



**VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE FLORES EXÓTICAS POR MEDIO DE
COMERCIO ELECTRÓNICO A NIVEL INTERNACIONAL**

INYER ALEJANDRO DIAZ TRUJILLO

DIRECTOR

EDWIN ARBEY HERNANDEZ GARCÍA

VIGILADA MINEDUCACIÓN

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
DIRECCIÓN NACIONAL UDCII**

VILLAVICENCIO

Fecha de entrega



Tabla de contenido

1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA	3
2. JUSTIFICACIÓN	6
3. ANTECEDENTES.....	7
4. OBJETIVO	9
4.1 GENERAL	9
4.2 OBJETIVO ESPECIFICOS	9
5. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	10
5.1 Gustos de los consumidores	11
5.2 Tendencia del mercado	11
6. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA	12
6.1 PLAN DE VENTAS Y MARKETING	12
6.1.1 Mercado	13
6.1.2 Marketing digital.....	13
6.2 Investigación de mercado	14
Oferta internacional.....	14
7. PLAN DE OPERACIÓN.....	15
7.2 Empaque	19
7.3 Embalaje.....	20
8. PLAN FINANCIERO	22
8.1 ESTUDIO FINANCIERO.....	22
9. CONCLUSIONES Y LOGROS	25
10. BIBLIOGRAFÍA CITADA.....	25



1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

En el siguiente artículo se realizó un análisis de las posibilidades de la implementación del E-commerce en la venta de flores exóticas a nivel internacional, tomando en cuenta el crecimiento de esta herramienta alrededor del mundo y demostrando la importancia de esta para la supervivencia de las empresas actuales y de las nuevas. Esta es una herramienta útil para la penetración de nuevos mercados, nuevos nichos y el descubrimiento de nuevos clientes de cualquier parte del mundo.

En el departamento del Meta, en el sector de la floricultura, hay muy pocas implementaciones de comercio electrónico, por lo tanto, este artículo tiene como objetivo determinar cómo podría esta herramienta promover e incrementar las ventas de flores exóticas. Esta herramienta proporciona y aporta muchos beneficios a la empresa, no solo en incrementar las ventas, si no también reducir costes, globalizar, rediseñar, así como muchos otros aspectos.

De esta forma, con la implementación el comercio electrónico en la venta de flores exóticas, se obtendría una ventaja competitiva en las siguientes áreas: competencia, acercándose a los consumidores y así comprender mejor sus necesidades y demanda, se eliminará el intermediario de tal manera generando más utilidad, pronostica tendencias globales y negocios alternativos y optimizando los procesos mientras se tiene un registro más detallado, estricto y confiable sobre todas las ventas.

- **PALABRAS CLAVES:** E-commerce, Mintic, B2C



ABSTRACT

In the following article, an analysis of the possibilities of the implementation of E-commerce in the sale of exotic flowers at an international level was carried out, taking into account the growth of this tool around the world and demonstrating its importance for the survival of the current and new companies. This is a useful tool for the penetration of new markets, new niches and the discovery of new clients from anywhere in the world.

In the department of Meta, in the floriculture sector, there are very few e-commerce implementations, therefore, this article aims to determine how this tool could promote and increase the sales of exotic flowers. This tool provides and brings many benefits to the company, not only in increasing sales, but also in reducing costs, globalizing, redesigning, as well as many other aspects.

In this way, with the implementation of electronic commerce in the sale of exotic flowers, a competitive advantage would be obtained in the following areas: competition, approaching consumers and thus better understanding their needs and demand, the intermediary will be eliminated in such a way generating more utility, forecasting global trends and alternative businesses and optimizing processes while having a more detailed, strict and reliable record on all sales.



INTRODUCCIÓN

Con el presente artículo se va a presentar y exponer la importancia de la implementación del E-commerce, para la venta de plantas exóticas a nivel global, dando a conocer el valor de esta herramienta tecnológica donde el comercio electrónico representa diferentes soluciones a la hora de hacer una compra de un producto o servicio. De esta forma ver el gran uso que se le da en nuestro país a este tipo de herramientas, resaltando en que la última década ha presentado un gran crecimiento, marcando una tendencia en nuevos mercados.

