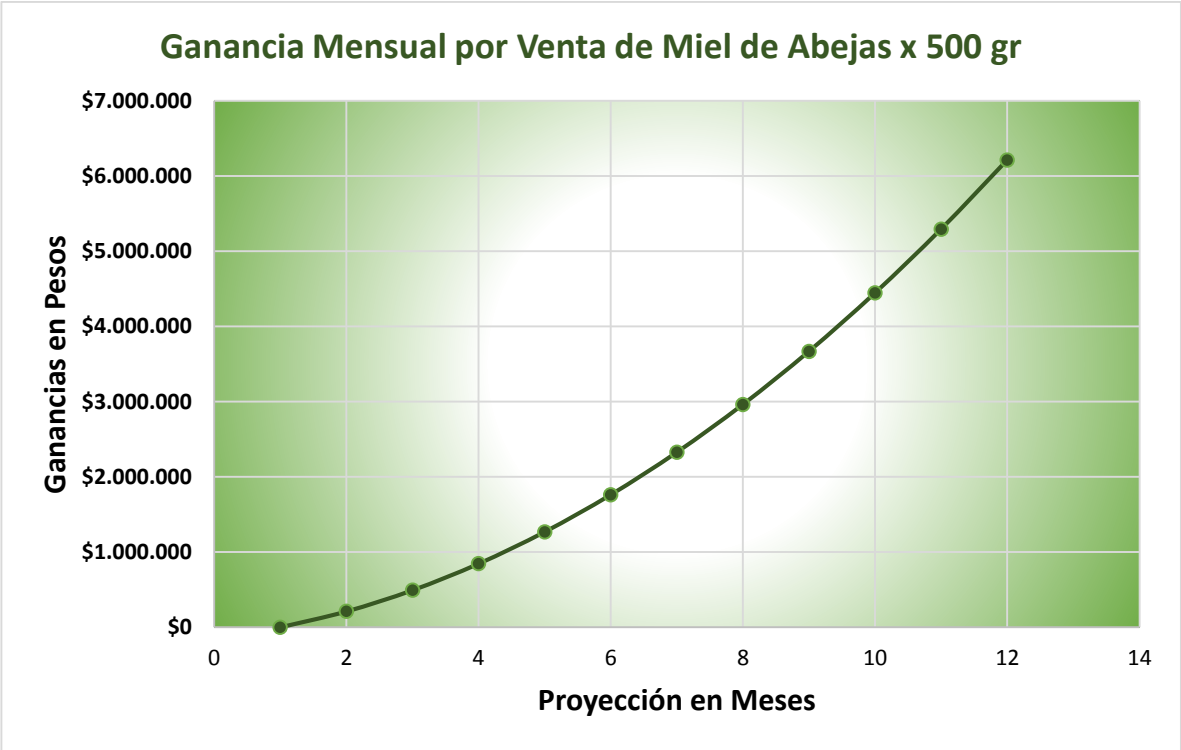
El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja, La información que contiene un flujo de caja, ayuda a los inversionistas, administradores, acreedores y otros a Conocer los efectos que producen, en la posición financiera de la empresa, las actividades de financiamiento e inversión que involucran efectivo y de aquellas que no lo involucran Facilitar la gestión interna de la medición y control presupuestario del efectivo de la empresa.

El modelo de flujo de caja establecido para Miel de Abejas Santa Ana da a conocer la inversión hecha en materia prima y materiales como envases, etiquetas, mano de obra para la venta mensual inicial de 200 envases por 500gr con un incremento de venta mensual de 10 unidades proyectadas a un año.

La tabla numero 8 muestra la variabilidad del flujo de caja de la empresa comercializadora de Miel de Abejas Santa Ana ubicada en el municipio de Oiba Santander con el fin de tener un control sobre las entradas y salidas de producto y la ganancias y pérdidas que pueden haber durante el periodo de proyección de un año establecido, durante el cual se pretende mantener intacta la venta de 200 envases de Miel de Abejas mensuales y en su defecto el aumento de 10 o más cantidad de unidades que representen una ganancia estable a la comercializadora.

