

Miel del Campo

Trabajo de grado para optar al título de Médico Veterinario

Alejandro Calle Peláez

Asesor

MSc. Oswaldo Bedoya Mejía

Industrial Pecuario

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Administrativas y Agropecuarias

Programa de Medicina Veterinaria

Caldas – Antioquia

2015

Contenido

Resumen ejecutivo.....	7
Investigación de mercados.....	10
Análisis del sector	10
Análisis del mercado	13
Análisis del consumidor.....	15
Análisis de la competencia.....	17
Principales participantes y competidores	17
Relación de las agremiaciones existentes	18
Costo de mi producto o servicio.....	18
Análisis de los productos sustitutos	19
Análisis de venta de mi producto de la competencia	20
Imagen de la competencia ante los clientes	21
Segmento al cual está dirigida la competencia	21
Posición de mi producto/servicio frente a la competencia	21
Plataforma estratégica	22
Objetivo general.....	22
Objetivos específicos	22
Análisis MECA (Mantener, Explorar, Corregir, Afrontar)	23
Misión	24
Visión	24
Estrategia de mercado	25
Descripción básica	25
Descripciones y características	25
Aplicación, uso del producto	25
Diseño.....	26

Calidad.....	27
Empaque y embalaje.....	27
Fortalezas y debilidades del producto frente a la competencia.....	28
Mezcla de marketing	28
Estrategia de producto	28
Estrategia de distribución	29
Estrategia de precios.....	29
Estrategia de promoción	30
Estrategia de comunicación	31
Estrategia de servicio	31
Estrategia de comunicación externa	33
Relaciones con clientes.....	33
Análisis técnico-operativo.....	34
Estado de desarrollo	37
Materias primas y materiales	38
Proveedores.....	40
Control de calidad	40
Análisis administrativo y organizacional.....	42
Comunicación organizacional	43
Impacto del proyecto	45
Registros, licencias y leyes regulatorias.....	46
Financiero	48
Principales supuestos	48

Sistema de financiamiento	50
Proyecciones.....	52
Evaluación del proyecto y recuperación de la inversión.....	58
Otros indicadores financieros.....	60
Endeudamiento.....	60
Capital de trabajo.....	61
Rotación de cartera, proveedores y ciclo operacional.....	61
Pasivo financiero/ventas	62
Gasto Financiero / Ventas.....	63
Análisis de riesgo	64
Análisis de sensibilidad y plan de contingencia.....	65
Conclusiones.....	67
Referencias	70

Lista de tablas

Tabla 1. Resumen ejecutivo. Empresa Miel del Campo	7
Tabla 2. Equipo emprendedor empresa Miel del Campo	8
Tabla 3. Análisis MECA de la empresa Miel del Campo	23

Lista de gráficos

Gráfico 1. Inversiones requeridas	9
Gráfico 2. Producción apícola en Colombia 2012- 2014.....	10
Gráfico 3. Crecimiento estimado de la producción apícola en Colombia. 2010-2025	11
Gráfico 4. Preferencias de consumidores según edad	16
Gráfico 5. Preferencias de consumidores según sexo.....	17
Gráfico 6. Ficha técnica del producto	34
Gráfico 7. descripción de procesos y procedimientos. Flujo de procesos	41
Gráfico 8. Organigrama de la empresa Miel del Campo.....	42
Gráfico 9. Comunicación Organizacional. Empresa Miel del Campo.....	43
Gráfico 10. Requisitos físico-químicos de la miel de abejas.....	46
Gráfico 11. Marco legal de la actividad apícola en Colombia	47
Gráfico 12. Inversión en activos fijos	51
Gráfico 13. Tabla de amortización del crédito	52
Gráfico 14. Balance general de la empresa Miel del Campo para 12 meses	54
Gráfico 15. Balance general de la empresa Miel del Campo. 2015-2017.....	55
Gráfico 16. Resultados de la empresa Miel del Campo en sus primeros 12 meses.....	56
Gráfico 17. Resultados de la empresa Miel del Campo. 2015-2017.....	57
Gráfico 18. Flujo de caja de la empresa Miel del Campo. 2015-2017	57
Gráfico 19. Análisis de flujo de caja mediante el método TIR y VAN.....	58
Gráfico 20. Punto de equilibrio en las ventas de la empresa.....	59
Gráfico 21. Recuperación de la inversión y flujos de caja	59
Gráfico 22. Datos de endeudamiento	60
Gráfico 23. Capital de trabajo	61
Gráfico 24. Análisis de rotación de cartera, proveedores y ciclo operacional.....	62
Gráfico 25. Pasivo financiero y ventas.....	63
Gráfico 26. Gasto financiero y ventas.....	63
Gráfico 27. Rentabilidad del patrimonio.....	64
Gráfico 28. Análisis de sensibilidad	65

Resumen ejecutivo

La tabla 1 ofrece la información general de la empresa que se propone crear en este proyecto, nos referimos al concepto del negocio, su nombre comercial, descripción del producto, ubicación de la empresa, objetivos de la empresa.

Tabla 1. Resumen ejecutivo. Empresa Miel del Campo

Nombre Comercial	Descripción del producto	Localización	Objetivo
Miel del Campo	Miel de abejas líquida	Caucasia – Antioquia, kilómetro 27 de la vía que de Caucaasia conduce al municipio de Nechí	Vender miel de abejas 100% natural con unos excelentes estándares de calidad y tecnología de punta para en un futuro poder lograr sacar al mercado miel orgánica.

Fuente: elaboración propia

En la tabla 2 se ofrece la información relativa al equipo emprendedor de la empresa, sus nombres, formación, experiencia y funciones en la empresa Miel del Campo.

Tabla 2. Equipo emprendedor empresa Miel del Campo

Nombre	Datos Personales	Perfil	Experiencia Laboral
John Mario Mejía Córdova	44 años Casado Dos hijos	- Bachiller - Encargado de los proceso apícolas.	26 años de experiencia en la apicultura
Bernardo Alonso Calle Bohórquez	51 años Casado Tres hijos	- Técnico Agropecuario - Apicultor, encargado del orden en las cosechas y la buena administración de todo.	Ha trabajado gran parte de su vida en el sector pecuario y es el más estudioso de la apicultura en la empresa.
Gloria Estela Calle Bohórquez	49 años Casada Dos hijos	- Bachiller - Encargada de la parte comercial de la empresa.	Conoce el manejo de una empresa, gran parte de su vida la ha dedicado a manejar las propias
Alejandro Calle Peláez	23 años	- Estudiante de Medicina Veterinaria. - Encargado de los procesos técnicos y genéticos de las abejas.	Es poca la experiencia que tiene, pero interviene en la modernización de la empresa, comercial y técnicamente.

Fuente: elaboración propia

Gráfico 1. Inversiones requeridas

INVERSIÓN INICIAL

Casa		Apiarios	
Construcción y materiales	\$ 1.200.000	Material biológico y físico	\$ 85.200.000
Instalación eléctrica y adecuación	\$ 700.000	Maquina estampadora	\$ 1.600.000
Nevera	\$ 800.000	Placas colmenas	\$ 200.000
Televisión	\$ 500.000	TOTAL	\$ 87.000.000
Lavadora	\$ 600.000		
Licudadora	\$ 120.000	Carpintería	
Implementos de cocina	\$ 1.000.000	Construcción y materiales	\$ 2.800.000
Sanitario y lavamanos	\$ 180.000	Instalación eléctrica y adecuación	\$ 2.000.000
Dispensador de agua	\$ 400.000	Maquina radial carpintería	\$ 1.500.000
Sillas	\$ 100.000	Maquinas industriales carpintería	\$ 18.000.000
Instalación eléctrica	\$ 90.000	Elementos de carpintería	\$ 230.000
Lockers	\$ 650.000	TOTAL	\$ 24.530.000
TOTAL	\$ 6.340.000		
Cuarto de mieles		Otros	
Malla para captar propoleo	\$ 730.000	Tanque de agua 20000 lts	\$ 468.000
Nevera para cristalizar propoleo	\$ 750.000	Materiales y mano de obra bomba de agua	\$ 1.150.000
Basculas	\$ 4.500.000	Preparación y limpieza de pozo	\$ 446.000
Tanques de decantación	\$ 2.150.000	Motosierra, hodrolavadora y guadañadora	\$ 1.700.000
Envases de empaque	\$ 825.000	Carro	\$ 7.000.000
Centrifuga	\$ 850.000	Moto	\$ 1.800.000
Gramera	\$ 170.000	Trailer moto	\$ 1.139.000
Materiales y mano de obra	\$ 880.000	TOTAL	\$ 13.703.000
TOTAL	\$ 10.855.000	TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 142.428.000

Fuente: elaboración propia

Investigación de mercados

Análisis del sector

En Colombia la apicultura es un sector que ha crecido notablemente en los últimos cinco años, teniendo en cuenta el incremento de las colmenas y de la producción general a través de todos los departamentos del país, tal como se puede apreciar en el gráfico 2.

Gráfico 2. Producción apícola en Colombia 2012- 2014

DEPARTAMENTO	2012	2013	2014	Variación producción 2012/2013	De la producción total
	Producción Ton	Producción Ton	Producción Ton		
Córdoba	256	318	330	24%	12,1%
Huila	291	300	320	3%	11,4%
Sucre	149	268	304	80%	10,2%
Antioquia	240	266	300	11%	10,1%
Valle del Cauca	197	197	222	0%	7,5%
Bolívar	120	165	185	38%	6,3%
Cauca	157	157	178	0%	6,0%
Tolima	118	125	130	6%	4,8%
Boyacá	111	111	126	0%	4,2%
Santander	106	110	125	4%	4,2%
Cundinamarca	71	71	75	0%	2,7%
Risaralda	61	65	69	7%	2,5%
Cesar	50	62	70	24%	2,4%
Magdalena	58	62	70	7%	2,4%
Atlántico	59	59	66	0%	2,2%
Caldas	55	55	63	0%	2,1%
Meta	51	51	57	0%	1,9%
Casanare	48	50	54	4%	1,9%
Quindío	45	47	48	4%	1,8%
Norte De Santander	40	42	48	5%	1,6%
Putumayo	21	21	23	0%	0,8%
Nariño	14	14	16	0%	0,5%
Arauca	4	4	4	0%	0,2%
San Andrés	2	2	3	0%	0,1%
La Guajira	1	1	1	0%	0,0%
Vichada	1	1	1	0%	0,0%
TOTAL	2.326	2.624	2.888	8%	100,0%

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

Como podemos ver en el gráfico anterior, la producción en toneladas de miel de abejas ha crecido entre 2012 y 2013 un 10% promedio de año a año, esta información se completa con el gráfico 3 que muestra las proyecciones en las que se estima un crecimiento anual del mercado al año 2025.

Gráfico 3. Crecimiento estimado de la producción apícola en Colombia. 2010-2025

AÑO	COLMENAS MIEL	TASA CRECIMIENTO ANUAL COLMENAS	PROD PROM/COLM (Kilos)	PRODUCCIÓN MIEL (Toneladas)	POBLACIÓN COLOMBIANA	TASA CRECIMIENTO ANUAL POBLACIÓN	CONSUMO PER CÁPITA MIEL (Gramos)
2010	50.000	10%	20	1.000	45.000.000	1,18%	22
2011	55.000	10%	21	1.155	45.531.000	1,18%	25
2012	60.500	10%	22	1.331	46.068.266	1,18%	29
2013	66.550	10%	23	1.531	46.611.871	1,18%	33
2014	73.205	10%	24	1.757	47.161.891	1,18%	37
2015	80.526	10%	25	2.013	47.718.402	1,18%	42
2016	92.604	15%	25	2.315	48.281.479	1,18%	48
2017	106.495	15%	26	2.769	48.851.200	1,18%	57
2018	122.469	15%	26	3.184	49.427.644	1,18%	64
2019	140.840	15%	27	3.803	50.010.891	1,18%	76
2020	161.966	15%	27	4.373	50.601.019	1,18%	86
2021	186.260	15%	28	5.215	51.198.111	1,18%	102
2022	214.199	15%	28	5.998	51.802.249	1,18%	116
2023	246.329	15%	29	7.144	52.413.515	1,18%	136
2024	283.279	15%	29	8.215	53.031.995	1,18%	155
2025	325.771	15%	30	9.773	53.657.773	1,18%	182

Fuente: Plan estratégico de acción CPAA 2011 – 2025

Las proyecciones que acabamos de ver son muy positivas para el mercado ya que muestran un incremento superior a la tasa de crecimiento del PIB de Colombia que en los últimos tres años no ha superado el 8% en su variación porcentual anual (Dinero, 2015).

Una de las características que se ha encontrado para este sector es la expansión y crecimiento económico visto a través de todo el país, la importación de nuevas tecnologías, la continua investigación por entes públicos y el reciente apoyo que está dando el gobierno en créditos y subsidios al sector para fomentar el

crecimiento del mismo (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2013).

Realmente la tecnología para el desarrollo de la apicultura en nuestro país aún es incipiente y escasa y por este mismo motivo tecnificar los procesos apícolas es muy costoso. A pesar de ello, Miel del Campo cuenta con las centrífugas, con los tanques de decantación, los cuchillos, los trajes, la maquinaria de la carpintería y demás elementos del material y de la capacidad ideal para llevar a cabo la producción de miel. Miramos con optimismo el futuro y tenemos proyectado traer de Argentina y Brasil una tecnología propia para nuestro trabajo con centrífugas eléctricas, desoperculadores a calor, cerificadores eléctricos y demás maquinaria y tecnología de punta.

