



RESUMEN

El presente trabajo de grado lo constituye un Plan de Negocios para la implementación de un circuito que combina la Apicultura con el Turismo generando el Apiturismo en la ciudad de Cuenca, a través de un centro de atención al cliente, compuesto por nueve salas, estratégicamente ubicadas y minuciosamente diseñadas, con el objeto de que el visitante experimente el “maravilloso mundo de las abejas” desde su crianza hasta la venta de suvenires. Dentro de nuestros servicios se ofertará el recorrido por senderos temáticos, apiarios, taller de elaboración de productos derivados del colmenar, cafetería, tienda de recuerdos, museo, entre otros. Para lo cual hemos diseñado un resumen acerca de las generalidades de ésta ciencia y arte (Apicultura) y el desarrollo de la idea de mercado, tomando en cuenta los criterios de innovación como de creatividad y de factibilidad del proyecto.

Palabras claves: Plan de negocios, Apicultura, Apiturismo, Apiterapia, Productos del Colmenar.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción	9
Capítulo 1 - Generalidades sobre Apicultura	10
1.1 Historia	10
1.2 Beneficios	12
1.3 Clasificación de la abeja melífera	13
1.3.1 Colonias	13
1.3.2 Tipos de colmenas	15
1.4 Apiario	16
1.5 División de la colonia	17
1.6 Revisión de la colmena	17
1.7 Turismo con abejas	18
Capítulo 2 – Plan de Negocios	21
2.1 Introducción	21
2.2 Antecedentes	21
2.3 Plan de negocios	22
• Ámbito del negocio	22
• Descripción del ámbito del negocio	22
• Necesidades insatisfechas	24
• Análisis FODA	25
• Productos y servicios	27
• Equipos de trabajo	30
• Misión, visión y objetivos empresariales	32
• Metas	33
• Marco legal	34
• Estrategias de marketing	35



2.4 Estudio de mercado	35
• Definición	35
• Análisis de la demanda	35
• Segmentos a los que se ofertará el producto	38
• Segmentación conductual	38
• Análisis de la oferta	39
• Estudio de la comercialización	39
• Precios de la competencia	40
• Nuestros precios	40
2.5 Estudio técnico	41
• Comportamiento productivo	41
• Organización de actividades	41
• Técnicas	42
• Componentes	43
• Locación	44
• Equipos	45
• Diseño de la planta	46
• Diseño del circuito turístico	47
2.6 Estudio económico – financiero	47
APICULTURA	48
• Plan de ventas inicial	48
• Plan de crecimiento anual	48
• Plan de inversión	48
• Proyección de costos	50
APITURISMO	54
• Plan de ventas inicial	54
• Plan de crecimiento anual	54
• Plan de inversión	55
• Proyección de costos	56
Conclusiones	60
Recomendaciones	61



Bibliografía	62
Anexos	64



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS
DIPLOMADO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO APÍCOLA:
“LAS ABEJITAS”

**TRABAJO DE GRADO PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DIPLOMADO SUPERIOR EN
EMPRENDIMIENTO E
INNOVACIÓN.**

AUTORA: MIREYA BERNAL SÁNCHEZ.

DIRECTOR: ECO. CARLOS PEÑA.

CUENCA, ECUADOR

2010



DEDICATORIA

Con sentimientos de gratitud y estima dedico el presente trabajo de grado a Dios quien con su infinito amor y misericordia, me ha ungido con la gracia de su Espíritu Santo, permitiendo en mí la aprehensión del conocimiento y el entendimiento de la ciencia.

LA AUTORA



AGRADECIMIENTO

Por el apoyo recibo, quisiera dejar constancia imperecedera, de mi gratitud a Dios por su presencia en mi vida, constante bendición; mi madre por sus palabras de aliento, fortaleza en la oración; y, a mi tutor por su tiempo y experiencia, acertada orientación.

LA AUTORA



RESPONSABILIDAD

La autora del presente trabajo monográfico deja constancia de regirse a la normativa ética de la estudiante del Diplomado de Emprendimiento & Innovación, Universidad Estatal de Cuenca, Facultad de Ciencias Económicas & Administrativas; y, declara que sus contenidos se sujetan también a las demás normativas legales como las de derecho de autor.

MIREYA BERNAL SÁNCHEZ.



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de grado pretende estructurar el plan de negocios para determinar la factibilidad, técnica y financiera, en la creación del centro turístico apícola, como un requisito para la obtención del título de Diplomado Superior, otorgado por la Universidad de Cuenca, mismo que está compuesto de tres momentos, los que a su vez estructuran sus objetivos específicos, a saber:

1. Determinar los aspectos teóricos generales sobre la apicultura;
2. Establecer la relación existente entre la apicultura y el turismo; y,
3. Diseñar un plan de negocios en apiturismo.

Como una valiosa oportunidad de aplicación práctica de los contenidos teóricos estudiados, a través de un proceso metodológico de carácter observacional, descriptivo y cuantitativo, como una idea de innovación y creatividad.



CAPITULO 1

Generalidades sobre Apicultura

1.1 Historia



La Apicultura es una ciencia y arte que estudia el cultivo y el manejo de la abeja melífera, es decir, aquella que lleva miel, la que es recolectada del néctar y el polen de las plantas, productos utilizados, por el insecto, como su fuente de carbohidratos, proteínas, vitaminas, minerales y grasas.

Partiendo de ésta definición, la historia de la apicultura puede dividirse en dos épocas: antes de la invención de cuadro movable¹; y, otra después de esta. Así, es que hace unos 10,000 a.C. que el hombre ésta relacionado con ésta actividad; pero, hace unos 400 d.C. fue traída al nuevo mundo por los colonizadores españoles.

Inicialmente, el ser humano se limitaba a tomar las colonias de abejas que se encontraban en los árboles, rocas u otra cavidad. La castrazón o tomar las colonias consistía en cortar en forma radical los panales con miel, polen y cría. Estas prácticas se siguen llevando a cabo, en algunas partes del mundo, siendo inadecuadas pues no permiten una producción racional y lucrativa, debido a que se matan a las abejas, se destruyen los panales (para no ser atacados por sus residentes) y no se permite el manejo del nido o de la cría.

¹ Marco rectangular de madera que permite que las abejas hagan su panal dentro de la misma, que los panales queden paralelos unos con otros y que no se peguen entre sí, permitiendo de esta manera su remoción, inspección y manejo de una forma compatible aumentando la cantidad y calidad de la miel (Crianza y Producción de Abejas, Cristián Sánchez R, pág. 59).



Luego, el hombre entiende que se puede cosechar la cera y la miel con regularidad pero alrededor de la misma colonia, dejando el nido de cría sin mayores daños y con suficiente miel para que las abejas puedan sobrevivir, en vez de proveerse de miel de las colonias silvestres. Así, empieza a llevar una consigo, un pedazo de colmena y posteriormente construir una artificial², dentro de una estructura física, donde era implantada.



En la antigüedad, se conocía muy poco sobre la biología y el comportamiento de la abeja, pues no se podía observarlas ya que se encontraban dentro de panales a los cuales era casi imposible de acceder. Sumado al hecho de que la mortandad de las colonias era alta pues el método, más común, para alejar a las abejas del panal era quemar azufre y cuando morían se procedía a realizar un corte radical en los panales, permitiendo recoger y extraer los productos del colmenar.

Tomando en cuenta esto, a inicios de la modernidad, era importante la creación de algún método que permitiera, promover la enjambrazón y la captura de enjambre como método de establecer nuevas colonias. Fue, el desarrollo del cuadro movable, lo que permitió observar y manejar cada componente estructural de la colmena, ya que cada panal se encuentra construido dentro de éste, permitiendo por primera vez realizar estudios sobre la colonia, lográndose grandes adelantos en el campo de la biología y de la apicultura.

La apicultura, en aquellos tiempos, fue de gran importancia pues no había otro endulzante; además, el apicultor elaboraba otros artículos obtenidos a partir de la cera como las velas, cordones para tejer, impermeabilizador de tejidos, ungüentos, etc. Sin embargo, sus conocimientos acerca de esta ciencia eran muy limitados, ya que no sabía que las abejas producían la cera, la abeja

² Estructuras de forma rectangular que simulaban un tronco hueco de árbol (Manual del apicultor, Diana Sammataro y Alphonse Avitabile, Cap. 03, pp. 26 - 32.



grande era la reina y que sus visitas a las flores desempeñaban funciones tan importantes como la polinización.

Más tarde, en el siglo XIII, aparece la caña de azúcar, por lo cual, en el siglo XIV empieza decae la apicultura; luego, en el siglo XVI, con la invención de la imprenta, aparecen tratados importantes sobre la ciencia en estudio promoviendo un adelanto significativo, como por ejemplo: el suizo Francois Huber, quien desarrolla la colmena de hojas movibles; seguido, en el siglo XIX, el cura Juan Dzierón de Lowkowitz estudia y descifra el mecanismo hereditario de la abeja melífera, descubriendo que de un huevo fecundo nace una hembra y de uno no fecundo los machos; y, finalmente, en 1851, el reverendo Lorenzo Lorrain Langstroth desarrolló, en EEUU, los cuadros removibles que se pueden añadir e intercambiar entre las colmenas.

1.2 Beneficios

La apicultura brinda una serie de beneficios, siendo sus principales ventajas, las siguientes:

- Comercialización de productos del colmenar, tales como: miel, polen, cera, etc.
- Acción que realiza como vector de polen, en los cultivos, manteniendo ecosistemas.
- Función medicinal y nutritiva.
- Producción de rentas.
- Creación y desarrollo de medios de vida económicos sostenibles.
- Ampliación del mercado internacional de orden industrial, alimentario, farmacéutico.
- Atribución de propiedades curativas, apiterapia.
- Valoración cultural en sociedades, rituales: nacimientos, casamientos, funerales, etc.
- Estimación del trabajo que desempeñan las abejas y los apicultores.



- Utilización del ícono “abejas” como símil de trabajo arduo y bien hecho.

1.3 Clasificación de la abeja melífera



La abeja melífera (*apis mellifera*) es un insecto que pertenece al orden de los *himenópteros*, la familia *apidae* y al género *apis*. El género *apis* comprende cuatro especies sociales: *apis mellifera*, *apis cercana*, *apis dorsata* y *apis florea*, especies que se encuentran en diferentes lugares del mundo.

A éste insecto lo encontramos en zonas tropicales de Europa (Mediterráneo) y en África, de donde se extendió al resto del mundo, principalmente: Asia y América. Y, existe alrededor de veinte y tres razas o subespecies distribuidas en siete zonas: Sur y Este de Europa, Norte y oeste de Europa, islas mediterráneas, norte de África, sur de África, este de África y oeste de África.

1.3. 1 Colonias

Las colmenas están compuestas por la abeja reina, los zánganos y las obreras, cada una de ellas cumple con una labor determinada.

