



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE
TABASCO**

División Académica de Ciencias
Económico Administrativas (DACEA)



Licenciatura en Mercadotecnia

Asignatura: Proyecto de Investigación de Mercados (PIM)

Dra. Minerva Camacho Javier

Empresa: Bee Flowers

Integrantes del equipo

Brisbany Perez Carrillo

Angel Jesús Jiménez Osorio

Sarah Estefania Chavez Jimenez

Nicole Solorzano Martinez

Grupo: 6CLM

Villahermosa, Tabasco

de 2024

INDICE

INDICE	2
INTRODUCCIÓN	5
Bee Flowers	6
1.1 Antecedentes.	6
1.2 Filosofía: misión, visión, objetivos y valores	7
1.2.1 Misión	7
1.2.2 Visión	7
1.2.3 Objetivos.....	7
1.2.4 Valores	8
1.3 Mecánica de ventas.....	9
1.4 Mercado meta	9
Mercado híbrido de Bee Flowers	9
Características del producto o servicio	10
2.1 Nombre y descripción de categorías de los productos	10
Tabla 1. Categorías de los productos de Bee Flowers.	10
2.2 Etiquetas, logotipo y slogan.....	12
Ilustración 1. Logotipo de Bee flowers	12
2.3 Precio al público por categoría	12
2.4 Puntos de venta.....	12
Estructura administrativa – operativa (Flujograma).....	14
.....	14
• MERCADO.....	15
• TIPO DE MERCADO.....	16

Tipos de mercado para Bee Flowers son:	19
Mercado híbrido de Bee Flowers:	20
• TIPO DE SEGMENTO	21
Tipos de segmentos para Bee Flowers	22
• TIPO DE SEGMENTO ESTRATÉGICO	23
Tipos de segmentos estratégicos para Bee Flowers:	24
• Segmentos por crecimiento	24
• Segmentos por rentabilidad	24
• Segmentos por fidelización	24
• Segmentos por innovación o diferenciación	25
• Segmentos por liderazgo de costos	25
• Segmentos por alineación estratégica	25
• ANÁLISIS DE LA DEMANDA	26
Análisis de la demanda para Bee Flowers	28
ANÁLISIS DEL PRECIO	28
1. Análisis de costos costo total	29
2. Análisis de competencias:	29
3. Análisis del valor percibido.	29
5. Monitoreo y Ajuste	29
• ANÁLISIS DE OFERTA	30
Análisis de oferta para Bee Flowers	31
• CANALES DE COMERCIALIZACION	32
1. Canales Directos.	32
2. Canales indirectos	32
3. Canales Mixtos	32

4.	Canales de Venta Personal.....	33
5.	Canales Digitales.	33
Perfil competitivo de Bee Flowers		34
	Interpretación.....	34
ORGANIGRAMA		35
Propuestas.....		36
Beneficios		36
CONCLUSIÓN.....		38

INTRODUCCIÓN

En un mercado globalizado y altamente competitivo, el sector florícola enfrenta grandes desafíos para cumplir con los crecientes estándares de calidad y servicio que exigen los consumidores. La floristería, al trabajar con productos altamente perecederos, requiere una logística meticulosa y una atención centrada en el cliente para garantizar que cada entrega cumpla con las expectativas y exigencias de calidad del mercado actual.

Dentro de este contexto, hemos identificado dos áreas estratégicas para impulsar el desempeño y la competitividad de las empresas florícolas: la logística y la satisfacción del cliente. Estas áreas son esenciales para lograr una operación eficiente y una experiencia del cliente que fortalezca la relación a largo plazo con la marca.

En cuanto a la logística, un sistema eficiente permite la entrega puntual de los productos, asegurando que lleguen en óptimas condiciones y manteniendo la frescura de cada arreglo. Este aspecto es particularmente relevante en el sector florícola, donde la rapidez y el manejo cuidadoso son indispensables para conservar la calidad y prolongar la vida útil de los productos.