²⁴ EL MUNDO Ultimas [en línea] disponible en: noticias
<http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>

Gráfica 15. Ganancias mensuales venta de Miel de Abejas Santa Ana



6. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

El reto de iniciar una empresa económica se centra en identificar cuáles son claramente las responsabilidades y obligaciones que se presentan antes, durante y después de su constitución, se deben tener en cuenta conceptos importantes que permitan la comprensión de exigencias contempladas en las normas legales que en Colombia regulan a las empresas.

Las empresas pueden tener diferentes tipos:

DE TRANSFORMACIÓN: compran o reciben materia prima y luego de varios procesos obtienen otro producto.

DE CIRCULACION: son aquellas que comercializan (compran y venden) determinado producto, sin hacerle ningún tipo de transformación.

DE ADMINISTRACION: dedicada a la organización, gestión o prestación de servicios.

6.1 ANÁLISIS DOFA

Tabla 10. Matriz DOFA

DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">❖ Falta de organización y gestión del gremio apícola en aumento de producción❖ Falta del plan de trabajo, planificación❖ Falta de mano de obra capacitada❖ Actividad apícola relajada sin ser prioridad	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">Creación de nuevos empleos❖ Posicionamiento de la miel de abejas producida en el Municipio de Oiba Santander❖ oportunidad de crecer como comercializadora de Miel de Abejas
FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">❖ Producción de miel monofloral❖ Buena formación de recursos humanos❖ Aceptación del producto miel de abejas Santa Ana, marca registrada	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">❖ Falta de apoyo institucional❖ No existen leyes fuertes en Colombia que apoyen la apicultura❖ Cambios climáticos, desabastecimiento del producto❖ Competidores deshonestos

6.2 MISION

Ofrecer miel de abejas que cumpla con los parámetros requeridos y exigidos en calidad, sabor y excelente presentación.

6.3 VISION

Para el año 2019 ser una empresa líder en la región en comercialización de miel de Abejas 100% natural, asegurando calidad y confiabilidad del producto.

6.4 VALORES CORPORATIVOS

Miel de abejas Santa Ana tiene como valor principal, servir al cliente, y al beneficio de todos los miembros de la empresa. Tiene como valores secundarios:

Honestidad: realizando cada una de nuestras acciones con transparencia

Lealtad: fidelidad y compromiso de todos para todos buscando siempre la permanencia en el mercado

Responsabilidad: cumplimos con nuestros deberes y derechos, siempre comprometidos con la organización y el cliente, con la seguridad de entregar lo mejor.

6.5 POLÍTICAS

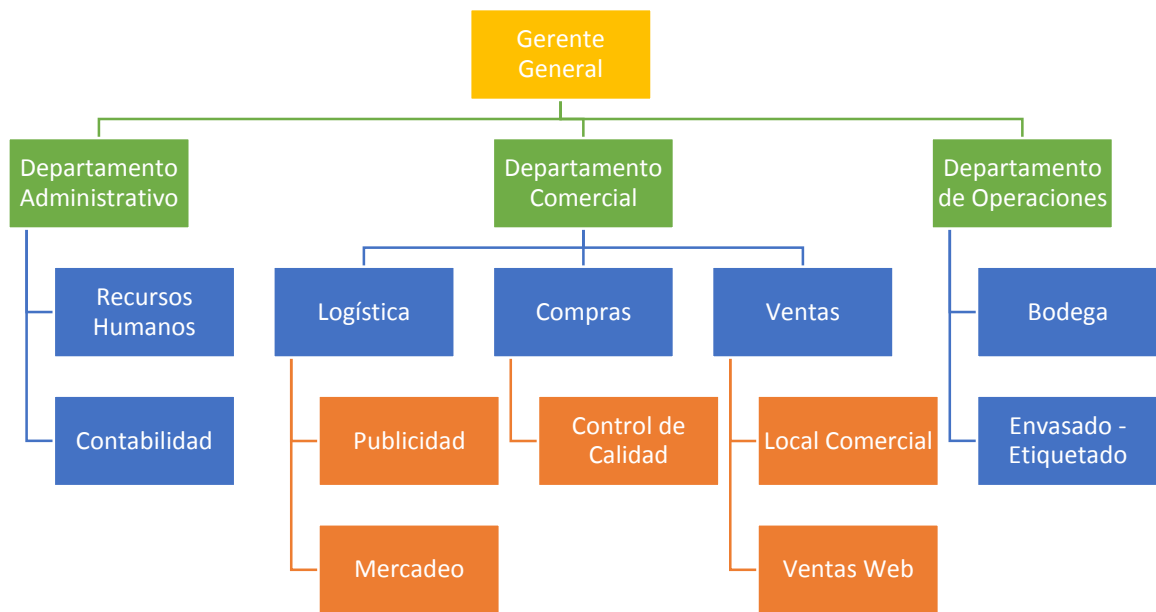
Basados en nuestra empresa enmarcada en valores y principios, nuestro direccionamiento estratégico está basado en políticas que nos conducirán a la equidad del cliente, nos comprometemos a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente mediante:

- El mejoramiento continuo de calidad
- Satisfacer al cliente, entregando la cantidad y calidad oportuna
- Prevención de contaminación ambiental dando buen uso a los recursos naturales en uso
- Cumplimiento de normas de seguridad, garantizando la estabilidad de la estructura administrativa

6.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional es una disposición de roles, en la que cada persona cumple con su papel asignado dentro de la empresa con el fin de que su funcionamiento sea estable y segura para mayor rendimiento.

Gráfica 16. Organigrama Miel de Abejas Santa Ana



IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: GERENTE GENERAL
finalidad del cargo: PLANIFICACIÓN DEL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA
FUNCIONES:
* coordinar acciones con los demás departamentos
*planificación del crecimiento
*planificación de recursos de la empresa
*posicionar la empresa en el mercado

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: GERENTE GENERAL
REQUERIMIENTOS: EDUCACION: profesional en administración de empresas o carreras a fines CONOCIMIENTOS: relaciones públicas, mercadeo, manejo de computador. EXPERIENCIAS: Mínimo un año como administrador

IDENTIFICACION DEL CARGO: DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO
finalidad el cargo: PROGRAMAR, ORGANIZAR Y CONTROLAR RECURSOS HUMANOS Y FINACIEROS
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • tramitar y controlar el capital humano • difundir el programa de capacitación para el personal • controlar el activo fijo asignado a la dirección, así como realizar los tramites • elaborar e integrar los informes que se requieran, en el ámbito de su competencia, e informar a la dirección del desarrollo y resultados de las acciones a su cargo
REQUERIMIENTOS: EDUCACION: auxiliar en contabilidad, salud ocupacional CONOCIMIENTOS: manejo de Excel, buenas relaciones laborales EXPERIENCIA: mínima de un año como auxiliar contable

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: DEPARTAMENTO COMERCIAL
FINALIDAD DEL CARGO: CRECIMIENTO EN VENTAS
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • estrategias de mercados • compra de excelente producto • control de calidad de materia prima • manejo de publicidad <p>REQUERIMIENTOS:</p> <p>EDUCACIÓN: mercadeo y ventas</p> <p>Conocimientos: procesos logísticos, mercadeo y ventas</p> <p>Experiencia: mínima de dos años en ventas</p>

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: DEPARTAMENTO DE OPERACIONES
Finalidad del cargo: CUIDADO DE LA MATERIA PRIMA
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • almacenamiento adecuado de la materia prima • limpieza y esterilización de envases • velar por correcto funcionamiento de la maquinaria utilizada en producción <p>Requerimientos:</p> <p>Educación: técnico en producción agroindustrial</p> <p>Conocimiento: manejo apícola</p> <p>Experiencia: dos años en procesos de producción agroindustrial</p>

7. CONCLUSIONES

- El mercado de comercialización de miel de abejas es favorable estableciendo metas mensuales de más de 200 unidades mensuales vendidas mensualmente
- El manejo de BPA y BPM son indispensables para garantizar la calidad el producto
- Las construcciones de nuevos canales de comercialización para establecer nichos de mercados son de atracción para dar a conocer el producto fuera de la zona de confort
- Establecer estrategias de precios atractivos para el productor y consumidor siendo un puente estable y seguro para las dos partes
- Dar el manejo pertinente al producto bajo las normas sanitarias que permiten obtener un producto inocuo son prioridad para establecer un mercado limpio y seguro.
- Al entregar el producto envasado y etiquetado se obtienen mayores ganancias dándole con ello un valor agregado al producto comprado a granel.