- La abeja reina es la encargada de poner los huevos para que las obreras los alimenten; nacen en unas celdillas llamadas "realeras", que son mayores que las normales y en forma de bellota; son alimentadas con jalea real lo que hace que sea fértil y se diferencie de las otras; sólo subsiste una reina por cada colmena, la que después de su nacimiento, en tiempo cálido, sale al exterior para ser fecundada por los zánganos y esta fecundación le llegará para el resto de su vida, que dedicará a poner huevos, uno en cada celda; y, pueden vivir hasta cinco años aunque normalmente se sustituyen de forma natural a los dos o tres años.

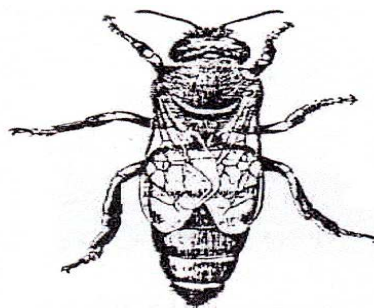


- Los zánganos nacen de huevos sin fecundar; son de mayores dimensiones que las obreras, abdomen más cuadrado y ojos grandes y contiguos; sus funciones, aparte de fecundar a la reina, son bastante discutidas pero se piensa que ayudan a mantener el calor en la colmena y también repartirían el néctar.
- Las obreras son las verdaderas trabajadoras de la colmena, desde que nace va pasando por distintas tareas: cereras, hacen y retocan las celdillas; alimentadoras, dan de comer a las larvas y a la reina; limpiadoras, libran de restos la colmena; guardianas, protegen la colonia; y, pecoreadoras, recolectan el néctar y polen.

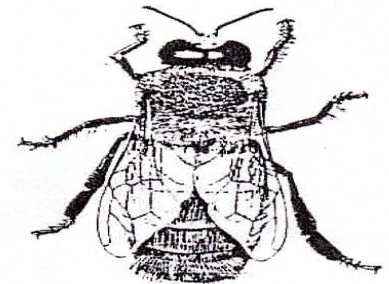
Una obrera puede volar a unos tres kilómetros de distancia, aunque normalmente no se alejan más de uno en busca de flores. Cuando una abeja encuentra un buen lugar para pecorear, vuelve a la colmena y mediante una danza avisa a las demás de la posición y distancia a la que se encuentra



Obrera



Reina



Zángano

La vida de una obrera varía:

- Entre enero y febrero viven unos tres meses.
- Entre abril y mayo unos veinte y ocho a cuarenta días.
- Entre julio y agosto unos ochenta días.
- Entre octubre sobre mes y medio.
- Entre noviembre sobre 140 días.



En invierno viven más tiempo ya que el número de abejas que nacen es casi nulo, ya que la reina no pone huevos en esta época y, por lo tanto, han de sobrevivir hasta que empiecen a nacer nuevas abejas para que la colonia sobreviva.

1.3.2 Tipos de colmenas



Una colmena es un espacio construido o dispuesto por el hombre como albergue del enjambre de abejas. Son viviendas artificiales que pueden ser de paja trenzada, madera, corcho o cerámica fundamentalmente, aunque actualmente predominan las colmenas construidas a base de plástico.

Se distinguen dos tipos de colmenas:

- Fijistas. Los panales están hechos por las abejas y fuertemente adheridos a las paredes de la colmena. Actualmente, no se emplean, ya que: impiden inspeccionar la colonia, no se sabe el estado sanitario de la misma y provocan dificultades cuando se extrae la miel (porque hay que cortar los panales y las abejas tienen que reponerlos).
- Movilistas. Presentan unos cuadros móviles de madera, en el interior de la colmena, sobre los que se sitúan los panales. Sobre ellos se coloca una capa de cera estampada (lámina de cera). Las abejas construyen el panal, estirándola y añadiendo más cera, se conoce como cera estirada.

Dentro de las colmenas movilistas existen infinidad de tipos, los más frecuentes son:

- Colmenas Layens o colmenas de crecimiento horizontal.



- Colmenas Langstroth o perfección.
- Colmenas Dadant o tipo industrial.

Las dos últimas son colmenas de crecimiento vertical; y, en todas estas se distinguen:

- Base que constituye la parte baja de la colmena donde se sitúa la piquera³ y el tablero de vuelo.
- Cámara de cría o cajón donde se sitúan los cuadros, se coloca la reina y los estados inmaduros (huevo, larva y pupa).
- Alzas o cajones rellenos con cuadros o panales donde se va a situar la miel elaborada por las abejas obreras.
- Techo o tablero que cierra la colmena.

1.4 Apiario

El apiario es el lugar donde se crían las abejas, siendo prioritario elegir un lugar adecuado para su implementación, tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

- a. Conocer la flora melífera del lugar.
- b. Buscar el lugar ideal para su ubicación, es decir: alejado de las zonas tratadas con pesticidas, cercano al agua fresca, de fácil acceso para los vehículos, próximo a fuentes de néctar y polen confiables, ubicado en la parte superior de las pendientes (para mejorar el drenaje del aire más allá de las colmenas), alejado de los terrenos anegadizos, bordeando campos abiertos, que posea un rompe vientos al norte (para tener protección en invierno y sombra al medio día durante el verano), alejado de zonas de incendio e

³ Apertura por la cual salen y entran las abejas.



inundación, cercano a los dueños o a los vecinos y a, por lo menos, dos millas de otros apiarios para disminuir la difusión de enfermedades y plagas.

1.5 División de la colonia

La distribución de las colmenas se adapta al lugar disponible y adicionalmente se debe tener en cuenta algunas consideraciones:

- a. Cuando las colmenas se encuentran muy juntas, las obreras así como las reinas, en sus vuelos nupciales, pueden ser confundidas.
- b. No es recomendable la disposición en línea de las colmenas pues las abejas se introducen en los externos de la hilera, perjudicando a las colmenas del centro. Para evitar esto se sugiere ubicar a las colmenas en forma irregular pudiéndose colocar en forma de rombo, circular, rectangular o en zigzag.

1.6 Revisión de la colmena



- Es necesario que para la revisión de las colmenas se cuente con los elementos necesarios, básicamente: traje, ahumador, máscara, etc.
- Al principio, la revisión de la colmena deberá realizarse una vez por semana para poder irse acostumbrando a las abejas e ir adquiriendo destreza sobre su manejo. Después de un tiempo, la revisión se efectuará cada quince días o solamente cuando se identifique un problema grave en la colmena, síntoma de esto pueden ser los pocos vuelos o demasiadas abejas muertas.
- Se sugiere que para la revisión de la colmena se realice el siguiente procedimiento: a. echar humo con el ahumador a través de la piquera de la



colmena; b. sacar la tapa, colocarla a un lado y levantar la entretapa; c. ahumar la colmena nuevamente y cerrarla, d. repetir el procedimiento y destapar la entretapa para echar humo en toda la superficie; e. sacar los cuadros y examinarlos; f. cada vez que se examine un cuadro se deberá identificar las tres áreas que se ven en todos los panales: 1. área de miel (se encuentra en la parte superior formado por un arco, la existencia de miel indica que las reservas están bien); área del polen (está debajo de la miel, si está lleno de polen, la cría irá en aumento); y, área de cría (aquí se encuentran abejas de distintas fases: huevo, larvas, ninfas y nacientes).

1.7 Turismo con abejas

El ser humano, desde épocas remotas, se ha beneficiado de la miel y sus



derivados, siendo un producto muy útil e importante, tal y cómo reseñamos en el capítulo precedente de nuestro trabajo monográfico.

Recordemos el concepto del término apicultura con el objeto de asociarlo al de turismo en la generación del neologismo apiturismo.

- La apicultura es considerada una ciencia y un arte que estudia el manejo y el cultivo de la abeja melífera, permitiendo de esta manera la obtención de la miel y sus derivados en la fabricación de una serie de productos.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo es:



“Un conjunto de actividades realizadas por personas que se desplazan fuera de su residencia habitual, por espacios inferiores a un año, con fines de ocio, trabajo u otros motivos”.

Buscando el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales que posee un lugar y constituyendo una fuente importante de ingresos, generadora de empleo y otros beneficios, especialmente de orden económico, para las personas y el desarrollo de los pueblos que están vinculados, directa o indirectamente, con ella.

Siendo necesario también hacer referencia acerca del turismo sostenible o aquel que busca responder a las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, teniendo en cuenta: la explotación racional de los recursos minimizando el impacto ambiental, social y cultural; así como, maximizando los ingresos económicos. Para ello toma en cuenta, tres aspectos cardinales:

- a. La actividad turística minimiza cualquier daño al medio ambiente y trata de beneficiarlo positivamente mediante su protección y cuidado.
- b. La actividad turística no perjudica más bien busca revitalizar la estructura social y cultura de la comunidad donde se ubica.
- c. La actividad turística contribuye al bienestar económico sostenible no solo de sus gestores sino de la comunidad en general.

De lo anterior se desprende que *sostenibilidad* consiste en manejar una empresa o negocio, de tal manera que no perjudique los recursos naturales, sociales, culturales, económicos u otros de los que depende.

En éste marco de referencia, hacemos mención de que en algunos países del continente americano, como: Argentina, México, Colombia, Chile, Estados Unidos, principalmente, se han creado centros apícolas que permiten la



divulgación, intercambio y experimentación en esta área de desarrollo. A lo que debe sumarse, que países como: Argentina, México y Perú, han vinculado la apicultura a la actividad turística dando lugar al apiturismo.

El *apiturismo* se basa en el turismo, de orden rural, enfocado al cultivo de la abeja melífera, con el objeto de obtener, a través de un circuito con la visita, experiencias respecto a la forma en cómo se obtiene la miel y sus derivados; u, otras actividades, tales como, por ejemplo: la *apiterapia* o intervención médica con el veneno de las abejas para el tratamiento de enfermedades (Leonardo Tonini, “Apiterapia: La cura de las abejas”, pp. 09).

Sin embargo, tanto el turismo sostenible como el apiturismo, en nuestro país, son actividades poco desarrolladas; razón por la cual, en el siguiente capítulo, trazaremos un *plan de negocios* como una guía, ordenada y sistemática, donde detallaremos los aspectos técnicos, económicos y operacionales, de éste tipo de empresa, determinando a donde queremos ir, donde nos encontramos y cuanto nos falta para llegar a la meta fijada: el negocio.

Finalmente, para el establecimiento del negocio, llevaremos a cabo un estudio del mercado o investigación sistemática de cómo implementar el producto en el mercado, basado en una compilación sistemática de datos, históricos y actuales, de la oferta y la demanda, prediciendo la proyección a futuro una vez incorporada la marca y los servicios que se prestan.



CAPITULO 2

Plan de Negocios

2.1 Introducción

El Plan de Negocios para la Creación del Centro Turístico Apícola: “Las Abejitas”, atiende a la necesidad de asociar el turismo con la actividad apícola, escasamente desarrollada en nuestro medio, principalmente en la provincia del Azuay y en la ciudad de Cuenca. Como una nueva iniciativa, misma que permitirá conocer el maravilloso mundo de la miel y otros productos del colmenar, a través de un circuito turístico, que permite un recorrido por diferentes áreas del centro apícola desde las salas donde se describe la historia e importancia de la apicultura hasta la visita a la tienda de suvenires; y, cuyo fin máximo constituye el conocimiento de ésta como una actividad productiva, turística, socioeconómica y educativa. Todo dentro de nuestras instalaciones donde se ofrecerán servicios de guía turística, cafetería, venta de productos, suvenires y otros; las que serán adecuadas para el efecto y bienestar de nuestros visitantes.

