



## U4 EP1 y ED2

# REPORTE DE ESTUDIO CASO PRACTICO

---

### Administración Estratégica

#### Catedrático:

Velázquez Ramos Israel

#### Estudiantes:

Alva Martínez Evelyn Aislinn

Bueno Alvarez Raquel 1323145005

Duran Gonzales Vianey Berenice 1323145052

Garcia Ardila Daniela Fernanda 1323145007

García Gutiérrez Luis Mario 1323145061

Jimenes De Jesús Ana Belén 1323145063

# 1224 IF

Abril 2024

Av. 5 de Mayo Manzana 018, Tecámac, 55740  
Tecámac de Felipe Villanueva, Méx.

# Contenido

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Introducción .....</b>   | <b>5</b>  |
| Historia del Negocio.....   | 7         |
| <b>Entrevista .....</b>   | <b>9</b>  |
| Estudiando Miel Copca: Una entrevista para conocer su funcionamiento y potencial..... | 9         |
| Participantes.....  | 9         |
| Presentación.....   | 9         |
| Cuestionario .....  | 10        |
| Agradecimiento y despedida .....  | 15        |
| Evidencias .....  | 16        |
| <b>Análisis Externo .....</b>   | <b>18</b> |
| Análisis del mercado.....   | 18        |
| Segmentación por edad.....  | 18        |
| Segmentación por género .....   | 19        |
| A qué personas se dirige este producto.....   | 19        |
| Objetivo del estudio de mercado .....   | 20        |
| Metodología.....  | 22        |
| Conclusiones .....  | 22        |
| Amenazas y oportunidades de la industria de la Miel .....                             | 23        |
| Aumento de las exportaciones de miel de México .....                                  | 23        |
| Creciente aplicación en la industria farmacéutica.....                                | 23        |
| Análisis del Mercado de Miel en México .....  | 24        |
| Análisis de competidores.....   | 26        |
| Oferta .....  | 26        |

|  |           |
|--|-----------|
| Calidad .....                                | 27        |
| Fortalezas y debilidades de Miel Copca ..... | 28        |
| Estrategia de marketing de Miel Copca .....  | 29        |
| <b>Análisis Interno.....</b>                 | <b>30</b> |
| Nombre de la empresa.....                    | 30        |
| Ubicación.....                               | 30        |
| Logotipo .....                               | 30        |
| Eslogan.....                                 | 31        |
| Misión.....                                  | 31        |
| Visión.....                                  | 32        |
| Valores .....                                | 32        |
| Objetivos.....                               | 33        |
| A largo plazo .....                          | 33        |
| A corto plazo.....                           | 33        |
| Ventaja Competitiva .....                    | 33        |
| Análisis de ventaja competitiva .....        | 34        |
| Mercadotecnia .....                          | 36        |
| Promoción y publicidad .....                 | 36        |
| Distribución.....                            | 37        |
| Proceso de producción .....                  | 39        |
| Especificación del producto .....            | 39        |
| Proceso de producción .....                  | 40        |
| Materia prima .....                          | 43        |
| Diseño y distribución de planta .....        | 45        |
| Estructura organizacional.....               | 46        |

|  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| Descripción de puestos.....                                      | 46                                   |
| Finanzas .....   | 48                                   |
| Estados financieros .....  | 48                                   |
| <b>Estrategias y recomendaciones .....</b>                       | <b>52</b>                            |
| Análisis FODA.....   | 52                                   |
| Estrategia y recomendaciones para el negocio "Miel Copca". ..... | 54                                   |
| Innovación tecnológica .....                                     | 54                                   |
| Diversificación de productos.....                                | 56                                   |
| Marketing y branding .....                                       | 58                                   |
| Diversificación geográfica .....                                 | 60                                   |
| Análisis de la aplicación de KPI's .....                         | 62                                   |
| Ingresos de ventas de miel .....                                 | 63                                   |
| Calificación de satisfacción del cliente .....                   | 64                                   |
| Número de nuevos clientes adquiridos.....                        | 66                                   |
| Valor de pedido promedio.....                                    | 67                                   |
| Calidad de la miel.....  | 68                                   |
| Rendimiento por colmena .....                                    | 71                                   |
| <b>Conclusión .....</b>  | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| <b>Bibliografía .....</b>  | <b>73</b>                            |

# Introducción

La miel es un producto natural y saludable con una amplia gama de aplicaciones tanto en la alimentación como en la medicina y la cosmética. En el siguiente informe, se presenta el análisis del estado general del negocio Miel Copca, una empresa dedicada en la producción y comercialización de miel y productos derivados de ella.

La importancia de este estudio se origina por la necesidad constante de innovación, así como la necesidad de comprender desafíos y oportunidades que genera el sector de la miel. Miel Copca gracias a la buena implementación de estrategias ha ido creciendo, lo que le ha permitido mantenerse en el mercado desafortunadamente eso no es garantía para el futuro.

*“El éxito de hoy, no garantiza el éxito de mañana.”*

- Dr. Fred R. David

El objetivo principal de este informe es proporcionar una visión completa del desempeño de Miel Copca, evaluando aspectos clave como la producción, la comercialización, la distribución, las estrategias, la gestión y la situación financiera. Se argumentarán las oportunidades de mejora identificadas, así como las recomendaciones para fortalecer la posición competitiva de la empresa en el mercado.

El informe contempla datos internos y externos, incluyendo información sobre el mercado de la miel, tendencias, competidores y factores que pueden influir en el desempeño de la empresa.

La estructura de este documento se organiza en varias secciones. En primer lugar, se realiza un análisis del entorno externo, donde se examinan las fuerzas del mercado, las tendencias del consumidor y los factores relevantes

del sector de la miel. Continuamente, se presenta un análisis interno detallado de Miel Copca que incluye su historia, sus procesos de producción, gestión e implementación de estrategias, así como sus fortalezas y debilidades internas. Finalmente, se proponen recomendaciones estratégicas específicas para potenciar el crecimiento y la competitividad. (ROBBINS, 2010)

Durante el reporte de estudio se contempla el modelo de administración estratégica del Dr. Fred R. David, cuyo propósito es lograr una administración estratégica de calidad. (DAVID, 2013)

## Historia del Negocio

En el año 1980 el propietario de Miel Copca al termino de uno de sus partidos de fútbol quedo muy adolorido de las piernas, por lo que uno de sus compañeros de equipo al ver esto le recomendó piquetes de abejas para tratar ese dolor, le platico sobre los beneficios de este remedio y finalmente le ofreció una colmena de abejas, el señor argumento que no disponía del tiempo para cuidarlas, así como los nulos conocimientos en apicultura, lo que haría más difícil su tarea de mantener las abejas.

Felipe Copca acepto y el señor le llevo el cajón de abejas a su casa, el objetivo principal era solo mantener las abejas para el tratamiento del dolor de los pies, pero todo cambiaría un día cuando asistió a una fiesta en Tezontepec, el anfitrión de la fiesta le comento que gracias al negocio de las abejas él había podido subsidiar todos los gatos de la fiesta, posteriormente comenzaron a debatir temas sobre los cuidados y estrategias para hacer crecer la colmena.

Días después Felipe Copca ya no tenía la intención de solo tener las abejas para tratar dolores de pies, sino también como un negocio rentable.

Para comenzar con el negocio Felipe Copca comenzó a comprar lo elementos necesarios para hacer crecer una colmena de abejas, compro el equipo necesario que le recomendaron y empiezo a investigar sobre los cuidados de las abejas para la producción de miel.

El negocio de Miel Copca oficialmente inicio en 1982 dónde por primera vez producido su primer litro de miel.

Los años siguientes no fueron los mejores para el negocio pues en esos primeros años la colmena se enfermó provocando perdidas para el propietario por dos años consecutivos, en esos días también conoció a un joven conocedor de la apicultura que lo instruyó para que la colmena se

salvara, le recomendó asistir a seminarios de apicultura, el recibió el consejo y asistió a múltiples talleres y cursos sobre apicultura.

Al poner en práctica todos los conocimientos noto un crecimiento en la cantidad de colmenas, al ver este incremento el propietario Felipe Copca se unió a un consejo de apicultores donde se brinda información, cursos, apoyos y planes de estrategias de negocio.

Durante el periodo de 1990 y 2010 el crecimiento del negocio fue notorio, paso de tener una sola colmena a manejar 300 colmenas.

Actualmente el negocio se ha mantenido en el mercado estable, pero el sector demanda cada vez más innovación, lo que supone un riesgo para Miel Copca si no se actualiza su forma constante.



# Entrevista

## Estudiando Miel Copca: Una entrevista para conocer su funcionamiento y potencial

Fecha: 26/03/2024

### Participantes

Entrevistadores: Mario García y Raquel Bueno

Propietarios de Miel Copca: Felipe Copca y Natividad Trinidad

### Presentación

Entrevistadores Mario y Raquel

- Buenas tardes, Felipe y Natividad, nos alegramos de poder hablar con ustedes.

Propietarios Felipe y Natividad

- Buenas tardes

Entrevistadores Mario y Raquel

- Mi nombre es Luis Mario García, en representación de mi equipo de trabajo me alegro de tener la oportunidad de conocer más sobre el negocio *Miel Copca*.
- Antes de comenzar me gustaría agradecerles por tomarse el tiempo para participar en la entrevista, estamos muy interesados en comprender mejor el funcionamiento y el potencial de *Miel Copca* y de sus experiencias.

- El objetivo de nuestra entrevista es profundizar en varios aspectos de su negocio, desde sus orígenes, hasta sus estrategias de operación, marketing y los desafíos que enfrentan.
- Nos gustaría que esta conversación sea lo más informativa y constructiva posible, por lo que los animo a que me compartan sus ideas, experiencias y opiniones sobre los temas que discutiremos.
- Si más preámbulos comencemos esta entrevista.

## Cuestionario

### Entrevistadores Mario

- Como primer tema a tratar sería interesante conocer la historia detrás de *Miel Copca*.
- ¿Podrían decirnos cuando inicio el negocio *Miel Copca*, que originó esta idea de negocio?

### Propietario Felipe

- En el año 1980 al termino de uno de mis partidos de fútbol quede muy adolorido de mis piernas, uno de mis compañeros de equipo se percató de esto y me recomendó piquetes de abejas para tratar ese dolor, me platico sobre los beneficios de este remedio y finalmente me ofreció su cajón de abejas, el argumentó que no disponía de tiempo para cuidarlas y los pocos conocimientos en apicultura que tenía hacían más difícil esta tarea, acepte y el señor me llevo el cajón a mi casa, el objetivo principal era solo mantener las abejas para el tratamiento del dolor de los pies, pero todo cambio cuando un día asistí a una fiesta enorme en Tezontepec, dónde cada pequeño detalle está muy bien preparado, el anfitrión de la fiesta me comentó que gracias al negocio de las abejas él había podido pagar todos los gatos, posteriormente comencé a ver el tema de apicultura como un negocio rentable.

- Días después de la fiesta yo no tenía la intención de solo tener las abejas para tratar dolores de pies, si no como negocio rentable.
- Para comenzar con el negocio empecé a comprar lo elementos necesarios para hacer crecer una colmena de abejas, compré cajones y empecé a indagar sobre los cuidados de las abejas para la producción de miel.
- El negocio de Miel Copca oficialmente inicio en 1982 dónde por primera vez se produjo el primer litro de miel para venta.
- Los años siguientes no fueron los mejores para el negocio pues en esos primeros años la colmena se enfermó provocando perdidas por dos años, en esos días también conocí a un joven apicultor que me ayudo a salvar la colmena, él me recomendó asistir a seminarios de apicultura, dónde se impartían conferencia y cursos.
- Al asistir a los seminarios conocí lo que consistía ser un apicultor y todas las actividades que desempeñaba, y al ponerlas en práctica en mi negocio comencé a notar un crecimiento, en donde hasta la actualidad el negocio sigue creciendo.