Colombia posee una balanza comercial negativa en lo referente al mercado de la miel. Aun cuando es un país que posee bajos niveles de consumo y producción, su comercio se dedica prácticamente a la importación del producto para suplir la demanda interna. Con respecto a las exportaciones, nuestro país ocupa el puesto 78 de participación en el comercio mundial. Durante la década de los 90 y lo corrido del presente siglo, ha presentado un crecimiento anual negativo de 34.66%. De acuerdo a cálculos realizados, con datos arrojados por la FAO, su participación en el 2004 en las exportaciones mundiales fue tan solo de 0.01%. Los principales países exportadores de miel en el mundo son en su orden: China, Argentina, México, Alemania y Brasil, los cuales en su orden representaron el 56% de las exportaciones mundiales en el 2004. En promedio, Colombia exporta al año tan solo 30 toneladas de miel de abejas, principalmente a Venezuela (58%), Alemania (21%), Ecuador (14%) y Estados Unidos (5%).

En cuanto a importaciones, el país se encuentra en el puesto 78. Presenta un

nivel promedio por año de importación de 50 toneladas que tan solo representan el 0.01% de las importaciones realizadas por Alemania, quien ocupa el primer lugar, pues sus niveles se encuentran cerca de las 90.000 toneladas al año, seguida de Estados Unidos que tiene un promedio de 66.000 toneladas. Dichas importaciones provienen principalmente de Argentina (36%), Australia (16%), Chile (14%) y México (12%). (Espinal; Martínez Covalada y Santo Nieto, 2006)

La Cadena Productiva de las Abejas y la Apicultura está conformada por proveedores de insumos, productores, comercializadores y transformadores. El Acuerdo de Competitividad fue suscrito el 20 de febrero de 2008 y actualizado el 20 de marzo de 2011. La Cadena se reconoció por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural a través de la Resolución 282 del 13 de agosto del 2012. Al Consejo Nacional de la Cadena asisten representantes de los eslabones mencionados elegidos de los Núcleos Regionales, así mismo cuenta con el apoyo institucional, del sector público y de la academia (Sistema de Información de Gestión y Desempeño de Organizaciones de Cadenas. SIOC, 2015).

Análisis del mercado

El mercado objetivo de la empresa Miel del Campo, es el mayoritario pues está orientado a las industrias productoras de alimentos que utilizan la miel de abejas como insumo en sus procesos.

Se deben de tener unos estándares de calidad muy estrictos ya que las exigencias de estas empresas son mucho mayores que la de los clientes en general, así entonces se debe cumplir con toda la normatividad vigente, con las exigencias del

INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos), aparte de esto, la ficha técnica de la miel debe de ser impecable y todos los procesos deben estar controlados con la más alta rigurosidad. Ahora bien, la empresa Miel del Campo cuenta con un cliente que se lleva aproximadamente todo el producido de la cosecha lo que representa ingresos cual es una remuneración fija. Es muy pequeña la comercialización del producto en la presentación individual y el mercado minorista pero que hace crecer y se hace conocer el servicio de manera cultural y comercial. Es pertinente considerar que:

Con una producción anual estimada en 3.000 toneladas de miel de abejas, el sector de la apicultura se Colombia encuentra prácticamente estancado, pese a las alentadoras expectativas de un aumento considerable de la demanda potencial, para la cual la actual oferta solo podría responder por el 10 %. El consumo de miel per cápita en Colombia es de 74.2 gramos, una cifra significativamente inferior a las metas de consumo recomendadas por la FAO, equivalentes a un kilo (1.000 gramos). (Confecampo, 2015).

Según un informe de la Cadena Productiva de las Abejas y la Apicultura (CPAA), en el país se producen 3.000 toneladas de miel al año. De las abejas colombianas se produce principalmente miel, polen y propóleos. Una escala más abajo se encuentra la jalea real, la apitoxina y la miel de abejas sin aguijón o miel angelita. De acuerdo con Emilio Mejía, fundador de Miel de Abejas Samán, la apicultura es una actividad clave en el mundo, no solo por la producción de miel,

sino por su aporte ambiental y productivo en el sector agrícola, pues más de 40% de lo que se consume es polinizado por estos animales (Ramírez, 2013).

El mercado apícola no tiene suficientes datos y la mayoría de estos no están actualizados, por lo que dar una cifra exacta de venta y de consumo total en Colombia o por departamentos no sería apropiado y se darían cifras incorrectas. Teniendo en cuenta el crecimiento de la producción de miel en Colombia que a 2014 se estimó en 2,888 toneladas (Cadena Productiva de la Abejas y la Apicultura, 2011) y se espera un crecimiento anual de 10% hasta el año 2025, por lo que el mercado de compra y venta de miel crecerá en esta mismo proporción.

Análisis del consumidor

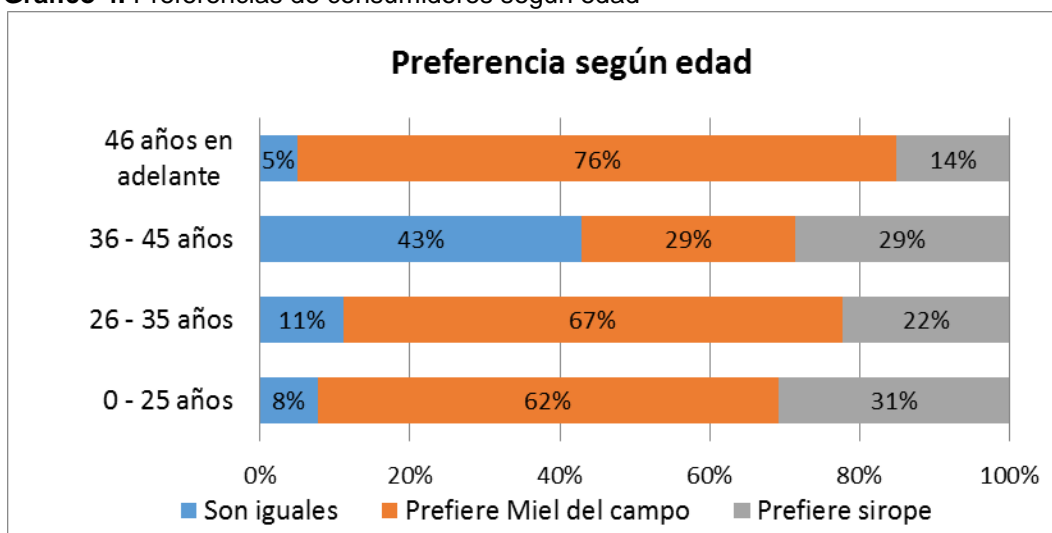
Según la encuesta realizada por la empresa Miel del Campo, se pudo evidenciar que los clientes potenciales son principalmente las mujeres dado que sacan beneficio de la miel aparte del consumo para tratamientos de belleza. También se encontró una tendencia al consumo de Miel del Campo de las personas de menos de 25 años y más de 46 años, ya que en estas edades se da una mayor preocupación por la salud y la belleza. También es más alto el consumo en personas de estrato alto (Erasso Arango, 2010).

Principalmente el producto se ofrece a las industrias de la ciudad de Medellín y a los consumidores minoristas que se encuentran en el Sur del área metropolitana. Son muchos los elementos que inciden a la hora de comprar Miel del Campo. En primer lugar vale la pena señalar el tema del envase. Ha sido tradición en nuestro medio

comercializar la miel de abejas en botellas recicladas (botellas de licor de 375 cc), en segundo lugar hay que considerar la publicidad alusiva que se pone en las etiquetas simbolizando las abejas y los panales, el tercero, y uno de los más importantes, es el color de la miel pues al consumidor le parecen mucho más atractivos los colores claros de la miel sin conocer la razón de ser de esa coloración ni el sabor de esta.

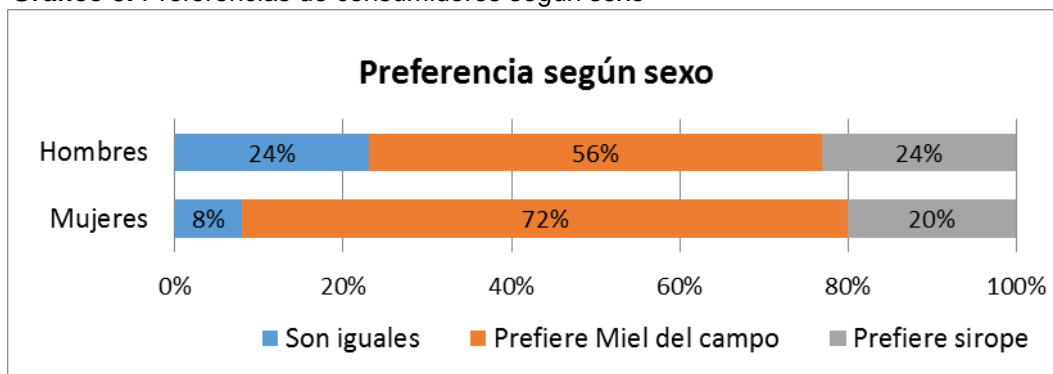
En los gráficos 4 y 5 se podrá ver información relativa a las preferencias de los consumidores por edad (gráfico 4) y por sexo (gráfico 5, en la página siguiente). La comparación se hace entre producto de Miel del Campo y el sirope.

Gráfico 4. Preferencias de consumidores según edad



Fuente: elaboración propia

Los factores que pueden afectar el consumo son principalmente dos, el primero es un alza en el precio de la miel y el segundo es la poca conciencia y cultura de consumo de miel de abejas pura que padece el país, resultado del gran mercado y comercialización de sirope que se hace llamar miel.

Gráfico 5. Preferencias de consumidores según sexo

Fuente: elaboración propia

Preferiblemente los consumidores de miel, tienden a elegir una miel clara, un producto con una publicidad alusiva a las abejas y mieles comercializadas en supermercados y tiendas naturistas por su calidad y confiabilidad.

Análisis de la competencia

Principales participantes y competidores

Dentro del sector, las principales empresas competidoras son:

- APICA: empresa dedicada a la compra y venta de miel, no son productores solo comercializadores.
- Apícola Río Rayo: ubicados en el municipio de Tarazá – Antioquia, producen y comercializan la miel.
- BIOPEC: distribuidores y comercializadores de miel en Medellín.
- TECNIABEJAS: comercializadores de productos apícolas y elementos especiales para la apicultura.

La mayoría de las empresas dedicadas a la producción o comercialización de la miel de abejas manejan un precio estándar, pero hay épocas en el año, como ocurre en el primer trimestre, en que la miel baja de precio debido a la alta oferta que se tiene ya que hay una muy buena floración en los campos y esto se convierte en alta producción de miel. Después del cuarto o quinto mes del año la producción baja debido a la disminución de floración en el país, entonces el valor de la miel sube. También se maneja un precio por la cantidad de miel comprada y por la continuidad de la compra de esta. A los mayores compradores se les deja un precio más favorable que a los menores.

Relación de las agremiaciones existentes

Miel del Campo es una empresa apícola la cual es independiente, pero con intenciones de participar en las agremiaciones regionales y nacionales para así poder tener un mejor respaldo legal y cumplir a cabalidad con las normas legislativas y políticas, entre las agremiaciones apícolas se encuentran, por ejemplo: CORAPIAN, ASOAPIBE, AGROCIBOL, COAPIGUA, Agremiaciones Apícolas del Bagre y Zaragoza y Apicultores del Nordeste.

Costo de mi producto o servicio

Son diferentes las presentaciones en las que vendemos la miel, por esto su valor también tiene variaciones, además se presenta variación en los costos dependiendo de

la época del año, pero los siguientes son los precios estándar de la empresa (en pesos colombianos):

- 500 gramos: \$10.000.
- 30 kilogramos: \$ 250.000.
- 300 Kilogramos: \$2.250.000.

Análisis de los productos sustitutos

Pueden ser muchos los productos que sustituyan la miel de abejas, pero los principales son el azúcar y el sirope. Estos tienen una alta demanda en el mercado. Primero que todo el azúcar que por tradición es el endulzante principal de la casa y, segundo, el sirope que por desconocimiento y falta de educación la gente la confunde y lo compra creyendo que es miel de abejas pura.

El sirope es un endulzante que, en su proceso de comercialización y mercadeo, han desviado haciéndole creer al consumidor que es miel de abeja, lo que se constituye en uno de los problemas más grandes en el comercio de la miel en el país. Buscando en el portal web del almacén MERKEPAISA, un frasco de sirope con sabor a miel de 518 gramos cuesta \$3.150, basándose en una publicidad engañosa, el producto muestra una abeja en un panal y por nombre "PURA MIEL" y en letra minúscula la palabra "SYROPE" - la cual traduce sirope-, pero que no es conocida por nadie.

El azúcar es un producto normal de la canasta familiar y es una competencia muy fuerte para los apicultores y que está supremamente bien posicionada en el mercado nacional e internacional, aparte de esto es mucho más económica que la miel de abejas pues 454 gramos de azúcar blanca light marca ÉXITO cuestan \$2.520.

Análisis de venta de mi producto de la competencia

Miel del Campo, al ser una empresa joven en el mercado y cuya principal comercialización son las grandes industrias de alimento, tiene unos precios favorables y equitativos comparándolos con los de la competencia. Según almacenes Éxito, la empresa BIOPEC Ltda., que comercializa la miel en sus almacenes vende el frasco de 500 gramos en \$16.900, siendo más favorable la de Miel del Campo. La empresa naturista de almacenes Éxito, llamada FUNAT, con distribución en los mismos, vende el frasco de 500 gramos por \$15,600. La marca propia de Almacenes Éxito vende el frasco de miel de 325 gramos por \$10,090. La empresa apícola Colmenares del Río, que también comercializa su miel en Almacenes Éxito, vende su frasco de 320 gramos por \$9,070. Esto hace que Miel del Campo tenga un precio muy favorable, en comparación con estas empresas que son muy apetecidas por el mercado regional.