Por otro lado, la satisfacción del cliente se ha convertido en un factor clave para construir lealtad y generar una buena reputación en el mercado. Un cliente satisfecho no solo es más propenso a realizar futuras compras, sino que también se convierte en un promotor de la empresa, compartiendo su experiencia positiva y atrayendo nuevos clientes. Además, la atención a las necesidades y expectativas del cliente fortalece la relación y contribuye a una experiencia de compra diferenciada.

En conjunto, una logística optimizada y un enfoque en la satisfacción del cliente se traducen en un servicio confiable y en una experiencia que va más allá de la simple entrega de un producto. Ambos aspectos son cruciales para lograr la fidelización y

destacarse en un entorno tan dinámico y exigente como el de la floristería en un mercado global.

Bee Flowers

1.1 Antecedentes.

Bee Flowers fue fundada en el año 2022 por Karla Janeth Olan Hernández, originaria del estado de Veracruz, quien ejerce el rol de CEO de la microempresa. Bee Flowers se especializa en ramos florales y diseño de eventos.

La creación de Bee Flowers surgió a partir de las necesidades personales de Karla Janeth Olan Hernández. Encontró en las flores la paz y tranquilidad que buscaba, lo que la llevó a explorar más sobre el tema. Karla decidió profundizarse en el conocimiento de las flores, buscando cursos y aprendiendo nuevas técnicas.

Durante este proceso de aprendizaje, tuvo la oportunidad de elaborar su primer arreglo floral, lo cual la motivó a venderlo. Su primer ramo de flores, un ramo de rosas, fue vendido a través de Facebook Marketplace. A medida que avanzaba, comenzó a implementar sus propias técnicas, diferenciándose de las opciones tradicionales del mercado floral.

Karla introdujo ramos florales con estilo coreano, una novedad en el mercado floral del estado de Villahermosa, Tabasco, ya que no se había visto antes en otras floristerías locales. La técnica de envoltura de estos ramos es creación propia de la CEO y ha sido perfeccionada a lo largo del tiempo.

Bee Flowers inició oficialmente el 29 de septiembre de 2022 con su primer encargo floral, marcando el comienzo de una nueva experiencia en el ámbito del emprendimiento. En la actualidad, en 2024, la empresa tuvo la oportunidad de inaugurar su propio local presencial el 31 de agosto, ubicado en Heriberto Kehoe, Circuito Rosas #401.

1.2 Filosofía: misión, visión, objetivos y valores

1.2.1 Misión

En Bee Flowers, nuestro propósito es embellecer cada ocasión mediante la creación de arreglos florales únicos que conectan con las emociones y expectativas de nuestros clientes. Nos esforzamos por ofrecer un servicio personalizado y cercano, poniendo atención en cada detalle para asegurar que nuestras flores sean un reflejo fiel de lo que nuestros clientes desean expresar. A través de nuestra creatividad y compromiso, buscamos aportar alegría y valor a los momentos más importantes en la vida de las personas.

1.2.2 Visión

Ser la floristería líder en diseño floral en el estado de Tabasco, reconocida por nuestra creatividad, calidad y servicio al cliente excepcional. Aspiramos a establecer nuevos estándares en la industria floral mediante la innovación continua y la implementación de técnicas exclusivas que definen las tendencias del mercado. Queremos expandir nuestra presencia y crear un impacto positivo en cada comunidad que servimos, mientras mantenemos nuestro compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Nuestra visión describe las aspiraciones a largo plazo y el futuro deseado para la empresa.

1.2.3 Objetivos

Proveer arreglos florales innovadores y de alta calidad que embellezcan eventos y espacios, introduciendo productos, servicios, o mejora de los existentes. Desarrollar y lanzar una nueva línea de ramos florales, línea de cerámica para arreglos florales y decorativos de eventos.