Entrevistadores Raquel

- ¿Por qué decidieron nombrar al negocio “Miel Copca”?

Propietaria Natividad

- La causa del nombre Miel Copca es del apellido de mi esposo, quien fue el que comenzó el negocio en 1982.
- La ventaja de colocar este nombre fue que los clientes, como conocían a mi esposo le tenían la confianza en su producto.

Entrevistadores Mario

- ¿Cuál es su misión, visión y objetivos con el emprendimiento *Miel Copca*?

Propietarios Felipe Y Natividad

- La misión de Miel Copca es crear productos de alta calidad para nuestros clientes.
- La visión de Miel Copca es ser el productor número uno de miel en México.
- EL principal objetivo es satisfacer las necesidades de la comunidad con nuestros productos 100% naturales.
- Otros objetivos son el reducir los costos y gastos, así como incrementar las ventas y la participación en el mercado.

Entrevistador Raquel

- ¿Cuáles son las necesidades que busca satisfacer el negocio *Miel Copca* con sus productos?

Propietarios Felipe y Natividad

- Principalmente Miel Copca busca satisfacer las necesidades de nutrición y endulzante para los alimentos, la miel es una fuente de glucosa y fructosa, proporcionando al cuerpo energía.
- Así mismo la miel también es utilizada como ingrediente para diferentes remedios caseros, como enfermedades respiratorias, raspaduras y quemaduras.

Entrevistador Mario

- En temas de operación y control, podrían decirnos ¿Cómo son los días en su negocio?, ¿Qué estrategias a implementado para garantizar eficiencia y calidad en sus productos?

Propietaria Natividad

- El proceso para producir y recolectar miel consta de cuatro etapas:

- La primera consiste en monitorear los cajones de abejas, evaluar si están trabajando o tienen algún problema, al identificar un cajón lleno o con una buena producción de miel, pasamos a la siguiente etapa.
- Cosecha de miel, donde nosotros previamente nos preparamos con el equipo necesario para evitar algún tipo de inconveniente al retirar la miel de la colmena, una vez obtenida la miel pasamos a la penúltima etapa.
- Filtramos la miel de todas las impurezas, mediante diferentes herramientas logramos que la miel envasada sea pura y 100% natural, ya que para todas estas etapas no utilizamos ningún tipo de químico o ingrediente adicional.
- Finalmente envasamos y almacenamos la miel.

Entrevistador Raquel

- Ustedes saben lo importante que es el capital humano para una empresa, con base a lo anterior ¿Cuál es la estructura del equipo de *Miel Copca*?

Propietario Felipe

- Este negocio se integra de dos propietarios mi esposa y yo, un asesor financiero, quien nos brinda asesoría para los aspectos legales y contables y un empleado que nos ayuda en todo el proceso de extracción de miel. En general se integra de 4 personas.

Entrevistador Mario

- En el aspecto financiero ¿Consideran que *Miel Copca* ha experimentado un crecimiento en ingresos y rentabilidad desde su fundación?

#### Propietario Felipe

- El negocio desde 1982 ha tenido un crecimiento significativo, comenzando con una sola colmena, actualmente tenemos 300 cajones de abejas que producen a diario miel.
- Las ventas aunque varían podemos decir que se venden 20 litros en promedio por semana, en comparación al inicio cuando solo se vendían 5 máximo por semana.

#### Entrevistador Raquel

- ¿Qué estrategias de promoción y ventas utilizan?

#### Propietaria Natividad

- Siempre ofrecemos un trato personalizado para los clientes, dependiendo de sus necesidades, frecuencia, y lealtad los clientes pueden obtener descuentos.

#### Entrevistador Mario

- En la actualidad el mercado cambia rápidamente y aún más cuando se tratan de alimentos o de consumo, podrían comentarme ¿Cómo es que el negocio *Miel Copca* se adapta a las nuevas tendencias y tecnologías emergentes?
- ¿Qué caracterizan a su producto de otros similares del mercado?

#### Propietarias Felipe y Natividad

- La característica principal de nuestros productos es que son 100% naturales. Con un proceso de alta calidad.
- Ofrecemos diferentes presentaciones de miel, dependiendo de la flor, la temporada o el proceso de purificación.
- Finalmente, la forma en como nos relacionamos y creamos lazos con los clientes causa que estos vuelvan y nos recomienden.

Entrevistador Raquel

- ¿Qué medidas utiliza el negocio Miel Copca para diferenciarse?,  
¿Cuál es su ventaja competitiva?

Propietario Felipe

- La fidelización de clientes, en una ocasión cuando no se producía miel, tuvimos la necesidad de viajar para comprar miel de otros lugares para tenerla lista al momento de que un cliente nos la pidiera, aunque no se ganara nada, el objetivo era mantener leal al cliente.
- Siempre nos enfocamos en los clientes y su satisfacción de necesidades.

Entrevistador Mario

- Por último, ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta *Miel Copca* a corto y largo plazo?
- ¿Qué oportunidades identifica para el crecimiento de su negocio?

Propietarios Felipe y Natividad

- Las grandes industrias que producen miel con ingredientes extra, conservadores artificiales o químicos.
- La pérdida de la flora en el estado de México, los cambios climáticos no favorecen al crecimiento del negocio.

## Agradecimiento y despedida

Entrevistador Mario.

- Quiero expresar mi más sincero agradecimiento por compartir información con nosotros, sus respuestas serán de gran utilidad para el análisis del negocio.

Propietario Felipe

- Ha sido un gusto conversar con ustedes.

Propietaria Natividad

- Estamos a su disposición para cualquier consulta de información.
- Gracias por su interés en *Miel Copca*.

## Evidencias

1. Entrevista con Natividad propietaria de Miel Copca



2. Logo y eslogan de Miel Copca





### 3. Estrategias de Miel Copca



### 4. Método de producción



# Análisis Externo

## Análisis del mercado

Distribución por edad y género en Temascalapa (2020):

**Total: 43,593 habitantes**

La población de Temascalapa se divide aproximadamente en un 22,219 (51.0%) de mujeres y un 21,374 (49.0%) de hombres, según datos del último censo.

| Hombres                     | Mujeres                      |
|-----------------------------|------------------------------|
| 0-14 años: 5,769 (27.0%)    | 0-14 años: 5,675 (25.5%)     |
| 15-29 años: 6,642 (31.1%)   | 15-29 años: 6,502 (29.3%)    |
| 30-44 años: 5,114 (23.9%)   | 30-44 años: 5,330 (24.0%)    |
| 45-59 años: 2,455 (11.5%)   | 45-59 años: 2,389 (10.8%)    |
| 60 años y más: 1,394 (6.5%) | 60 años y más: 2,323 (10.5%) |

## Segmentación por edad

0-14 años: 11,444 (26.8%) - Niños: Potencial mercado para mieles con sabores y presentaciones atractivas para niños.

15-29 años: 13,144 (30.8%) - Jóvenes: Consumidores potenciales de miel por sus beneficios para la salud y como endulzante natural.

30-44 años: 10,444 (24.5%) - Adultos: Consumidores de miel por sus propiedades medicinales, como remedio casero o para mejorar el sistema inmunológico.

45-59 años: 4,844 (11.4%) - Adultos mayores: Consumidores de miel por sus beneficios para la salud, especialmente para controlar enfermedades como la diabetes o el colesterol alto.

60 años y más: 2,764 (6.5%) - Adultos mayores: Consumidores de miel por sus propiedades medicinales y como fuente de energía natural.

### Segmentación por género

Hombres: 49.0% de la población - Consumidores de miel por su sabor y como fuente de energía.

Mujeres: 51.0% de la población - Consumidoras de miel por sus beneficios para la salud, como remedio casero o para mejorar la belleza.

### A qué personas se dirige este producto

Segmentación del mercado objetivo:

- **Población en general:** La miel es un producto de consumo general, por lo que se puede dirigir a toda la población de Temascalapa.
- **Padres de familia:** Interesados en proporcionar alimentos saludables a sus hijos y preocupados por la calidad y los beneficios nutricionales de los productos que consumen.
- **Consumidores preocupados por la salud y el bienestar:** Aquellos que buscan alternativas naturales y orgánicas para su dieta y cuidado personal.
- **Personas con problemas de salud:** La miel tiene propiedades medicinales que pueden ser beneficiosas para personas con problemas de salud como diabetes, colesterol alto, problemas digestivos, etc.
- **Deportistas:** La miel es una fuente natural de energía que puede ser útil para deportistas que necesitan un extra de energía para sus entrenamientos y competencias.
- **Personas que buscan productos naturales:** La miel es un producto natural y saludable que puede ser una alternativa a los azúcares refinados.

- **Personas mayores:** Que valoran los beneficios para la salud de la miel, como su capacidad para aliviar la tos, mejorar la digestión y fortalecer el sistema inmunológico.
- **Amantes de la gastronomía y chefs:** Interesados en ingredientes locales de alta calidad para mejorar el sabor y la autenticidad de sus platos.

## Objetivo del estudio de mercado

- **Análisis de la demanda y preferencias de consumo:**

Determinar la demanda actual de miel en Temascalapa, así como las preferencias de consumo en términos de tipo de miel (por ejemplo, miel cruda, miel de abeja, miel de mezquite, etc.) y envases preferidos (frascos de vidrio, envases de plástico, etc.).

Identificar las ocasiones de consumo más comunes y los usos preferidos de la miel en la cocina, la medicina tradicional y el cuidado personal.

Determinar el tamaño del mercado: ¿Cuánta miel se consume en Temascalapa?

Identificar las necesidades y preferencias de los consumidores: ¿Qué tipo de miel prefieren los consumidores? ¿En qué presentaciones? ¿A qué precio?

- **Evaluación de la competencia:**

Definir: ¿Quiénes son los principales competidores en el mercado de la miel en Temascalapa? ¿Cuáles son sus estrategias de marketing y precios?

Identificar a los productores locales de miel, así como a los competidores indirectos como supermercados, tiendas de alimentos saludables y productos naturales que ofrecen alternativas a la miel.

Analizar la calidad, el precio y la disponibilidad de la miel producida localmente en comparación con las marcas comerciales y los productos importados.

- **Percepción de la calidad y autenticidad:**

Evaluar la percepción de la calidad y autenticidad de la miel local entre los consumidores, destacando los atributos como la frescura, el origen y los métodos de producción sostenibles.

- **Tendencias de consumo y oportunidades de mercado:**

Analizar las tendencias actuales de consumo relacionadas con la miel, como el aumento de la demanda de productos naturales y orgánicos, y la creciente conciencia sobre los beneficios para la salud de la miel.

Explorar oportunidades de expansión del mercado, como la colaboración con restaurantes locales.

Identificar oportunidades de negocio: ¿Existen nichos de mercado que no estén siendo atendidos? ¿Hay nuevas tendencias en el mercado de la miel que se puedan aprovechar?

- **Desarrollo de estrategias de marketing y distribución:**

Establecer estrategias de marketing efectivas para promover la miel local, incluyendo la creación de una marca distintiva y la participación en redes sociales.