La venta y distribución de flores exóticas por medio del comercio electrónico es una nueva oportunidad para comerciantes locales, que hacen difícil su comercialización por medio de intermediarios, optando por dejar de producir. En el departamento del Meta, se puede mirar su ventaja y facilidad de producir este producto, ya que se cuenta con las condiciones óptimas para este procedimiento.

A lo largo de este artículo se podrán encontrar algunas oportunidades que existen con el comercio de la flor exótica, por medio de los entornos virtuales o canales electrónicos de comercialización, y que están generando beneficios a personas y empresarios de la ciudad de Villavicencio por el aumento de estas modalidades para el aprovechamiento de estas herramientas, con el fin de llegar a más clientes que puedan tener la necesidad de adquirir este producto.



2. JUSTIFICACIÓN

El siguiente artículo intenta demostrar que el uso de canales o entornos virtuales para la venta de plantas exóticas es una posibilidad, puesto que tenemos la capacidad para eliminar los intermediarios ya que son los que se aprovechan del mercado, dejando al productor con la menor parte de la rentabilidad y provocando un comercio inestable.

Se piensa identificar el factor positivo a través del desarrollo de la venta de la flor exótica por medio de comercio electrónico, resolviendo el problema del alcance a nivel internacional, de esta forma se va a llegar a nuestro cliente final sin necesidad de un tercero, dando a conocer nuestro producto con nuevos canales de distribución de la mano a su crecimiento diario.

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MINTIC, 2020), el comercio electrónico está en masificación en nuestro país, permitiendo la implementación de esta modalidad e incrementándose las ventas en diferentes tipos de mercados, provocando un crecimiento económico; de esta forma aprovecharíamos la producción que hay en el Meta.

3. ANTECEDENTES

Arreaza (2021) según Asocolflores (Asociación Colombiana de Flores) por ciertas razones febrero es el mes más importante en el mercado colombiano de las flores porque es el mes de los enamorados. Las parejas suelen darse este tipo de obsequios durante este mes, en comparación con otras épocas del año.

Por lo tanto, los canales en línea serán la opción ideal para promover el desarrollo de la industria durante un período particularmente difícil de ventas presenciales. La economía digital se ha convertido en un salvavidas para cambiar los hábitos de vida. Según el último informe de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE, 2020), en Colombia, la cantidad de transacciones digitales ha aumentado hasta en 20 millones, lo que representa un aumento del 79% en agosto de 2020. Aunque la categoría de comida es la más popular, cualquier departamento puede aprovechar este impulso.

De acuerdo con Rubio (2020) El crecimiento explosivo del comercio electrónico permite que varios empresarios y organizaciones utilicen la tecnología de forma segura y rápida para gestionar pedidos, ventas o determinados requisitos especiales de los clientes para realizar transacciones.

La venta de flores también se ha actualizado con esta pandemia, porque el producto ha entrado en una transformación digital en los últimos meses, aumentando así la productividad, y estas empresas pueden entregar sus productos en el menor tiempo.

Por su parte Gonzales (2021) debido a las restricciones de las autoridades por la pandemia, algunos distribuidores fueron cerrados temporalmente, lo que obligó a los



floricultores colombianos a utilizar el comercio electrónico en Norteamérica para agilizar el proceso de venta, este es el caso de las empresas exportadoras.

En concreto, según Restrepo (2021), gerente general de Ayurá / Eclipse Flowers, tienen buenas perspectivas de exportación a través del comercio electrónico "Hemos exportado alrededor de 30 millones de claveles y 10 millones de rosas a diferentes mercados". De este total, el 35% de las ventas están relacionadas con el Día de San Valentín. Estimamos que alrededor del 20% o 25% de nuestras compras en esta fecha este año se realizarán a través del comercio electrónico".