Implementar prácticas que minimicen el impacto ambiental. Reducir el uso de embalajes de plásticos y adoptar materiales reciclables lo cual sería la línea de cerámica.

Visión a Largo Plazo: Convertirse en líder del mercado en diseño floral del estado de Tabasco.

Mejorar la satisfacción y lealtad del cliente, implementando un programa de fidelización para clientes frecuentes y aumentar la retención de los clientes.

1.2.4 Valores

- **Calidad:** Compromiso con la excelencia en todo el aspecto de nuestro trabajo, desde la selección de flores hasta la entrega final, asegurando productos frescos y elaborados.
- **Creatividad:** Fomentar la innovación y originalidad en el diseño floral, ofreciendo arreglos únicos que reflejan la personalidad y el estilo de nuestros clientes.
- **Integridad:** Actuar con honestidad y transparencia en todas nuestras interacciones, manteniendo altos estándares éticos y de conducta con nuestros clientes.
- **Innovación:** Estar a la vanguardia en tendencias y técnicas florales, buscando continuamente nuevas formas de sorprender a nuestros clientes.
- **Excelencia operacional:** Optimizar nuestros procesos internos para garantizar eficiencia y efectividad en la producción y entrega de nuestros productos y servicios.
- **Responsabilidad:** Compromiso con la entrega y calidad de arreglos asegurando que sean originales y reflejan la calidad y creatividad de bee flowers.
- **Pasión:** Entusiasmo y compromiso con el arte plasmado en cada arreglo floral.

1.3 Mecánica de ventas

Actualmente Bee Flowers venta con venta de manera personal, punto de venta y ventas en línea. Los pagos pueden ser en efectivo, por transferencia o pagos con tarjetas de débito VISA, MasterCard y Santander.

1.4 Mercado meta

Mercado híbrido de Bee Flowers:

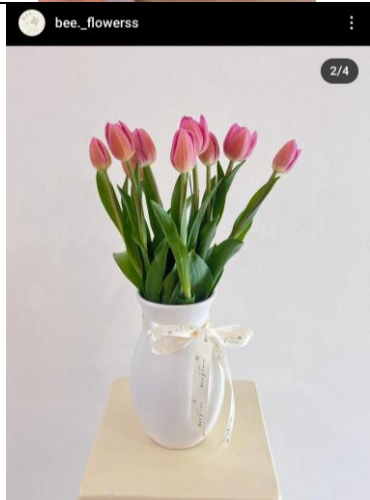
Características de mercado híbrido Bee Flowers	Definición
Multicanalidad	Potencial para operar tanto en tiendas físicas como en línea.
Diversificación	Puede ofrecer una gama más amplia de productos y servicios.
Flexibilidad	Mejorar la experiencia del cliente con opciones de compra y entrega variadas.
Segmentación mixta de consumidores	Expansión para incluir tanto a consumidores finales como a empresas.
Competencia variable	Enfrenta competencia de floristerías locales y plataformas en línea, requiriendo estrategias de diferenciación.