Identificar canales de distribución adecuados para llegar al mercado objetivo, como tiendas de alimentos saludables, mercados locales y plataformas digitales.

## Metodología

Revisión de fuentes secundarias: Se recopilará información sobre el mercado de la miel en México y en Temascalapa a partir de fuentes secundarias como INEGI, SIAP, etc.

Encuestas: Se realizarán encuestas a los consumidores de miel en Temascalapa para conocer sus necesidades y preferencias.

Resultados:

El estudio de mercado permitirá obtener información valiosa sobre el mercado de la miel en Temascalapa, la cual podrá ser utilizada por las empresas para tomar decisiones estratégicas (KPI's) sobre su producción, distribución, marketing y precios.

## Conclusiones

El estudio de mercado permitirá determinar si existe una oportunidad de crecimiento de negocio para la producción y venta de miel en Temascalapa.

## Amenazas y oportunidades de la industria de la Miel

Tendencias Esenciales que Apoyan el Desarrollo del Mercado de Miel en México

### Aumento de las exportaciones de miel de México

México se encuentra entre los principales exportadores de miel a nivel mundial y actualmente ocupa el quinto lugar. Según el titular de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, Víctor Villalobos Arámbula, la producción de miel en México representó más de 65,500 toneladas en 2022, lo que implicó un incremento en el volumen total de producción de miel de alrededor de 5.8% en comparación con el año anterior, 2021. De esta producción total, más del 50% de la miel se exporta al mercado global, lo que a su vez impacta positivamente las perspectivas del mercado de miel en México. Además de esto, los ingresos generados por las exportaciones de miel de México en 2022 representaron alrededor de USD 122 millones, siendo los principales destinos de exportación Estados Unidos, Suiza, Alemania, y Arabia Saudita, entre otros. México cuenta con una alta diversidad de ecosistemas, fauna, cultivos y flora, debido a lo cual tiene condiciones altamente favorables para el cultivo de miel orgánica y de alta calidad apta para la exportación a nivel mundial.

### Creciente aplicación en la industria farmacéutica

El amplio uso de la miel en la industria farmacéutica es una tendencia clave del mercado de miel en México. La miel es conocida por sus propiedades cicatrizantes. Puede ayudar a curar heridas crónicas y úlceras y a eliminar rápidamente las infecciones. Aplicada sobre las heridas, estimula el proceso de cicatrización y la regeneración de los tejidos, al tiempo que reduce la inflamación. La creciente demanda de remedios naturales y ecológicos ha impulsado aún más el uso de la miel en productos medicinales, ya que los

consumidores buscan alternativas a los medicamentos sintéticos. Esta tendencia ha llevado a un aumento de la demanda de miel en México, impulsando a los productores a innovar con medicamentos y cosméticos a base de miel. Según el pronóstico del mercado de miel en México, es probable que la investigación en curso sobre los compuestos específicos y los mecanismos detrás de los beneficios para la salud de la miel impulsen aún más su adopción en la industria farmacéutica.

### Análisis del Mercado de Miel en México

El mercado de miel en México alcanzó un valor de alrededor de USD 414.22 millones en 2023. Se prevé que el mercado crezca a una tasa de crecimiento anual compuesta del 2.7% entre 2024 y 2032, para alcanzar un valor de 527.48 millones de USD en 2032.

La miel es un alimento líquido y dulce producido por las abejas melíferas a partir del néctar de las flores. La miel es conocida por sus amplias aplicaciones y beneficios terapéuticos, ya que es un agente antioxidante, antiinflamatorio, y antibacteriano.

El tamaño del mercado de miel en México está aumentando debido a su creciente aplicación en productos de panadería y confitería, al amplio uso de la miel como sustituto del azúcar y a la creciente demanda de miel





orgánica. La miel se considera uno de los mejores sustitutos del jarabe de azúcar y puede utilizarse directamente como ingrediente de confitería. La creciente prevalencia de los caramelos, galletas, cereales, y crackers de miel está diversificando aún más sus aplicaciones en el sector de la panadería. Gracias a su alto contenido en fructosa, la miel proporciona un horneado uniforme con una corteza marrón uniforme incluso a bajas temperaturas. En México, la miel también se utiliza ampliamente en postres tradicionales como la sopapilla y el flan de miel mexicano, lo que hace aún más necesaria su demanda y lleva al crecimiento del mercado de miel en México.

Además, la creciente conciencia de la salud y el aumento de la demanda de alimentos funcionales están impulsando aún más la demanda de miel en México. Muchas personas están incorporando la miel a su dieta diaria debido a sus numerosos beneficios para la salud y sus propiedades funcionales. Los efectos antimicrobianos, antitumorales, y antioxidantes de la miel y su riqueza en minerales esenciales como magnesio, potasio y calcio llevan a un aumento de su consumo en la región. Aparte de esto, la creciente preferencia por la miel producida orgánicamente, tanto a nivel nacional como mundial, está aumentando la cuota del mercado de miel en México. La miel ecológica se produce sin miticidas químicos para tratar a las abejas y a partir del néctar de plantas de cultivo ecológico, cultivadas sin utilizar pesticidas ni insecticidas sintéticos. México cultiva alrededor de 1150 toneladas de miel con certificación orgánica, lo que representa alrededor del 5% de las exportaciones mexicanas de miel. Esta miel de origen ético, que no daña el medio ambiente ni el cuerpo humano, está experimentando un importante aumento de la demanda, ampliando aún más el mercado de la miel en México.

## Análisis de competidores

### Competidores directos de miel Copca

- Otros productores de miel.
- Marcas de miel que están a la venta en supermercados como Walmart, Chedraui, Bodega Aurrera, Soriana, etc.
- Vendedores de miel en los tianguis.

### Competidores indirectos

- Tiendas naturistas
- Productos alternativos a la miel como lo son:
  - Jarabe de maple
  - Siropes artificiales
  - Azúcar
  - Stevia.

## Oferta

| Precio                            |                   |              |
|-----------------------------------|-------------------|--------------|
| Competidores directos             |                   |              |
| Otros productores                 | 500g / 1kg        | \$60 / \$120 |
| Marcas                            | 300g / 500g       | \$65 / \$80  |
| Tianguis                          | 500g / 1kg        | \$60 / \$110 |
| Competidores indirectos           |                   |              |
| Tiendas naturistas                | 300g / 600g       | \$80 / \$250 |
| Productos alternativos a la miel. | Jarabe de maple   | \$50 / \$250 |
|                                   | 500ml / 1L        |              |
|                                   | Azúcar 1kg / 2 kg | \$50 / \$100 |

## Calidad

### Otros productores:

La calidad de los productores depende de que el proceso de extracción sea cuidadoso, tomando en cuenta el cuidado que se tiene con las colmenas y que la miel no sea adulterada o que haya pasado por procesos de calentamiento ni filtrado.

### Marcas:

Las mejores marcas de miel en México, según la Profeco en un estudio del 2018 son:

- Great Value
- Altea
- Carlota
- Aires de Campo
- Extra Special
- Productos de la montaña
- proMesa



Estas marcas obtuvieron 100 puntos, tomando en cuenta los siguientes parámetros evaluados:

TABLA DE PONDERACIÓN

| Parámetro evaluado        | Puntaje |
|---------------------------|---------|
| Información al consumidor | 2       |
| Veracidad de información  | 3       |
| Contenido neto            | 10      |
| Humedad                   | 5       |
| Cenizas                   | 5       |
| Sólidos solubles          | 5       |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| Acidez               | 2   |
| Azúcares             | 5   |
| Sacarosa             | 3   |
| Autenticidad de miel | 40  |
| Mesofilicosaerobios  | 4   |
| Hongos               | 11  |
| Levaduras            | 5   |
| Total                | 100 |

### **Tiendas naturistas:**

Los productos de las tiendas naturistas se someten al pensamiento de que la miel sea pura sin someterse a ningún tipo de proceso que altere los beneficios de la miel.

Algunas tiendas naturistas se asocian con los productores de miel y venden directamente el producto.

Tomando esto en cuenta, la calidad de la miel en las tiendas naturistas varea dependiendo del proveedor.

### **Fortalezas y debilidades de Miel Copca**

Las fortalezas de Miel Copca abarcan los aspectos de transparencia que se practican con los clientes y la forma en la que se relacionan con sus principales consumidores.

Las debilidades de Miel Copca recaen en el ámbito de la producción, debido a la calidad que maneja, es que se podría incrementar el costo de la producción.

Las fortalezas y debilidades de Miel Copca se especifican en el Análisis Interno.

## Estrategia de marketing de Miel Copca

Miel Copca es un negocio que tiene una relación significativa con sus consumidores, quienes son fieles al producto.

La principal fuente de promoción del negocio son los mismos clientes fieles, ya que son quienes recomiendan a otras personas comprar en Miel Copca.

El tema de estrategia de marketing se especifica en el Análisis Interno.

# Análisis Interno

## Nombre de la empresa

### Miel Copca

El negocio se llama así a causa del propietario Felipe Copca, quien inicio el negocio en 1982, y como una estrategia para captar la atención y la confianza de clientes que lo conocían decidió colocarle su apellido.

## Ubicación

El negocio Miel Copca se ubica en Ignacio Zaragoza 7, San Antonio, 55980 Temascalapa, Méx. El negocio es la misma ubicación que la casa del propietario en ese lugar él cuenta con una bodega y un cuarto donde realiza el proceso de purificación, para separar las impurezas de la miel que recolecta de las colmenas.

## Logotipo

La empresa no cuenta con logotipo y eslogan. El logotipo y el eslogan son elementos fundamentales en la construcción y promoción de una marca, estos comparten la identidad de la empresa, así como los valores que la empresa practica en sus operaciones diarias.



Como una estrategia de Marketing se desarrolla y crea el logotipo y eslogan de la empresa Miel Copca con base a las respuestas brindadas en la entrevista previamente realizada a los propietarios del negocio. La imagen de una abeja dibujada en estilo folclórico refleja el proceso artesanal de la producción de la miel.

## Eslogan

**“El dulce sabor de la naturaleza en cada gota.”**

El eslogan hace referencia al producto principal, la frase "el dulce sabor" resalta la característica de la miel, la palabra "naturaleza", sugiere que el producto es 100% natural y que está en paz con el medio ambiente.

El eslogan sugiere que el producto ofrece un valor añadido más allá de simplemente ser dulce. Al mencionar "el sabor de la naturaleza", se indica una idea de pureza y autenticidad.

La frase es breve y pegajosa, lo que facilita su memorización y recuerdo por parte de los consumidores ayudando que el eslogan se convierta en una parte integral de la identidad de la empresa.

## Misión

Para el desarrollo de elección e implementación de estrategias es necesario conocer el propósito principal del negocio, la evolución de la misión permitirá expresar de forma clara la relevancia del negocio que tiene actualmente. Para la nueva misión consideramos las respuestas brindadas por los propietarios en la entrevista.

**Misión antigua:** Crear productos de alta calidad para nuestros clientes.

**Misión actual:** Ofrecer a nuestros clientes la experiencia más auténtica y natural en el consumo de miel.

Nos comprometemos a proporcionar productos de alta calidad, obtenidos de manera ética y sostenible, directamente de las colmenas a su mesa. Buscando en el proceso promover un estilo de vida saludable y consciente.

## Visión

Para conocer a donde quiere llegar el negocio es necesario conocer su visión, la actualización de esta permite establecer estrategias orientadas a los objetivos del negocio.