8. RECOMENDACIONES

- Buscar la posibilidad de brindarle al os pequeños productores apícolas unas mejores condiciones de capacitación para mejorar sus producciones y con ello lograr como comercializadora un mentar la cantidad de materia prima para la comercialización
- Fomentar el trabajo en cooperativa de productores para conseguir el trabajo de conservación y mayor rendimiento de producción
- Educar al consumidor sobre los beneficios de adquirir la Miel de Abejas como un constante endulzante de sus alimentos

BIBLIOGRAFÍA

AGRONET Consejo Nacional, cadena productiva de las abejas y la apicultura [en línea] disponible en:
<http://www.agronet.gov.co/agronetweb1/Estad%C3%ADsticas/ReportesEstad%C3%ADsticos.aspx>

BLOGODISEA, blog, ocio y cultura [en línea] disponible en:
<http://www.blogodisea.com/que-miel-por-que-abejas-fabrican.html>

CADENA PRODUCTIVA DE LAS ABEJAS Y DE LA APICULTURA CPAA. Declaración de voluntades para la formulación del acuerdo nacional de competitividad para la cadena productiva de las abejas y la apicultura en Colombia. Bogotá D.C. Comités Regionales de la CPAA - Precios de Miel de Abejas 2007

CÁMARA DE COMERCIO DE PALMIRA, Información registro sanitario INVIMA, [en línea] disponible en: <http://www.ccpalmira.org.co/portal/herramientas/orientacion-e-informacion-empresarial/registro-sanitario-invima>

CRECE NEGOCIOS Análisis financiero [en línea] disponible en:
<https://www.crecenegocios.com/el-analisis-financiero-de-una-empresa/>

DEFINICIÓN ABC Miel [en línea] disponible en:
<https://www.definicionabc.com/general/miel.php>

ECO-COLMENA Apadrina una colmena, tus abejas, tu miel [en línea] disponible en:
<https://ecocolmena.com/la-apicultura/la-miel/>

ENCICLOPEDIA DE TAREAS. Mercado competidor [en línea] disponible en:
<http://www.encyclopediadetareas.net/2012/05/mercado-competidor.html>

GOOGLE Cadena productiva de las abejas y la apicultura en Colombia [en línea] disponible en: <https://sites.google.com/site/cpaaabejascolombia/calendar/marco-legal-especifico>

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Acta de acuerdo sectorial de la competitividad de la Cadena Productiva de las Abejas y de la Apicultura CPAA. Bogotá D.C.: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural 2016

NATES PARRA, G. Guía para la cría y manejo de la abeja angelita o virginita *Tetragonisca angustula* Illiger. Bogotá: Convenio Andrés Bello Serie Ciencia y Tecnología No.84 2001

SANTAMARÍA BUENO, A. R. Diagnóstico productivo y comercial de la cadena apícola de los programas para la sustitución de cultivos ilícitos y desarrollo alternativo de Acción Social y UNODC. Bogotá: Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito UNODC, Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional ACCIÓN SOCIAL. 2009

SECTOR DE TELECOMUNICACIONES Blog post [en línea] disponible en:
http://sectortelecomunicaciones1.blogspot.com.co/2012/10/blog-post_7603.html

WORD REFERENCE Intermediario [en línea] disponible en:
<http://www.wordreference.com/definicion/intermediario>

ANEXOS

ANEXO A. ENCUESTAS

ENCUESTA PARA EL PROYECTO: “PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJAS EN LA VERDEDA PEDREGAL DEL MUNICIPIO DE OIBA SANTANDER.”

Nombre del encuestado: _____ Fecha: _____

Preguntas de selección múltiple con única respuesta

Se llama endulzante a cualquier sustancia, natural o artificial, que edulcora, es decir, que sirve para dotar de sabor dulce a un alimento o producto que de otra forma tiene sabor amargo o desagradable.