Características del producto o servicio

2.1 Nombre y descripción de categorías de los productos

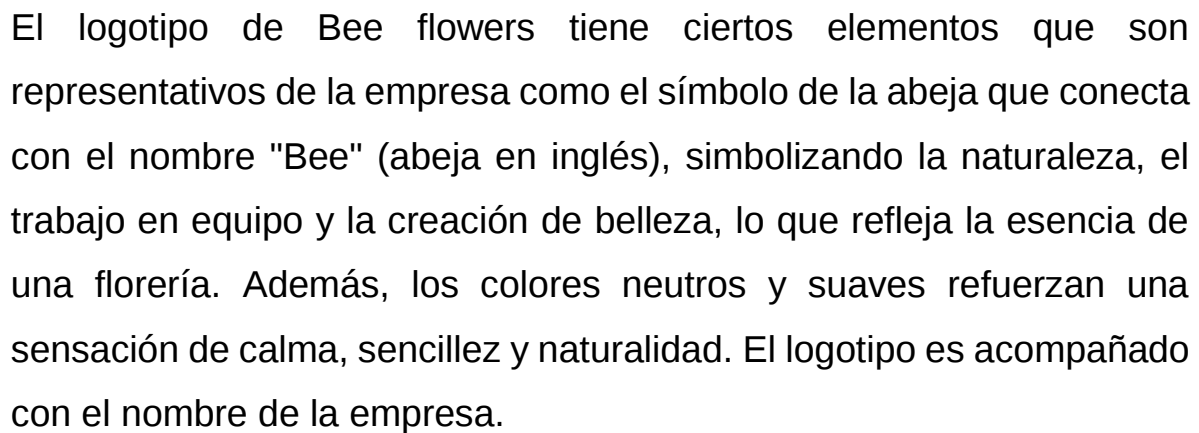
Bee flowers, al tratarse de una empresa que realiza arreglos florales, cuenta con una extensa variedad de flores de gran calidad los cuales se basan en diferentes tipos las cuales serán descritas en el siguiente cuadro.

Tabla 1. Categorías de los productos de Bee Flowers.

Categoría	Descripción	Imagen ilustrativa
Arreglo floral (nubes)	Bee Flowers cuenta con unas flores que parecen una nube debido a su forma esponjosa y delicada, lo que les da su nombre popular, suelen usarse como complemento en ramos de flores, ya que aportan textura y suavidad al conjunto.	
Arreglo floral (Tulipanes)	Bee Flowers maneja arreglos florales de tulipanes lo cual tienen un aspecto elegante y simple, con un tallo largo y recto que sostiene una sola flor en forma de copa.	

Arreglo floral (Rosa)	Las rosas tienen pétalos suaves dispuestos en capas y varían en tamaño y forma según la especie. Son conocidas tanto por sus elegantes flores como por sus espinas, que cubren los tallos largos y robustos.	
Arreglo florar (Gerbera)	Las Gerberas simbolizan la pureza, la alegría y la inocencia, por lo que se utilizan con frecuencia en celebraciones y eventos alegres. Estas flores son muy populares en arreglos florales y decoración debido a su durabilidad y apariencia alegre y fresca.	
Arreglo florar (Girasoles)	El girasol simboliza la admiración, la lealtad y la felicidad, y su aspecto radiante lo convierte en una flor asociada con la energía positiva y la vitalidad. Se cultivan en diversas partes del mundo, prosperando en suelos bien drenados y en climas soleados.	

Ilustración 1. Logotipo de Bee flowers



2.3 Precio al público por categoría

Circuito rosa 401 Heriberto Kehoe Vincens, 86030 Villahermosa, Tab.