De esta forma debemos seguir profundizando en el descubrimiento de oportunidades de venta internacional de flores colombianas, a través de canales como el comercio electrónico.

En esta misma línea, Sandoval (2021), gerente general de Flores Cattleya, explicó que "la pandemia terminó de acelerar nuestro proceso y crecimiento de exportaciones, a través del comercio electrónico

Las flores de nuestro país, que son uno de los productos más resaltantes de la canasta agroexportadora, van a seguir dejando en alto el nombre del país en el exterior, gracias a su calidad, variedad y sostenibilidad, en especial en esta fecha tan importante para el sector floricultor nacional



4. OBJETIVO

4.1 GENERAL

Identificar la viabilidad de la venta y exportación de plantas exóticas que son cultivadas en el departamento del Meta a través del comercio electrónico para mercados internacionales.

4.2 OBJETIVO ESPECIFICOS

- Describir los antecedentes y las problemáticas que se manejan actualmente con el comercio electrónico en el departamento del Meta
- Analizar la situación actual del productor de flor en el departamento del Meta
- Establecer metodologías para abordar la comercialización de la flor en el comercio electrónico
- Proponer estrategias para aumentar las ventas de la flor exótica por medio de comercio electrónico



5. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Nombre de la marca: ExpoDiaz

Localización: Estará ubicada en la ciudad de Villavicencio, de esta manera el servicio web será al principio prestado para las ciudades del país; en un futuro se manejarán los envíos a nivel global.

Descripción del servicio: Prestaremos el servicio mediante una plataforma WEB donde los comerciantes pueden deleitar de las diferentes variedades de flores exóticas y follajes, se entregarán en bouquet dando un valor agregado, se les brindará un espacio virtual para que tengan su propia tienda online desde donde podrán vender los productos a sus clientes finales. Los bouquet serán entregados por empresas de envío donde se le entregarán al cliente final.

Concepto del negocio: La finalidad de este plan de negocio es aprovechar el fortalecimiento de la cultura digital, utilizando estas nuevas herramientas con el fin de ofrecer nuestros productos en internet para ampliar nuestros mercados.

Por otra parte, en Colombia encontraremos que cada región cuenta con una característica agroambiental especial que la hace competitiva ante las otras, sin embargo el departamento del Meta representa un caso muy particular, este sector del país cuenta con un clima que se acoge a las condiciones de la producción de esta planta, y un terreno con una fertilidad para un buen nivel de producción dando buenos ejemplares en su producción de flor, pero el desarrollo de esta misma se ha limitado debido a, la falta de organización, falta de apoyo por las entidades del estado y de creación de estrategias para de nuevos canales de venta y distribución

5.1 Gustos de los consumidores

Son preferidas las heliconias pequeñas por ser de más fácil manejo, aunque las grandes son más llamativas es más difícil acomodarlas en florero y ocupan mucho espacio, en el mercado internacional es más costosa la heliconia grande que las pequeñas (Soto, 2010).

Cualidades que lo hacen atractivo al consumidor:

Los colores son diversos y dependen de la temporada o la ocasión, de la siguiente manera: los colores brillantes como el rojo y el naranja se utilizan en otoño e invierno (Navidad), y los colores suaves se utilizan en verano en primavera e invierno. El color lo hace adecuado para bodas, bodas, etc. Su posición vertical proporciona una nueva forma moderna para el diseño flotante, que es la primera opción para los diseñadores de arreglos florales.

Nombres a nivel internacional: Flores exóticas, flores tropicales, exotic flowers, tropical flowers

5.2 Tendencia del mercado

- Está siendo marcada por la producción y comercialización de bouquet, que son arreglos florales, constan de 4 a 6 flores entre heliconias pequeñas y medianas con follajes, esto hace más efectivo el mercadeo en el exterior y da un valor agregado al producto dando más margen de rentabilidad al productor.
- Comienzan a utilizarse cada vez más en arreglos para eventos especiales, hoteles, restaurantes, y aún a nivel de consumidor individual.