1. ¿Consume endulzantes naturales en su dieta diaria?
 - a) Si
 - b) No
 - c) Rara Vez
 - d) Nunca

2. ¿Cuál de estos productos utiliza con mayor frecuencia como endulzante?
 - a) Panela
 - b) Stevia
 - c) Azúcar Refinada
 - d) Miel de Abejas

3. Indique la razón por la cual utiliza el endulzante que anteriormente mencionó
 - a) Economía
 - b) Rendimiento
 - c) Sabor
 - d) Salud

Teniendo en cuenta la importancia del consumo de alimentos más saludables la calidad y el contenido de los mismos, se comparan los nutrientes y beneficios de **azúcar refinada y la miel de abejas**, obteniendo que la primera sólo nos brinda calorías vacías, debido a que, exceptuando los hidratos, su contenido en micronutrientes es muy escaso y no representa un aporte valioso para el organismo. En cambio, la miel aporta no sólo menos calorías, sino que contiene más micronutrientes y en mayores proporciones que el azúcar; además la miel resulta un buen antioxidante y tiene efecto expectorante, lo cual favorece el tratamiento de resfriados, tos u otras afecciones respiratorias.

4. ¿Cambiaría usted su producto endulzante de consumo diario a Miel de Abejas?
- a) Si
 - b) No

Esta encuesta es realizada con fines investigativos, en la cual se desea sondear el mercado del municipio de Oiba, Santander; esto para un proyecto de Comercialización de Miel de Abejas, la cual asegura un producto natural 100% puro el cual se denominará Miel de Abejas Santa Ana.

5. ¿En qué lugares le gustaría encontrar Miel de Abejas Santa Ana?
- a) Tiendas de Barrio
 - b) Supermercados Locales
 - c) Domicilio Puerta-Puerta
 - d) Local Comercial
6. ¿Pagaría usted un precio de \$15.000 por un peso de 500gr de miel de abejas Santa Ana 100% pura?
- a) Si
 - b) No

**ENCUESTA PARA EL PROYECTO: “PLAN DE NEGOCIO PARA UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJAS EN LA VERDEDA
PEDREGAL DEL MUNICIPIO DE OIBA SANTANDER.”**

Nombre del encuestado: _____ Fecha: _____

Preguntas de selección múltiple con única respuesta

Un apiario (también conocido como colmenar) es el lugar donde se encuentran el conjunto de colmenas que pertenecen a un apicultor. Tradicionalmente los apicultores (también conocidos como colmeneros) pagaban el alquiler de las tierras donde se ubicaban sus colmenas con miel. Sin embargo, actualmente son los agricultores los que proporcionan los lugares para la ubicación de los colmenares ya que estos son beneficiosos para el aumento de sus cosechas al favorecer la polinización, y los granjeros que necesitan muchas colmenas, en ocasiones, incluso pagan por ellas.

1. ¿CON CUANTOS APIARIOS CUENTA EN SU FINCA?
 - a) De 1-5
 - b) De 6-12
 - c) De 13-16

2. ¿CUÁNTAS EXTRACCIONES HACE NORMALMENTE EN UN AÑO?
 - a) 1
 - b) 2
 - c) 3

Podemos comprar cantidades grandes sin envases. Esto nos puede permitir por ejemplo hacer compras grandes una vez al mes, o al año, guardando sólo sacos

cajas grandes en la despensa, son denominadas compras a granel, el proceso de envasado se utiliza para adquirir solo cantidades pequeñas necesarias.

3. ¿VENDE SU PRODUCTO A GRANEL O ENVASADO POR GRANOS?

- a) A granel
- b) Envasado por gramos

4. ¿SE ENCUENTRA CERTIFICADA SU FINCA CON BPA EN EL CULTIVO APICOLA?

- a) Si
- b) No

Un precio justo es aquel que ha sido acordado mutuamente por todos los involucrados, a través del diálogo y la participación, da un pago justo a los productores y también puede estar sostenido por el mercado.

5. ¿RECIBE USTED UN PRECIO JUSTO POR SU PRODUCTO?

- a) Si
- b) No

6. ¿vende usted toda su producción de miel anual a una distribuidora que pague su precio justo?

- a) Si
- b) No