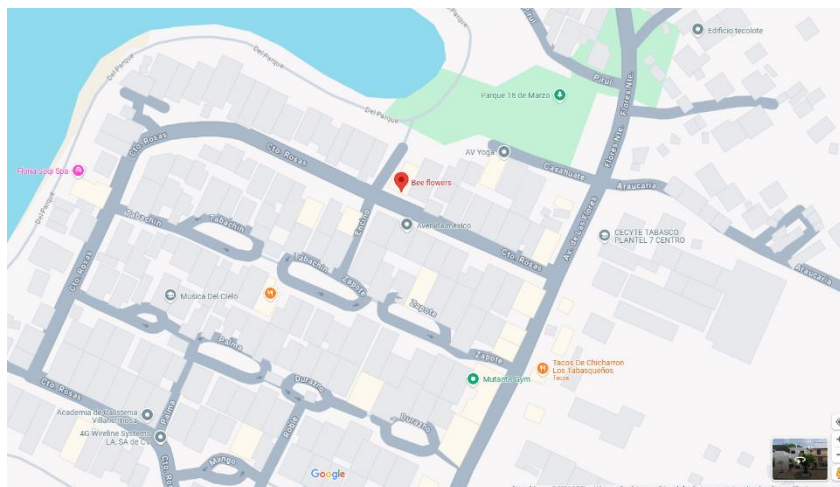
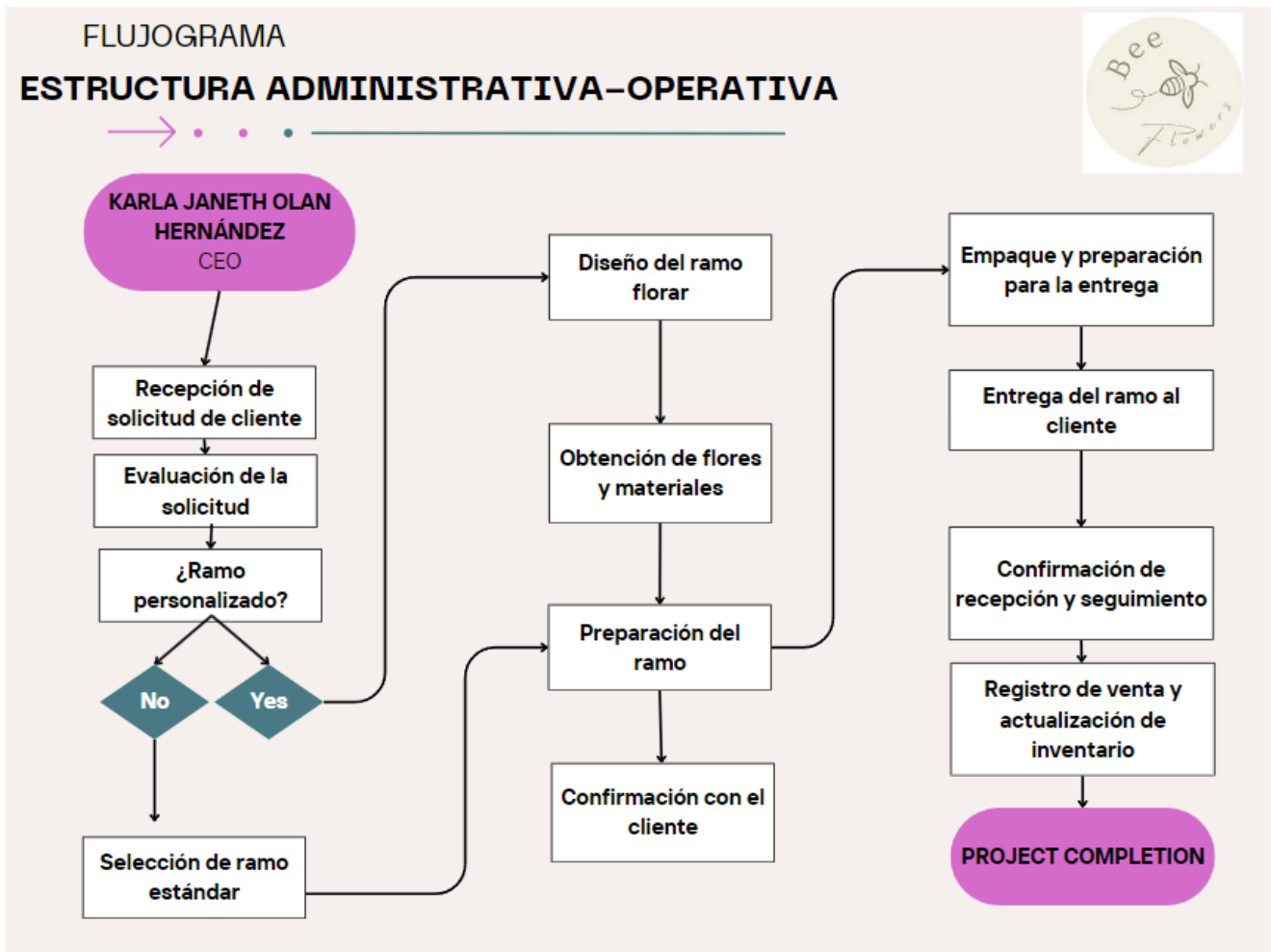