- Hoy el mercado está dando cada vez más importancia a los temas socio ambientales, sí por ejemplo para muchos mercados europeos y norteamericanos las certificaciones FLP (Flower Label Program), Max Havelaar, FLO (Fairtrade Label Organization), FFP (Fair Flower & Plants) y certificaciones como EUROGAP son de alta importancia. (Rueda, 2016).

6. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA

6.1 PLAN DE VENTAS Y MARKETING

Nuestro producto para ofrecer lo llaman flores exóticas, ya que es una planta que representa un grupo de flores silvestres que crecen en las montañas, a la orilla de un río, en los bosques y en algunos sectores son consideradas malezas, a las cuales el hombre le ha dado importancia dependiendo del tamaño de su flor, su follaje si es grande o pequeña, lo llamativo de sus colores, duración (longevidad), largor de la planta y desarrollo fisiológico. Según los principales exportadores de estas flores son Costa Rica, Hawaii, Guatemala, Ecuador, Puerto rico, Jamaica y Colombia y los principales importadores son Alemania, Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Holanda y Suiza (Zapata, 2018)

Flores rojas se ha caracterizado por ser una tendencia en Europa, y los meses de mayor demanda son de mayo a diciembre, entre las flores que más se comercializan están las heliconias, Ginger, ave del paraíso y wagneriana entre muchas especies de flores que hoy se cultivan. Con esto se describe y analiza una gran oportunidad de negocio, examinando su



viabilidad técnica, económica y financiera, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto empresarial (Beleño, 2009)

6.1.1 Mercado

Pretendemos demostrar la importancia que tiene el haber diseñado tendencia del proyecto, así como los factores que determinan que tipo de producto quieren los clientes, que tipo de empaque o modelo por presentación prefieren. De esta forma venderemos del siguiente tipo de dominio en línea

B2C (Business to Consumer) Modelo del Comercio Electrónico en el cual los negocios venden a compradores.

Actualmente, las compras en línea de los consumidores continúan creciendo a un ritmo saludable. Los consumidores ahora pueden comprar casi todo en línea, desde ropa hasta utensilios de cocina, incluso autos y computadoras.

6.1.2 Marketing digital

A través de esta estrategia, la empresa intenta estar un paso adelante a la competencia mediante los costos, es decir diseñado para reducir costos del producto iguales o de mayor calidad; Por lo tanto, la empresa intentará que los costos sean los más reducidos posible, esto posicionará a la empresa una ventaja sobre la competencia, proveedores y clientes.

Se utilizarán las siguientes herramientas que se pueden realizar pequeñas campañas desde muy bajo costo, hasta campañas grandes y complejas en las que se pueden combinar



las técnicas y recursos.

Redes sociales: Es la forma más efectiva de convertir en virales los contenidos, así como la creación de la comunidad de marca, por medio del Marketplace se brindará el producto y se hará llegar al cliente final.

Publicidad display: Es la herramienta de marketing digital más tradicional y conocida. Se realiza por medio de anuncios o banners de varios tamaños y formatos que ocupan un espacio de forma atractiva y llamativa en las páginas de internet.

Buscadores: su función es encontrar los contenidos que buscan los usuarios en internet, sobre algún tema con palabras clave.

6.2 Investigación de mercado

Oferta internacional

Debido a la calidad de este producto, su durabilidad entre otros factores, la demanda ha incrementado mucho más que la oferta, por lo tanto, mientras se pueda producir en calidad, variedad, se puede estar seguro en competir en el mercado internacional y asegurar ventas.