**Visión antigua:** Ser el productor número uno de miel en México.

**Visión actual:** Convertirnos en líderes reconocidos a nivel mundial en la producción y comercialización de miel 100% natural.

Visualizamos un futuro en el que Miel Copca sea sinónimo de confianza, donde cada producto represente la esencia pura y deliciosa de la naturaleza.

## Valores

1. **Calidad:** Compromiso con la producción y comercialización de miel de la más alta calidad.
2. **Sostenibilidad:** Prácticas agrícolas sostenibles que respeten y protejan el medio ambiente.
3. **Naturaleza:** Respeto por la naturaleza y sus procesos.
4. **Bienestar animal:** Compromiso con el bienestar de las abejas, garantizando condiciones adecuadas de vida.
5. **Responsabilidad social:** Contribución al desarrollo y bienestar de las comunidades locales.
6. **Transparencia:** Acción con transparencia y honestidad, proporcionando información clara.
7. **Cuidado del cliente:** Atención personalizada
8. **Ética empresarial:** Apego a principios éticos y valores morales en todas las decisiones y acciones.



## Objetivos

### A largo plazo

- Incrementar la capacidad de producción para satisfacer la creciente demanda del mercado.
- Maximizar la rentabilidad del negocio mediante la optimización de los costos, la eficiencia operativa y la gestión prudente de los recursos financieros.

### A corto plazo

- Implementar estrategias para mantener a los clientes existentes satisfechos y convertirlos en clientes leales.
- Identificar áreas donde se puedan reducir los costos de producción sin comprometer la calidad del producto.
- Aumentar el número de colmenas en un 20%

## Ventaja Competitiva

**Sostenibilidad y Transparencia:** Miel Copca de miel 100% natural se compromete a seguir prácticas de apicultura sostenibles y transparentes. Esto incluye:

- **Origen de la miel:** Miel Copca garantiza que todas sus colmenas se encuentren en áreas no contaminadas.
- **Prácticas de recolección:** Se implementan prácticas de recolección cuidadosas para minimizar el estrés en las abejas y preservar la salud de las colonias.

- **Transparencia en el proceso de producción:** El negocio ofrece a los clientes acceso a información detallada sobre el proceso de producción de la miel.

## Análisis de ventaja competitiva

Análisis FODA para la ventaja competitiva de Miel Copca

| Fortalezas  | Oportunidades  |
|---|--|
| <p><b>Diferenciación clara:</b> Los consumidores cada vez son más conscientes de la salud y el medio ambiente.</p> <p><b>Reputación positiva:</b> El enfoque en la sostenibilidad y la transparencia puede generar una reputación positiva para el negocio.</p> | <p><b>Expansión del mercado:</b> La conciencia sobre los problemas ambientales y la importancia de la sostenibilidad, ocasionan un crecimiento en el mercado de productos naturales.</p> <p><b>Alianzas estratégicas:</b> El compromiso con la sostenibilidad y la transparencia puede abrir oportunidades para colaboraciones estratégicas.</p> |
| Debilidades   | Amenazas   |
| <p><b>Costos más altos:</b> Implementar prácticas sostenibles y mantener altos estándares de transparencia puede aumentar los costos de producción.</p>   | <p><b>Educación del consumidor:</b> El negocio puede enfrentar el desafío de educar a los consumidores sobre los beneficios de elegir una miel 100% natural y sostenible.</p>  |

Centrarse en la sostenibilidad y la transparencia puede proporcionar al negocio Miel Copca una ventaja competitiva significativa al diferenciarse en el mercado y atraer a consumidores preocupados por el medio ambiente.

## Mercadotecnia

### Promoción y publicidad

La empresa Miel Copca para la promoción de su producto utiliza dos estrategias principales de marketing, las cuales son:

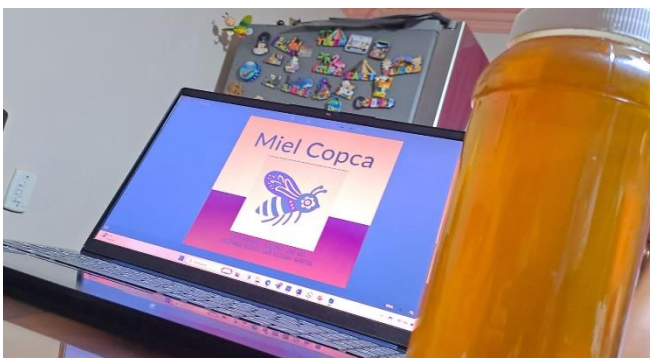
#### **Estrategias de fidelización**

Esta estrategia mantiene a los consumidores cercanos a la marca. Su implementación evitará que se vayan con la competencia. Para la relación con los clientes Miel Copca personaliza la relación con cada cliente, dependiendo de su frecuencia y lealtad podrá obtener descuentos o promociones. (hubspot, 2023)

#### **Estrategia de marketing de boca en boca**

La estrategia consiste en que el cliente se convierte en un embajador de la marca. Miel Copca premia a sus clientes que recomienden sus productos con promociones especiales o con producto adicional en sus compras. (hubspot, 2023)

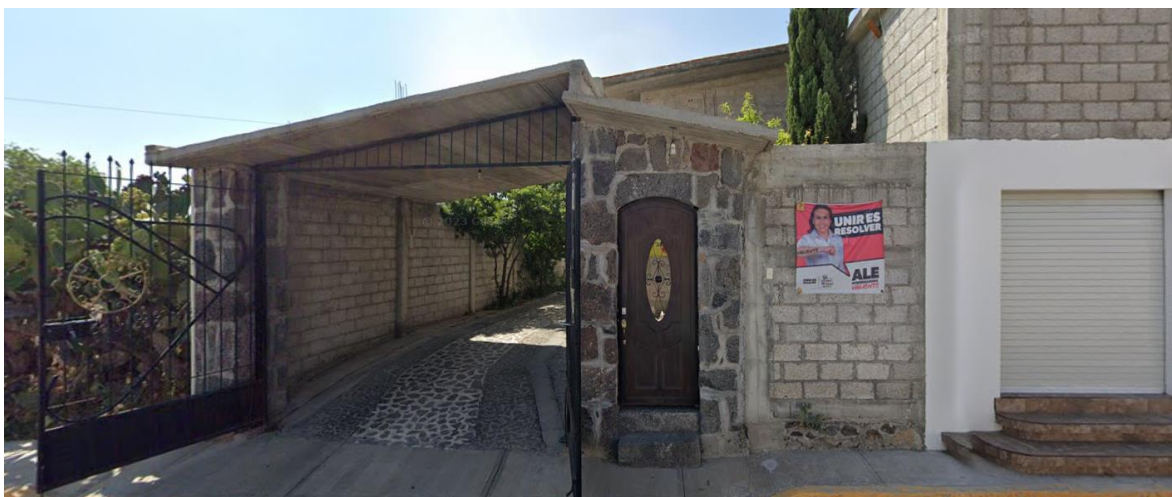
Al combinar estrategias de fidelización con tácticas efectivas de boca en boca, se crea un sólido impulso para el negocio Miel Copca permitiendo cultivar una base de clientes leales y entusiastas.



El negocio cumple con transmitir de manera eficaz la importancia de la satisfacción de los clientes.

## Distribución

Miel Copca distribuye sus productos mediante la venta directa y la venta al menudeo. Esto se traduce en la venta de miel en tiendas físicas propias, mercados locales, etc. La tienda principal está ubicada en Temascalapa, ahí asisten los clientes que adquieren el producto para venderlo en otras zonas, logrando que Miel Copca abarque más mercado.



*Tienda principal de Miel Copca, en este lugar se encuentra el almacén y máquinas para el proceso de purificación de miel.*

## Ventajas

- **Flexibilidad en la estrategia de precios y promociones:** Miel Copca tiene la libertad de establecer sus propios precios, promociones o descuentos según sea necesario. Cada cliente dependiendo de sus características como lealtad o frecuencia reciben promociones personalizadas.
- **Conexión directa con la comunidad local:** Las ventas directas brindan la oportunidad de construir relaciones sólidas con tu comunidad local
- **Control total sobre la experiencia del cliente:** Al vender directamente al consumidor, disponemos de un control total sobre cómo se presenta tu producto.

- **Retroalimentación directa del cliente:** Al interactuar directamente con los clientes, tenemos la oportunidad de obtener retroalimentación instantánea sobre tu producto.

## **Desventajas**

- **Alcance limitado:** Miel Copca solo dispone brindar el servicio de ventas directas en el municipio de Temascalapa.
- **Competencia con otros canales de distribución:** Las grandes empresas utilizan canales de distribución enfocados en la cantidad de mercado abarcado.
- **Mayor responsabilidad logística:** Como negocio de ventas directas, Miel Copca se hace responsable de su logística, desde la producción hasta la distribución y el cumplimiento de pedidos.

Miel Copca como un negocio de ventas directas de miel 100% natural, revela una serie de ventajas y desafíos clave. Las ventas directas ofrecen a Miel Copca un control total sobre la experiencia del cliente, márgenes de beneficio más altos, retroalimentación directa del cliente, flexibilidad en la estrategia de precios y promociones. Sin embargo, enfrenta desafíos relacionados con el alcance geográfico limitado, la responsabilidad logística aumentada, la dependencia de la temporada y eventos locales, y la competencia con otros canales de distribución.

Al abordar los desafíos con estrategias efectivas y aprovechar al máximo las oportunidades que brindan las ventas directas, Miel Copca puede impulsar el crecimiento y el éxito sostenible de su negocio.

## Proceso de producción

### Especificación del producto

Las especificaciones del producto incluyen una variedad de detalles que describen sus características únicas y garantizan su autenticidad y calidad. Las especificaciones son las siguientes.

- Debe ser producida exclusivamente por abejas a partir del néctar de las flores.
- No debe contener aditivos, conservantes, ni edulcorantes artificiales.
- Cumplimiento con las normativas locales y nacionales de seguridad alimentaria y calidad.
- Debe tener un sabor dulce característico, con matices que pueden variar según la floración predominante en la zona de producción.
- Envasada en recipientes limpios y seguros para alimentos que preserven su frescura y calidad.

Estas especificaciones son vitales para garantizar la calidad y la autenticidad de la miel 100% natural. Proporcionan información importante tanto para los consumidores como para los productores.



## Proceso de producción

El proceso de producción y recolección de miel implica una serie de pasos ordenados para garantizar la calidad y la pureza del producto.

El proceso de producción que realiza el negocio Miel Copca es el siguiente.

- 1. Selección del Sitio de Colmena:** Análisis minucioso del lugar donde se ubicarán las colmenas. Esto puede incluir áreas con abundante flora y fauna, lejos de fuentes de contaminación y pesticidas.
- 2. Instalación de las Colmenas:** Las colmenas se instalan en el lugar seleccionado, proporcionando un hogar seguro y protegido para las abejas.
- 3. Cuidado de las Abejas:** Durante todo el proceso, se cuida y monitorea el bienestar de las abejas. Esto incluye proporcionar suficiente agua, controlar la salud de la colmena y protegerlas de enfermedades y depredadores.
- 4. Polinización:** Las abejas recolectan néctar de las flores como fuente de alimento. Mientras recolectan néctar, también polinizan las flores, lo que es crucial para el ciclo de vida de muchas plantas.
- 5. Recolección del Néctar:** Las abejas recolectan néctar de las flores y lo almacenan en su estómago. Una vez que el estómago de la abeja está lleno, regresa a la colmena para depositar el néctar en las celdas de la colmena.
- 6. Elaboración de la Miel:** Una vez que el néctar se deposita en las celdas de la colmena, las abejas obreras lo procesan mediante la adición de enzimas y de su propio néctar.
- 7. Sellado de las Celdas:** Una vez que la miel está lista, las abejas obreras sellan las celdas con cera de abeja para protegerla y preservarla.