2.2 Antecedentes

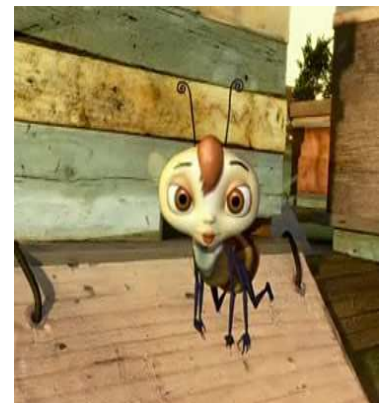
Partiendo del hecho de que los inversionistas demandan información sobre la empresa, a continuación resaltamos sus datos más relevantes:

- Nombre y dirección de la empresa

Centro Turístico Apícola: “Las Abejitas”

Oficinas y ventas: Parroquia Sucre, Cuenca, Azuay.

Ezequiel Márquez entre la calle Alfonso Moreno Mora y avenida 10 de agosto.





Centro de reproducción, fortalecimiento y producción: Parroquia Sayausí, Barrio Buenos Aires, Cuenca. Entrada por la avenida Ordoñez Lazo y camino a Buenos Aires.

Móvil: 091-444-970.

Conmutador: 593-(072-814-292).

Email: lasabejitas@hotmail.com

- Representante legal

Dr. MVZ. Luis R. Galarza Álvarez

luisgalarza80@yahoo.com

2.3 Plan de negocios

A continuación se resumen las diferentes etapas cumplidas durante la generación, formulación y evaluación del plan de negocios.

- **Ámbito del negocio**

Nuestro proyecto constituye un negocio tanto de producción como visita turística apícola. La producción se centra en la extracción de productos del colmenar, principalmente: miel, polen, propolio, cera, jalea real y elaboración de productos derivados de uso cosméticos como jabones, cremas, entre otros; y, la visita turística la compone un circuito zonificado donde el visitante puede apreciar la reproducción, fortalecimiento y producción apícola, en un recorrido que incluye degustación en cafetería y venta de suvenires.

- **Descripción del ámbito del negocio**

Nuestra empresa, al igual que cualquier otra, debe estar en permanente estado de alerta, de lo que ocurre y pueda ocurrir dentro de la realidad donde



se inserta, detectando los cambios, los riesgos y las oportunidades que en el ámbito del negocio se puedan presentar. Éste entorno está caracterizado por los diferentes agentes que participan en él, su comportamiento actual y su proyección futura.

El entorno inmediato o cercado está compuesto por los siguientes actores para cubrir la demanda y abastecer el mercado:

a. Los proveedores:

- Apicultores asociados surtirán la miel y sus derivados.
- Artesanos asociados elaborarán los suvenires.
- Empresa de plásticos venderá los envases de almacenamiento.
- Empresa de corrugados elaborará las cajas de la marca.
- Empresa de transportes repartirá pedidos.
- Empresa de protección y seguridad industrial equipará los materiales e instrumentos para la cosecha, producción, distribución.

b. Los intermediarios:

- Operadoras de turismo, agencias de viajes, supermercados, micromercados, tiendas de abarrotes y otras quienes serán nuestros principales consumidores al comprar la producción al por mayor.

c. Los clientes:

- Los intermediarios, los visitantes y el público en general quienes gustan y conocen de los productos del colmenar.

d. Los competidores:

- Empresas y asociaciones de apicultores quienes han impuesto en el mercado ciertas marcas, mismas que se distribuyen y venden en los



diversos comercios de la ciudad, entre ellas resaltamos: La Favorita S.A.; Unilever Andina S.A.; Schullo S.A; Forever S.A.; Coopera Ltda. A lo que se suman algunos los competidores potenciales, en la localidad, entre ellos: Gabriel Cobos e Hijos; Rodrigo García y familia; INMIEL S.A.; y, Ecoabejas.

e. Los sustitutos:

- Empresas que asocien el turismo a la producción de la caña de azúcar y sus derivados.

Y, el entorno mediato o lejano provienen una serie de acciones que afectan el comportamiento actual y futuro del entorno directo o cercano, generando amenazas o nuevas oportunidades, por ejemplo: en nuestro país se establecen políticas de fomento que generan muchas oportunidades de negocio pero también normas impositivas o restrictivas que generan amenazas que requieren ser resueltas, defendiéndose de ellas o convirtiéndolas en oportunidades de negocio. Aquí es importante señalar: el entorno demográfico, el entorno político, el entorno tecnológico, el entorno natural y el entorno cultural, mismos que por su extensión no serán especificados.

- Principales necesidades insatisfechas

La situación actual de la empresa respecto a sus bienes y servicios se halla en una etapa de crecimiento y expansión focalizada en la creación del centro turístico apícola para lo cual se está gestionando, a través de financiamiento mixto, su futura construcción, adecuación e implementación. Misma que incidirá en la producción, calidad y presentación; constituyendo la oferta a productores, intermediarios y canales de comercialización; y, mejorando la demanda actual tanto a compradores como consumidores. Lo anterior con el objeto de ser parte de la cadena de valor que opera en éste mercado, la mejora de precios y asequibilidad y la introducción de tecnologías nuevas.



Sin descuidar nuestras actuales fuentes de financiamiento (venta de bienes y servicios directos al consumidor); y, los aspectos socioculturales, políticos, económicos y ecológicos que condicionan el ejercicio de la actividad apícola. Para pronosticar la situación futura de la empresa.

- Análisis FODA

- a. Fortalezas

- Somos el primer centro turístico apícola en la ciudad de Cuenca.
- Vinculamos el turismo, la educación y la venta de productos apícolas.
- Ofertamos diversidad de productos del colmenar.
- Ofrecemos productos cien por ciento naturales.
- Nos regimos a las normas de higiene para la conservación de la salud.
- Disponemos de mano de obra propia, probada y calificada.
- Capacitamos, permanentemente, a nuestro personal.
- Estamos ubicados, oficinas y granja, en zonas estratégicas de la urbe.
- Cuidamos del medio ambiente y la conservación de la abeja melífera.
- Aportamos al desarrollo de la economía local.

- b. Oportunidades

- Cubriremos parte de la demanda de consumo insatisfecha.
- Ofertaremos servicios de guía turística, cafetería y suvenires.
- Diversificaremos y desarrollaremos nuevos productos apícolas derivados.
- Crearemos una cadena de distribución, a nivel provincial, regional y nacional.
- Responderemos a la necesidad de un centro turístico apícola.
- Generaremos fuentes de empleo.
- Promoveremos el interés por la actividad apícola.



- Estableceremos un centro turístico de alto atractivo para el visitante.
- Aportaremos en la cultura del alimentarse sano e incidiremos positivamente en la salud de nuestros consumidores (productos naturales).
- Accederemos a fuentes de crédito e inversión.

c. Debilidades

- Indisponemos, por el momento, de capital para la inversión.
- No contamos con la infraestructura adecuada para el área turística.
- Avizoramos dificultades para entrar al mercado.
- Carecemos de permisos, registros y patentes necesarias para el funcionamiento.
- Observamos una excesiva burocracia para la obtención de la documentación.
- Reconocemos una baja producción de las colmenas debido a su producción y comercialización artesanal.
- Debemos trabajar en la imagen comercial de la empresa (marketing).
- Disponemos de un escaso volumen de producción y ventas.
- Hallamos dificultades de acceso a líneas de crédito.
- Necesitamos de nuevas tecnologías de producción y comunicación.

d. Amenazas

- Posibilidad de una no acogida, en el nivel esperado, del proyecto.
- Posicionamiento, de años de competencia, de marcas nacionales y extranjeras.
- Destrucción de los bosques aledaños, al centro turístico, donde se encuentran los apiarios.
- Competencia desleal de otras empresas.
- Precio de venta al público más bajo de las otras marcas.
- Incorporación de nuevas empresas con características similares.



- Aparecimiento de plagas y escases de alimento para las abejas.
 - Desastres naturales, tales como: deslizamientos por altas precipitaciones de lluvia, por ejemplo.
 - Limitados proveedores en la fabricación de insumos necesarios para la producción.
 - Posicionamiento en el mercado de productos sustitutos.
- Productos y servicios



a. Apícolas

La presentación de los productos sigue la línea de la imagen de la empresa determinando la presentación final al consumidor: envase y contenido. La marca que actualmente se comercializa es: “las abejitas”, sin aún definirse un logo empresarial o sí se conservará ésta nomenclatura.

A continuación se señalan los productos que, actualmente, se ofertan en el mercado:

- Miel de Abeja, en frascos plásticos, traslúcidos, con tapa rosca, de 500 y 1.000 gramos.



- Propolio, en frascos de vidrio, color ámbar, con tapa tipo gotero o spray, de 20 mililitros.





Pan de abeja, en tarinas plásticas, traslúcidas, con tapa de presión, de 50 y 100 gramos.



A ello se suman los productos derivados del colmenar, que se hallan en proceso de producción, tales como: jabones, shampoo, cremas, vino, jarabes, confites, cirios, entre otros. Todos de uso cosmético, nutritivo y medicinal. Y, los productos y servicios de lanzamiento futuro, como por ejemplo: polen, jalea real, veneno de abejas, antídotos, apilarnil (larvas de los zánganos que se cree tienen propiedades nutritivas y medicinales), cera de abejas, centro de apiterapia.

b. Turísticos



Lo compondrá un circuito de visita, donde los usuarios, recorrerán las instalaciones y conocerán todo acerca de las abejas, en su medio natural; y, de la actividad apícola, pasando por diferentes escenarios, previamente diseñados para entretener y educar, tocando diferentes tópicos, de una manera amena y secuencial, refiriéndonos a la biología de éstos, su crianza y lo que producen.

Así, el centro turístico se construirá en un terreno de quince mil metros cuadrados; y, contará con los siguientes espacios temáticos:

- Sala de historia sobre la apicultura y sus beneficios enfocada a dar a conocer, a los visitantes, acerca de la actividad apícola, en un lenguaje



llano. Remontándonos a sus orígenes, como una acción humana, desde épocas remotas hasta nuestros días.

- Sala del mundo de las abejas orientada a dar a conocer sobre la abeja melífera, la colmena y la organización de la colonia, resaltando la función que desempeñan tanto los individuos por su clase como la sociedad en la que se desenvuelven dentro del colmenar.
- Sala del criadero de las abejas direccionada a dar a conocer la reproducción y etapas de desarrollo del insecto; así como, la crianza de las abejas reinas (la más importante de la colonia) a partir de sepas madre, es decir, reinas de raza pura.
- Sala de observatorio tendiente a dar a conocer sobre la vida de las abejas desde que inician su existencia (en forma de huevo) hasta el final de sus días. También se distinguirá, gracias a panales colocados en colmenas de vidrio, los productos naturales del colmenar (miel, polen, cera, etc.).
- Sala de experimentación que busca producir, en el turista, la sensación de convertirse por unos momentos en un apicultor. Para ello, se le proveerá de los equipos, implementos e indicaciones necesarias; y, contará con la ayuda de un guía tutor.
- Sala de producción que trata de mostrar cómo se extrae la miel y los demás productos de la colmena; así como, la manera en la que se elaboran los productos derivados, especialmente aquellos de uso medicinal, cosmético y nutritivo.
- Sala de apiterapia que pretende promover los tratamientos medicinales en base al piquete de las abejas en centros específicos del cuerpo; y, el uso de productos derivados. Éste será un sitio opcional pues tendrá un costo adicional.