Imagen de la competencia ante los clientes

La mayor competencia que afronta la empresa Miel del Campo, que es la misma para toda la industria apícola, es la venta de sirope, ya que como lo mencionábamos anteriormente, es un engaño al comprador por su publicidad falsa y sus precios bajos. Los compradores de este producto se han mentalizado con su sabor a confite y extremo dulzor, por eso al compararlo con la miel pura de abejas muchos prefieren el sirope debido a su ignorancia sobre el tema apícola.

Segmento al cual está dirigida la competencia

La comercialización de Miel del Campo está dirigida principalmente al segmento institucional en donde encontramos empresas que utilizan nuestra miel como un insumo para sus productos, la competencia, por su parte, está más dirigida al consumidor que hace parte del segmento de almacenes de cadena y clientes en particular, vendiendo los frascos de miel individual.

Posición de mi producto/servicio frente a la competencia

Miel del Campo se está posicionando como una empresa honesta, confiable y que pretende imponer una cultura apícola fuerte en el país, estamos tomando poco a poco los mejores mercados industriales de la miel aunque, por ser una empresa joven no es muy conocida aún en el sector apícola.

Plataforma estratégica

Miel del Campo es una empresa que quiere mostrar al mercado una forma más técnica y moderna de producir miel de abejas con unos procesos actualizados, académicos y que estén a la par del mercado internacional. Desea producir miel 100% natural y así crear una cultura en el país de consumo de este producto, el cual es más saludable, natural y que beneficia enormemente al medio ambiente por medio de la polinización que realizan las abejas.

Objetivo general

Vender miel de abejas 100% natural con unos excelentes estándares de calidad y tecnología de punta para en un futuro poder lograr sacar al mercado miel orgánica.

Objetivos específicos

- lograr posicionarnos como la mejor empresa apícola del país, por sus conocimientos modernos, académicos y tecnológicos.
- Ofrecer una excelente miel 100% natural y así crear una conciencia del consumo de esta.
- Crear una cultura apícola en el país, para que se incremente la producción, el consumo y los beneficios por parte del gobierno nacional.

- Abastecer la demanda de miel que necesita Colombia, ya que la mayoría es importada.

Análisis MECA (Mantener, Explorar, Corregir, Afrontar)

Tabla 3. Análisis MECA de la empresa Miel del Campo

<p>PRODUCCIÓN DE MIEL DE ABEJAS</p>	<p>Fortalezas</p> <p>Buena calidad de la miel Producto natural Conocimientos de apicultura Desarrollo tecnológico y científico Polinización de cultivos</p>	<p>Debilidades</p> <p>Escasa mano de obra capacitada</p>
<p>Amenazas</p> <p>Fumigación con químicos Inseguridad</p>	<p>Afrontar Amenazas</p> <p>Identificar zonas seguras para la producción apícola</p> <p>Manejar reinas más adaptables a los cambios climáticos y factores externos.</p>	<p>Corregir Debilidades</p> <p>Capacitar trabajadores Aumentar los niveles de producción</p>
<p>Oportunidades</p> <p>Bajo consumo nacional Alta demanda internacional Bajos niveles de importación</p>	<p>Mantener Fortalezas</p> <p>Mejorar los procesos de producción Emplear materiales biológicos más resistentes</p>	<p>Explorar Oportunidades</p> <p>Buscar nuevos mercados internacionales Plantear un mercado estratégico, para aumentar el consumo nacional</p>

Fuente: elaboración propia

Misión

La empresa Miel del Campo se dedica a la producción y comercialización de productos y servicios apícolas, empresa comprometida con el medio ambiente y el desarrollo socioeconómico de nuestros colaboradores, enfocándonos en la calidad y pureza del producto ofrecido. Buscamos innovar en el comercio implementado tecnología y conocimiento de primera calidad y certificada, buscando ofrecer el mejor producto del país a nuestros clientes.

Visión

Para el 2020 buscamos consolidarnos en el primer lugar de producción y comercialización de productos apícolas, buscando la cobertura a nivel nacional e internacional. Siempre enfocándonos en el liderazgo y la prestación del mejor servicio al exigente mercado.

Estrategia de mercado

Descripción básica

La miel de abejas es una sustancia viscosa, amarillenta y muy dulce que producen las abejas transformando en su estómago el néctar de las flores y devolviéndolo por la boca para llenar con él los panales de tal forma que sirva de alimento a las crías.

Descripciones y características

Se sacan al mercado dos tipos de miel: una oscura y otra clara, esto según la temporada climática y el tipo de floración del que las abejas liban el néctar. Es una miel 100% natural sin ningún tipo de mezclas ni precalentado, con una humedad relativa de menos del 20% y cosechada con la aprobación de las buenas prácticas de manejo.

Aplicación, uso del producto

La miel tiene diferentes usos y beneficios. El principal de ellos es su uso como endulzante de alimentos, para acompañar las comidas y sustituir el azúcar ya que es mucho más saludable. Es usada para tratamientos de belleza como mascarillas, lavados en el cabello. También se utiliza como solución a enfermedades del tracto respiratorio e infecciones (Cabrera, Ojeda de Rodríguez, Céspedes y Colina , 2003)

Diseño

En la imagen 1, se pueden apreciar los envases en los que se comercializa la miel. Se escogió este diseño ya que tiene imágenes alusivas a las colmenas como lo es la abeja, los hexágonos que simbolizan los alveolos de los marcos, el color amarillo debido a que es muy llamativo y representa el color más vivo de la miel. Se pone una foto en desvanecido de las abejas en los alveolos trabajando. Y lo demás, como lo son el nombre científico de las abejas (*Apis Mellífera*), la prevención de no refrigerarla ni de consumo a niños menores de un año, son normatividad del INVIMA en todos los frascos.

Imagen 1. Diseño de los frascos en los que se comercializa la miel



Fuente: www.anarestrepo.com

Calidad

La calidad en nuestro diseño fue previamente analizada para que los clientes de Miel del Campo pudieran tener una mejor visualización del producto que iban a comprar, como lo es miel de abejas pura. El proceso de las cosechas y el rotulado de la empresa son confiables con las mejores prácticas de manufactura.

Empaque y embalaje

El empaque de la miel es según la cantidad que se vaya a vender. La presentación de 500 gramos está empacada en un envase similar a la tradicional botella de licor de 375 cc (la “media de aguardiente”) de plástico maleable. La presentación de 30 kilos está empacada en pimpinas de plástico duro, y la presentación de 300 kilos se empaca en canecas de plástico duro. Se debe ser muy cuidadoso al tapar o sellar la miel ya que conserva una presión interna muy fuerte debido a su alta densidad, por eso en el transporte de las canecas, pimpinas o medias, deben permanecer de forma vertical con la tapa en la parte de arriba.

Fortalezas y debilidades del producto frente a la competencia

Las fortalezas de Miel del Campo son la rigidez académica con la que hacemos los procesos de cosecha, la modernización de la empresa y el hecho de no tener que alimentar las abejas en ninguna temporada del año, la localización tan favorable que tenemos en una reforestadora, la cual constantemente siembra árboles productores de néctar extrafloral. Son pocas las debilidades que se tienen, pero la más relevante es nuestro poco tiempo en el mercado y el desconocimiento de mucha parte de la comercialización, pero son aspectos que pueden ser suplidos con el tiempo y con el desarrollo del proyecto.

Mezcla de marketing

Estrategia de producto

En primer lugar, se puede constatar que la marca de Miel del Campo cumple con todos los requisitos que exige el INVIMA en cuanto al rotulado del producto. En segundo lugar, la publicidad que utiliza la empresa es alusiva a la producción de miel, a las abejas y a las colmenas, lo que hace más atractivo el producto para el consumidor. La miel es un alimento no perecedero (Corona Apicultores, 2012) y según la ley se debe poner en la etiqueta una fecha de vencimiento de tres años. El presupuesto que se ha gastado en la publicidad de la marca solo es una inversión inicial ya que se

realizó un primer logo y una etiqueta para todas nuestras presentaciones, lo demás fueron degustaciones y reuniones comerciales para dar a conocer el producto.

Estrategia de distribución

Miel del Campo ha creado más impacto de venta en la zona industrial de alimentos esto se ha logrado ofreciendo un producto confiable y serio, procesado con las mejores prácticas de manejo. Se programaron reuniones con los principales empresarios de las marcas alimenticias de Medellín, se presentó la calidad del producto, la excelente zona en la que se encuentran los apiarios y se llegó acuerdos de cantidad y precio. En Colombia no es difícil la competencia de la miel ya que son muy pocos los productores de miel pura de abejas, se compete principalmente con el mercado internacional que importa la miel al país, por esta razón se responde al cliente industrial con buenas cantidades del producto y con una excelente calidad.

Estrategia de precios

El precio de la miel, como la mayoría de los productos, fluctúa de acuerdo a la oferta y la demanda. En los primeros cuatro meses del año hay un alza en la oferta de miel ya que hay un clima adecuado en el que las flores crecen y las abejas tienen mayor acceso al néctar. Luego de este aumento llega otra temporada climática que reduce la oferta de la miel y es aquí donde la miel incrementa su precio. Miel del Campo no afronta problemas significativos en las temporadas climáticas ya que el

néctar de la zona donde se encuentran nuestro apiarios es extrafloral, o sea que se produce todo el año. Esta es una de las ventajas que tiene la empresa, a saber, un producto fijo en calidad y cantidad durante todo el año. Miel del Campo ofrece beneficios de pago a los clientes mayoritarios y minoritarios, un ejemplo es dejar el producto en consignación, aunque se es más estricto con las industrias a la hora del pago.

Estrategia de promoción

El principal descuento que se ofrece a los clientes está determinado por la cantidad de producto solicitado. Como se ha mencionado anteriormente, la oferta y la demanda de la miel en Colombia es poca, entonces no es difícil competir con precios, se debe empezar a competir es con cantidad producida ya que es el mejor mercado de las empresas productoras de alimentos y que debido a la baja producción en Colombia de miel, tiene que importarla. Los clientes especiales, obviamente, son los compradores de altas cantidades de miel, a estos se les ofrece la miel mejor decantada y con mejor filtrado, con el color más atractivo, no tan oscura. Regalar a los clientes mayoritarios, para ellos y sus familias, una muestra de la presentación de 500 gramos ha sido una buena promoción ya que puede ser más personalizada la entrega y se vuelve un producto familiar. El producto principalmente se ha comercializado en la ciudad de Medellín mayoritariamente, pero los clientes minoristas están ubicados en los municipios de La Estrella y Caucasia (municipios de Antioquia), ofreciendo el producto en supermercados, tiendas naturistas y negocios de barrio.

Estrategia de comunicación

Miel del Campo ha sido poco conocida por la mayoría de la población debido a su escasa publicidad y comunicación, esto obedece principalmente a que el contacto que se tienen con los clientes es industrial y se hace a nivel personal invitando a conocer el producto y la realidad del proceso. Pero sí se cuenta con página de Facebook y video institucional donde se da a conocer la historia, la localización, la misión, la visión, los principales procesos y los integrantes de la empresa.

Estrategia de servicio

La cristalización es un cambio natural que realiza la miel debido a condiciones ambientales, microbiológicas y de humedad. A los clientes minoritarios que son los que más se demoran en consumir nuestro producto, si por algún motivo les llega a pasar esto, la empresa se ve en la obligación de cambiarles la presentación de miel que se les cristalizó pero no se devuelve dinero. Se da la mayor seguridad y confianza de que la miel que ofrece Miel del Campo es un producto 100% natural sin ninguna mezcla, del mejor origen floral y extrafloral y sin un previo calentado para bajar la humedad. Con los clientes mayoristas nos encargamos de que la miel les llegue en perfectas condiciones y con la cantidad exacta al punto donde lo deseen. A los minoristas les instalamos unas pequeñas repisas donde pueden ubicar 12 botellas de miel de 500 gramos. La forma de pago más accesible que podemos ofrecer a los clientes minoristas es la consignación y a los mayoristas en tiempo límite sin sobrepasar los 45 días. Miel del Campo considera que al ser una empresa joven en el mercado y en la industria

apícola se deben ofrecer más facilidades de pago con los clientes, por esto, comparada con la competencia, la empresa es más condescendiente a la hora del cobro del producto.

Estrategia de comunicación externa

Relaciones con clientes

Al ser Miel del Campo una empresa familiar, se pretende crear vínculos de amistad con nuestros mejores clientes de forma que se sientan a gusto al recibir nuestro dulce producto, para que se establezcan unas buenas relaciones y así perdure el vínculo por mucho tiempo. Como se menciona anteriormente, se promociona nuestro producto a través de fotos y videos reales de la localización y de la zona donde se encuentran los apiarios, a la par se entregan muestras gratis de nuestra presentación de 500 gramos para que así tengan una idea más clara del servicio que van a adquirir. Se da a conocer la ficha técnica del producto y se explica con detalles los procesos que se le realizan a este. La conquista del cliente es simplemente mostrando la realidad del producto, dando a conocer los beneficios que tiene la Miel del Campo y diciendo la verdad de nuestra calidad y lo especial que es nuestro servicio. Al llegar a las reuniones con los clientes mayoritarios de Miel del Campo se muestran los productos personalmente y el video institucional.

Además de lo anterior, las estrategias de publicidad en la web se han realizado por las redes sociales más concurridas como lo son Youtube y Facebook, aquí es donde compartimos todas nuestras fotos y los videos de los procesos, trazabilidad y beneficios de la miel, teniendo como objetivo nuestros clientes mayoristas y minoristas.