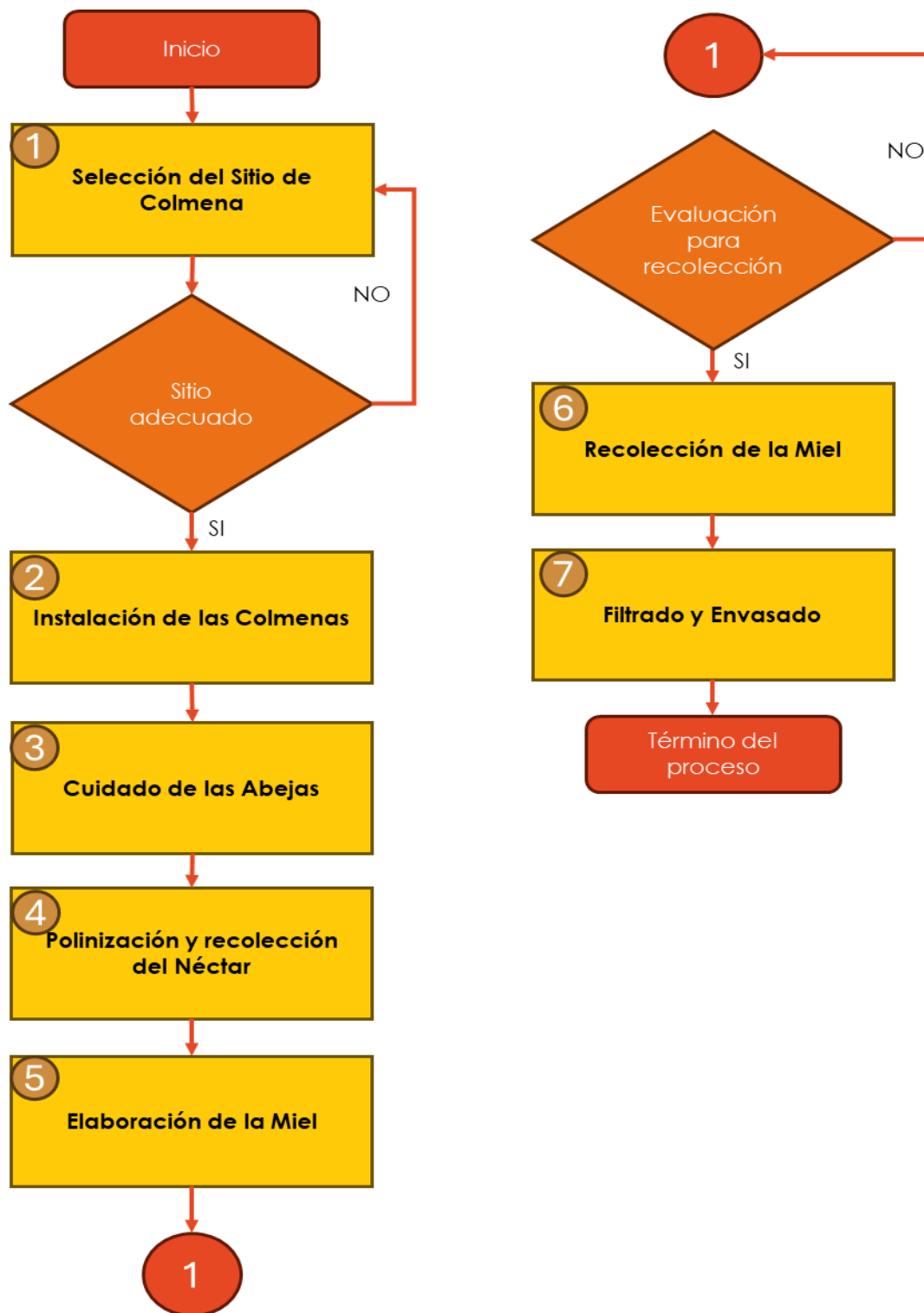
- 8. Recolección de la Miel:** La miel madura se recolecta de las colmenas. Esto se hace mediante el uso de centrifugadoras para extraer la miel de los panales o mediante métodos de extracción más tradicionales.
- 9. Filtrado y Envasado:** La miel recolectada se filtra para eliminar impurezas como cera y partículas de polen. Luego, se envasa en recipientes limpios y seguros para alimentos.

3 cajones de abejas producen 20 litros en 15 días, el proceso de recolección, purificación y envasado demandan un día de trabajo, actualmente el negocio Miel Copca produce cerca de 50 a 80 litro en un mes, esto dependiendo de factores como la temperatura y la humedad.



*Proceso de envasado para venta*

### Diagrama de flujo de proceso



## Materia prima

### Colmenas y Equipos Apícolas:

- Colmenas: Estructuras donde las abejas viven y producen miel. Miel Copca cuenta con 300 colmenas sanas.
- Marcos: Estructuras dentro de las colmenas donde se construyen los pañales. Miel Copca cuenta con un taller para la creación de los marcos.
- Ahumador: Utilizado para calmar a las abejas durante la manipulación de las colmenas.

### Trajes de Protección y Equipo de Seguridad:

- Traje de apicultor: Miel Copca proporciona a cada uno de sus trabajadores la protección necesaria para evitar las picaduras.
- Guantes: Para proteger las manos del apicultor.
- Velos: Mallas protectoras para la cabeza y el rostro.

En resumen, el negocio Miel Copca considera todas las medidas de seguridad para el cuidado de sus empleados y de las abejas.

### Alimentación para las Abejas:

- Azúcar: Utilizado como alimento suplementario para las abejas durante épocas de escasez de néctar.
- Jarabes: Mezclas de agua y azúcar utilizadas como alimento para las abejas durante el invierno o períodos de sequía.

Es necesario considerar productos designados para alimento de abejas, si esto no es así y no se toman todas las medidas necesarias, lejos de alimentar a las abejas, puede ocasionar que la colmena enferme o que

depredadores detecten esta fuente de alimento, lo que vuelve vulnerable a la colmena.

### **Envases y Etiquetas:**

- Miel Copca tiene un proveedor de envases de plástico diseñados para el almacenamiento de miel, considerando todas las medidas de sanidad.

### *Equipo de instalación*



#### **Extractor de Miel:**

Este equipo es fundamental para extraer la miel de los panales. Funciona girando los marcos llenos de miel a alta velocidad, lo que hace que la miel salga de las celdas y se recolecte en un recipiente.

### **Tanque de Decantación:**

Después de la extracción, la miel cruda se coloca en un tanque de decantación para permitir que las partículas de cera y otros residuos más pesados se asienten en el fondo. Esto facilita la separación de la miel pura de las impurezas antes del siguiente paso de filtrado.



#### **Calentador de Miel :**

En algunas situaciones, se puede utilizar un calentador de miel para suavizar la miel cristalizada o para facilitar el proceso de envasado.

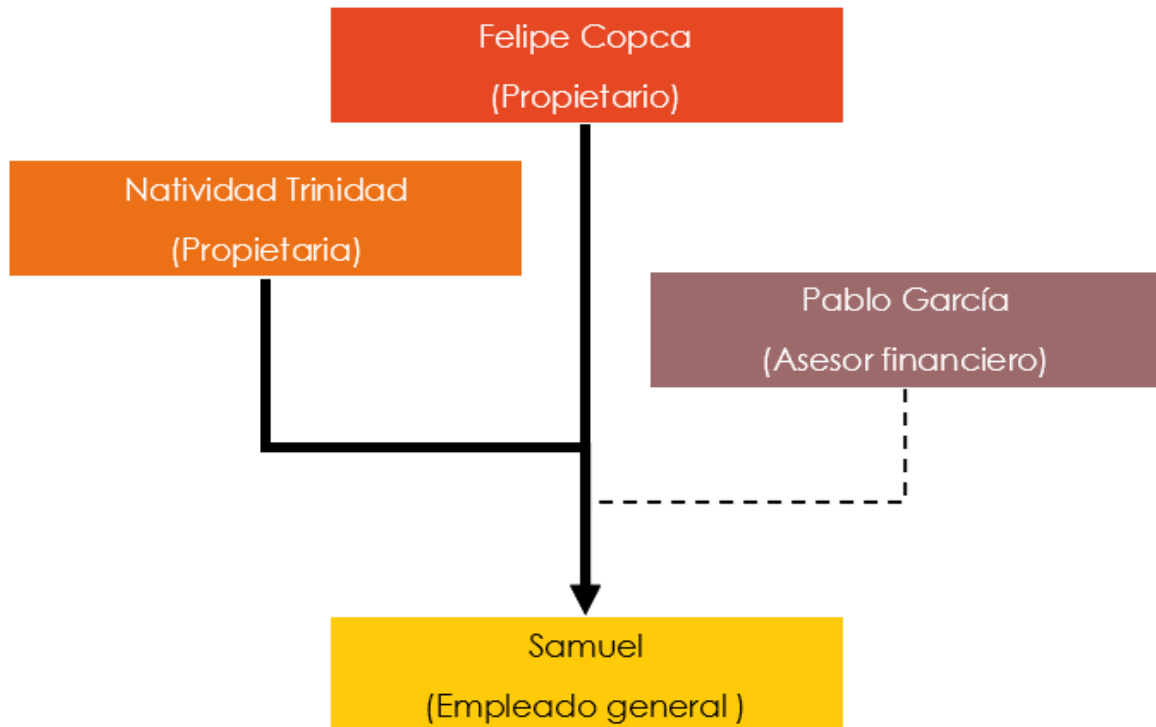
## Diseño y distribución de planta

La empresa se conforma de las siguientes 5 áreas:

1. **Taller:** Lugar donde se realizan las actividades de preparación y mantenimiento de cajones para las colmenas, se llevan a cabo la creación de marcos donde se almacena la miel.
2. **Zona de purificación y envasado:** Se lleva a cabo la actividad de filtración y reposo, para continuamente envasarlo.
3. **Almacén:** Espacio reservado para la materia prima, botes, envases, trajes y demás herramientas necesarias para la recolección de miel.
4. **Estacionamiento:** Lugar de reposo de automóviles, camionetas y motos utilizados para la distribución del producto.
5. **Baño:** Donde el empleado puede colocarse su uniforme y/o equipo de seguridad, además de hacer sus necesidades fisiológicas.



## Estructura organizacional



## Descripción de puestos

### Propietario y propietaria:

- Elaboración y Ejecución de Estrategias: Desarrollar planes estratégicos a largo plazo para el crecimiento y la rentabilidad de la empresa.
- Gestión de Recursos Humanos: Supervisar la contratación, capacitación y desarrollo del personal.
- Dirección y Coordinación: Supervisar los distintos departamentos de la empresa, como ventas, marketing, finanzas, etc.
- Desarrollo de Productos y Servicios: Participar en la planificación y desarrollo de nuevos productos o servicios.
- Gestión de Crisis: Liderar la empresa durante situaciones de crisis o emergencias, tomando decisiones rápidas y efectivas.

- Cumplimiento Legal y Ético: Garantizar que la empresa cumpla con todas las leyes y regulaciones aplicables.
- Representación Externa: Actuar como la cara pública de la empresa.