Los principales países productores de Flores Tropicales y Follaje aparte de Colombia son, Costa Rica, Estados Unidos (Hawai), Puerto Rico, Ecuador, Jamaica, Israel y Kenya, La temporada de exportación en estos países por lo general es todo el año. Las flores

tropicales no solo se producen a campo abierto sino también en invernadero como es el caso de Holanda, Estados Unidos, Italia, Japón y Francia, aunque en menor escala

País	Destino de exportaciones	Ventajas comparativas y competitivas
Costa Rica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estados Unidos ▪ Canadá ▪ Unión Europea 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La existencia de microclimas posibilita la producción ▪ Existen gran cantidad de fincas, en las zonas bajas con clima tropical entre las cuales se encuentra la más grande del mundo en flores tropicales: Costa Flores.
Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estados Unidos ▪ Rusia ▪ Holanda ▪ Alemania ▪ España ▪ Canadá ▪ Italia 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La extensa área sembrada le permite tener producción y abastecimiento permanente.
Jamaica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estados Unidos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cultivos bien tecnificados ▪ Proximidad con los puntos de venta
Israel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unión Europea 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cultivos bien tecnificados
Hawái	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estados Unidos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cultivos bien tecnificados ▪ Proximidad con los puntos de venta y distribución

Tabla 1: Los principales países productores de Flores Tropicales y Follaje (Beleño, 2009)

7. PLAN DE OPERACIÓN

CONCEPTO DEL PRODUCTO: Las heliconias es una plata tropical que tiene más de 100 variedades de especies, originarias de Suramérica, Centroamérica, las islas del


Pacífico e Indonesia. Apodaron el nombre de platanillo por su familiaridad en las hojas con las del plátano (véase también grupo musoide) o ave del paraíso (nombre preferentemente usado para *Strelitzia*) y pinza de langosta por las coloridas brácteas que envuelven sus flores

Duración: esta flor exótica después de su corte puede durar entre 12 y 20 días para comenzar a mostrar síntomas de marchitamiento, durando hasta 30 o 40 días de marchitamiento total dependiendo la variedad. (Fasesa, 2009)

Ficha técnica

Para la venta por canales virtuales solo tendremos en cuenta las variedades con mayor siembra en el departamento del Meta, las cuales son las siguientes especies, ya que tienen alta durabilidad por planta y su bajo peso en comparación con otra planta.


GINGER	
Nombre científico	<i>Alpinia purpurata</i> rozada
Especie	Zingiberaceae
Altura	1,2 a 2,5 metros
Distancia entre siembra	2 metros x 2 metros
Inflorescencia por planta / año	90
Meses entre la siembra y floración	8
Peso promedio rizoma	130 gr.
Preso promedio inflorescencia	200 gr
Días después del corte	10



Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Heliconia>


Imagen: <https://co.pinterest.com/msajanip/plants/>

GINGER	
Nombre científico	Alpinia purpurata Roja
Especie	Zingiberaceae
Altura	1,2 a 2,5 metros
Habito	Erecta
Brácteas	35 a 95 rosadas
Distancia entre siembra	2 metros x 2 metros
Inflorescencia por planta / año	90
Meses entre la siembra y floración	8
Peso promedio rizoma	130 gr.
Preso promedio inflorescencia	200 gr
Días después del corte	10




Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Heliconia>
 Imagen: <https://line.17qq.com/articles/gipghjefz.html>

HELICONEA ARCO IRIS	
Nombre científico	Heliconia wagneriana amarilla
Especie	Heliconiaceae
Altura	3 a 4,5 metros
Distancia entre siembra	3 metros x 2 metros
Inflorescencia por planta / año	40
Meses entre la siembra y floración	10
Peso promedio rizoma	450 gr.
Preso promedio inflorescencia	800 gr.
Días después del corte	15



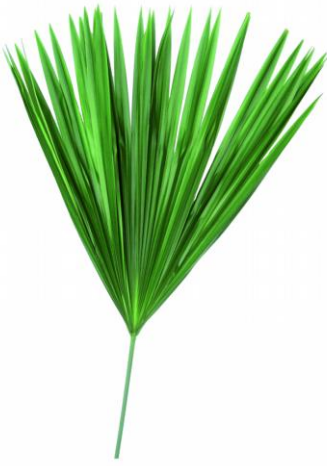
Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Heliconia>
 Imagen: <https://es.wikipedia.org/wiki/Heliconia>