Tabla comparativa de competencia (Bee Flowers)

Empresa	Ubicación	Distancia existente entre empresas	Horarios de atención	Servicios	¿Qué hay cerca?	Entregas	Fundamentos
Florería Sofia	Margarita, Maza De Juárez 105, Gil Y Saenz	2.5 km	24 horas	Ramo de 12 rosas Ramo de 24 rosas	Mas florerías	Solo entrega en sucursal	Su aspecto para destacar es el servicio de 24 horas
Florería VAZMAR	Maragrita, Maza De Juarez 100, Gil Y Saenz	2.5 km	lunes a sábado 8-8 pm Domingo 8-4 pm	Servicios generales de flores	Mas flores	Servicios generales de flores	La calidad de sus productos
Florería Jardín del edén	Chapultepec 203, Jesus García, 86040	2.5km	Lunes a domingo 8-9 p.m.	Servicios generales de flores	Florerías	En sucursal y entrega a domicilio	Tiene un gran catalogo
Florería VJM	Ramon Mendoza 420, José María Pino Suarez 86029	4 km	lunes sábado 8 a 6 pm Domingo	Arreglos y ramos florares	Antojitos, taquería, refaccionarias y un centro medico	En sucursal y entrega a domicilio	Su entrega a domicilio
Florería Daysi	Mariano Arista 506, Centro, 86000	5.5 km	Lunes a sábado 8 a 8 pm Domingo 9 a 6 pm	Arreglos florales para todo tipo de ocasión	Tortas Kike y Hotel	Entrega en tienda física	Tiene una ubicación céntrica

Estructura administrativa – operativa (Flujograma)



El flujograma de la microempresa refleja una estructura organizacional simplificada en lo que solo una persona en este caso Karla Janeth Olan Hernández CEO de Bee Flowers, desempeña todos los roles y responsabilidades.

1. **Estructura Organizacional Simplificada:** Dado que Bee Flowers está en una etapa “inicial”, la estructura organizacional se mantiene simple. Es común que una sola persona maneje diversas funciones dentro de la empresa. Karla Janeth Olan Hernández, como CEO, se encarga de la gestión operativa, administrativa y estratégica, lo cual es habitual en las microempresas.

2. **Multifuncionalidad:** La CEO asume múltiples roles simultáneamente, a compartir desde la toma de decisiones hasta la ejecución de tareas diarias.
3. **Eficiencia y Control:** Tener una sola persona al mando facilita una toma de decisiones más ágil y un control más directo sobre las actividades diarias.
4. **Recursos Limitados:** Bee Flowers enfrenta limitaciones en recursos financieros y humanos, lo que impide la contratación de personal adicional.
5. **Desarrollo Futuro:** Es importante recalcar que la organización que se tiene establecida es temporal. A medida que la microempresa vaya creciendo, se planeará la incorporación de más personal y el desarrollo de un flujograma más estructurado en la cual se refleje una estructura organizacional más completa. Esto permitirá una distribución más especializada de las responsabilidades y una gestión más eficiente.

- **MERCADO**

Un mercado es un espacio, real o virtual, donde compradores y vendedores interactúan para intercambiar bienes, servicios o activos a cambio de dinero o de otros bienes. Los precios en el mercado se determinan generalmente por la oferta y demanda, y el objetivo de los participantes suele ser satisfacer sus necesidades o maximizar sus beneficios.

Philip Kotler menciona:

Concepto	Definición
Segmentación	Los mercados se dividen en segmentos más pequeños basados en características demográficas (edad, género, ingresos), psicográficas (estilos de vida, valores) o de comportamiento (hábitos de compra).
Mercado meta	Dentro del mercado total, la empresa identifica un grupo específico de

	consumidores (segmento) que es más propenso a consumir sus productos o servicios.
Satisfacción de necesidades	El marketing debe enfocarse en satisfacer las necesidades y deseos del consumidor, ya que esto impulsa las transacciones y el éxito de los productos en el mercado.