### **Asesor financiero:**

- Análisis Financiero Personalizado: Evaluar la situación financiera actual, incluyendo ingresos, gastos, activos, deudas, y objetivos financieros.
- Desarrollo de Estrategias Financieras: Crear planes financieros personalizados que ayuden al cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Asesoramiento en Inversiones: Proporcionar recomendaciones sobre cómo invertir dinero de manera inteligente.
- Planificación Patrimonial: Ayudar al negocio a gestionar y proteger su patrimonio.
- Seguimiento y Revisión Continua: Realizar revisiones periódicas de la situación financiera del negocio y ajustar sus planes y estrategias según sea necesario.

### **Empleado General:**

- Fabricación de cajones y marcos para las colmenas.
- Apoyo en la cosecha de miel.
- Auxiliar en la purificación de la miel.
- Envasador y preparación del producto final.
- Supervisión de las colmenas.

## Finanzas

### Estados financieros

#### Estado de Costo de Producción y ventas

| Estado de Costo de Producción y Ventas |                   |            |            |
|--|-------------------|------------|------------|
|  | Materia Prima     | \$500.00   |            |
| +                                      | Mano de Obra      | \$6,500.00 |            |
| =                                      | Costo Primo       |            | \$7,000.00 |
|  | Renta             | \$0        |            |
| +                                      | Servicios         | \$1,000.00 |            |
| =                                      | Cargos indirectos |            | \$1,000.00 |
|  | Costo de Venta    |            | \$8,000.00 |

| Comprobación        |          |            |
|---------------------|----------|------------|
| CT=                 | \$100.00 |            |
| Producción Mensual= | 80       | \$8,000.00 |

Un costo de producción bajo y estable es fundamental para garantizar la rentabilidad a largo plazo y la competitividad en el mercado. Al implementar estrategias efectivas para reducir los gastos y optimizar los procesos de producción, se pueden obtener una gran cantidad de beneficios, como, por ejemplo:

- **Mejora de la Rentabilidad:** Al reducir los costos de producción, se aumenta el margen de beneficio por unidad vendida.
- **Competitividad en el Mercado:** Precios más bajos y una posición financiera sólida pueden ayudar a tu negocio a competir de manera efectiva en el mercado.



- **Estabilidad Financiera:** Un costo de producción bajo y estable proporciona una base sólida para la estabilidad financiera del negocio, lo que facilita la planificación a largo plazo.
- **Mejora de la Imagen de la marca:** Un negocio que opera con costos de producción bajos y prácticas sostenibles puede mejorar su reputación entre los consumidores.

### Flujo de efectivo

| Del 1 de Enero al 31 de Marzo de 2023           |                               |             |             |             |
|---|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|
|   |                               | MES 1       | MES 2       | MES 3       |
|   | Saldo inicial                 |             | \$3,200.00  | \$6,400.00  |
| Entradas de operación                           |                               |             |             |             |
| Sumar   | Inversión inicial             | \$35,000.00 |             |             |
|   | Ventas                        | \$11,200.00 | \$11,200.00 | \$11,200.00 |
| Total   | Total de entrada              | \$46,200.00 | \$14,400.00 | \$17,600.00 |
| Salidas del financiamiento e inversión          |                               |             |             |             |
| Sumar   | Materia prima                 | \$500.00    | \$500.00    | \$500.00    |
|   | Compra de maquinaria y equipo | \$35,000.00 | \$0.00      | \$0.00      |
|   | Rentas                        | \$0.00      | \$0.00      | \$0.00      |
|   | Servicios públicos            | \$1,000.00  | \$1,000.00  | \$1,000.00  |
|   | Publicidad y promoción        | \$0.00      | \$0.00      | \$0.00      |
|   | Salarios Operarios            | \$6,500.00  | \$6,500.00  | \$6,500.00  |
| Total   | Total de salidas              | \$43,000.00 | \$8,000.00  | \$8,000.00  |
| Saldo de flujo de efectivo al final del periodo |                               | \$3,200.00  | \$6,400.00  | \$9,600.00  |

## Estado de Resultados

| ESTADO DE RESULTADOS           |                             |                 |                 |                 |
|--------------------------------|-----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                                |                             | Mes 1           | Mes 2           | Mes 3           |
| <b>Operación para realizar</b> | Ventas                      | \$ 11,200       | \$ 11,200       | \$ 11,200       |
| <b>Menos</b>                   | Costo de ventas             | \$ 8,000        | \$ 8,000        | \$ 8,000        |
| <b>Igual</b>                   | Utilidad bruta              | \$ 3,200        | \$ 3,200        | \$ 3,200        |
| <b>Menos</b>                   | Gastos de operación         | \$ -            | \$ -            | \$ -            |
|                                | Gastos de venta             | \$ -            | \$ -            | \$ -            |
|                                | Gastos de administración    | \$ -            | \$ -            | \$ -            |
| <b>Igual</b>                   | Utilidad antes de ISR y PTU | \$ 3,200        | \$ 3,200        | \$ 3,200        |
| <b>Menos</b>                   | ISR 30%                     | \$ 960          | \$ 960          | \$ 960          |
| <b>Menos</b>                   | PTU 10%                     | \$ 320          | \$ 320          | \$ 320          |
| <b>Igual</b>                   | Utilidad Neta               | \$ 1,920        | \$ 1,920        | \$ 1,920        |
| <b>Igual</b>                   | <b>Utilidad Acumulada</b>   | <b>\$ 1,920</b> | <b>\$ 3,840</b> | <b>\$ 5,760</b> |
| <b>Igual</b>                   | <b>Impuestos acumulados</b> | <b>\$ 960</b>   | <b>\$ 1,920</b> | <b>\$ 2,880</b> |

## Balance general

| BALANCE GENERAL                   |                    |                    |                    |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                                   | ENERO              | FEBRERO            | MARZO              |
| <b>ACTIVO</b>                     |                    |                    |                    |
| Activo Circulante                 |                    |                    |                    |
| Caja y Bancos                     | \$1,880.00         | \$12,260.00        | \$20,740.00        |
| Almacén                           | \$500.00           | \$500.00           | \$500.00           |
| <b>Total de activo circulante</b> | <b>\$2,380.00</b>  | <b>\$12,760.00</b> | <b>\$21,240.00</b> |
| ACTIVO FIJO                       |                    |                    |                    |
| Maquinaria y equipo               | \$35,000.00        | \$28,000.00        | \$22,400.00        |
| Depreciación de equipo de computo | \$7,000.00         | \$5,600.00         | \$4,480.00         |
| <b>Total de activo fijo</b>       | <b>\$35,000.00</b> | <b>\$28,000.00</b> | <b>\$22,400.00</b> |
| ACTIVO DIFERIDO                   |                    |                    |                    |
| Papelería y útiles                | \$500.00           | \$0.00             | \$0.00             |
| <b>Total activo diferido</b>      | <b>\$500.00</b>    | <b>\$0.00</b>      | <b>\$0.00</b>      |
| <b>Total de activo</b>            | <b>\$37,880.00</b> | <b>\$40,760.00</b> | <b>\$43,640.00</b> |
| <b>PASIVO</b>                     |                    |                    |                    |
| Pasivo Circulante                 |                    |                    |                    |
| Impuestos por pagar               | \$960.00           | \$1,920.00         | \$2,880.00         |
| <b>Total de Pasivo</b>            | <b>\$960.00</b>    | <b>\$1,920.00</b>  | <b>\$2,880.00</b>  |
| <b>CAPITAL</b>                    |                    |                    |                    |
| Capital Social                    | \$35,000.00        | \$35,000.00        | \$35,000.00        |
| Utilidad del Ejer.                | \$1,920.00         | \$3,840.00         | \$5,760.00         |
| <b>Capital Contable</b>           | <b>\$36,920.00</b> | <b>\$38,840.00</b> | <b>\$40,760.00</b> |
| <b>Total de P.+ C.</b>            | <b>\$37,880.00</b> | <b>\$40,760.00</b> | <b>\$43,640.00</b> |

# Estrategias y recomendaciones

## Análisis FODA

| Fortalezas  | Debilidades  |
|---|--|
| <p><b>Producto de Alta Calidad:</b> La miel 100% natural es un producto de alta calidad, apreciado por su sabor, pureza y beneficios para la salud.</p> <p><b>Valor Nutricional:</b> La miel natural ofrece numerosos beneficios para la salud, incluyendo propiedades antioxidantes, vitaminas y minerales, atrayendo nuevos clientes.</p> <p><b>Sostenibilidad Ambiental:</b> La producción de miel natural se alinea con prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.</p> <p><b>Proceso de Producción:</b> El método de producción está bien estructurado facilitando el proceso de gestión y evaluación.</p> <p><b>Costo de producción:</b> El costo de producción es bajo lo que permite una ventaja competitiva significativa.</p> <p><b>Personalidad de la Marca:</b> La empresa transmite efectivamente los valores e ideas que tiene</p> | <p><b>Dependencia de Condiciones Ambientales:</b> La producción de miel está sujeta a condiciones climáticas y de floración, lo que puede afectar la disponibilidad y la calidad del producto.</p> <p><b>Competencia:</b> Actualmente existen grandes industrias que satisfacen la misma necesidad, existen diferentes endulzantes que pueden dificultar la diferenciación en el mercado.</p> <p><b>Capacidad de producción:</b> La empresa actualmente no tiene toda la capacidad para cubrir todas las necesidades del estado de México.</p> |


| presente para la producción de la miel.  |  |
|--|--|
| Oportunidades  | Amenazas   |
| <p><b>Colaboraciones con Otros Productores:</b> La colaboración con otros productores de alimentos naturales o locales puede generar asociaciones estratégicas que amplíen la distribución y visibilidad de los productos de miel natural.</p> <p><b>Mercados Internacionales:</b> La miel natural tiene demanda en mercados internacionales, lo que ofrece oportunidades de expansión y diversificación geográfica.</p> <p><b>Crecimiento del Mercado Orgánico:</b> El creciente interés en los productos orgánicos y naturales presenta una oportunidad para expandir la base de clientes y aumentar las ventas de miel.</p> | <p><b>Cambios en la Legislación y Regulación:</b> Cambios en las regulaciones gubernamentales relacionadas con la producción de miel y los estándares de calidad pueden afectar la operación del negocio y aumentar los costos de cumplimiento.</p> <p><b>Contaminación Ambiental:</b> La contaminación del aire, el suelo y el agua puede afectar la calidad y la pureza de la miel natural.</p> <p><b>Impacto de Crisis y Desastres Naturales:</b> Eventos como sequías, incendios forestales y desastres naturales pueden afectar la producción de miel y la salud de las colonias de abejas.</p> |

## Estrategia y recomendaciones para el negocio “Miel Copca”.

Consejo para maximizar la rentabilidad.