Análisis técnico-operativo

Gráfico 6. Ficha técnica del producto

Título	Miel de abejas-Miel del Campo			
Fabricante	Miel del Campo			
País de Origen	Colombia			
Presentación Comercial	Caneca por 55 galones			
Empaque y sus especificaciones	Caneca por 55 galones, material polipropileno de primera calidad no reciclado, con tapa de 3" en el mismo material.			
Sistema de Empaque	Producto empaquetado en Caneca de polipropileno por 55 galones			
Tratamiento y Procesado	Colado y filtrado			
Vida Útil en días	La miel de abejas no tiene fecha de vencimiento, ni requiere vida útil, según NTC 1273. Sin embargo nosotros sugerimos consumir, preferentemente antes de tres años.			
Descripción y Composición en orden Decreciente	Miel de Abejas Apis mellifera, en estado líquido. Único ingrediente			
Requisitos Físicoquímicos	Valor mínimo	Valor máximo	Método de ensayo	Frecuencia de monitoreo
Contenido aparente de azúcar, calculado como azúcar invertido, % fracción de masa	60,0 (miel floral) 45,0 (miel de mielelato)	-	Análisis de laboratorio	Cada nuevo lote, cada que el cliente lo requiera
Contenido de Humedad, % fracción de masa	-	20,0	Análisis de laboratorio	Cada nuevo lote, cada que el cliente lo requiera
Contenido aparente de sacarosa, % fracción de masa, Contenido de sacarosa	-	5,0	Análisis de laboratorio	Cada nuevo lote, cada que el cliente lo requiera
Contenido de sólidos insolubles en agua, % fracción de masa	-	0,5 Miel prensada 0,1 Miel diferente a la prensada	Análisis de laboratorio	Cada nuevo lote, cada que el cliente lo requiera
Contenido de sustancias minerales (cenizas), % fracción de masa	-	0,6	Análisis de laboratorio	Cada nuevo lote, cada que el cliente lo requiera
Acidez libre, meq de ácido/1000 g	-	50,0	Análisis de laboratorio	Cada nuevo lote, cada que el cliente lo requiera
Contenido de Hidroximetil Furfural, mg/Kg	-	60,0	Análisis de laboratorio	Cada nuevo lote, cada que el cliente lo requiera
Requisitos Microbiológicos				
Recuento de microorganismos mesófilos, UFC/g	100-300		Análisis de laboratorio	Cada nuevo lote, cada que el cliente lo requiera
Recuento de Coliformes en placa, UFC/g	<10		Análisis de laboratorio	Cada nuevo lote, cada que el cliente lo requiera

Fuente: elaboración propia

Continuación del Gráfico 6. Ficha técnica del producto

					requiera
Recuento de Mohos y Levaduras, UFC/g		10-100	Análisis de laboratorio		Cada nuevo lote, cada que el cliente lo requiera
Recuento de Esporas de Clostridium Sulfito Reductor		10-100	Análisis de laboratorio		Cada nuevo lote, cada que el cliente lo requiera
Organolépticos/sensoriales	Color	Puede tener colores que van desde casi incolora hasta rojo ámbar o desde parda clara, verdosa hasta negra	Análisis de laboratorio		Cada nuevo lote
	Olor	Característico del origen de la planta	Análisis de laboratorio		Cada nuevo Lote
	Sabor	Característico del origen de la planta	Análisis de laboratorio		Cada nuevo Lote
	Consistencia	Fluida, Viscosa o cristalizada	Análisis de laboratorio		Cada nuevo lote
Instrucciones de Uso (Forma de Consumo y Consumidores Potenciales)	Producto listo para su consumo. Endulzante para bebidas, acompañante de pan, galletas, pollo, frutas, en aderezos, postres y pasteles. Alimento no Recomendado para Niños Menores de un (1) año. No refrigerar para evitar una rápida cristalización. La cristalización de la miel es un proceso natural, para volver a su estado líquido caliente al baño María.				
Sellos o Certificados del Producto	No Aplica				
Estructura del Lote	Está formado por cuatro dígitos que significan: <ul style="list-style-type: none"> • Primeros tres dígitos: número consecutivo del 001 en adelante y se reinicia cuando llegue a 999. • Último dígito corresponde a la cifra del último número del año en curso. Se compone por dos o más sublotes, en algunas ocasiones solo un sublote es convertido en lote. 				
Condiciones de Transporte y Almacenamiento	Consérvese bien cerrado en un lugar limpio, seco y fresco, alejado de la luz directa del sol. No refrigerar para evitar una rápida cristalización. Para asegurar la mejor conservación y frescura del producto debe almacenarse en un lugar que conserve una temperatura por debajo de 30 grados, preferiblemente de entre 15° y 20° Grados Centígrados. No debe recibir sol directo.				
Seguridad de los Alimentos – Control de Material Extraño					
Se utilizan filtros y mallas en las áreas de Vaciado 1, Pasteurización y Envasado.					
Tipos de Control / Características	Detectores de Metales	Imanes y/o Rejillas Magnéticas	Filtros	Mallas y/o Cernidores	Rejillas

Fuente: elaboración propia

Continuación del Gráfico 6. Ficha técnica del producto

Cantidad w		2	1	
Ubicación (Especificar las líneas)		En el Proceso	Inicio del Proceso	
Otro Tipo de control en el proceso	Tanque de vaciado inicial con sistema de decantación de sólidos más densos que la miel de abejas por pared separadora (vasos comunicantes)			
Tiene su compañía una política implementada para el manejo de vidrio y plástico quebrable?				No

Alérgenos	Esta Materia prima no se reconoce como Alérgena	
Usos no Esperados	<ul style="list-style-type: none"> - Calentar la miel en forma directa - Mezclar con agua para volverla a su estado líquido - Refrigerar 	
Gestión Ambiental		
Disposición de Residuos	<p>Procesos libres de emisiones. Proceso de un solo producto y un solo ingrediente, los residuos de éste, son mínimos, son utilizados para alimento de abejas.</p> <p>Los otros residuos sólidos (empaques y etiquetas) son separados y clasificados; todos los reciclables, son destinados para este fin y los no reciclables se desechan todos los días por medio de la empresa encargada. Los vertimientos de aguas, están separados, para agua potable y aguas residuales.</p>	
Seguridad y Salud Ocupacional		
Disposición de Seguridad y Salud Ocupacional para el Manejo del Material	En el manejo de la materia prima y proceso, las medidas de protección son contra contaminación, no se requieren otros elementos de protección. El transporte de canecas, cuñetes y tambores, se realiza mediante instrumentos especializados, así mismo la inversión de tambores.	
Seguridad Comercial		
Esta Materia Prima está controlada por la Subdirección de Control y Fiscalización de Sustancias Químicas y Estupefacientes?	No	
Sistema de Inocuidad Esta materia prima se reconoce como OGM (Organismos Genéticamente Modificados) porque debe contener?	No	
Información Adicional	Nuestro producto es: Miel de Abejas, de la especie Apis mellifera. Un alimento 100% natural, no procesado, ni modificado. Es único ingrediente. Nos cobija la Resolución 1057 de 2010, del Ministerio de la Protección Social.	
Requisitos Legales		
Requisito	Entidad	Año Expedición
Resolución 1057	Ministerio de la Protección Social	2010

Fuente: elaboración propia

Estado de desarrollo

En el segundo trimestre del 2015 la empresa se ha fortalecido en lo relativo a sus procesos, maquinaria, academia, estudios y ensayos que se realizan en los apiarios. Se ha analizado más de cerca el mercado de la miel de abejas y, a la par, se realizó una encuesta la cual arrojó resultados muy interesantes y útiles para la comercialización del producto.

Se compete principalmente en el mercado por dos cosas, la primera es la cantidad de miel cosechada y segundo, la pureza y calidad de la misma, la cual no tiene ninguna alteración desde el momento que se extrae del marco.

Los métodos de producción son varios y se relacionan entre sí, la mano de obra debe de tener un estado físico ideal para el arduo trabajo que lleva la cosecha de miel, la parte académica y teórica tienen que estar muy bien sustentadas para que los procesos tengan unos buenos resultados, como también se debe tener una armonía con las abejas que son las principales y mayores trabajadoras de la empresa, todo el desarrollo de la extracción de la miel está regido por las normas de buenas prácticas de manufactura y el INVIMA. Así asociamos todo este contenido para dar como resultado una miel de alta calidad. Por otra parte, el empaqueo de la miel se realiza por pasos, primero que todo se realiza un filtrado de la miel en un tanque de acero inoxidable, luego se deja decantando el producto durante 48 a 72 horas y, para finalizar, se envasa en las presentaciones que se quiera comercializar.

Los apiarios de Miel del Campo están situados a 27 km de la cabecera municipal del municipio de Caucaasia – Antioquia, con un acceso fácil, rápido y cómodo. La empresa lleva el producto ya rotulado hasta el punto de venta, lo cual hace mucho más fácil la comercialización de este, así sea una compra mayorista, Miel del Campo, lleva su miel hasta la empresa que la va a consumir.

El mercado objetivo al que apunta llegar la empresa, es el de la industria de alimentos, el cual es un mercado que tiene un pago preferencial, que requieren del producto a tiempo fijo y que solicitan grandes cantidades de miel. También está el mercado minorista, que son los clientes que solicitan la presentación más pequeña del producto, este mercado también es rentable pero poco confiable en el pago, ya que ven el producto todavía como algo artesanal y que se puede pagar cuando quieran.

Es fácil convencer al cliente e innovar con el producto que Miel del Campo ofrece, ya que Colombia está acostumbrada al consumo de miel falsa o sirope, y son muy pocas las personas que saben reconocerla y que se interesan por aprender sobre el tema, entonces, cuando mostramos un producto 100% natural garantizado, con una publicidad llamativa y en un buen punto de venta, nuestro servicio llama la atención y es solicitado para su compra.

Materias primas y materiales

En cuanto a las materias primas, se emplea alcohol al 96% extra puro para los propóleos, cera y parafina ultra refinada. Los materiales que se requieren para el

proceso son colmenas, ahumador, traje, palancas, centrífugas, canecas de decantación, carpa para extracción, coladores, jaulas para reinas, traslarvadores, canecas o pimpinas de transporte de plástico no reciclado, cuchillos, carro, moto, tráiler.

Realmente la tecnología para el desarrollo de la apicultura en nuestro país aún es incipiente y escasa y por este mismo motivo tecnificar los procesos apícolas es muy costoso. A pesar de ello, Miel del Campo tiene las centrífugas, los tanques de decantación, los cuchillos, los trajes, la maquinaria de la carpintería y demás elementos del material y de la capacidad ideal para llevar a cabo la producción de miel. Miramos con optimismo el futuro y tenemos proyectado traer de Argentina y Brasil una tecnología propia para nuestro trabajo con centrífugas eléctricas, desoperculadores a calor, cerificadores eléctricos y demás maquinaria y tecnología de punta.

Se está en constante capacitación e investigación para una mejor adaptación a las cosas nuevas; importamos abejas reinas italianas, a partir de allí estamos haciendo nuestras propias reinas, estamos desarrollando un modelo de colmena diferente, tenemos numeradas todas las colmenas, llevamos procesos de trazabilidad colmena por colmena e identificamos los apiarios con GPS. Día a día se unen esfuerzos para tecnificar pero no ha sido fácil por el desconocimiento de la apicultura que existe en nuestro país y por el poco apoyo por parte del estado.

La empresa Miel del Campo se encuentra ubicada en la Hacienda La Leyenda del municipio de Caucasia – Antioquia, en el kilómetro 27 en la vía que conduce al municipio de Nechí. La hacienda cuenta con una extensión de 3.700 hectáreas

repartidas en 1.700 hectáreas de cultivos, 1.000 hectáreas de bosques naturales y 1.000 en pasturas, carreteras y lugares para próximos sembrados.

Proveedores

Nuestros principales proveedores son Gustavo Patiño de la empresa APICA (Punto Apícola, Bogotá, los teléfonos de contacto son 300-442-3054, 031-230-4891); Apicultura Morgan (el teléfono de contacto es 311-745-0450) y Tecniabejas (teléfono de contacto es 310-381-0774).

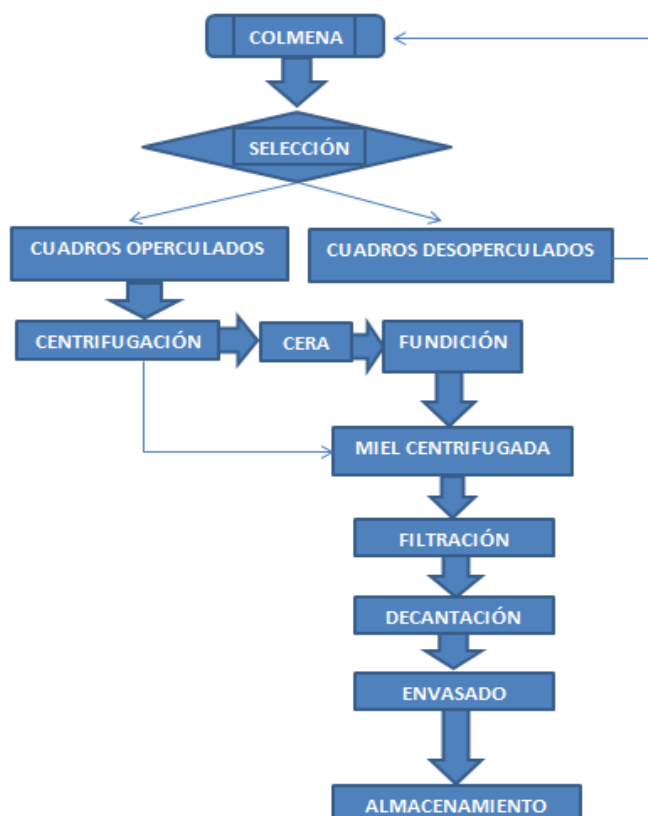
Estos son nuestros principales proveedores, ellos manejan básicamente los mismos precios en sus productos. El pago de los productos solicitados a estos proveedores es de contado, nunca se realizan créditos. Como es de suponer, en los momentos iniciales de la empresa se requirieron la mayoría de los productos, luego, cuando la empresa comenzó sus procesos, se fueron necesitando menos utensilios ya que la empresa se autoabastece de la gran mayoría de los productos, como lo son algunas de las materias primas como la cera y otros materiales son comprados el día que se requieran inmediatamente con cualquiera de los proveedores.