El enfoque que más se relaciona con Bee Flowers es el de Philip Kotler. Su énfasis en la segmentación del mercado y la satisfacción de las necesidades del cliente es crucial para la empresa Bee Flowers, porque se enfoca en ofrecer productos personalizados a sus clientes.

• TIPO DE MERCADO

Los tipos de mercado son categorías que organizan las interacciones entre compradores y vendedores según distintos criterios, como el producto, los consumidores, la competencia y la ubicación geográfica. Estas clasificaciones permiten comprender cómo funcionan las relaciones comerciales en diversos contextos, centrándose principalmente en la competencia y la cantidad de participantes en el mercado.

Según el producto

Bienes de consumo: Productos destinados al uso final por los consumidores. Incluye alimentos, ropa, electrodomésticos, entre otros.

Bienes industriales: Productos utilizados en la producción de otros bienes, como maquinaria o materia prima.

Servicios: Actividades intangibles que satisfacen necesidades específicas, como consultoría, educación o transporte.

Según los consumidores

Mercado de consumo: Compuesto por personas que compran bienes y servicios para su uso personal.

Mercado empresarial: Empresas que compran bienes o servicios para usarlos en la producción de otros bienes o en sus operaciones.

Gubernamental: Organizaciones del gobierno que adquieren bienes y servicios para cumplir con sus funciones.

Según la competencia

Competencial perfecta: Mercado donde existen muchos compradores y vendedores, y los precios se establecen por la oferta y la demanda. No hay influencia individual en los precios.

Monopolio: Un solo vendedor controla todo el mercado y establece los precios a su conveniencia.

Oligopolio: Pocas empresas controlan el mercado y tienen un poder significativo para influir en los precios.

Monopólica:

Según el ámbito geográfico

Mercado local: Las transacciones se limitan a un área geográfica pequeña, como una ciudad o una región.

Nacional: Cómo las empresas deben adaptar sus estrategias a los contextos nacionales, tomando en cuenta las regulaciones y las preferencias locales.

Internacional: Cómo las empresas deben adaptarse a diferentes culturas, regulaciones y mercados.

Global: Un mercado que cubre el mundo entero, sin barreras geográficas o de mercado.

Características de mercado híbrido	Definición
Multicanalidad	ofrecen sus productos a través de diversos canales. Pueden operar tanto en tiendas físicas como en plataformas digitales (comercio electrónico), a través de redes sociales o Marketplace.
Diversificación	Pueden vender una amplia gama de productos que abarcan tanto bienes de consumo como bienes industriales, e incluso servicios. La oferta se adapta según el canal o el tipo de consumidor.
Flexibilidad	Los consumidores pueden optar por distintas modalidades de compra, como la entrega a domicilio, la recogida en tienda o puntos de entrega externos. Las empresas se adaptan a estas preferencias para mejorar la experiencia del cliente.
Segmentación mixta de consumidores	Se atienden tanto a consumidores finales como a otras empresas (mercado de consumo y mercado empresarial). Los consumidores pueden ser individuos que adquieren productos para su uso personal, o empresas que compran insumos o servicios.
Competencia variable	Las empresas en este mercado compiten con una variedad de actores, desde pequeños negocios locales hasta grandes plataformas globales.

Tipos de mercado para Bee Flowers son:

Según el producto Ofrece bienes de consumo como flores y servicios como entrega a domicilio y personalización de arreglos.
Según los consumidores Principalmente atiende a personas que compran flores para ocasiones especiales. También podría expandirse a empresas para eventos corporativos y, ocasionalmente, a instituciones gubernamentales.
Según la competencia Opera en un mercado con competencia local (competencia perfecta o monopolística), pero no tiene control significativo sobre los precios como un monopolio u oligopolio.
Según el ámbito geográfico Actualmente, su mercado es local, pero podría expandirse a nivel nacional o incluso internacional en el futuro.