HELICONEA ARCO IRIS		
Nombre científico	Heliconia wagneriana roja	
Especie	Heliconiaceae	
Altura	3 a 4,5 metros	
Distancia entre siembra	3 metros x 2 metros	
Inflorescencia por planta / año	40	
Meses entre la siembra y floración	10	
Peso promedio rizoma	450 gr.	
Peso promedio inflorescencia	800 gr.	
Días después del corte	15	

Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Heliconia>

Imagen: https://en.wikipedia.org/wiki/File:Heliconia_wagneriana_in_Florida.jpg

Por otra parte, de las flores exóticas existen el ramaje, que es una elaboración adicional, este consiste adornar con diferentes tipos de ramas verdes que sirven para recrear los bouquets, para esto se utiliza cualquier ejemplar de la flor, en este proyecto se utilizara principalmente la palma de iraca ya que es la más nativa del clima tropical

PALMA IRACA		
Nombre científico	Carludovica palmata	
Familia	Carludovicaea	
Sistema de reproducción	rizoma	
Tiempo de crecimiento	9 a 12 meses	
Parte aprovechable	Hoja palmeada con péndulo grande	
Rata de recuperación o rendimiento	1.5 a 4 años	
Numero de frondas	6 a 36 frondas anuales	

Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Heliconia>
 Imagen: <https://es.wikipedia.org/wiki/Heliconia>

Los bouquet son ramilletes o ramos que se agrupan con flores exóticas y follaje listos para usarse ya sea en eventos especiales o decoraciones; este producto es un valor agregado de los comercializadores de flores exóticas que les permite obtener mayor ingreso.

Los bouquets que se proyectan comercializar inicialmente tienen las siguientes cantidades de flores:

BOUQUET No 1	Cantidad
Wagneriana roja	1
Alpinia purpurata rosada	1
Tropical	2
Palma iraca	1
BOUQUET No 2	
Wagneriana amarilla	1
Alpinia purpurata roja	1
Tropical	2
Palma iraca	1



Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Heliconia>
 Imagen: <https://auroraflowers.com.co/productos/>

7.2 Empaque

El 60% de las flores tropicales son comercializadas en empaques corrugados con dimensiones de 41x10x5 pulgadas, el 30% de los consumidores compran las heliconias en cajas de 41x20x5 y el 10% restante lo hacen en cajas corrugadas de 41x40x5, siendo esto un

gran tamaño. El comprador prefiere el empaque de 41x10x5 pulgadas por ser el característico para la venta (Ibarra, 2013).

La flor tropical colombiana se comercializa en cajas con dimensiones de 44x20x5 pulgadas. Estas cajas, en la parte superior presentan: foto de las heliconias, el nombre del productor y el lugar de procedencia. En el lateral izquierdo tienen la indicación de la fecha para posicionar las cajas y un aviso de no refrigerar y, en la parte interior, la caja lleva un plástico forrando las flores y papel periódico picado humedecido. Las flores no se empacan amarradas, la flor va protegida en el papel, pero no totalmente envuelta. En la parte posterior, se encuentran anuncios como, por ejemplo: caja N° 21, variedad heliconia mixta, cantidad 5 y un aviso que dice FRÁGIL (Ibarra, 2013)

7.3 Embalaje

Este es un aspecto muy importante ya que es la carta de presentación de nuestro producto, por esto debe tener varios elementos de suma importancia.

- Numero de flores por caja: esto es altamente dependiente de varios factores como son: la longitud de los tallos, variedad de la flor, edad de la flor, exigencias del importador, tamaño de la caja, época del año entre otros factores. El peso mínimo de lote exportable en avión es de 100 kilos.
- Etiquetado, en la identificación las cajas contienen la siguiente información:
- Nombre de la flor tropical

- Variedad
- Tamaño
- Numero de flores por caja
- Productor / Vendedor
- Lugar de procedencia

Documentos

Para el envío de flores tropicales es necesario tramitar el certificado fitosanitario el cual es garantía de la calidad de la flor cortada. También es necesario mantener los cuidados básicos de la flor, desde su producción, como en la manipulación, de tal forma que las actividades de postcosecha y comercialización de la flor garanticen el mantenimiento de los atributos como color, tamaño, forma, calidad, etc., a los que se les da gran importancia por parte del comerciante y del consumidor final.