Control de calidad

Existe un factor importante que influencia en la calidad de la miel, y es aquel que deriva de la actuación acertada o no del apicultor durante la manipulación del producto. La manera de extraerla, la filtración, la higiene y la maduración de la miel contribuyen a obtener un producto limpio y traslúcido, brillante, sin aromas ni sabores extraños, de

gran valor nutritivo y con buenas propiedades de conservación. Un producto sobrecalentado, recogido en sitios inadecuados, con impurezas de cualquier índole, cosechado antes de que haya concluido el proceso final de deshidratación y fermentación, debe dar como resultado una miel de calidad inferior. El control de calidad que se hace en las compras a los proveedores, es adquirir los productos para apicultura en los sitios más reconocidos por su tradición y calidad en los insumos, que tengan un precio que sea compatible con la calidad y que sea un producto reconocido. En los procesos de Miel del Campo se siguen las normas establecidas por el INVIMA y las buenas prácticas de manufactura (Redacción El Universal, 2010).

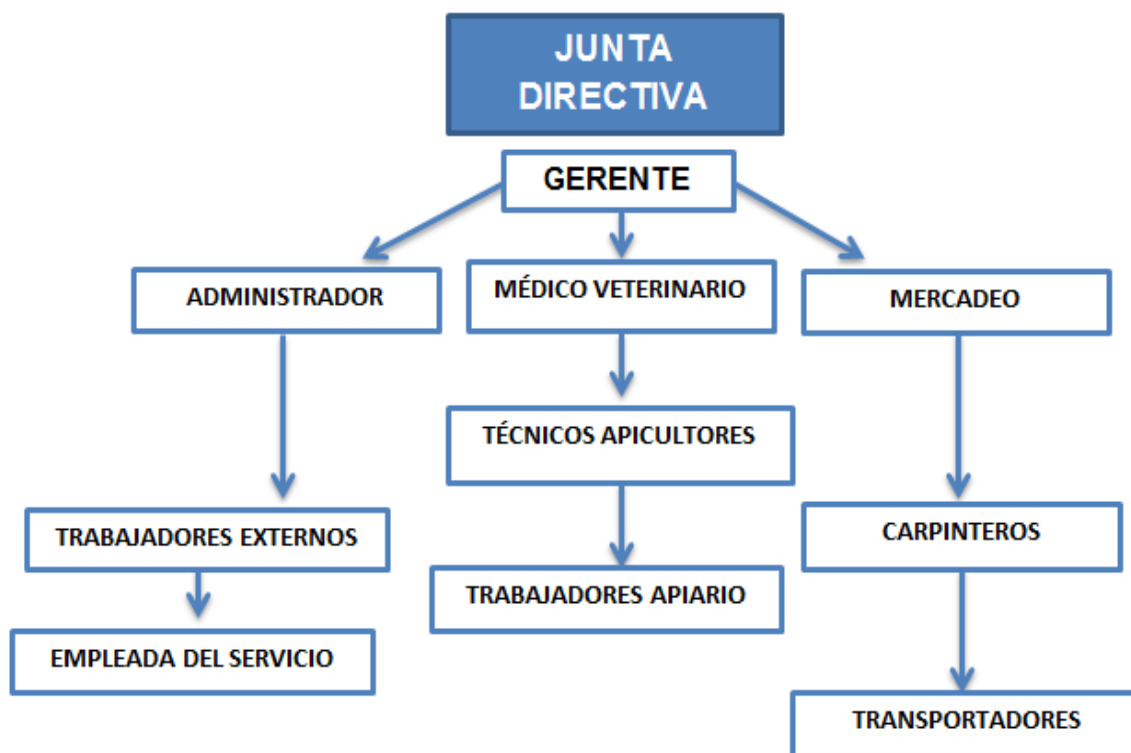
Gráfico 7. descripción de procesos y procedimientos. Flujo de procesos



Fuente: elaboración propia

Análisis administrativo y organizacional

Gráfico 8. Organigrama de la empresa Miel del Campo

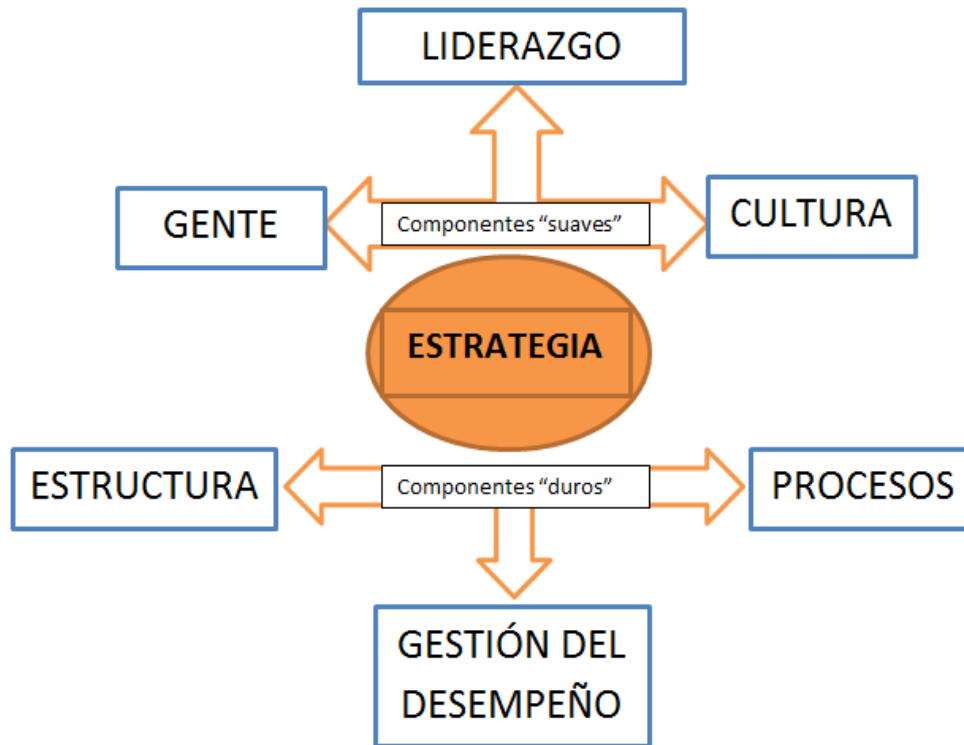


Fuente: elaboración propia

La forma jurídica en la cual está constituida la empresa Miel del Campo es empresario individual. La figura del empresario autónomo no tiene, como tal, obligación de realizar ningún trámite de constitución. Los trámites que a continuación se describen se refieren solo a aquellos empresarios individuales que se dediquen a la explotación de buques mercantes, sean o no de su propiedad. (Gobierno de España. Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2005).

Comunicación organizacional

Gráfico 9. Comunicación Organizacional. Empresa Miel del Campo



Fuente: elaboración propia

- **Estrategia:** selección de clientes, productos y actividades, la forma de cómo se intenta crear valor de manera sostenible.
- **Cultura:** creencias, expectativas, normas de conducta y valores compartidos que se reflejan en los patrones de conducta de los trabajadores en la empresa.

- **Gente:** competencias y motivación de los empleados, desarrollo y retención del talento humano, creación de un contexto de trabajo guiado al alto rendimiento.
- **Estructura:** distribución de la autoridad y responsabilidad en la ejecución de las tareas, coordinación en las funciones.
- **Procesos:** procesos de la gerencia (toma de decisiones, planeación, solución de problemas, asignación de recursos) y procesos de negocios (actividades realizadas para una buena entrega de valor a los clientes)
- **Gestión del desempeño:** evaluación, indicadores de desempeño, sistemas de objetivos, retroalimentación y mejora del desempeño.

Impacto del proyecto

Muy significativo pues la apicultura y particularmente la responsabilidad con que manejamos todos los procesos están encaminados a afectar positivamente al medio ambiente, la polinización es uno de nuestros principales pilares medioambientales, además la miel o la cera que accidentalmente se pudiera verter en el campo o en las aguas en nada afectarían, por el contrario, nutrirían a las hormigas, a los gusanos y a los microorganismos terrestres. Ningún producto de la colmena afecta al medio ambiente. Y con la sola polinización está más que garantizado el aporte, que sin lugar a dudas el aporte ambiental es mayor que el económico.

Miel del Campo aporta alimentación sana, medicinal, nutritiva y económica por medio de la miel, los propóleos y próximamente con el polen que apenas empezaremos a producir. Apoyamos en lo social con la mano de obra permanente y ocasional que ocupamos, con las visitas que recibimos dando información y orientación en apicultura a comunidades vulnerables y a estudiantes, con las compras de insumos como madera, clavos, maquinaria, combustible, con el pago de impuestos. Somos un eslabón que cada día crece más en el renglón económico del Bajo Cauca Antioqueño.

Registros, licencias y leyes regulatorias

Actualmente existe en el mercado una gran presencia de mieles adulteradas que pueden ser nocivas para la salud, además de engañar al consumidor ofreciéndolas como miel natural de excelente calidad. Por esto es necesario registrarse por la Norma Técnica Colombia NTC 1273 de 1998. La Norma técnica Colombiana NTC 1273 (Primera actualización) nos da información sobre el ámbito de aplicación, descripción, definición de miel de abejas, así como otras definiciones y denominaciones. Nos ilustra además sobre los factores esenciales de composición y calidad a tener en cuenta.

Gráfico 10. Requisitos físico-químicos de la miel de abejas

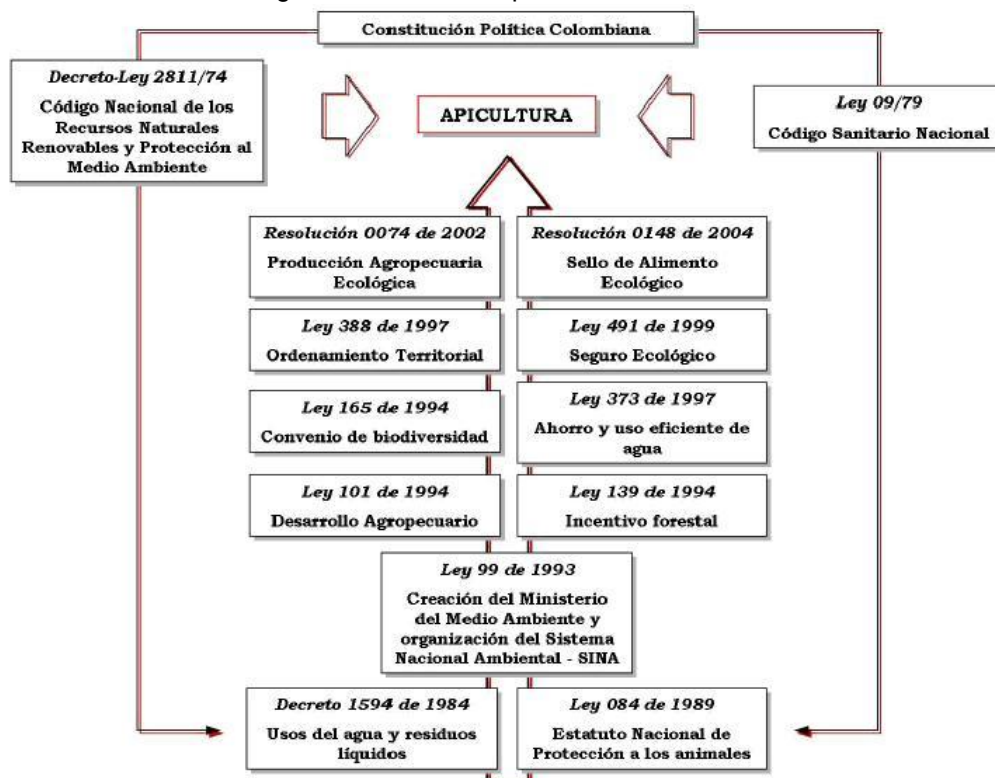
REQUISITOS	VALOR
Contenido mínimo aparente de azúcares reductores, calculado como azúcar invertido (%)	65% mínimo
Contenido de humedad máximo (%)	18% máximo
Contenido aparente de sacarosa máximo (%)	5% máximo
Contenido de sólidos insolubles en agua, máximo (%)	0,5 máximo
Contenido de sustancias minerales (cenizas) máximo (%)	0,6 máximo
Acidez máximo (meq de ácido/1000 gr.)	40 meq.ácido/1000 gr. Máximo
Actividad de la diastasa	3 mínimo
Contenido de hidroximetilfurfural máximo (mg/Kg.)	40 mg./k. máximo

Fuente: Códex Alimentarius

La miel no deberá tener ningún aroma o contaminación inaceptable que haya sido absorbido, ni materiales extraños durante su elaboración y almacenamiento. La miel no deberá haber comenzado a fermentarse o a producir efervescencia, no debe calentarse. La miel de abejas debe cumplir con los requisitos físico-químicos establecidos en el cuadro anterior. La norma continúa con las recomendaciones de

higiene, envasado y rotulado; con información sobre métodos de análisis y muestreo y termina con un Anexo informativo sobre recomendaciones para el procesamiento, envase y almacenamiento de la miel (Hoyos Sanchez, 2007)

Gráfico 11. Marco legal de la actividad apícola en Colombia



Fuente: Manual de apicultura UNAD

FINANCIERO

Principales supuestos

Para la valoración y proyección financiera de la empresa Miel del Campo se realizaron supuestos y se tuvieron en cuenta los siguientes datos:

- La empresa Miel del Campo inicia operaciones en enero del año 2015, fecha en la cual los socios se unen y en el transcurso del mes aporta cada uno su inversión y construyen apiarios, casa principal y carpintería y dotan cada uno de estos lugares.
- En el mes de febrero se terminó la construcción y adecuación del cuarto de mieles.
- El equipo de oficina está constituido por toda la dotación de la casa principal.
- La depreciación se ha hecho teniendo en cuenta los siguientes datos: equipos de oficina tienen una vida útil de 10 años, dado el concepto y uso que se le dará a estos; los vehículos tienen una vida útil de 5 años; la maquinaria y el equipo de trabajo tienen una vida de 10 años, mientras que el equipo de comunicación de tan solo 1 año.
- Las ventas de Miel del Campo a partir de septiembre, ya que los anteriores meses muestran cifras reales, se proyectan del promedio de lo obtenido mensualmente más un incremento de \$25.200.000 por el ingreso de 400 colmenas, que entran a la compañía en consignación y cuyos ingresos se

repartirán en partes iguales entre Miel del Campo y el tercero, además de esto a partir de allí se espera un crecimiento del 10%, proporcional al crecimiento del mercado, de igual manera para los años 2 y 3 se proyecta teniendo en cuenta el crecimiento esperado del mercado y una inflación de 4% en el precio del kilo de la miel, que para 2015 se encontraba en \$10.500, valor para mayoristas.