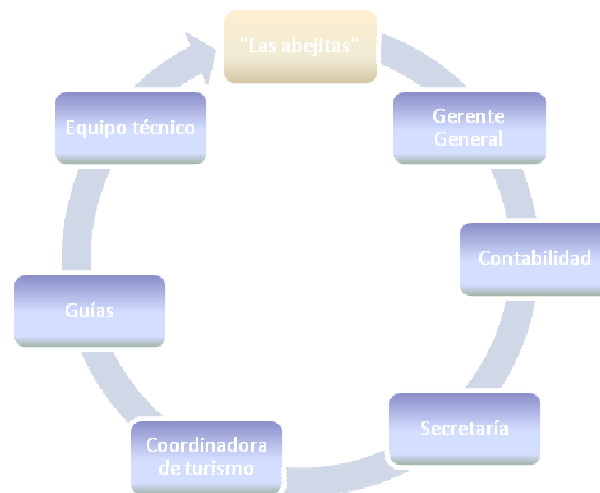
- Sala de suvenires que oferta una serie de productos y recuerdos del centro apícola, a precios módicos, como otra forma de autofinanciamiento del mismo. Se venderán: camisetas, llaveros, felpos, afiches, bisutería, dulces y otras mercancías más.
- Sala de gastronomía apícola que busca promocionar alimentos, sanos y nutritivos, hechos a base de productos del colmenar, entre ellos: dulces, bebidas, platos a la carta, en un variado menú creado especialmente para el buen gusto y exigente paladar de nuestros comensales.



A todo ello se debe agregar la elaboración de programas guiados y paquetes específicos dirigidos a diferentes segmentos del mercado, por ejemplo: instituciones educativas, grupos familiares y extranjeros. Mismos que incluyen todos o algunos de nuestros servicios.

- Equipo de trabajo

La organización de la empresa, en lo concerniente a su equipo de trabajo, se puede apreciar en el organigrama 1.1. Centro Turístico Apícola: “Las Abejitas” – Administración:



- Gerente general, quien se encarga del manejo administrativo de la empresa en sus diferentes áreas, toma decisiones y supervisa la puesta en marcha de órdenes dadas.
- Contabilidad, quien se encarga del manejo financiero de la empresa en sus aspectos de ingresos y egresos, capital, patrimonio (bienes muebles e inmuebles), pérdidas y ganancias.
- Secretaría, quien se encarga de las relaciones públicas de la empresa, proporciona información, toma los pedidos, ordena entregas a bodega, solicita insumos y otras funciones de oficina.
- Coordinadora de turismo, quien organiza el circuito, las visitas de los grupos al centro y las funciones que desempeñarán los guías en las diferentes salas con las que se cuentan.
- Guías, quienes acompañarán y explicaran el recorrido del circuito turístico, brindando la asistencia informativa – técnica necesaria para responder las inquietudes del visitante.
- Equipo técnico, conformado por: un zootécnico, un médico especializado en apicultura, un bioquímico o ingeniero en alimentos, un conserje, un guardia de seguridad, una cocinera, mesero, un encargado de la tienda de recuerdos, un bodeguero, un chofer, un agente vendedor



y un repartidor. Los que realizarán actividades específicas de acuerdo a su nombramiento.

- Visión, misión y objetivos empresariales

- Visión

Consolidar nuestra empresa, como líder a nivel local, regional y nacional, entregando productos y servicios de calidad, con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor de servicios en apicultura y turismo, en un periodo aproximado de tres años, a partir de su ejecución. Además, diversificaremos y desarrollaremos innovaciones en el área, buscando una actualización permanente de métodos y estrategias de implementación.

- Misión

Constituirnos en una empresa sólida, que produzca, comercialice y preste servicios de apicultura, apiterapia y apiturismo, promoviendo el desarrollo local y la promoción de ésta actividad económica, con respaldo de una adecuada gestión de mercado, tecnología de vanguardia, visión social y conciencia ecológica.

- Objetivos

- a. General

Crear el primer centro de apiturismo de la ciudad de Cuenca.



b. Específicos

- Determinar la demanda insatisfecha de productos del colmenar y servicios turísticos asociados a la actividad apícola a través de una investigación de mercado.
 - Identificar los requisitos, reunir los mismos y constituir la empresa inscribiéndola en las instituciones pertinentes para su reconocimiento y legalidad.
 - Diseñar, construir e implementar la planta procesadora de productos apícolas y el circuito turístico apícola en base a alianzas estratégicas y otras acciones de financiamiento, rentabilidad y sostenibilidad económica.
 - Comercializar los productos y servicios ofertados de acuerdo a las preferencias del consumidor, implementando estrategias de marketing que nos permitan ser competitivos.
 - Mejorar la producción, rendimiento y calidad de servicios que se presta con la implementación de nuevas tecnologías y la permanente capacitación de nuestro personal.
- Metas
 - Realizar un estudio de mercado en un plazo no mayor a seis meses.
 - Definir la imagen empresarial y presentación de productos.
 - Obtener certificados de funcionamiento, sanidad y calidad.
 - Establecer estrategias de marketing.
 - Introducir productos y servicios al mercado.
 - Consolidar la empresa.
 - Desarrollar, diversificar e innovar los servicios y producción.
 - Replicar el proyecto en otras comunidades.



- Marco legal
 - Certificado de constitución, existencia y representación legal.
 - Certificado de control de calidad del producto original.
 - Informe técnico del proceso de elaboración.
 - Ficha de estabilidad del producto.
 - Permiso sanitario de funcionamiento.
 - Permiso sanitario de productos.
 - Permisos municipal, bomberos, sanidad.
 - Registro único de contribuyentes (RUC).
 - Inscripción al Ministerio del Turismo.
 - Asociación a la redes apicultores a nivel local, regional y nacional.
 - Patentes para productos y procedimientos.
 - Otros requisitos.

- Aspectos innovadores de los productos y servicios
 - Aprovecha de los recursos naturales.
 - Espacio único e innovador.
 - Vincula el turismo a la actividad apícola (apiturismo).
 - Se convierte en un espacio de sano esparcimiento.
 - Educa respecto a la actividad apícola.
 - Inserta tecnologías para mejorar la producción y la prestación de servicios.
 - Cuida del medio ambiente y aporta a su conservación.
 - Cumple con las normativas legales para su ejercicio.
 - Aporta al desarrollo sostenible de la comunidad.
 - Incide en los hábitos de salud y nutrición de sus consumidores.



- Estrategias de marketing

Una vez definida la imagen empresarial se procederá a la promoción y publicidad del centro turístico apícola, utilizado para su efecto: mass media (radio, televisión, prensa escrita e internet), folletería (hojas volantes, afiches, adhesivos y dípticos) y visitas promocionales (agencias de viajes, instituciones educativas, grupos empresariales, etc.). Que incluyen promociones tendientes a la visita a nuestras instalaciones y degustación de producto.

2.4 Estudio de mercado

A continuación describimos los elementos más esenciales del estudio de mercado realizado para la implementación del negocio. Utilizamos para ello una encuesta misma que adjuntamos en los anexos del presente trabajo de grado.

- Definición

El Centro Turístico Apícola: “Las Abejitas”, ofrece productos derivados del colmenar y servicios de un recorrido turístico por sus instalaciones, previamente descritos, detalladamente, en las páginas precedentes.

- Análisis de la demanda

El análisis busca cuantificar la demanda insatisfecha, para ello mediante técnicas e instrumentos de recolección de información, una encuesta, a las fuentes primarias: los consumidores, buscaremos determinar las características que éstos desean tanto de los productos como de los servicios que prestará la empresa.



a. Apicultura

Pretendemos captar, inicialmente, el mercado de la ciudad de Cuenca, en su área urbana, mismos que según datos del INEC⁴, se encuentra en un crecimiento constante.

Razón por la cual, nos proyectamos una venta aproximada de cincuenta libras de miel por caja, por cincuenta colmenas por año, tendiendo a una productividad de dos mil quinientas libras.

Tabla 1.1

Miel		
Libras	Colmenas	Fascos
50	50	2.500

Razón por la cual, nos proyectamos una venta aproximada de cincuenta libras de miel por caja, por cincuenta colmenas por año, tendiendo a una productividad de dos mil quinientas libras.

Tabla 1.2

Miel		
Libras	Colmenas	Fascos
50	50	2.500

Distribuidas en fascos de quinientos y mil gramos. Así estamos en la capacidad de ofertar 2.270 fascos de quinientos gramos y 1.135 fascos de mil gramos.

Tabla 1.3

Miel		
Fascos	500 gr.	1.000 gr.
2.500	2.270	1.135

⁴ http://www.inec.gov.ec/web/guest/ecu_est/est_soc/cen_pob_viv



La venta de propóleos, en goteros de veinte mililitros, a sabiendas que la capacidad productiva aproximada es de cien gramos y en un total, por colmena, de cinco mil gramos; mismos que después de ser procesados rendirán hasta cuatro mil frascos.

Tabla 1.4

Propóleos		
Goteros	Capacidad	Frascos
20 ml.	5.000 gr.	4.000

Y, la comercialización del pan de abeja, en una capacidad productiva de mil gramos por colmena al año, de lo cual se obtiene un total de cincuenta mil gramos, envasados en tarinas de cincuenta gramos, que dan como resultado mil envases.

Tabla 1.5

Pan de Abejas		
Total gramos por año	Gramos por tarina	Tarinas
50.000 gr.	50 gramos	1.000

b. Apiturismo

Nos proyectamos un porcentaje de setenta personas a la semana, mismas que visitarán el centro turístico apícola, en un total tres mil seiscientos cincuenta personas al año.

Tabla 1.6

Visitas al Centro Turístico Apícola		
Semanal	Mensual	Año
70	280	3650



c. Apiterapia

Nos proyectamos un promedio de treinta y cinco pacientes atendidos a la semana, en sesiones de apiterapia, sumando un total de mil cuarenta y dos o mil quinientas sesenta y cuatro anuales, respectivamente.

Tabla 1.7

Pacientes al Centro Turístico Apícola		
Semanal	Mensual	Año
37.5	150	1955 aprox.

A ello se sumará los ingresos percibidos por venta de suvenires y alimentos varios en cafetería.

- Segmentos a los que se ofertará el producto

El segmento de consumidores al cual están dirigidos nuestros productos y servicios es las familias en general de la ciudad de Cuenca, quienes consumen de productos apícolas y los que se sienten atraídos por un circuito de apiturismo.