Canales de distribución

Las flores se comercializarán vía aérea. Actualmente el comercio más intenso está en las heliconias y las gingers tienen un mercado más competitivo en Estados Unidos.

La participación de supermercados en el comercio electrónico ha crecido. Esto se debe principalmente en cuanto a precios que tienen los consumidores. Los bajos precios en

el mercado electrónico han impulsado a sus clientes a comprar más bien en supermercados y por medios virtuales y ya no en floristerías.

8. PLAN FINANCIERO

8.1 ESTUDIO FINANCIERO

Activos

No se necesita ningún tipo de maquinaria para la preparación, separación, selección y empaque de la flor, ya que todo el proceso es manual.

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Archivo	1	\$ 588.000,00	\$ 588.000,00
Mesa de juntas	1	\$ 530.000,00	\$ 530.000,00
Teléfono	1	\$ 29.900,00	\$ 29.900,00
Impresora	1	\$ 545.900,00	\$ 545.900,00
Computador	3	\$ 2.000.000,00	\$ 6.000.000,00
Escritorio	3	\$ 545.999,00	\$ 1.637.997,00
Silla oficina	3	\$ 89.990,00	\$ 269.970,00
Aire acondicionado	3	\$ 919.900,00	\$ 2.759.700,00
TOTAL:			\$ 12.361.467,00

MAQUINARIA Y EQUIPO	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tanques(1000L)	5	\$ 1.000.000,00	\$ 5.000.000,00
Mesones industriales	5	\$ 530.000,00	\$ 2.650.000,00
Tijeras	20	\$ 167.000,00	\$ 3.340.000,00
TOTAL:			\$ 10.990.000,00

Costos de producción:

COSTOS DE PRODUCCION FIJOS	Valor Total
Arriendo	\$ 1.000.000,00
Servicios:	
Agua	\$ 200.000,00
Luz	\$ 120.000,00
Internet+Telefonía	\$ 120.000,00
Seguro de embodegamiento	\$ 200.000,00
TOTAL:	\$ 1.640.000,00

MATERIA PRIMA E INSUMOS	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Heliconia	10000	\$ 170,00	\$ 1.700.000,00
Cahulla	1	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00
Aceite	3	\$ 50.000,00	\$ 150.000,00
TOTAL			\$ 1.872.000,00

ELEMENTOS DE PROTECCION PERSONAL-COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION			
Gafas(E.P.P)	3	\$ 5.900	\$ 17.700
Delantal (E.P.P)	3	\$ 14.000	\$ 42.000
Botas(E.P.P)	3	\$ 28.900	\$ 86.700
Guantes(E.P.P)	3	\$ 28.600	\$ 85.800
Tapaboca(E.P.P)	3	\$ 190	\$ 19.000
TOTAL:			\$ 251.200

Costos de comercialización:

COSTOS DE COMERCIALIZACION			
Publicidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Aviso Fachada	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Tarjetas Presentación	1000	\$ 120	\$ 120.000
Volantera	1000	\$ 130	\$ 130.000
Decoración Interior (Oficina)	1	\$ 130.000	\$ 130.000
Factureros	12	\$ 12.500	\$ 150.000
TOTAL:			\$ 1.730.000

EMPAQUE	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Caja De Cartón	666	\$ 150	\$ 99.900
Cubierta Plástica	10000	\$ 20	\$ 200.000
Papel Periódico	333	\$ 100	\$ 33.300



TOTAL:			\$ 333.200
--------	--	--	------------

EMBALAJE	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Suncho x Rollo	5	\$ 20.000	\$ 100.000
Viniplel	4	\$ 10.000	\$ 40.000
Estibas	13	\$ 13.000	\$ 169.000
TOTAL:			\$ 309.000

ETIQUETA	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Etiqueta Por Caja	666	\$ 50	\$ 33.300