- La empresa empieza a realizar en julio de 2015 productos derivados de la miel, como el vino de miel, y espera empezar a venderlos a recibir ingresos por estos en mes de octubre.
- Para los primeros 2 años de la funcionamiento de la empresa esta tendrá un excepción en el pago de impuesto, como lo son retención en la fuente y el CREE, pero para el tercer año, al ser esta una nueva empresa debe pagar el 25% de sus impuestos es decir el 25% de Retención en la Fuente y 8% de CREE, lo que daría un pago de 8,25% sobre las utilidades antes de impuestos
- Durante el primer año de funcionamiento los socios han decidido no distribuir dividendos, y para los años 2 y 3 se distribuirá el 10% de las utilidades netas después de impuestos entre los tres socios.
- Se presenta un superávit de valorización del material biológico y material físico, constituido por las abejas, ya que estas son animales que se reproducen y se pueden agrupar para armar nuevas colmenas.
- A perpetuidad crecemos con un gradiente que considera el CK igual a la RAN, para así garantizar la existencia de la compañía, puesto que para que la empresa exista se debe crecer como mínimo a esta tasa.

- El Costo de capital lo suponemos constante para el periodo de perpetuidad, con un valor igual al periodo anterior, que corresponde al valor más alto de la proyección. Aunque el costo de capital en la proyección ha ido aumentando año tras año, si esto sigue sería muy difícil para la empresa considerar inversiones, porque sería muy difícil superar el costo de capital.
- El costo de capital se calculó con base a los siguientes pasivos: cuentas por pagar, impuestos por pagar, obligaciones financieras a largo plazo y patrimonio.
- La Bu del sector se saca de Damodaran; por lo que para hallar la R_m , encontramos las variaciones anuales del SPY 500 desde el año 1993 hasta 2013; se cogió un intervalo anual para mitigar la volatilidad que generaría intervalos menores.
- La R_f se saca de *Finance.yahoo*.
- La inflación de Estados Unidos se redondea a 2% y la de Colombia al 3%.

Sistema de financiamiento

Para la constitución y el inicio de las labores de la compañía fue necesario realizar una inversión inicial en la que se abarcan conceptos como adecuación del lugar de trabajo, material biológico y físico, centrífugas y tanques de decantación, entre otros, agrupados según ítem competente a su utilidad y ubicación dentro de la empresa, como se muestra en el gráfico 12 en la siguiente página.

La empresa está constituida por tres socios mayoristas, los cuales han aportado al capital de la siguiente manera:

- Bernardo Calle Bohórquez: inversión \$50.000.000, representados en material biológico y físico para la construcción de los 5 apiarios.

Gráfico 12. Inversión en activos fijos

Casa		Apiarios	
Construcción y materiales	\$ 1.200.000	Material biológico y físico	\$ 85.200.000
Instalación eléctrica y adecuación	\$ 700.000	Maquina estampadora	\$ 1.600.000
Nevera	\$ 800.000	Placas colmenas	\$ 200.000
Televisión	\$ 500.000	TOTAL	\$ 87.000.000
Lavadora	\$ 600.000		
Licuadaora	\$ 120.000	Carpintería	
Implementos de cocina	\$ 1.000.000	Construcción y materiales	\$ 2.800.000
Sanitario y lavamanos	\$ 180.000	Intalación eléctrica y adecuación	\$ 2.000.000
Dispensador de agua	\$ 400.000	Maquina radial carpintería	\$ 1.500.000
Sillas	\$ 100.000	Maquinas industriales carpintería	\$ 18.000.000
Intalación eléctrica	\$ 90.000	Elementos de carpintería	\$ 230.000
Lockers	\$ 650.000	TOTAL	\$ 24.530.000
TOTAL	\$ 6.340.000		
		Otros	
		Tanque de agua 20000 lts	\$ 468.000
		Materiales y mano de obra bomba de agua	\$ 1.150.000
		Preparación y limpieza de pozo	\$ 446.000
		Motosierra, hodrolavadora y guadañadora	\$ 1.700.000
		Carro	\$ 7.000.000
		Moto	\$ 1.800.000
		Trailer moto	\$ 1.139.000
		TOTAL	\$ 13.703.000
		TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 142.428.000

Fuente: elaboración propia

- Estella Calle Bohórquez: inversión \$50.000.000, representados en un carro, moto y dinero en efectivo.
- Alejandro Calle Peláez: inversión \$50.000.000, representados en máquinas industriales de carpintería, motosierra, hidrolavadora, guadañadora, máquina radial de carpintería, entre otros elementos de carpintería y dinero en efectivo, producto de un crédito de libre inversión en Bancolombia.

La mayoría de los apiarios colombianos posee un promedio de 30 colmenas, la empresa Miel del Campo quiere posicionarse en el mercado y poder suplir la alta

demanda y el rápido crecimiento que este sector muestra, por lo que la inversión inicial en material biológico y elementos de carpintería son importantes para poder reaccionar de manera veloz a la demanda.

Además de la inversión inicial hecha por los socios, la empresa hará un crédito por valor de \$100.000.0000 para la compra de un carro de carga de tamaño pequeño valorado en \$45.000.000 y la adecuación de un nuevo apiario a la salida del municipio de Cáceres por valor de \$55.000.000, para un total de \$100.000.000, financiados por medio de un crédito con Bancolombia, crédito de cartera ordinaria Bancolombia, el cual tiene una tasa del IPC + 12,5% efectivo anual para créditos de 5 años. Para este crédito se tiene en cuenta la tabla de amortización que se muestra en el gráfico 13:

Gráfico 13. Tabla de amortización del crédito

TABLA DE AMORTIZACION					
PERIODOS	SALDO INICIAL	INTERES	ABONO	CUOTA	SALDO FINAL
0	\$ 100.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100.000.000
1	\$ 100.000.000	\$ 17.000.000	\$ 14.256.386	\$ 31.256.386	\$ 85.743.614
2	\$ 85.743.614	\$ 14.576.414	\$ 16.679.972	\$ 31.256.386	\$ 69.063.641
3	\$ 69.063.641	\$ 11.740.819	\$ 19.515.567	\$ 31.256.386	\$ 49.548.074
4	\$ 49.548.074	\$ 8.423.173	\$ 22.833.214	\$ 31.256.386	\$ 26.714.860
5	\$ 26.714.860	\$ 4.541.526	\$ 26.714.860	\$ 31.256.386	\$ -

Fuente: elaboración propia

Proyecciones

En el gráfico 14 de la página siguiente se muestran el balance general de la empresa Miel del Campo para 12 meses.

Gráfico 14. Balance general de la empresa Miel del Campo para 12 meses

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE
ACTIVOS												
ACTIVOS CORRIENTES												
DISPONIBLE	\$ 43.111.150	\$ 5.129.483	\$ 5.774.499	\$ 15.578.617	\$ 2.358.583	\$ 13.677.817	\$ 1.993.550	\$ 19.522.783	\$ 20.855.516	\$ 7.373.604	\$ 12.549.464	\$ 17.042.506
Caja General	\$ 8.586.150	\$ 1.200.000	\$ 1.010.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 985.000	\$ 740.000	\$ 850.000				
Bancos	\$ 34.525.000	\$ 3.929.483	\$ 4.764.499	\$ 14.728.617	\$ 1.508.583	\$ 12.692.817	\$ 1.253.550	\$ 18.672.783				
DEUDORES	\$ 0	\$ 0	\$ 12.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 3.500.000	\$ 4.500.000	\$ 6.500.000	\$ 4.833.333	\$ 5.277.778	\$ 5.537.037
Clientes nacionales	\$ 0	\$ 0	\$ 12.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 3.500.000	\$ 4.500.000	\$ 6.500.000	\$ 4.833.333	\$ 5.277.778	\$ 5.537.037
Ingresos por cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Cuentas por cobrar a trabajadores	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Cuentas por cobrar a terceros	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Anticipo de impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
INVENTARIOS	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 11.000.000	\$ 11.000.000	\$ 11.000.000	\$ 11.000.000	\$ 11.000.000	\$ 11.000.000
Materia prima	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Producto en proceso	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Producto terminado	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 53.111.150	\$ 15.129.483	\$ 27.774.499	\$ 25.578.617	\$ 12.358.583	\$ 23.677.817	\$ 16.493.550	\$ 35.022.783	\$ 38.355.516	\$ 23.206.937	\$ 28.827.242	\$ 33.579.543
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 99.438.850	\$ 140.213.867	\$ 139.688.883	\$ 139.163.900	\$ 138.638.917	\$ 138.113.933	\$ 137.588.950	\$ 137.063.967	\$ 157.838.983	\$ 157.314.000	\$ 156.789.017	\$ 156.264.033
Terreno	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Material biológico y físico	\$ 65.000.000	\$ 85.200.000	\$ 85.200.000	\$ 85.200.000	\$ 85.200.000	\$ 85.200.000	\$ 85.200.000	\$ 85.200.000	\$ 106.500.000	\$ 106.500.000	\$ 106.500.000	\$ 106.500.000
Construcciones y edificaciones	\$ 8.854.000	\$ 11.854.000	\$ 11.854.000	\$ 11.854.000	\$ 11.854.000	\$ 11.854.000	\$ 11.854.000	\$ 11.854.000	\$ 11.854.000	\$ 11.854.000	\$ 11.854.000	\$ 11.854.000
Maquinaria y equipo	\$ 9.780.000	\$ 27.780.000	\$ 27.780.000	\$ 27.780.000	\$ 27.780.000	\$ 27.780.000	\$ 27.780.000	\$ 27.780.000	\$ 27.780.000	\$ 27.780.000	\$ 27.780.000	\$ 27.780.000
Equipo de oficina	\$ 5.240.000	\$ 5.340.000	\$ 5.340.000	\$ 5.340.000	\$ 5.340.000	\$ 5.340.000	\$ 5.340.000	\$ 5.340.000	\$ 5.340.000	\$ 5.340.000	\$ 5.340.000	\$ 5.340.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Vehículos	\$ 9.939.000	\$ 9.939.000	\$ 9.939.000	\$ 9.939.000	\$ 9.939.000	\$ 9.939.000	\$ 9.939.000	\$ 9.939.000	\$ 9.939.000	\$ 9.939.000	\$ 9.939.000	\$ 9.939.000
Menos depreciación acumulada	\$ 374.150	\$ 899.133	\$ 1.424.117	\$ 1.949.100	\$ 2.474.083	\$ 2.999.067	\$ 3.524.050	\$ 4.049.033	\$ 4.574.017	\$ 5.099.000	\$ 5.623.983	\$ 6.148.967
DIFERIDOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
INTANGIBLES	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 99.438.850	\$ 140.213.867	\$ 139.688.883	\$ 139.163.900	\$ 138.638.917	\$ 138.113.933	\$ 137.588.950	\$ 137.063.967	\$ 157.838.983	\$ 157.314.000	\$ 156.789.017	\$ 156.264.033
TOTAL ACTIVOS	\$ 152.550.000	\$ 155.343.350	\$ 167.463.382	\$ 164.742.517	\$ 150.997.500	\$ 161.791.750	\$ 154.082.500	\$ 172.086.750	\$ 196.194.500	\$ 180.520.937	\$ 185.616.259	\$ 189.843.577
PASIVOS												
PASIVO CORRIENTE	\$ 0	\$ 2.350.000	\$ 3.240.000	\$ 1.500.000	\$ 850.000	\$ 355.000	\$ 5.580.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.150.000	\$ 1.150.000	\$ 1.150.000
Obligaciones financieras	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Proveedores	\$ 0	\$ 2.350.000	\$ 3.240.000	\$ 1.500.000	\$ 850.000	\$ 355.000	\$ 5.580.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.150.000	\$ 1.150.000	\$ 1.150.000
CUENTAS POR PAGAR	\$ 2.550.000	\$ 11.500.000	\$ 22.940.866	\$ 0	\$ 8.140.000	\$ 1.375.000	\$ 7.175.000	\$ 1.225.000	\$ 2.490.000	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Costos y gastos	\$ 0	\$ 11.500.000	\$ 13.400.000	\$ 0	\$ 5.490.000	\$ 1.250.000	\$ 4.050.000	\$ 1.225.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000
Obligaciones laborales	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Retenciones en la fuente	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Acreedores varios	\$ 2.550.000	\$ 0	\$ 9.540.866	\$ 0	\$ 2.650.000	\$ 125.000	\$ 3.125.000	\$ 0	\$ 1.640.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto sobre las ventas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto al patrimonio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 2.550.000	\$ 13.850.000	\$ 26.180.866	\$ 1.500.000	\$ 8.990.000	\$ 1.730.000	\$ 12.755.000	\$ 2.425.000	\$ 3.690.000	\$ 2.850.000	\$ 2.850.000	\$ 2.850.000
Ingresos recibidos para terceros	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Obligaciones financieras a largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVO	\$ 2.550.000	\$ 13.850.000	\$ 26.180.866	\$ 1.500.000	\$ 8.990.000	\$ 1.730.000	\$ 12.755.000	\$ 2.425.000	\$ 3.690.000	\$ 2.850.000	\$ 2.850.000	\$ 2.850.000
PATRIMONIO							\$ 141.327.500	\$ 169.661.750	\$ 192.504.500	\$ 177.670.938	\$ 182.766.259	\$ 186.993.577
Capital social	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000
Reservas Legales	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000
Revalorización de patrimonio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Resultado del ejercicio anterior	\$ 0	\$ 8.506.650	\$ 8.717.483	\$ 13.242.517	\$ 7.992.500	\$ 10.061.750	\$ 8.672.500	\$ 19.661.750	\$ 42.504.500	\$ 27.670.938	\$ 32.766.259	\$ 36.993.577
Superavit por valorización	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PATRIMONIO	\$ 150.000.000	\$ 141.493.350	\$ 141.282.517	\$ 163.242.517	\$ 142.007.500	\$ 160.061.750	\$ 141.327.500	\$ 169.661.750	\$ 192.504.500	\$ 177.670.938	\$ 182.766.259	\$ 186.993.577

Fuente: elaboración propia

En el gráfico 15 se muestra el balance general anual de la empresa para los años 2015 a 2017.