- Segmentación conductual

Para el mercado meta, la ocasión de compra, de productos apícolas y servicios en apiturismo, será ordinaria. Y, la situación de los adquirientes potenciales, serán las personas que buscan criterios de calidad, fundamentados en un grado medio de conocimiento sobre los beneficios que se prestan y éstos reciben; motivo por lo cual, se hace necesario, informar al consumidor y permitir que experimente sobre las ventajas de preferirnos, como una labor de las estrategias de marketing y atención al cliente. Todo con la finalidad de mejorar la actitud positiva hacia lo natural.



- Análisis de la oferta

Existe un déficit en la producción de productos del colmenar, en la ciudad de Cuenca, para satisfacer la demanda, tal y como lo señala información arrojada por investigaciones llevadas a cabo, en el seno del Ministerio de Agricultura y Ganadería (2006), por lo cual es meritorio adquirir miel de otras provincias o países de la región interandina.

- Estudio de la comercialización

Dispondremos de un canal de distribución centrado en el marketing indirecto que consiste en una serie de estrategias enfocadas a captar el interés, de los consumidores, por los productos y servicios de la empresa, con actividades como: entrega de muestras, venta personal, visita a distribuidores, reparto de publicidad, entradas de cortesía, descuentos, stands promocionales, web, por citar algunas.

En cuanto a que los encargados de la comercialización son nuestros colaboradores, quienes ofrecen los productos y los servicios directamente al consumidor, con una mínima intervención de intermediarios, aspecto que incide en los costos finales, los que les resultarán cómodos y asequibles, teniendo que hacer una pequeña inversión en ellos. Pudiendo beneficiarse las personas de toda clase económica pero, muy especialmente, los de clase media y alta, que son los que frecuentan los supermercados, tiendas de productos naturales y centros de esparcimiento varios, lugares donde estaremos, progresivamente, presentes.

Como otro punto, la conservación y manejo de éstos (productos y servicios), por parte del distribuidor y del consumidor, no requieren de condiciones especiales, sino las obvias, como por ejemplo: la refrigeración en la cadena de distribución de la miel.



Los beneficios en cuanto a salud, nutrición y otros, son de alto impacto para todos los consumidores, constituyendo una ventaja adicional de éste tipo de negocio; a lo que se debe propender sostener los estándares de calidad de productos y calidez de servicios, lo que nos permitirá irnos diferenciando de la competencia.

Y, para concluir éste aspecto, vale la pena citar que la promoción se realizará, en primera instancia, durante cuatro semanas, a cargo del departamento de comercialización.

- Precios de la competencia

El análisis promedio de los costos de la competencia es de: miel cinco dólares; propóleos cuatro dólares cincuenta; y, pan de abeja cuatro dólares, precios que se encuentran contenidos en la tabla 1.8:

Tabla 1.8

Precios de la Competencia		
Miel	Propóleos	Pan de abeja
5	4.5	4

- Nuestros precios

El análisis promedio de nuestros costos en comparación con los de la competencia manifiesta una diferencia de cincuenta centavos de dólar menos por cada producto, precios que se encuentran contenidos en la tabla 1.9:



Tabla 1.9

Nuestros Precios		
Miel 500gr.	Propóleos 20ml.	Pan de abeja 50 gr.
\$ 5	\$ 4	\$ 5

Precios de la Competencia		
Miel 500gr.	Propóleos 20ml.	Pan de abeja 50 gr.
5.5	4.5	5.5

Lo que significa para el consumidor final un ahorro. Y, en cuanto a lo que tiene que ver con el apiturismo no existen empresas similares con las que se pueda comparar nuestra propuesta.

2.5 Estudio técnico

A continuación describimos los elementos nucleares del estudio técnico efectuado para la ejecución del negocio:

- Comportamiento productivo

Los lugares potenciales de producción y locación se hallan en las periferias de la ciudad de Cuenca, sectores especialmente privilegiados por su ubicación, clima y vegetación, resaltan: Buenos Aires, Sayausí y La Josefina, El Descaso. Pudiendo desarrollarse aquí todas las labores tanto de la apicultura, el apiturismo y la apiterapia.

- Organización de las actividades

a. Producción

- Implementación de los apiarios.



- Visitas cronológicas a los apiarios.
 - Limpieza de los apiarios.
 - Curación de los apiarios.
- Cosecha de los productos del colmenar.
- Almacenamiento de la miel, polen, cera.
- Fabricación de productos derivados.

b. Guianza

- Implementación del circuito turístico.
- Adecuación de las instalaciones.
- Establecimiento de la ruta.
- Promoción del recorrido.
- Guía a los visitantes.

• Técnicas

a. Producción

- Renovar reinas.
- Limpiar el apiario.
- Hacer curetajes al apiario.
- Elaborar un calendario florícola y apícola.
- Incrementar el número de colmenas o colonias.

b. Guianza

- Hacer una hoja de ruta.
- Establecer el guión, orden de trabajo y funciones.
- Determinar recorridos alternativos.
- Ubicar correctamente la señalética⁵.

⁵ Todo lo correspondiente a la señalización (simbología, leyendas, cuadros explicativos, mapas, organigramas, etc.) de un circuito turístico.



- Ofertar otros servicios (cafetería y tienda de suvenires).
- Componentes
 - a. Producción

La miel, la cera y el polen, productos obtenidos de la colmena, son llevados a la planta y procesados manualmente con una tecnología artesanal, simple pero funcional, realizada por el zootécnico o una persona con conocimiento en apicultura.

Luego, de acuerdo a las necesidades, se elaboran sus derivados, siguiendo procedimientos específicos para cada caso, como la fabricación de velas, cosméticos, medicinas, etc. con la asistencia de un bioquímico-farmacéutico o un especialista a fin.

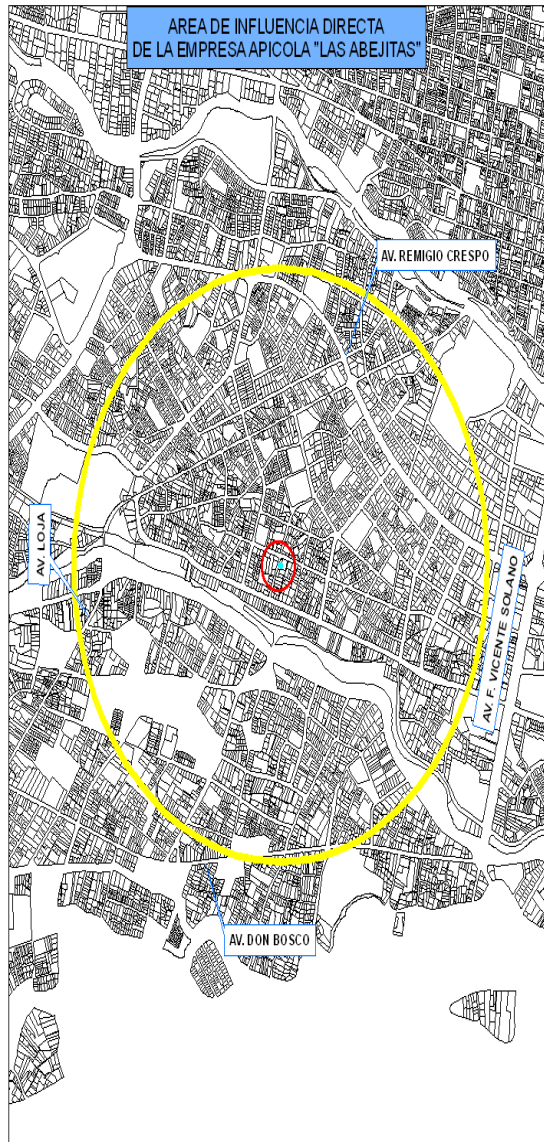
b. Guianza

Todo guía seguirá su hoja de ruta, según itinerario diario, en su jornada de trabajo; presentará flexibilidad y plasticidad respecto al congestionamiento de visitas; deberá tener un conocimiento holístico del guión y los recorridos; y, elaborará un informe quincenal fundamentado en la bitácora o registro anecdótico de sus salidas.



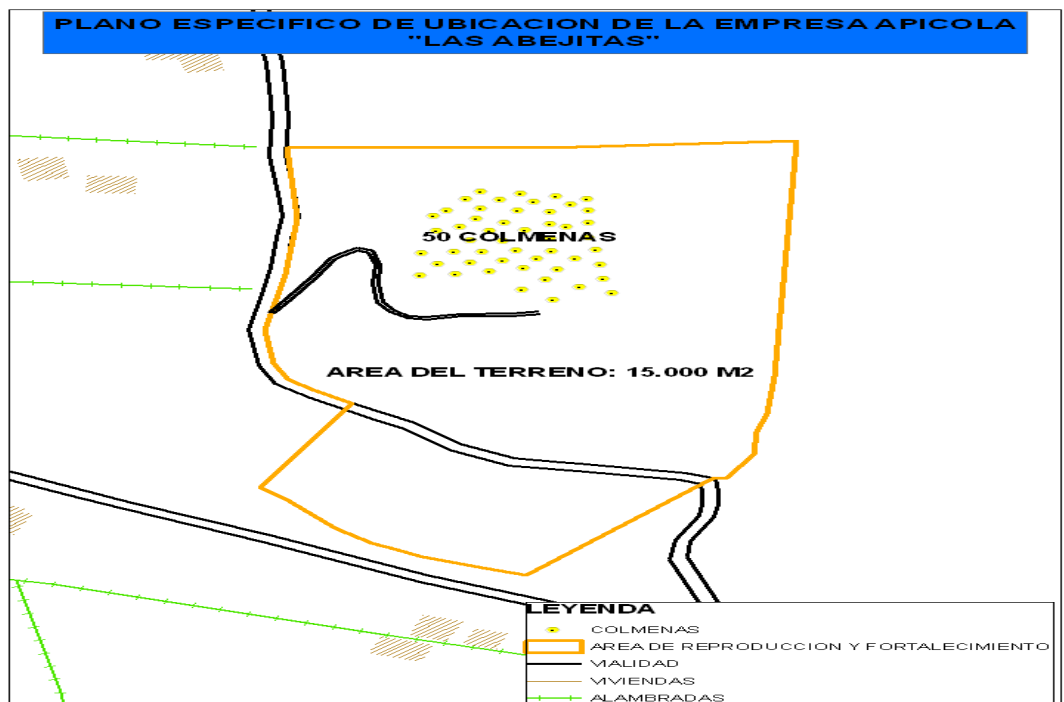
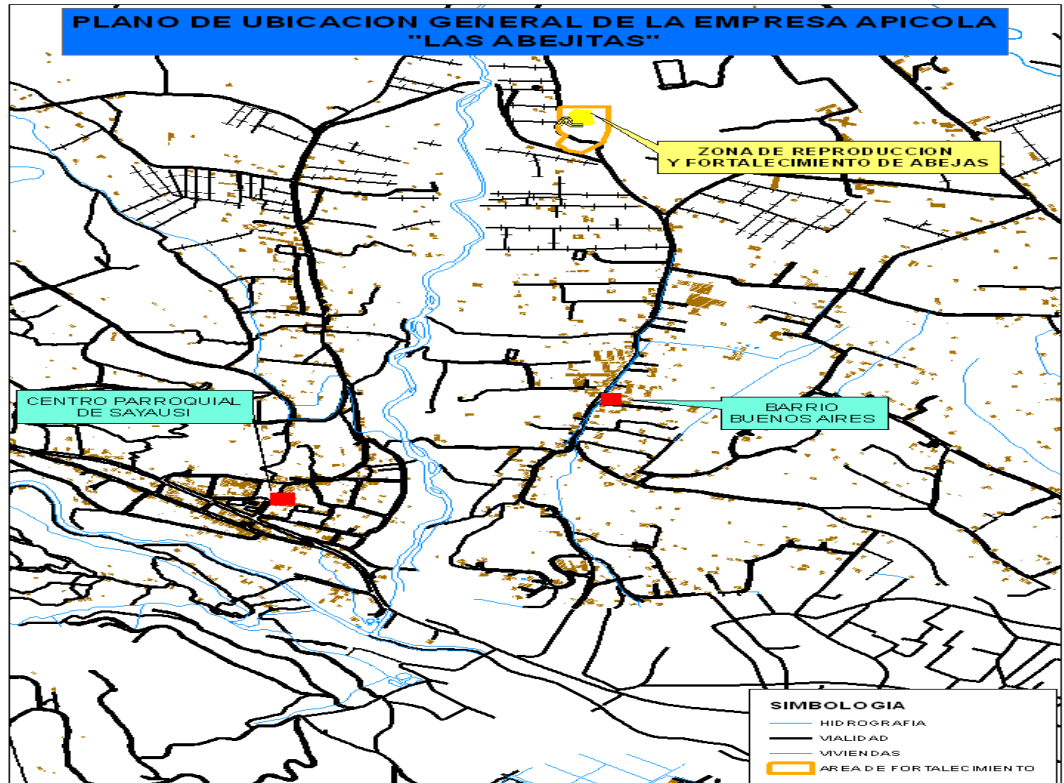
- Locación

