**Vibee La Apicultura**

Tatiana Rodríguez Alarcón, Nicol Daniela Ángel Aldana, María Sofia Mendez Tabares

1. Estudiante de Pregrado, Universidad de la Salle, Grupo Estudios Sociales, Financieros e Internacionales ESFI, Semillero de Investigación Finanzas y Comercio Internacional SIAFCI, ORCID: N/A, Bogotá D.C, Colombia, trodriguez54@unisalle.edu.co
2. Estudiante de Pregrado, Universidad de la Salle, Grupo Estudios Sociales, Financieros e Internacionales ESFI, Semillero de Investigación Finanzas y Comercio Internacional SIAFCI, ORCID: N/A, Bogotá D.C, Colombia, nangel02@unisalle.edu.co.
3. Estudiante de Pregrado, Universidad de la Salle, Grupo Estudios Sociales, Financieros e Internacionales ESFI, Semillero de Investigación Finanzas y Comercio Internacional SIAFCI, ORCID: N/A, Bogotá D.C, Colombia, mamendez5@unisalle.edu.co.

**Resumen:** El presente proyecto tiene como objetivo general **diseñar un plan de exportación para la empresa Vibee La Apicultura S.A.S. BIC**, con el propósito de introducir su miel en mercados internacionales, dada la limitada disposición del consumidor colombiano para pagar precios que reflejen el valor agregado de productos orgánicos. Esta estrategia busca fomentar el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

La empresa presenta motivaciones proactivas para internacionalizarse, dado su interés en el crecimiento y reconocimiento de marca. Aunque ha logrado consolidarse en el mercado nacional, ha identificado una desaceleración en la demanda interna. Esto, junto con la baja valoración del consumidor colombiano hacia productos apícolas orgánicos, impulsa a Vibee a explorar oportunidades en el mercado internacional, donde existe una mayor apreciación por productos naturales y saludables. Esta estrategia no solo busca aumentar ventas, sino también optimizar la producción, fortalecer su competitividad y aportar al desarrollo sostenible del sector apícola colombiano.

Los **objetivos específicos** son: proponer un perfil de consumidor que se ajuste al mercado internacional; identificar los mercados más adecuados para la exportación de miel; establecer estrategias de comercialización y posicionamiento acordes con la demanda externa; y analizar las implicaciones financieras que conllevaría la implementación del plan.

La **metodología** es de enfoque **mixto**, integrando herramientas cualitativas y cuantitativas. En el componente cualitativo se incluye la revisión de literatura sobre tendencias de consumo y perfiles de consumidores en mercados internacionales, así como el análisis de aspectos políticos y regulatorios obtenidos de plataformas como Legis Comex y bases académicas (Scopus, Scielo, EBSCO). El componente cuantitativo se enfoca en el análisis financiero del plan de exportación mediante indicadores como ROE, ROA y margen neto, además de un análisis costo-beneficio, utilizando los estados financieros de la empresa.

**Palabras clave:** Exportación, Apicultura, Internacionalización, Producto Orgánico, Plan.

**Abstract:** This project aims to **design an export plan for the company Vibee La Apicultura S.A.S. BIC**, with the purpose of introducing its honey into international markets, given the limited willingness of Colombian consumers to pay prices that reflect the added value of organic products. This strategy seeks to foster the company’s growth and long-term sustainability.

The company shows proactive motivation for internationalization, driven by its interest in brand growth and recognition. Although Vibee has consolidated its presence in the national market, it has observed a slowdown in domestic demand. Furthermore, the Colombian consumer shows low appreciation for the nutritional and ecological value of organic beekeeping products. This has prompted the company to seek opportunities abroad, where there is a higher appreciation for natural and healthy products. The internationalization strategy aims not only to increase sales and optimize production but also to enhance competitiveness and contribute to the sustainable development of the Colombian beekeeping sector.

The **specific objectives** are: to propose a consumer profile suitable for international markets; identify the most appropriate markets for honey exports; define marketing and positioning strategies aligned with international demand; and analyze the financial implications of implementing the export plan.

The **methodology** is a **mixed approach**, combining qualitative and quantitative tools. The qualitative component includes literature review on consumption trends and consumer profiles in international markets, along with the analysis of political and regulatory aspects gathered from platforms such as Legis Comex and academic databases (Scopus, Scielo, EBSCO). The quantitative component focuses on financial analysis using indicators such as ROE, ROA, and net margin, in addition to a cost-benefit analysis based on the company's financial statements.

**Keywords:** Export, Beekeeping, Internationalization, Organic Product, Plan.