Gráfico 15. Balance general de la empresa Miel del Campo. 2015-2017

BALANCE GENERAL ANUAL MIEL DEL CAMPO			
	2015	2016	2017
ACTIVOS			
ACTIVOS CORRIENTES			
DISPONIBLE	\$ 17.042.506	\$ 48.812.420	\$ 44.458.658
Caja General			
Bancos			
DEUDORES	\$ 5.537.037	\$ 8.859.259	\$ 10.631.111
Clientes nacionales	\$ 5.537.037	\$ 8.859.259	\$ 10.631.111
Ingresos por cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Cuentas por cobrar a trabajadores	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Cuentas por cobrar a terceros	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Anticipo de impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0
INVENTARIOS	\$ 11.000.000	\$ 44.000.000	\$ 46.200.000
Materia prima	\$ 3.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.600.000
Producto en proceso	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Producto terminado	\$ 8.000.000	\$ 32.000.000	\$ 33.600.000
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 33.579.543	\$ 101.671.679	\$ 101.289.769
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 156.113.200	\$ 307.835.400	\$ 310.911.240
Terreno	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Material biológico y físico	\$ 106.500.000	\$ 197.225.000	\$ 197.225.000
Construcciones y edificaciones	\$ 11.854.000	\$ 18.966.400	\$ 18.966.400
Maquinaria y equipo	\$ 27.780.000	\$ 44.448.000	\$ 44.448.000
Equipo de oficina	\$ 5.340.000	\$ 8.544.000	\$ 11.961.600
Equipo de computación y comunicación	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Vehículos	\$ 9.939.000	\$ 54.939.000	\$ 54.939.000
Menos depreciación acumulada	\$ 6.299.800	\$ 19.287.000	\$ 19.628.760
DIFERIDOS	\$ 0	\$ 15.450.000	\$ 17.767.500
INTANGIBLES	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 156.264.033	\$ 323.285.400	\$ 328.678.740
TOTAL ACTIVOS	\$ 189.843.577	\$ 424.957.079	\$ 429.968.509
PASIVOS			
PASIVO CORRIENTE	\$ 1.150.000	\$ 1.322.500	\$ 1.983.750
Obligaciones financieras	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Proveedores	\$ 1.150.000	\$ 1.322.500	\$ 1.983.750
CUENTAS POR PAGAR	\$ 1.700.000	\$ 1.955.000	\$ 2.932.500
Costos y gastos	\$ 850.000	\$ 977.500	\$ 1.466.250
Obligaciones laborales	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Retenciones en la fuente	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Acreedores varios	\$ 850.000	\$ 977.500	\$ 1.466.250
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto sobre las ventas	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto al patrimonio	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 2.850.000	\$ 3.277.500	\$ 4.916.250
Ingresos recibidos para terceros	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Obligaciones financieras a largo plazo	\$ 0	\$ 85.743.614	\$ 69.063.641
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 0	\$ 85.743.614	\$ 69.063.641
TOTAL PASIVO	\$ 2.850.000	\$ 89.021.114	\$ 73.979.891
PATRIMONIO			
Capital social	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000	\$ 100.000.000
Reservas Legales	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000
Revalorización de patrimonio	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Resultado del ejercicio anterior	\$ 36.993.577	\$ 185.935.966	\$ 205.988.617
Superavit por valorización	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PATRIMONIO	\$ 186.993.577	\$ 335.935.966	\$ 355.988.617

Fuente: elaboración propia

A continuación se muestra el estado de resultados de los primeros 12 meses de la empresa miel del campo

Gráfico 16. Resultados de la empresa Miel del Campo en sus primeros 12 meses

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ 24.360.000,00	\$ -	\$ 20.002.500,00	\$ -	\$ 31.762.500,00	\$ 58.590.000,00	\$ 42.039.375,00	\$ 46.243.312,50	\$ 50.867.643,75	\$ 55.954.408,13
MENOS: COSTO DE VENTA	3.202.500,00	3.162.500,00	5.692.500,00	3.162.500,00	5.240.750,00	3.162.500,00	6.460.750,00	10.145.500,00	8.428.437,50	8.864.831,25	9.343.264,38	9.871.940,81
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	- 3.202.500,00	- 3.162.500,00	18.667.500,00	-3.162.500,00	14.761.750,00	-3.162.500,00	25.301.750,00	48.444.500,00	33.610.937,50	37.378.481,25	41.524.379,38	46.082.467,31
MENOS GASTOS	4.400.000,00	4.400.000,00	4.400.000,00	4.400.000,00	4.400.000,00	4.550.000,00	5.250.000,00	5.550.000,00	5.550.000,00	5.550.000,00	5.550.000,00	5.550.000,00
OPERACIONALES DE ADMINISTRACION	3.200.000,00	3.200.000,00	3.200.000,00	3.200.000,00	3.200.000,00	3.350.000,00	4.050.000,00	4.050.000,00	4.050.000,00	4.050.000,00	4.050.000,00	4.050.000,00
OPERACIONALES DE VENTAS	1.200.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00
UTILIDAD OPERATIVA	- 7.602.500,00	- 7.562.500,00	14.267.500,00	-7.562.500,00	10.361.750,00	-7.712.500,00	20.051.750,00	42.894.500,00	28.060.937,50	31.828.481,25	35.974.379,38	40.532.467,31
MAS: INGRESOS NO OPERACIONALES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.500.000,00	1.575.000,00	1.653.750,00
MENOS: GASTOS NO OPERACIONALES	904.150,00	1.154.983,33	1.024.983,33	430.000,00	300.000,00	960.000,00	390.000,00	390.000,00	390.000,00	562.222,22	555.802,47	537.558,30
FINANCIEROS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OTROS (PERDIDA EN VENTA Y R)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GASTOS EXTRAORDINARIOS	350.000,00	450.000,00	320.000,00	250.000,00	120.000,00	780.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	292.222,22	285.802,47	267.558,30
GASTO DEPRECIACIÓN	374.150,00	524.983,33	524.983,33	524.983,33	524.983,33	524.983,33	524.983,33	524.983,33	524.983,33	524.983,33	524.983,33	524.983,33
GASTOS DIVERSOS	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	180.000,00	270.000,00	270.000,00	270.000,00	270.000,00	270.000,00	270.000,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	- 8.506.650,00	- 8.717.483,33	13.242.516,67	-7.992.500,00	10.061.750,00	-8.672.500,00	19.661.750,00	42.504.500,00	27.670.937,50	32.766.259,03	36.993.576,91	41.648.659,01
IMPUESTO DE RENTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA	- 8.506.650,00	- 8.717.483,33	13.242.516,67	-7.992.500,00	10.061.750,00	-8.672.500,00	19.661.750,00	42.504.500,00	27.670.937,50	32.766.259,03	36.993.576,91	41.648.659,01

Fuente: elaboración propia

A continuación, en el gráfico 17 de la página siguiente, se muestra el estado de resultados de los primeros 3 años de la empresa Miel del Campo.

Gráfico 17. Resultados de la empresa Miel del Campo. 2015-2017

	2015	2016	2017
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 329.819.739,38	\$ 394.464.408,29	\$ 484.086.721,86
MENOS: COSTO DE VENTA	76.737.973,94	88.963.340,83	104.510.482,19
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	253.081.765,44	305.501.067,46	379.576.239,67
MENOS GASTOS	59.550.000,00	65.182.500,00	71.494.875,00
OPERACIONALES DE ADMINISTRACION	43.650.000,00	46.897.500,00	50.467.125,00
OPERACIONALES DE VENTAS	15.900.000,00	18.285.000,00	21.027.750,00
UTILIDAD OPERATIVA	193.531.765,44	240.318.567,46	308.081.364,67
MAS: INGRESOS NO OPERACIONALES	4.728.750,00	5.107.050,00	5.515.614,00
MENOS: GASTOS NO OPERACIONALES	12.324.549,66	39.437.000,00	37.225.174,31
FINANCIEROS	-	17.000.000,00	14.576.414,31
OTROS(PERDIDA EN VENTA Y R)	-	-	-
GASTOS EXTRAORDINARIOS	3.475.582,99	450.000,00	320.000,00
GASTO DEPRECIACIÓN	6.148.966,67	19.287.000,00	19.628.760,00
GASTOS DIVERSOS	2.700.000,00	2.700.000,00	2.700.000,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	185.935.965,78	205.988.617,46	276.371.804,36
			8%
IMPUESTO DE RENTA	-	-	22.109.744,35
UTILIDAD NETA	185.935.965,78	205.988.617,46	254.262.060,02

Fuente: elaboración propia

El gráfico 18 muestra el flujo de caja de la empresa Miel del Campo para los primeros tres años:

Gráfico 18. Flujo de caja de la empresa Miel del Campo. 2015-2017

	2015	2016	2017
Deudores	\$ 5.537.037	\$ 3.322.222	\$ 1.771.852
Prov. B y S	\$ 1.150.000	\$ 172.500	\$ 661.250
Inventario	\$ 11.000.000	\$ 33.000.000	\$ 2.200.000
VARIACION KTNO	\$ 15.387.037	\$ 36.149.722	\$ 3.310.602
UODI	\$ 193.531.765	\$ 240.318.567	\$ 282.664.652
- Inversión KTNO	\$ 15.387.037	\$ 36.149.722	\$ 3.310.602
- Inversión AF netos	\$ 156.113.200	\$ 151.722.200	\$ 3.075.840
FCL	\$ 22.031.528	\$ 52.446.645	\$ 276.278.210

Fuente: elaboración propia

Evaluación del proyecto y recuperación de la inversión

El gráfico 19 muestra el análisis a los flujos de caja para valorar la empresa Miel del Campo por medio del método TIR y VAN

Gráfico 19. Análisis de flujo de caja mediante el método TIR y VAN

TIR				
AÑO	INVERSIÓN	FCL	VALOR ACTUAL	ACUMULADO
0	\$ 150.000.000	-\$150.000.000	-\$150.000.000	-\$150.000.000
1	\$ -	\$ 22.031.528	\$21.389.833,40	-\$128.610.167
2	\$ -	\$ 52.446.645	\$49.435.993,25	-\$79.174.173
3	\$ -	\$276.278.210	\$252.833.699,76	\$173.659.526
			VAN	\$173.659.526
			TIR	37,51%

Fuente: elaboración propia

En ambos caso vemos que Miel de Campo se proyecta como una buena inversión al tener un TIR mayor al 10%, tasa de recuperación para proyectos de un riesgo medio, que acompañada de un VAN positivo que muestra una ganancia futura al corto tiempo, tres años, la unión de ambos indicadores en positivo indica en finanzas a proyectos nuevos una aceptación y realización del proyecto

El gráfico 20 muestra las cantidades (QE) y ventas (VE) esperadas para tener un punto de equilibrio en las ventas de la empresa, valores que son superados por las ventas proyectadas, para generar utilidades.

Gráfico 20. Punto de equilibrio en las ventas de la empresa

PUNTO DE EQUILIBRIO			
AÑO	QE	VE	VP
1	20.036	\$210.376.168	\$329.819.739,38
2	23.392	\$255.435.813	\$394.464.408,29
3	26.495	\$300.899.268	\$484.086.721,86

Fuente: elaboración propia

A continuación se muestra el indicador relación costo beneficio ya que indica en la empresa la tasa de beneficio que este generará en los flujos de caja a partir de una inversión inicial.

$$B/C = \frac{\$323.659.526}{\$150.000.000} = 2,157730176$$

Dado que el beneficio/costo es mayor a uno la recomendación es invertir en el proyecto Miel del Campo.

El último método de valoración de una empresa que se utilizará con Miel de Campo es la recuperación de la inversión, que en el siguiente gráfico (gráfico 21), se puede ver en flujos de caja libres acumulados y en flujos de caja libres valor presente acumulado.

Gráfico 21. Recuperación de la inversión y flujos de caja

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
AÑO	INVERSIÓN	FCL	FCLA	FCLP	FCLPA
0	\$ 150.000.000	-\$150.000.000	-\$150.000.000	-\$150.000.000	-\$150.000.000
1	\$ -	\$22.031.528	-\$127.968.472	\$21.389.833	-\$128.610.167
2	\$ -	\$52.446.645	-\$75.521.826	\$49.435.993	-\$79.174.173
3	\$ -	\$276.278.210	\$200.756.384	\$252.833.700	\$173.659.526

Fuente: elaboración propia

En ambos métodos se puede observar que la inversión se recuperará por flujos de efectivo en el tercer año, un tiempo considerablemente corto, ya que a partir de este año, según las proyecciones la empresa, ya habrá cubierto la inversión inicial y empezará a generar un flujo neto de efectivo libre.