### Innovación tecnológica

Las maquinas adecuadas para hacer la miel hacen que el proceso de extracción de miel sea eficiente y fluido. A cambio se produce miel de alta calidad en grandes cantidades.

| TIPO DE MÁQUINA.   | DESCRIPCIÓN.  | PRECIO Y DURACIÓN.   |
|--|---|--|
| <p>Extractores de miel eléctricos.</p>  | <p>Las máquinas tienen un tambor giratorio donde se colocan los peines y un motor eléctrico que acciona el tambor. Los extractores de miel eléctricos son más rápidos y eficientes que las máquinas manuales para hacer miel. Estos extractores son adecuados para la producción de miel a gran escala ya que pueden extraer una gran cantidad de miel en menos tiempo.</p> | <p>\$16,773.16 a \$20,219.70</p> <p>Duración 2 año a 7años</p> |

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>Extractores de cestas radiales.</p>  | <p>Extrae la miel de los panales girándolos en dirección radial. Tienen una canasta que sujeta los peines y un motor que ayuda a que la canasta gire. Las máquinas son más minuciosas en su proceso de extracción de miel que la canasta tangencial.</p> | <p>\$17,220.000 a \$30,000 y \$50,360.99</p> <p>Duración 3 años a 8 años y hasta 12 años.</p> |
| <p>Cestas tangenciales.</p>            | <p>Consisten en una canasta que se usa para sostener los peines y un motor que acciona la canasta mientras gira. Este tipo de máquina para hacer miel extrae la miel haciendo girar los panales en dirección tangencial.</p>                             | <p>\$15,000 a \$28,000</p> <p>Duración 5 años y 11 años.</p>                                  |

## Diversificación de productos

Además de producir la miel pura, le recomendamos a los dueños de Miel Copca, considerar la posibilidad de ofrecer otros productos como:

- **Caramelos de miel:** Los caramelos además de endulzar la vida son perfectos para aliviar el malestar de garganta también cuenta con propiedades antiinflamatorias y calmantes, así mismo descongestiona las fosas nasales y fortalece al organismo.



- **Hidromiel:** Bebida a base de miel y agua potable fermentada por medio de levaduras vinicas Su fermentación es quizás una de las más antiguas, anterior al vino es la precursora de la cerveza.



- **Cremas:** Se realiza moliendo una miel ya cristalizada, para hacer los cristales más pequeños. Suelen hacerse con unas aspas especiales, que van rompiendo la masa cristalizada y le van dando la textura “untable”.



- **Jabones de miel:** Hace que la piel se mantenga hidratada en profundidad, se usa como limpiador y regenerador de la piel gracias a sus propiedades antioxidantes, también para los tratamientos de acné aporta beneficios antibacterianos y antisépticos.





- **Velas:** Están hechas de pura miel y todas las propiedades de este néctar. Además, su olor es inconfundible y su color suele estar entre un marrón y un amarillo casi dorado.



Esto puede ampliar potencialmente el aumento de los clientes provocando mayores ingresos.

## Marketing y branding

Hay que destacar la calidad y la autenticidad de “Miel Copca”, se puede implementar las siguientes estrategias:

- **Tarjetas de presentación:** Es una herramienta de negocio con la que se puede iniciar una relación con los clientes.

Se realizó una propuesta para la tarjeta de presentación ya que Miel Copca no contaba con una.



*Prototipo de la tarjeta parte delantera.*



*Prototipo de la tarjeta parte trasera*

- **Logotipo en el envase:** Es un elemento fundamental en la publicidad, como principal función del logotipo es identificar a una empresa o a una marca, permitiendo a los clientes identificarla fácilmente.



*Envase sin logotipo.*

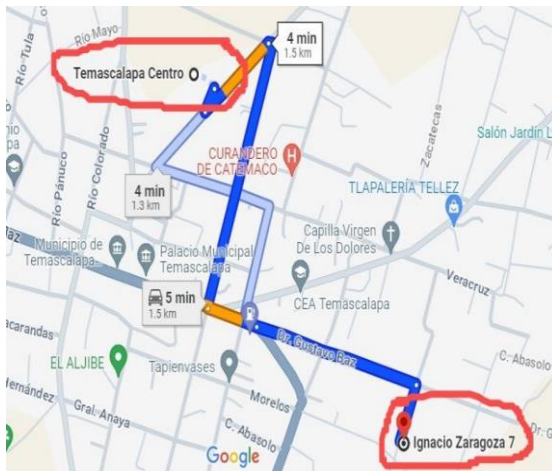


*Envase con el prototipo del logo.*

## Diversificación geográfica

También se les sugiere a los dueños de “Miel Copca” la posibilidad de expandir el negocio a otras regiones, teniendo un mayor alcance de los clientes.

- **Temascalapa Centro:** Temascalapa Centro, 55980 Temascalapa, Méx. Este punto es sumamente importante ya que en el centro hay una mayor conglomeración de personas, con ello se puede tener un mayor alcance de clientes. Podemos observar en la imagen geográfica la poca distancia que existe entre la ubicación de Miel Copca y el Centro de Temascalapa es relativamente corta y poco tiempo de traslado.

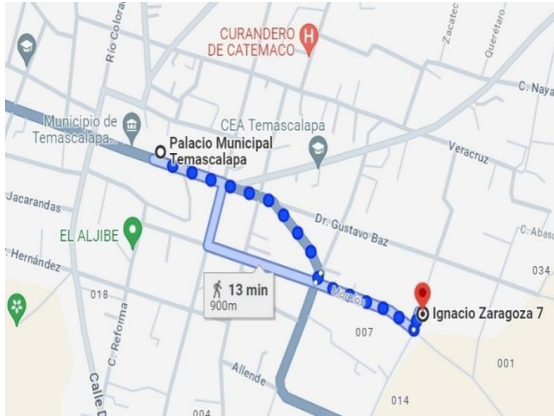


Distancia entre “Miel Copca” y el Centro de Temascalapa.



Centro de Temascalapa.

- **Palacio Municipal de Temascalapa:** Dr. Gustavo Baz, San Miguel, 55980 Temascalapa, Méx. Es el segundo punto más importante de Temascalapa, es muy recurrente entre la población. No es necesario gastar combustibles de gasolina ya se encuentra cerca.

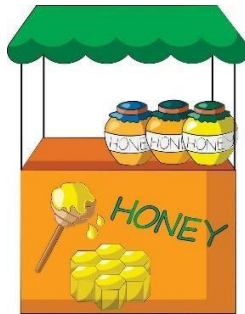


Ubicación geográfica.



Palacio Municipal de Temascalapa.

1. Con las posibles ubicaciones, sería ideal colocar un pequeño puesto movable cerca de los lugares ya antes mencionados.



Si hubiese inconvenientes con la posibilidad del pequeño puesto movable se implementaría una segunda estrategia.

2. Dar pequeñas muestras de "Miel Copca" sin afectar las ganancias así como los productos y los combustibles de traslado.



Como tercera estrategia se encuentra:

3. Dar tarjetas de presentación y/o volantes a las personas que se encuentre en el Centro o en el Palacio Municipal de Temascalapa.

## Análisis de la aplicación de KPI's

Dirigir un negocio exitoso de producción de miel implica rastrear varias métricas para garantizar el crecimiento y la rentabilidad. En la actualidad, la empresa ha mantenido una posición estable en el mercado, sin embargo, el mercado está demandando cada vez más innovación, lo que significa que Miel Copca necesita mantener su forma constante.

En la Empresa Miel Copca se elaboran las siguientes métricas: volumen de producción de miel, ingresos de ventas de miel, calificación satisfacción del cliente, números de nuevos clientes adquiridos, valor de pedido promedio, calidad de la miel, rendimiento por colmena.

Al monitorear estos KPI's el apicultor Felipe Copca y su asociada la Sra., Natividad Trinidad toman decisiones informadas para optimizar sus operaciones y lograr un mayor éxito.

## Ingresos de ventas de miel

El indicador de rendimiento clave de ingresos por ventas de miel mide los ingresos totales generados por la venta de productos de miel en un periodo de tiempo específico. Proporciona información sobre el desempeño financiero de la Empresa Miel Copca y ayuda a identificar en que áreas puede dar mejoras e identificar tendencias.

El seguimiento de los ingresos por ventas de miel permite al apicultor Felipe Copca evaluar la efectividad de sus estrategias de ventas y monitorear la salud general de su negocio.

Al analizar estos datos de ingresos, puede identificar el crecimiento de la empresa. Para evaluar el desempeño del negocio, es importante comparar sus ingresos de ventas con puntos de referencia de otros productores de miel, así pueden identificar si se desempeña por encima o por debajo del promedio. Para calcularlo se utiliza la siguiente fórmula:

***Ingresos de ventas de miel = Cantidad total vendida X precio de venta promedio.***

Ingresos de ventas de miel = 20 litros X \$140.00 precio de venta

Ingresos de ventas de miel = \$ 2,800.00



“La cantidad total vendida” representa la cantidad acumulada de productos de miel vendidos dentro del periodo de tiempo definido, mientras que “el precio de venta promedio” denota el precio promedio al que se vendieron los productos de miel. Multiplicar estos valores da como resultado los ingresos por ventas de miel.



## Calificación de satisfacción del cliente

La calificación de satisfacción al cliente es un indicador clave de rendimiento que mide el nivel de satisfacción que los clientes tienen con los productos de miel. Indica que tan bien cumple el producto con las expectativas del cliente y puede usarse para tomar decisiones informadas para mejorar el producto.

El seguimiento de la calificación de satisfacción del cliente permite a una empresa comprender qué tan bien satisface las necesidades del cliente e identificar áreas para mejorar.

Puede ayudar a construir lealtad del cliente, mejorar la retención de los clientes y aumentar el rendimiento general del negocio.

Para calcular el índice de satisfacción del cliente, se usa la siguiente fórmula:

$$\text{Calificación de satisfacción del cliente} = \frac{\text{número de clientes satisfechos}}{\text{número total de encuestados}} \times 100$$

$$\text{Calificación de satisfacción del cliente} = \frac{68}{80} \times 100 = 85 \%$$



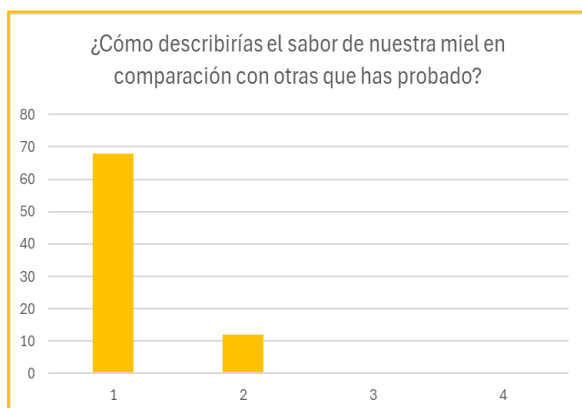
Calificación de satisfacción del cliente = 85 %

## Encuesta de satisfacción

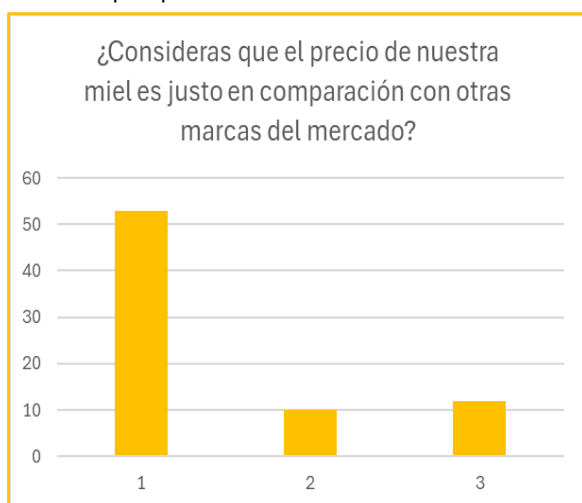
Para esta métrica se encuestó a 80 clientes de los cuales solo 68 concluyeron de forma satisfactoria la encuesta, mencionando que la miel es de excelente calidad y que en comparación al sabor con otros productos de igual similitud es 100 % natural. Los otros 12 comentaron que el producto es bueno pero un poco elevado el precio.



Encuesta que se usó para adquirir la información.