- a. Oficinas de distribución y ventas





b. Planta de producción y centro turístico apícola





- Equipos

- a. Producción

- 02 mesa de trabajo.
- 01 mesa desoperculadora.
- 50 cajas de abeja.
- 12 trajes apícolas completos.
- 01 centrifuga para extraer manualmente la miel de tres panales.
- 01 laminadora de libro para hacer cera estampada.
- 02 purificadoras solares de cera.
- 01 balanza electrónica digital.
- 10 baldes plásticos para almacenar los productos del colmenar.



- b. Guianza

- 03 uniformes de guía.
- 03 manuales de guía.
- 03 radios de comunicación.

- Diseño de la planta

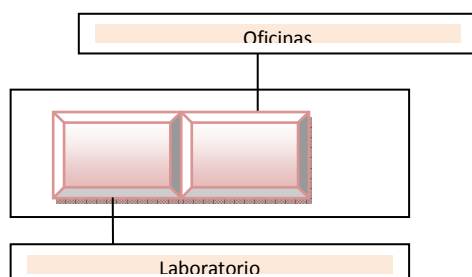


Gráfico No. 1

La planta para extraer la miel, propóleos y pan de abejas es una casa que cuenta con un laboratorio y oficina; cada espacio con una dimensión aproximada de doce metros cuadrados; y, con todos los servicios básicos necesarios.



- Diseño del circuito turístico

El circuito turístico está compuesto por nueve salas: historia, mundo de las abejas, criadero, observatorio, experimentación, producción, apiterapia, souvenirs y gastronomía, distribuidas en quinientos metros de construcción. Que incluye además: sanitarios, parqueaderos, mirador, áreas verdes, áreas recreativas y áreas de circulación.

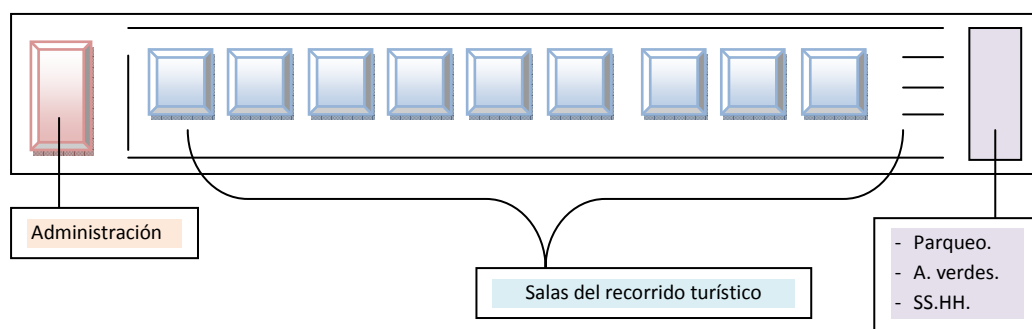


Gráfico No. 2

2.6 Estudio económico – financiero

Finalmente, señalamos los costos operacionales, los flujos de caja y los índices financieros del proyecto tanto del área de apicultura como del área de apiturismo. Es importante señalar que los datos de correspondientes a la primera área pertenecen a los cálculos realizados por el Md. Vt. Luis Galarza, en su plan de negocios.



APICULTURA

- Plan de ventas inicial:

Tabla 1.10

Proyección de Ventas Anuales		
Miel 500gr. X unidades	Propóleos 20ml. X unidades	Pan de abeja 50 gr. X unidades
2.258	600	996

- Plan de crecimiento anual:

Con un incremento anual, de un veinte y cinco por ciento, en cada uno de los productos y servicios, en sus ventas; y, procurando mantener los costos en los que incurra la operatividad de la empresa.

Tabla 1.11

Proyección de Incremento Anual		
Miel	Propóleos	Pan de abeja
2822.5	750	1245

- Plan de inversión:

a. Equipos de producción

Tabla 1.12

Equipos de Producción			
Activos	Número	V. unitario	V. total
• Caja de abejas.	50	200	10.000
• Trajes apícolas completos.	4	100	400.00
TOTAL:			10.400,00



b. Equipos de procesamiento

Tabla 1.13

Equipos de Procesamiento			
Activos	Número	V. unitario	V. total
• Mesa de trabajo.	01	100	100
• Centrífuga.	01	500	500
• Mesa desoperculadora.	01	200	200
• Estampadora de cera.	01	500	500
• Balanza electrónica.	02	250	500
• Balde plástico.	10	005	050
TOTAL:			1.850

c. Oficina administrativa

Tabla 1.14

Oficina Administrativa			
Activos	Número	V. unitario	V. total
• Juego de muebles de oficina.	01	250	250
• Computadora de escritorio.	01	700	700
• Impresora láser b/n.	01	100	100
• Escritorio.	01	100	100
Línea telefónica	01	100	100
• Sillas.	02	030	60
TOTAL:			1310



d. Inversión total

Tabla 1.15

Inversión Total	
Descripción	Inversión
• Equipos de producción.	11.200
• Equipos de procesamiento.	1.800
• Oficina administrativa.	1.460
TOTAL:	13.560

- Proyección de costos:

a. Gastos fijos

Tabla 1.16

Gastos Fijos		
Descripción	Costo mensual	Costo anual
• Mano de obra.	500	6.000
• Arriendo oficinas.	100	1.200
• Gastos administrativos.	250	3.000
• Servicios básicos.	50	600
• Transportación.	350	4.200
• Depreciaciones ⁶	127,72	1.532,67
TOTALES:	1.377,72	16.532,67

b. Costos variables

Tabla 1.17

Costos Variables		
Miel de abeja	Propóleos	Pan de abeja
0,33 ctvs.	0,83 ctvs.	0,05 ctvs.

⁶ Equipamiento y maquinaria, 10% anual = \$1.225,00; muebles y enseres, 10% anual = \$41,00; equipo de cómputo, 33,33% anual = \$266,67; TOTAL= 1.532,67



c. Punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio, se ha decidido distribuir ponderadamente los costos fijos sobre cada uno de los tres productos, así: Punto de equilibrio = Costo fijo / precio – costo variable.

Tabla 1.18

Costos variables		
Producto	Ponderación del costo fijo en relación a la producción y venta anual	Distribución de costo fijo
• Miel de abeja.	0,61	10.018,46
• Propóleos.	0,12	2.118,44
• Pan de abeja.	0,27	4.395,77
Total:		16.532,67

Dados los valores de los costos fijos y los costos variables, para cada producto, podemos calcular, el punto de equilibrio:

Tabla 1.19

Punto de equilibrio	
• Miel de abeja.	$10.019,46/5.00-0.33 = 2.143$ unidades de miel de abeja*500gr.
• Propóleos.	$2.119,44/4.00-0.83= 668$ unidades de propóleos*20ml.
• Pan de abeja	$4.395,77/5.00-0.05= 888$ unidades de pan de abeja*50gr.

De lo que se deriva que para recuperar los costos incurridos se deberá producir y vender todos los productos derivados del colmenar, es decir, las 2.143 unidades de miel de abeja; las 668 unidades de propóleos; y, las 888 unidades de pan de abeja. Y, sólo con la de excedentes se empezará a obtener márgenes de ganancia.



d. Proyección de ingresos y egresos

Tabla 1.20

Proyección de Ingresos y Egresos					
Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Préstamo bancario	15.000,00				
Miel de abeja	11.340,00	14.175,00	17.718,75	22.148,44	27.685,55
Propóleos	2.400,00	3.000,00	3.750,00	4.687,50	5.859,38
Pan de abeja	4.980,00	6.225,00	7.781,25	9.726,56	12.158,20
Total:	33.720,00	23.400,00	29.250,00	36.562,50	45.703,13
Egresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Arriendo	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Transporte	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Servicios básicos	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Gastos administrativos	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Amortización de préstamo	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Intereses pagados	2.250,00	1.800,00	1.350,00	900,00	450,00
Costo variable miel de abeja	748,44	935,55	1.169,44	1.461,80	1.827,25
Costo variable propóleos	498,00	622,50	778,13	972,66	1.215,82
Costo variable pan de abeja	49,80	62,25	77,81	97,27	121,58
Egresos:	21.546,24	21.420,30	21.375,38	21.431,72	21.614,65



e. Financiamiento

Se solicitará un préstamo bancario de quince mil dólares de norteamericanos, cuyas amortizaciones con pagos de capitales iguales, será:

Tabla 1.21

Préstamo Bancario					
Capital	15.000	Interés	15 %		
Año	Interés	Abono	V. cuota	Saldo	
0	0	0	0	15.000	
1	2.250	3.000	5.250	12.000	
2	1.800	3.000	4.800	9.000	
3	1.350	3.000	4.350	6.000	
4	900	3.000	3.900	3.000	
5	450	3.000	3.450	0	
Total:	6.750	15.000	21.750	--	

f. Rentabilidad

Tabla 1.22

Rentabilidad					
Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
13.560	12.173,76	1.979,70	7.874,63	15.130,78	24.088,48



g. VAN & TIR

Tabla 1.23

VAN & TIR	
VAN⁷	TIR
24.327,81	67 %

Según como se observa en las tablas precedentes al momento cero la empresa genera un valor de veinte y cuatro mil tres cientos veinte y siete dólares con ochenta y un centavos, de lo cual se infiere la viabilidad del plan de negocios pues el VAN es mayor a cero y la TIR bordea el sesenta y siete por ciento, reflejo de la rentabilidad del negocio.