COSTOS DE CONSTITUCION	Cantidad	Valor Total
Formulario RUT	1	45.000
Registro Único Empresarial	1	180.000
Matricula Mercantil	1	120.000

Proyección de ventas

Para la proyección de ventas los precios son complejos debido al vasto universo de variedades, tamaños, colores, presentaciones, temporadas y preferencias, pero es posible destacar que los precios se fijan tomando en cuenta la experiencia, regularidad y uniformidad, además factores importantes como fletes, costo aeroportuario o disponibilidad del producto, influyen en la determinación del precio. Debido al constante crecimiento de este sector y la oferta mundial, los precios han registrado bajas, y están relacionados principalmente con la temporada, ya sea de verano o invierno.

Los precios fluctúan de acuerdo con la especie, variedad, época y condiciones de la oferta de los productos. En base a la estructura de mercado identificado para las flores tropicales

9. CONCLUSIONES Y LOGROS

Con base en el artículo presentado, se puede concluir que con ánimo de perdurar en el mercado y desarrollarse en el tiempo y de la mano del consumidor, las tiendas de electrónica y las tiendas virtuales son las mejores estrategias, los consumidores de hoy hacen parte del mundo globalizado de las compras en línea.

Los clientes se sentirán más cómodos y confiados a través de una plataforma de comercio electrónico, donde se puede encontrar todos los productos en ella, y a un solo clic de ayuda personalizada por el chat virtual, el consumidor de hoy en día es muy práctico e independiente, y este tipo de soluciones es lo que te anima a hacer la recompra y lo hacen sentirse identificado con nuestra marca y las diferentes soluciones alternas que esta plantea; De acuerdo a lo anterior, se concluye lo siguiente:

- Según lo establecido en el artículo, se puede evidenciar las posibilidades de desarrollar la venta y distribución de plantas exóticas, específicamente heliconias, a mercados internacionales por factores como: durabilidad, peso y lo llamativo de sus follajes.



- Se puede identificar que competitivamente desde el punto de vista del factor precio, en comparación con otros competidores, el departamento del Meta tiene opciones de generar empleo a campesinos través de dicha actividad.
- Se demuestra que, al evitar los intermediarios, se pueden generar mayores ingresos y beneficios para campesinos.
- Se establece que el cliente final será quien permita el comercio electrónico, sin duda alguna, este es un cambio enorme y el departamento no está acostumbrado, la transición definitivamente será fuerte, se cometerán errores quedando un camino largo por recorrer para comprender por completo este mercado.
- Adicionalmente, se demuestra su viabilidad a la hora de cotizar los precios de cada flor en el mercado internacional, mostrando su buen valor en los países extranjeros que la comercializan



Bibliografía

- CARLOS RODRIGO SOTO MONSALVE. (15 de MARZO de 2010). *PARADISE GARDEN HELICONIAS*. Obtenido de <http://florestropicalescolombia.blogspot.com/>
- Fasesa. (6 de noviembre de 2009). *heliconias11*. Obtenido de <https://heliconias11.blogspot.com/2009/11/las-heliconias-son-plantas-herbaceas.html>
- Ibarra, E. C. (1 de enero de 2013). Obtenido de <https://1library.co/subject/flores-de-exportacion>
- Jairo de los Santos Beleño, M. P. (15 de Agosto de 2009). *coursehero*. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/65631973/Ejemplo-proyecto-de-exportacionpdf/>
- Maximilian Beck, E. B. (2015). Ecommerce in Colombia: exploding opportunities? *Civilizar de empresa y economia* , 16.
- Noris Zapata . (01 de diciembre de 2018). *scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/398967407/tesis-flores>
- Rueda, R. (15 de 03 de 2016). *CALAMEO*. Obtenido de <https://es.calameo.com/books/0027022573fd661e798e3>
- Semana. (2019). E-commerce en Colombia va por buen camino. *SEMANA* , 1. Obtenido de <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/asi-avanza-el-comercio-electronico-en-colombia/275169/>