Otros indicadores financieros

Endeudamiento

En este grupo de indicadores podemos encontrar el endeudamiento sobre activos, endeudamiento de apalancamiento y la concentración del endeudamiento, tal como se muestra en el gráfico 22.

Gráfico 22. Datos de endeudamiento

	2015	2016	2017	
Endeudamiento sobre pasivos	1,50%	20,95%	17,21%	
Endeudamiento de apalancamiento	1,52%	26,50%	20,78%	
Concentración del endeudamiento	100%	4%	7%	Corto plazo
	0%	96%	93%	Largo plazo

Fuente: elaboración propia

Para 2015 la participación de los pasivos sobre los activos será de un 1,5%, en 2016 de un 20,95% y en 2017 volverán a bajar a un 17,21%. Para el año 2015 solo 1,52% del patrimonio está comprometido con los acreedores, para 2016 es el 26,50% y

en el 2017 del 20,78%. La concentración del endeudamiento de Miel del Campo al año 2015 estará en las deudas a corto plazo y para 2016 y 2017 en las deudas a largo plazo.

Capital de trabajo

El gráfico 23 muestra datos del capital de trabajo de la empresa Miel del Campo

Gráfico 23. Capital de trabajo

	2015	2016	2017
Activo corriente	\$ 33.579.543	\$ 101.671.679	\$ 101.289.769
Pasivo corriente	\$ 2.850.000	\$ 3.277.500	\$ 4.916.250
Capital de trabajo	\$ 30.729.543	\$ 98.394.179	\$ 96.373.519

Fuente: elaboración propia

Según este indicador, una vez Miel del Campo cancele todos sus pasivos corrientes en el 2015, le quedarán \$30.729.543 para atender las obligaciones del funcionamiento normal de la empresa, para 2016 tendrá \$98.394.179 y en 2017 \$96.373.519 para atender la actividad de la empresa

Rotación de cartera, proveedores y ciclo operacional

A continuación, en el gráfico 24 se muestran los análisis de los indicadores de rotación de cartera, ciclo operacional y rotación de proveedores.

Gráfico 24. Análisis de rotación de cartera, proveedores y ciclo operacional

	2015	2016	2017
Cuentas por cobra	\$ 5.537.037	\$ 8.859.259	\$ 10.631.111
Ventas	\$ 329.819.739	\$ 394.464.408	\$ 484.086.722
Rotación de cartera	59,57	44,53	45,53
Días de cartera	6	8	8
Inventario	\$ 11.000.000	\$ 44.000.000	\$ 46.200.000
Costo de mercancía	76.737.974	88.963.341	104.510.482
Días de inventario	52	178	159
Ciclo operación	58	186	167
Ctas por pagar	\$ 2.850.000,00	\$ 3.277.500,00	\$ 4.916.250,00
Materia prima	\$ 3.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 3.600.000,00
Rotación proveedores	378,95	988,56	263,62

Fuente: elaboración propia

La empresa, para 2015, tardó 59,57 días en rotar su cartera, mientras que para 2016 y 2017 tardará solo 44,53 y 45,53 días respectivamente.

Miel del Campo, para 2015, tendrá un ciclo de operación de 58 días, es decir tardó 58 días en recuperar la inversión en sus productos. Se proyecta que para 2016 y 2017 este valor sea de 186 y 167 respectivamente.

La empresa, para los años 2015 y 2016, tendrá rotación de proveedores, menor al diario, lo que indica que no hará uso del crédito directo con estos, y para el 2017 su rotación disminuirá a 263 veces al año.

Pasivo financiero/ventas

El gráfico 25 de la siguiente página nos muestra información sobre el pasivo financiero y las ventas de la empresa para los años 2015-2017.

Gráfico 25. Pasivo financiero y ventas

	2015	2016	2017
Pasivo financiero	\$ -	\$ 85.743.613,57	\$ 69.063.641,44
Ventas	\$ 329.819.739,38	\$ 394.464.408,29	\$ 484.086.721,86
P/V	0,00	0,22	0,14

Fuente: elaboración propia

Según el indicador pasivo financiero sobre ventas, podemos ver que para 2015 las ventas no cubrirán ningún porcentaje de esta cuenta del PUC ya que durante ese año no se hizo ningún crédito bancario, a diferencia de los años 2016 y 2017 en los que el valor del pasivo financiero será saldado por el 22% y 14% de las ventas para cada año.

Gasto Financiero / Ventas

Gráfico 26. Gasto financiero y ventas

	2015	2016	2017
Gasto financiero	\$ -	\$ 17.000.000,00	\$ 14.576.414,31
Ventas	\$ 329.819.739,38	\$ 394.464.408,29	\$ 484.086.721,86
P/V	0,00	0,04	0,03

Fuente: elaboración propia

Según el indicador gasto financiero sobre ventas, podemos ver que para 2015, las ventas no cubrirán ningún porcentaje de esta cuenta del PUC ya que durante ese año no se hizo ningún crédito bancario, a diferencia de los años 2016 y 2017 cuyo valor del gasto financiero será saldado por el 4% y 3% de las ventas para cada año.

Análisis de riesgo

Todas las empresas nuevas, o con trayectoria en el mercado, corren diferentes riesgos por el simple hecho de existir, como lo son la pérdida financiera, el riesgo de pérdida de la información, los riesgos laborales, entre otros. Para la empresa Miel del Campo se han analizado diferentes indicadores y métodos de valoración para saber qué tan rentable y viable puede llegar a ser la empresa, pero estos valores están basados en supuesto de crecimientos de mercado, de expansión de la empresa, de aumento de las ventas y de negociaciones, que ya se están consolidados y en proceso de consolidación, con grandes empresas colombianas que utilizan la miel como insumo para sus productos y algunos servicios, con base en estos se han visto resultados muy interesantes y que pronostican un buen futuro para la empresa, al analizar la liquidez y el nivel de endeudamiento.

A continuación se analizará la rentabilidad del patrimonio para complementar el análisis financiero de la empresa

Gráfico 27. Rentabilidad del patrimonio

	2015	2016	2017
UN	\$ 185.935.966	\$ 205.988.617	\$ 253.571.131
Patrimonio	\$ 186.993.577	\$ 335.935.966	\$ 355.988.617
Rentabilidad patrimonio	99,43%	61,32%	71,23%

Fuente: elaboración propia

La anterior tabla muestra cómo cada año va a haber un aumento en la rentabilidad del patrimonio. Para finales de 2015 de 99,43%, para 2016 de 61,32% y para el 2017 de 71,23%.

Todos los indicadores de liquidez y el anterior de rentabilidad, hacen un complemento que disminuye el riesgo y hace más atractiva la inversión en la empresa Miel del Campo.

Análisis de sensibilidad y plan de contingencia

Se ha hecho un estudio de sensibilidad para la empresa Miel del Campo, teniendo en cuenta ventas y costos variables de producción en los cuales se han encontrado los resultados que muestra el gráfico 28.

Gráfico 28. Análisis de sensibilidad

		Análisis de sensibilidad			
Ventas	\$ 329.819.739				
Gastos fijos	\$ 71.874.550				
Gastos variables	\$ 76.737.974				
Ganancia	\$ 181.207.216	\$ 210.376.168	\$ 105.188.084	\$ 315.564.252	
	\$ 47.434.347	\$ 91.067.271	-\$ 14.120.813	\$ 196.255.355	
Gastos variables	\$ 33.313.534	\$ 105.188.084	\$ 0	\$ 210.376.168	
	\$ 99.940.602	\$ 38.561.016	-\$ 66.627.068	\$ 143.749.100	

Fuente: elaboración propia

Estos datos nos muestran en qué valores pueden oscilar las ventas (fila resaltada con color verde) y el costo variable (columna resaltada en color verde), como por ejemplo que las ventas no pueden bajar a \$105.188.084 y los costos variables

deben ser de \$47.434.347, ya que la empresa obtendría pérdidas en las utilidades, un punto de equilibrio en donde ventas y gastos variables no representaría pérdida, ni ingresos, es aquel en el que los gastos variables son de \$33.313.543 millones y las utilidades de \$105.188.084 millones de pesos.

Basándose en esta información se debe mantener un equilibrio de ventas/gastos variables de 3,16 mínimo para que la empresa no presente pérdidas en el ejercicio de cada periodo, mientras mayor sea la proporción anteriormente descrita, mayores ingresos y utilidades generará la empresa Miel del Campo.

Conclusiones

La apicultura además de ser un negocio rentable, genera beneficios ecológicos grandes, como lo es la polinización de las especies florales y cultivos, la cual se cataloga como una herramienta para la conservación y recuperación de este tipo de vegetación.

El buen manejo técnico, la modernización de los procesos apícolas y la implementación de la Buenas Prácticas de Manufactura, son factores supremamente importantes en el éxito de una empresa apícola y es una alternativa eficiente y rentable en el sector agropecuario.

Un correcto estudio de mercado de la miel y productos para la apicultura, son de real importancia para saber la poca oferta y la gran demanda por parte de las grandes industrias que se presenta en Colombia, esto deja una opción positiva a la hora de pensar en una empresa apícola.

La apicultura es una actividad la cual no genera impactos ambientales considerables, solo es el suelo, que se altera para la adecuación del terreno, pero que no lo hace muy significativo. Por esto la apicultura es una actividad económica, totalmente sostenible con el medio ambiente.

Encontrar un sitio privilegiado para construir una empresa apícola es importante, ya que el uso de *acacia mangiun* y *eucalipto*, hace que la producción perdure todo el año, por el motivo que este tipo de árboles liberan néctar extra floral todas las temporadas del año. Como resultado positivo, no se tienen que alimentar las abejas, lo que reduce en gran parte los costos de producción.

El sector apiaro colombiano tiene proyecciones de crecimiento significativas para los próximos años, partiendo del aumento de la demanda de productos naturales, de la inversión en el sector agropecuario y la búsqueda de nuevos mercados y productos para agricultores, teniendo como ejemplo grandes potencias en el tema como Argentina y Brasil y apoyados en el reciente impulso legal y económico que está brindando el gobierno al sector.

La empresa Miel del Campo ha mostrado muy buena aceptación en el mercado apiaro, y desde el cierre de operaciones del mes de julio ha venido manejando utilidades positivas y un crecimiento constante, soportado en los negocios que se han consolidado desde principios de este año con grandes empresas colombianas como el Grupo Éxito y Nutresa, que para finales del año, se espera crezcan un 10% mensual, según proyecciones económicas del sector y las negociaciones que está realizando la empresa.

La empresa ha recibido una gran acogida en el mercado, al ser un gran productor ya que como se ha dicho en el trabajo son pocos los apicultores en Colombia que manejan más de 50 colmenas, mientras que Miel del Campo tiene actualmente en su apiario más de 400, lo que hace que sea una empresa que pueda manejar un alto volumen de producción, hacer acuerdos de precio y formas de entrega y manejar una buena reserva para periodos de escases.

Miel del Campo muestra un VPN o VAN (Valor Actual Neto) de \$173.659.526, un valor mayor al capital inicial invertido por los socios, teniendo en cuenta solo los tres primeros años de funcionamiento, lo que muestra una pronta ganancia y recuperación

de la inversión inicial de los socios en un futuro cercano, además de un buen flujo de caja en el inicio de la empresa.

En el análisis a la Tasa Interna de Retorno (TIR) de la empresa, cuyo valor según proyecciones a tres años es de 37,51%, un valor superior a la tasa de demanda básica del mercado para una empresa cuyo valor promedio es de 10%, nos dice que la empresa es una buena oportunidad de inversión ya que va a dar utilidades y una rentabilidad superior a las que se puede conseguir en el común de las empresas del mercado y mucho más de cualquier inversión en cuentas bancarias.

Referencias

- Redacción El Universal. (2010). *Invima alerta sobre comercialización de miel de abejas*. Obtenido de <http://www.eluniversal.com.co/miel-de-abejas-salud/invima-alerta-sobre-comercializacion-de-miel-de-abejas>
- Cabrera, L., Ojeda de Rodríguez, G., & Céspedes, E. y. (2003). Actividad antibacteriana de miel de abejas multiflorales (*Apis mellifera scutellata*) de cuatro zonas apícolas del estado Zulia, Venezuela. *Revista Científica FCV-LUZ*, XIII (3).
- Confecampo. (2015). *Miel de abejas. Estadísticas*. Obtenido de Confecampo.com: <http://www.confecampo.com/estadisticas/miel.pdf>
- Dinero, R. (2015). Crecimiento económico: cuáles sectores ganan, pierden y quedan igual. *Dinero* .
- Erasso Arango, N. (2010). *Análisis de percepción de marca del producto miel*. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/3855/1/940564.2010.pdf>
- Espinal, C. F., & Martínez Covalada, H. y. (2006). *La cadena de las abejas y la apicultura en Colombia*. Obtenido de https://bancayagro.files.wordpress.com/2008/06/caracterizacion_abejas2.pdf
- Gobierno de España. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (2005). *Proceso de constitución de una empresa*. Obtenido de <http://www.creatuempresa.org/es-ES/PasoApaso/Paginas/ProcesoConstitucion.aspx>
- Hoyos Sanchez, D. (2007). *Manejo sostenible de la producción de miel de abejas para el pequeño productor*. Obtenido de repository.lasalle.edu.co: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/1179/T87.08%20H853m.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2013). *Minagricultura impulsa proyectos de más de 2600 familias campesinas en Norte de Santander*. Obtenido de www.minagricultura.gov.co
- Sistema de Información de Gestión y Desempeño de Organizaciones de Cadenas. SIOC. (2015). *Abejas y la Apicultura*. Obtenido de <http://sioc.minagricultura.gov.co/index.php/art-inicio-cadena-abejas/?ide=3>