APITURISMO

- Plan de ventas inicial:

Tabla 1.24

Proyección de Visitas Mensuales Actividad	
Visitas	Pacientes
5.214	1.564

- Plan de crecimiento anual:

Tabla 1.25

Proyección de Incremento Anual	
Visitas	Pacientes
6.518	1.955

⁷ Se toma como tasa de descuento el valor del 15% de tasa activa.



- Plan de inversión:

- a. Oficina administrativa

Tabla 1.26

Equipos de Oficina			
Activos	Número	V. unitario	V. total
• Sillas giratorias.	01	70	70
• Estantes.	04	55	220
• Vitrina pequeña.	01	100	100
• Mesa de trabajo.	02	30	60
TOTAL:			450

Tabla 1.27

Equipos de Computación			
Activos	Número	V. unitario	V. total
• Proyector.	01	600	600
• Computadora.	01	650	650
• Impresora multifunción.	01	110	110
TOTAL:			1.360

Tabla 1.28

Accesorios de Trabajo			
Activos	Número	V. unitario	V. total
• Trajes de apicultor.	08	100	800
TOTAL:			800



e. Inversión total

Tabla 1.29

Inversión Total	
Descripción	Inversión
• Equipos de oficina.	450
• Equipos de computación.	1.360
• Accesorios de trabajo.	800
TOTAL:	2.610

- Proyección de costos:

a. Gastos fijos

Tabla 1.30

Gastos Fijos		
Descripción	Costo mensual	Costo anual
• Sueldos y salarios.	1.200	14.400
• Servicios básicos.	105	1.260
• Misceláneas.	110	1.320
• Permisos	20,83	250
• Publicidad	50	--
TOTALES:	1485,83	17.230



b. Financiamiento

Se solicitará un préstamo bancario de ocho mil dólares de norteamericanos, cuyas amortizaciones con pagos de capitales iguales, será:

Tabla 1.31

Préstamo Bancario				
Capital	8.000	Interés	15 %	
Año	Interés	Abono	V. cuota	Saldo
0	0.15 %	0	0	8.000
1	1.500	1.600	3.100	6.400
2	960	1.600	2.560	4.800
3	720	1.600	2.320	3.200
4	480	1.600	2.080	1.600
5	240	1.600	1.840	0
Total:	3.900	8.000	11.900	--

c. Ingresos variables

Tabla 1.32

Ingresos variables				
Tipo de recurso	Descripción	Cantidad	Ingreso / Unitario	Ingreso Total Mensual
Ingresos por visitas				
Entrada General	Recorrido Turístico	# de Personas (aprox. = 280)	5.00	1.400,00
Total				1.400,00
Tipo de recurso	Descripción	Cantidad	Ingreso / Unitario	Ingreso Total Mensual
Tratamientos				
Tratamientos de Apiterapia	Remedios & terapia Física	# de Tratamientos (aprox. = 150)	20.00	3.000,00
Total				3.000,00
Total de ingresos variables:				4.400,00



d. Punto de equilibrio

Tabla 1.33

Punto de equilibrio				
Punto de equilibrio	Mínimo Q1	Mínimo Q2	Average	Aprox. Máximo
# de personas (Q1)	404	--	204	280
# de tratamientos	--	80,8	40	150
GANACIAS (Pérdidas) = TOTAL INGRESOS VARIABLES – TOTAL COSTOS FIJOS				
G/P:Ganacias y Perdidas				
TI: Total Ingresos Variables (P1 x Q1 + P2 x Q2)				
TC: Total Costos Fijos (\$1616)				
Q1 : # de Personas				
Q2: # de Tratamientos				
P1: \$4				
P1:\$20				

De lo que se desprende que el precio mínimo para cubrir los gastos operativos será de cuatro dólares de norteamericanos, con doscientos cuatro visitas mensuales en apiturismo y cuarenta tratamientos en apiterapia.



e. Tabla general informativa

Tabla 1.34

Tipo de recurso	Descripción	Cantidad	Costo / Unitario	Amortización	Costo Total Mensual
Préstamo Bancario Para Inversión					
Gasto de Construcción e Instalación	15% anual	1		8000	<u>160.00</u>
Total					100.00
Inversión Capital (\$ 1,810.00)					
Equipos de Oficina					
Sillas Giratorias (Amort 5 años)	Plásticas	1		70.00	1.17
Estantes (Amort 5 años)	De 1,80 x 1,20	4		220.00	3.67
Vitrina pequeña (Amort 5 años)	Aluminio y Vidrio	1		100.00	1.67
Mesa de trabajo (Amort 5 años)	Melanina	2		60.00	1.00
Equipos de Computación					
Proyector (Amort 5 años)	Infocus	1		600.00	10.00
Computador (Amort 5 años)	Escritorio	1		650.00	10.83
Impresora & Fax (Amort 5 años)	Samsung	1		110.00	1.83
Total					30.17
Accesorios de Trabajo					
Trajes de apicultor	Trajes de Protección	8	100.00		<u>800.00</u>
Total					800.00
Sueldos y salarios					
1st Guía & Administradora	Gastos Administrativos	1	350.00		350.00
2nd Guía	Gastos Laborales	1	300.00		300.00
Apiterapeuta	Gastos Laborales	1	300.00		300.00
Vendedora	Gastos Laborales	1	250.00		<u>250.00</u>
Total					1,200.00
Servicios básicos					
Energía eléctrica	Gastos operativos	1	50.00		50.00
Agua potable	Gastos operativos	1	25.00		25.00
Teléfono	Gastos operativos	1	30.00		<u>30.00</u>
Total					105.00
Misceláneas					
Materiales de limpieza	Gastos operativos		20.00		20.00
Materiales de Oficina	Gastos operativos		30.00		30.00
Limpieza de instalaciones oficina	Gastos operativos		60.00		<u>60.00</u>
Total					110.00
Permisos de funcionamiento					
Patente anual	Gastos operativos	1	250.00		<u>20.83</u>
Total					20.83
Publicidad					
Material POP	Gastos operativos	1	50.00		<u>50.00</u>
Total					50.00
TOTAL COSTOS FIJOS					1,676.00



Conclusiones

Luego de diseñado el Plan de Negocios para la Creación del Centro Turístico Apícola: “Las Abejitas”, llegamos a las siguientes conclusiones:

1. Seremos la primera empresa que prestará servicios que asocian la apicultura al turismo, generando el apiturismo en el Azuay, como una alternativa multiaxial de desarrollo con visión social, filosofía del servicio y conciencia ecológica.
2. Nuestros precios generan un ahorro del diez por ciento en la inversión de compra de miel, propóleos y pan de abeja; y, nuestros paquetes de visita están a la par con el valor de entrada a zoológicos, museos u otros.
3. Los clientes disfrutarán de productos bajo los más elevados estándares de calidad e higiene; así como, de un circuito turístico con diversos atractivos que incluirá salas temáticas, tienda de suvenires y cafetería.
4. Los servicios de apiterapia, cafetería y suvenires deberán ser incorporados progresivamente como otros servicios que presta la empresa, tanto como una forma de inversión así como de obtención de ganancias netas; a más que generaremos con ello nuevas fuentes de empleo.
5. Apreciamos un déficit en la oferta, por lo cual nos orientamos a cubrir la demanda, con productos cien por ciento naturales; y, una ventaja al emprender en un negocio nuevo, atractivo y rentable como lo sería el apiturismo.



Recomendaciones

1. Se hace necesario, que el público en general, posea un mayor conocimiento sobre los beneficios que trae la apicultura para el desarrollo comunitario, la salud, la nutrición, el entretenimiento, la educación, etc. por lo cual los paquetes y recorridos deben ser orientados tomando en cuenta éstos contenidos.
2. Proponemos un sostenimiento de los costos de productos y servicios durante, por lo menos, el primer año de ejecución del proyecto, congelamiento que no incidirá en la rentabilidad del negocio pero influirá en el criterio de asequibilidad del consumidor y flujos de la visitas al centro turístico apícola.
3. Consideramos que la incorporación de las salas temáticas, la tienda de suvenires y la cafetería, sea realizada durante el primer año y reinventada cada dos años de operaciones, en base a un estudio de mercado y tendencias; pues según muestran, estadísticas financieras, de empresas similares, lo anterior resulta una acertada estrategia.
4. Se sugiere que la contratación del personal administrativo, técnico y de servicios se lo realice de forma progresiva según las necesidades de producción como de flujo de visitantes al centro turístico apícola, en base a un concurso de oposición y meritos, según el caso amerite.
5. Se sugiere establecer, para cubrir la demanda de productos del colmenar, alianzas estratégicas con empresas de venta de productos naturales, supermercados y micromercados; y, para los servicios de guianza con operadoras de turismo, agencias de viajes, instituciones educativas, etc.



Referencias bibliográficas

a. Textos:

- A.I.ROOT. abc y xyz de la apicultura/ Librería Hachette S.A. – Buenos Aires. 1976. 670 p.
- DIANA SAMMATARO Y ALPHONSE AVITABILE. El manual del apicultor/ Letemendia casa editora. Buenos Aires 2005. 209p.
- GABRIEL BACA U. Evaluación de proyectos. México 2006. 5ta Edición: Editorial MC Graw Hill.
- JANY CASTRO, JOSE NICOLÁS. Investigación integral de mercados: decisiones sin incertidumbre/ McGraw-Hill Interamericana. Bogotá. 3a. edición. 2005. 486 p. gráficos y tablas.
- LEONARDO, TONINI D. Apiterapia, la cura de las abejas/ Ediciones Mirbet S.A.C. primera edición – mayo 2009. 135 p.
- SCHNARCH KIRBERG, ALEJANDRO. Desarrollo de nuevos productos: cómo crear y lanzar con éxito nuevos productos y servicios al mercado/ McGraw-Hill Interamericana. Bogotá. 4a. edición. 2005. 458 p. tablas y gráficos.
- KOTLER, PHILIP; ARMSTRONG, GARY. Principios de marketing/ Pearson Prentice Hall. Madrid. 12a. ed. 2008. xv; 745; I-9 p. Ilus. Es.
- MALHOTRA, NARESH K. Investigación de mercados: un enfoque aplicado/ Pearson Educación. México. 4a. edición. 2004. 713; C2 p. ilus., fotos
- Material proporcionado en el modulo de Gestión de Mercados I y II dentro el Diplomado de Emprendimiento e Innovación por el Máster Luis Pastor Herrera.
- MICHAELSON, GERALD A.; MICHAELSON, STEVEN W. Sun tzu, estrategias de marketing/ McGraw-Hill Interamericana de España. Madrid. 2004. 193 p.



- MOISES ASIS. Apiterapia 101 para todos, como usar los siete productos de la colmena para curar a una comunidad/ Rodes Printing Miami, Florida 2007.
- S. CADENA. Poderes curativos de la miel/ Ediciones Exlibris es una marca registrada de CADENA EDITORES- 2004. 118 p.

b. Web:

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>. 22 /06/2010.
- http://www.mercadeo.com/03_bussplan.html.
- http://www.thehouseofblogs.com/articulo/la_senda_de_la_abeja_apicultura_en_la_sierra-44541.html.