Fuente propia



Fuente propia



1º ¿Cómo describirías el sabor de nuestra miel en comparación con otras que has probado?

☐ Excelente ☐ Bueno ☐ Regular ☐ Malo

2º ¿Consideras que el precio de nuestra miel es justo en comparación con otras marcas del mercado?

☐ Es accesible ☐ es regular ☐ es muy elevado

3º ¿El aspecto de calidad de nuestra miel al momento de realizar su compra es?

☐ Excelente ☐ Bueno ☐ Regular ☐ Malo

4º ¿Te gustaría que expandiéramos nuestro producto en más tiendas o lugares de venta para facilitar tu acceso a nuestro producto?

☐ si ☐ tal vez ☐ no



## Número de nuevos clientes adquiridos

El número de nuevos clientes adquiridos es un indicador clave de rendimiento que miden la efectividad del negocio de producción de miel para atraer e incorporar nuevos clientes lo cual refleja el crecimiento y la expansión de la base de clientes para el negocio.

El seguimiento del número de nuevos clientes adquiridos permite que la empresa Miel Copca mida el alcance del mercado que ésta tiene y evaluar el éxito de sus esfuerzos de marketing y ventas, proporcionando información sobre la efectividad de las estrategias de la empresa para atraer y convertir nuevos clientes.

La empresa no tiene muchos puntos de referencia específicos para el número de nuevos clientes adquiridos, sin embargo, podemos rastrear sus propios datos históricos y establecer puntos de referencia internos para medir su progreso y crecimiento.

Para calcular el número de nuevos clientes adquiridos, usamos la siguiente fórmula:

$$\text{Número de nuevos clientes adquiridos} = \text{Número total de clientes al final del período} - \text{Número total de clientes existentes.}$$

$$\text{.Número de nuevos clientes adquiridos} = 960 - 985 = 25$$

Número de nuevos clientes adquiridos = 25



Desde el año 2010 al año 2024, la Empresa Miel Copca se ha mantenido estable y solo ha adquirido 25 nuevos clientes. Miel Copca se enfoca en la lealtad y satisfacción del cliente. Se ofrece un trato personalizado par cada uno de sus clientes y nuevos clientes dependiendo de sus necesidades y frecuencia de compra, obteniendo descuentos así mantiene la lealtad de cada uno de ellos.

## Valor de pedido promedio

El valor de pedido promedio es un indicador de rendimiento clave que mide el valor total promedio de cada pedido realizado por los clientes en la industria de la producción de miel. Se calcula dividiendo los ingresos totales generados por el número de pedidos recibidos dentro de un período específico.

El seguimiento del valor promedio del pedido le permite a la empresa Miel Copca obtener información valiosa sobre el comportamiento de compra de sus clientes y la efectividad de sus estrategias de precios. Ayuda a identificar oportunidades para aumentar los ingresos, como la venta adicional a los productos de venta cruzada.

El promedio de pedidos es de 3 a 4 por semana de aproximadamente 4 a 12 litros por cliente. Para calcular el valor promedio de pedido utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Valor de pedido promedio} = \frac{\text{ingresos totales}}{\text{número de pedidos}}$$

$$\text{Valor de pedido promedio} = \frac{\$ 8,000 \text{ mensual}}{13 \text{ pedidos}} = \$ 615$$



Valor de pedido promedio = \$ 615

El valor promedio de pedido se calcula dividiendo el ingreso total mensual (tomando como referencia el mes de febrero de 2024) con el número de pedidos que la empresa Miel Copca tuvo asignados; siendo este último de 13 pedidos, dando como resultado \$ 615.00 como valor de pedido promedio.

## Calidad de la miel

En Miel Copca el principal objetivo es ofrecer a sus clientes miel de la mejor calidad. Y eso conlleva, además del arduo trabajo continuo en la colmena como el cuidado exhaustivo de la misma, proporcionando una miel de calidad.

Se realizan inspecciones rutinarias para mantener saludables las colmenas y comprobar el estado de las abejas.



Después de cada cosecha realizan dos análisis fundamentales para conocer estos datos: análisis microbiológico y análisis polínicos.

### *Análisis polínicos*

Se identifica y se cuantifica la composición del polen que contiene la miel para saber su origen botánico.

El tipo de flor de la que las abejas recolectan el néctar influye en la densidad y el sabor de la miel. Las mieles de diferentes variedades botánicas pueden tener densidades ligeramente diferentes debido a las diferencias en la composición química del néctar.



### *Análisis microbiológico*

Se examinan parámetros básicos como la humedad, la acidez para comprobar que es una miel fresca y en perfecto estado. Es difícil establecer un único valor para la densidad de la miel debido a su naturaleza altamente variable.

La densidad de la miel depende de varios factores, como la composición química del néctar de las flores utilizadas, la temperatura a la que se encuentra la miel, y el contenido de humedad, entre otros.

La miel es una mezcla compleja de azúcares, agua, minerales, ácidos y otros compuestos. Los azúcares predominantes en la miel son la glucosa y la fructosa,

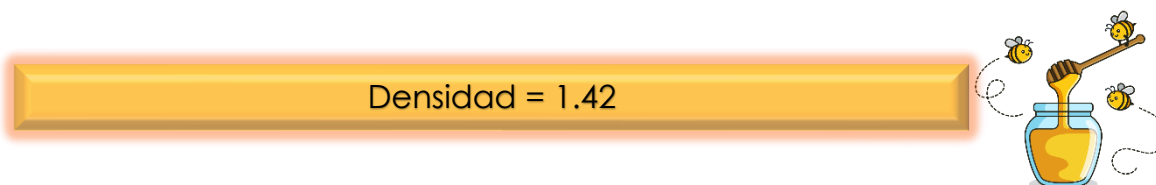
pero también contiene pequeñas cantidades de otros azúcares, como la sacarosa y la maltosa.

La temperatura es un factor crítico para comprender la densidad de la miel. A temperaturas más bajas, la miel tiende a volverse más densa, ya que los azúcares tienden a cristalizarse y agruparse, lo que disminuye la cantidad de agua en la mezcla. Por otro lado, a temperaturas más altas, la miel tiende a volverse menos densa, ya que los azúcares se disuelven en el agua con mayor facilidad.

La densidad de la miel se calcula utilizando una fórmula bastante simple:

$$\text{Densidad} = \frac{\text{Masa de la miel (g)}}{\text{Volumen de la miel (ml)}}$$

$$\text{Densidad} = \frac{500 \text{ gr}}{350 \text{ ml}} = 1.42$$



El resultado da la densidad de la miel en términos de gramos por mililitro. Este valor puede variar según la temperatura, así que es importante realizar la medición a una temperatura estándar si se compara con valores de referencia.

| Tipo de Miel   | Densidad Media<br>(g/ml) |
|----------------|--------------------------|
| Miel de Acacia | 1.40 - 1.45              |

| Tipo de Miel         | Densidad Media<br>(g/ml) |
|----------------------|--------------------------|
| Miel de Manuka       | 1.35 - 1.40              |
| Miel de Lavanda      | 1.37 - 1.42              |
| Miel de<br>Eucalipto | 1.42 - 1.47              |
| Miel de Romero       | 1.35 - 1.40              |
| Miel de Azahar       | 1.39 - 1.44              |
| Miel de Castaño      | 1.43 - 1.48              |
| Miel de Girasol      | 1.37 - 1.42              |
| Miel de Tilo         | 1.38 - 1.43              |
| Miel Multifloral     | 1.38 - 1.43              |

## Rendimiento por colmena

La capacidad de producción de miel se calcula como el **cuadrado del peso de la población de abejas**. La Regla de Farrar establece una relación cuantitativa entre la cantidad de cría operculada, el número de abejas obreras pecoreadoras y la cantidad de miel que una colmena puede acumular. En esencia, la regla sugiere que a medida que aumenta la población, también lo hace la producción individual de miel de cada abeja, lo que se traduce en una producción exponencial de miel en lugar de lineal.

| Total de Obreras     | 10.000 | 20.000 | 30.000 | 40.000 | 50.000 | 60.000 |
|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Peso de la población | 1 kg   | 2 kg   | 3 kg   | 4 kg   | 5 kg   | 6 kg   |
| Rendimiento miel     | 1 kg   | 4 kg   | 9 kg   | 16 kg  | 25 kg  | 36 kg  |

La producción de miel es directamente proporcional a la población de abejas en una colmena. Una colonia fuerte tiene una proporción mayor de abejas pecoreadoras que una colonia débil, lo que resulta en una mayor producción de miel.

La relación entre la cantidad de abejas adultas y la cantidad de cría disminuye a medida que aumenta el tamaño de la población de la colonia.

Una colmena fuerte puede tener una relación de una abeja adulta por larva, mientras que una colmena pequeña puede tener una relación de dos larvas por abeja adulta. La proporción entre la cría operculada y la población adulta disminuye entre un 10% y un 14% por cada incremento de 10.000 abejas.

En la empresa Miel Copca las colmenas aproximadamente de 3 cajones de abejas producen 20 litros en 15 días.

Se tienen 300 cajones, dando un promedio de 50 a 80 litros en un mes, ya que debemos aclarar que no todas las colmenas producen al mismo tiempo miel. Las colmenas de Miel Copca trabajan arduamente y se mantiene un control en su cuidado, pero no se puede medir cuantos litros produce cada

colmena en un mes. Ya que esto es variable en cuanto a temperatura, humedad, recolección de polen y estación del año.



## Bibliografía

DAVID, F. R. (2013). ¿Qué es administración estratégica? En *Conceptos de la administración estratégica* (pág. 5). México: PEARSON EDUCACIÓN.

hubspot. (16 de marzo de 2023). *Manual de estrategias de marketing*. Obtenido de hubspot: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>

ROBBINS, S. P. (2010). ¿Que es la Administración Estratégica? En *Administracion* (pág. 164). México: PEARSON EDUCACIÓN.

(S/f). Latiendadelapicultor.com. Recuperado el 29 de marzo de 2024, de <https://www.latiendadelapicultor.com/blog/regla-de-farrar/#:~:text=La%20capacidad%20de%20producci%C3%B3n%20de%20miel%20se%20calcula,9%20kg%20%283%20kg%20de%20abejas%20al%20cuadrado%29>.

Censo de Población y Vivienda 2020 (inegi.org.mx)

¿Cuántos habitantes tiene... - Censo de Población y Vivienda 2020 (inegi.org.mx)

La miel en México (agricultura.gob.mx)

9 Beneficios de la miel respaldados por la ciencia - Abejas en la agricultura (abejasenagricultura.org)

Miel de abeja: 10 beneficios y propiedades de este alimento (psicologiaymente.com)

¿Cómo genera dinero la miel? Estrategias, oportunidades y modelos de negocio rentables | SmartBucksHub

Aumentar la rentabilidad local de miel: descubrir las 7 estrategias principales (finmodelslab.com)

Revista del consumidor junio 2018. (2018, 14 junio). Issuu.  
[https://issuu.com/profeco/docs/revista\\_del\\_consumidor\\_junio\\_2018](https://issuu.com/profeco/docs/revista_del_consumidor_junio_2018)

De Agricultura y Desarrollo Rural, S. (s. f.). Crecen producción y exportaciones de miel en México al cierre de 2021: Agricultura. gob.mx.  
<https://www.gob.mx/agricultura/prensa/crecen-produccion-y-exportaciones-de-miel-en-mexico-al-cierre-de-2021-agricultura-293944>

Mercado de miel Natural Insights. (s. f.).  
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/natural-honey-market>