ANEXOS

DISEÑO DEL TRABAJO DE GRADO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO APÍCOLA: “LAS ABEJITAS”

1. Tema

Plan de Negocios para determinar la factibilidad, técnica y financiera, en la Creación del Centro Turístico Apícola: “Las Abejitas”.

2. Definición del problema

El presente documento constituye el diseño de nuestro trabajo de grado, mismo que pretender estructurar el plan de negocios para determinar la factibilidad, técnica y financiera, en la creación del Centro Turístico Apícola: “Las Abejitas”.

3. Problematicación

Ecuador posee una gran biodiversidad, ventaja que no ha sido aprovechada para la producción melífera, pues no se ha logrado abastecer al mercado nacional e internacional, debido a una serie de factores entre los cuales se puede mencionar, principalmente:

- a. Desconocimiento, técnico y financiero, en éste campo agroindustrial.
- b. Pocas asociaciones de apicultores que satisfagan la demanda.
- c. Falta de proyección respecto a la exportación.
- d. Deficiente calidad en la producción.

Razones por las cuales, gran parte de la miel y sus derivados, que consumimos, es importada de países como: Argentina, México, Colombia, Chile y Estados Unidos, quienes constituyen los principales productores, a nivel mundial. A ello debe sumarse,



que países como: Argentina, México y Perú, han vinculado la apicultura a la actividad turística dando lugar al apiturismo.

Según estudios realizados por la Universidad Tecnológica Equinoccial del Ecuador (UTE), la producción de miel es una actividad poco desarrollada en el país; y, es en la zona interandina, donde se encuentra el 80% de los apicultores del país, especialmente en: Pichincha, Imbabura, Loja, provincias en las cuales ya existen asociaciones de apicultores, los cuales han visto una gran oportunidad de negocio en los productos que provienen del colmenar.

Tomando como referencia, lo expuesto anteriormente, podríamos llegar a la conclusión de que la producción apícola, en nuestro medio, no ha sido totalmente explotada, sobretodo en el aspecto turístico, considerando como idea innovadora y creativa, la elaboración de un plan de negocios para la creación de un Centro Turístico Apícola, determinando su factibilidad, técnica y financiera, como una alternativa para la obtención de ingresos económicos, generación de fuentes de empleo y contribución al desarrollo del local.

4. Objetivos

4.1 General

- 4.1.1 Elaborar un plan de negocios para determinar la factibilidad, técnica y financiera, en la creación del Centro Turístico Apícola: "Las Abejitas".

4.2 Específicos

- 4.2.1 Determinar los aspectos teóricos generales sobre la apicultura.
- 4.2.2 Establecer la relación existente entre la apicultura y el turismo.
- 4.2.3 Diseñar un plan de negocios para la creación de un centro turístico apícola.



5. Justificación

La elaboración de un plan de negocios constituye una valiosa oportunidad de aplicación práctica de los contenidos teóricos estudiados, en los diferentes módulos impartidos, del Diplomado de Emprendimiento e Innovación; para ello, contamos con los recursos económicos y el talento humano, necesarios.

6. Marco teórico referencial

A continuación referiremos una serie de conceptos teóricos alusivos al tema de estudio con el objeto de producir una clarificación técnica.

Partamos indicando que, según señala Cristian Sánchez, en su libro: “Crianza y producción de abejas...”, la *apicultura* es la ciencia y el arte que estudia a la abeja melífera como un medio de producción y desarrollo sostenible (pp. 47).

Como parte de la producción y desarrollo sostenible, se encuentra la *acción turística* o el conjunto de actividades que hacen las personas (turistas), durante sus viajes o estancias, en distintos lugares dentro o fuera de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año y con fines de ocio, negocio o placer.

Así, el *apiturismo* se basa en el turismo, de orden rural, enfocado al cultivo de la abeja melífera, con el objeto de obtener, a través de un circuito con la visita, experiencias respecto a la forma en cómo se obtiene la miel y sus derivados; u, otras actividades, tales como, por ejemplo: la *apiterapia* o intervención médica con el veneno de las abejas para el tratamiento de enfermedades (Leonardo Tonini, “Apiterapia: La cura de las abejas”, pp. 09).

Razón por la cual, trazaremos un *plan de negocios* como una guía, ordenada y sistemática, donde detallaremos los aspectos técnicos, económicos y operacionales, de



éste tipo de empresa, determinando a donde queremos ir, donde nos encontramos y cuanto nos falta para llegar a la meta fijada: el negocio.

Finalmente, para el establecimiento del negocio, llevaremos a cabo un estudio del mercado o investigación sistemática de cómo implementar el producto en el mercado, basado en una compilación sistemática de datos, históricos y actuales, de la oferta y la demanda, prediciendo la proyección a futuro una vez incorporada la marca y los servicios que se prestan.

7. Esquema de contenidos

a. Preliminares

1. Portada.
2. Dedicatoria.
3. Agradecimiento.
4. Índice.
5. Introducción.

b. Cuerpo

1. Generalidades sobre apicultura.
 - 1.1 Historia.
 - 1.2 Beneficios.
 - 1.3 Clasificación de la abeja melífera
 - 1.3.1 Colonias.
 - 1.3.1.1 Abeja reina.
 - 1.3.1.2 Zánganos.
 - 1.3.1.3 Obreras.
 - 1.3.2 Tipos de Colmenas.
 - 1.3.2.1 Fijistas.



1.3.2.2 Movilistas.

- 1.4 Apiario.
- 1.5 División de la Colonia.
- 1.6 Revisión de la Colmena.
- 1.7 Cosecha y conservación de la miel.
- 1.8 Turismo con abejas.

2. Plan de Negocios, Centro Turístico Apícola: “Las Abejitas”.

- 2.1. Resumen ejecutivo
- 2.2 Introducción
- 2.3 Antecedentes
- 2.4 Descripción general
 - 2.4.1 Naturaleza del plan
 - 2.4.2 Mercado específico
 - 2.4.3 Plan específico de producción
 - 2.4.4 Organización
 - 2.4.5 Aspectos económico y financiero.

c. Cierre

- 1. Conclusiones.
- 2. Recomendaciones.
- 3. Bibliografía.
- 4. Anexos.

8. Metodología

a. Tipo de estudio y diseño general

La presente monografía será de carácter: observacional-descriptiva-cuantitativa; y, para conseguir los objetivos planteados, aplicaremos el siguiente procedimiento metodológico:



- Recolección, selección y resumen de información bibliográfica.
- Diseño del plan de negocios.

b. Definición de las variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR
- Apicultura.	- Local.	- Registro de información.
- Turismo.	- Regional.	- Circuito turístico.
- Apiturismo	- Nacional.	- Plan de negocios.
	- Internacional.	

c. Procedimientos para la recolección de información, instrumentos y métodos para el control y calidad de los datos.

- Marco teórico acerca de la apicultura.
- Relación entre apicultura y turismo.
- Plan de negocio.

La validez y la confiabilidad de los resultados radican en que los datos son tomados directamente de la fuente sin intermediarios; y, que el proceso investigativo se ajustará a todas las normativas vigentes para el efecto.

9. Recursos

9.1 Institucionales

9.1.1 Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Diplomado Superior en Emprendimiento e Innovación

9.2 Humanos:

9.2.1 Responsable de la ejecución del Trabajo: Lic. Mireya Bernal Sánchez.

9.2.2 Asistencia técnica: Md. Vt. Luis Galarza.

9.2.3 Asesoría: Eco. Carlos Peña.



9.3 Técnicos:

9.3.1 Laptop.

9.3.2 Impresora láser.

9.3.3 Tóner.

9.3.4 Dispositivo de almacenamiento masivo (flash memory).

9.3.5 Hojas de papel bond, tamaño A4.

9.4 Económicos:

Material	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
- Tóner.	01	\$ 75.00	\$ 75.00
- Resmas papel bond A4.	02	\$ 03.50	\$ 07.00
- Alimentación.	--	\$ 30.00	\$ 30.00
- Transportación.	--	\$ 30.00	\$ 30.00
- Fotocopias.	1500	\$ 00.01	\$ 15.00
- Materiales de escritorio.	--	\$ 15.00	\$ 15.00
- Servicio de Internet.	20	\$ 01.00	\$ 20.00
- Anillados.	20	\$ 01.00	\$ 20.00
- Empastados	03	\$ 06.00	\$ 18.00
- Otros gastos	--	\$ 30.00	\$ 30.00
- Imprevistos.	--	\$ 20.00	\$ 20.00
Total:			\$ 280.00
- El presupuesto será autofinanciado por la autora.			

10. Bibliografía.



10.1 Textos:

- A.I.ROOT. abc y xyz de la apicultura/ Librería Hachette S.A. – Buenos Aires. 1976. 670 p.
- DIANA SAMMATARO Y ALPHONSE AVITABILE. El manual del apicultor/ Letemendia casa editora. Buenos Aires 2005. 209p.
- GABRIEL BACA U. Evaluación de proyectos. México 2006. 5ta Edición: Editorial MC Graw Hill.
- JANY CASTRO, JOSE NICOLÁS. Investigación integral de mercados: decisiones sin incertidumbre/ McGraw-Hill Interamericana. Bogotá. 3a. edición. 2005. 486 p. gráficos y tablas.
- LEONARDO, TONINI D. Apiterapia, la cura de las abejas/ Ediciones Mirbet S.A.C. primera edición – mayo 2009. 135 p.
- SCHNARCH KIRBERG, ALEJANDRO. Desarrollo de nuevos productos: cómo crear y lanzar con éxito nuevos productos y servicios al mercado/ McGraw-Hill Interamericana. Bogotá. 4a. edición. 2005. 458 p. tablas y gráficos.
- KOTLER, PHILIP; ARMSTRONG, GARY. Principios de marketing/ Pearson Prentice Hall. Madrid. 12a. ed. 2008. xv; 745; I-9 p. Ilus. Es.
- MALHOTRA, NARESH K. Investigación de mercados: un enfoque aplicado/ Pearson Educación. México. 4a. edición. 2004. 713; C2 p. ilus., fotos
- Material proporcionado en el modulo de Gestión de Mercados I y II dentro el Diplomado de Emprendimiento e Innovación por el Máster Luis Pastor Herrera.
- MICHAELSON, GERALD A.; MICHAELSON, STEVEN W. Sun tzu, estrategias de marketing/ McGraw-Hill Interamericana de España. Madrid. 2004. 193 p.
- MOISES ASIS. Apiterapia 101 para todos, como usar los siete productos de la colmena para curar a una comunidad/ Rodes Printing Miami, Florida 2007.



- S. CADENA. Poderes curativos de la miel/ Ediciones Exlibris es una marca registrada de CADENA EDITORES- 2004. 118 p.

10.2 Web:

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>. 22 /06/2010.
- http://www.mercadeo.com/03_bussplan.html.
- http://www.thehouseofblogs.com/articulo/la_senda_de_la_abeja_apicultura_en_la_sierra-44541.html.