Mercado híbrido de Bee Flowers:

Características de mercado híbrido Bee Flowers	Definición
Multicanalidad	Potencial para operar tanto en tiendas físicas como en línea.
Diversificación	Puede ofrecer una gama más amplia de productos y servicios.
Flexibilidad	Mejorar la experiencia del cliente con opciones de compra y entrega variadas.
Segmentación mixta de consumidores	Expansión para incluir tanto a consumidores finales como a empresas.
Competencia variable	Enfrenta competencia de floristerías locales y plataformas en línea, requiriendo estrategias de diferenciación.

Una floreria como Bee Flowers su mercado es hibrido ya que la empresa puede tener una tienda física para que los clientes compren flores y otros productos relacionados, pero también podría usar un sitio web o redes sociales para vender sus productos a distancia, permitiendo pedidos en línea y ofreciendo servicios de entrega. Permitiendo a la empresa aprovechar múltiples oportunidades y satisfacer diferentes necesidades, lo que es fundamental en un entorno tan cambiante como el actual.

- **TIPO DE SEGMENTO**

Un segmento de mercado es un grupo de consumidores que comparte características comunes (demográficas, psicográficas o de comportamiento) y responde de manera similar a estrategias de marketing específicas. Para Porter, el enfoque está en identificar aquellos segmentos que brindan mayor ventaja

competitiva y donde las empresas pueden diferenciarse más. Aaker subraya la importancia de ajustar productos y servicios a las necesidades de cada segmento para maximizar su efectividad.

Segmentación demográfica Se basa en características como la edad, género, nivel de ingresos, educación, ocupación, etc.
Segmentación geográfica Divide el mercado según la ubicación geográfica, incluyendo países, regiones, ciudades, zonas urbanas o rurales, y clima.
Segmentación psicográfica Se enfoca en los estilos de vida, valores, intereses, actitudes y personalidad de los consumidores.
Segmentación conductual Se centra en el comportamiento del consumidor, como el uso del producto, lealtad a la marca, frecuencia de compra o actitudes hacia el producto.

Tipos de segmentos para Bee Flowers

Bee Flowers puede ajustar mejor su oferta de productos y servicios para satisfacer las necesidades de diferentes grupos de clientes, optimizando sus recursos y posicionándose con mayor efectividad en el mercado.

Segmentación demográfica Ofrecer arreglos florales específicos para diferentes rangos de edad y niveles de ingreso, como diseños accesibles para jóvenes y opciones de lujo para clientes de alto poder adquisitivo.
Segmentación geográfica Bee Flowers se enfoca principalmente en un mercado local, ofreciendo flores a clientes de su ciudad o región.
Segmentación psicográfica Se enfoca en los estilos de vida, valores, intereses, actitudes y personalidad de los consumidores. También puede crear colecciones de lujo para consumidores que buscan exclusividad
Segmentación conductual Bee Flowers puede implementar un programa de fidelidad para clientes recurrentes y ofrecer descuentos especiales para compras en ocasiones especiales, como aniversarios o bodas.

- **TIPO DE SEGMENTO ESTRATÉGICO**

Segmentos por crecimiento	Se enfoca en identificar aquellos grupos de consumidores o áreas de mercado que tienen el mayor potencial de crecimiento a largo plazo. Las empresas invierten en estos segmentos con la esperanza de obtener ganancias sostenibles.
Segmentos por rentabilidad	Identifica los grupos de consumidores que generan el mayor retorno sobre la inversión (ROI). Estos segmentos pueden no ser los más grandes, pero ofrecen un margen de beneficio más alto.
Segmentos por fidelización	Identifica a los consumidores más leales, aquellos que compran de manera recurrente y mantienen una relación a largo plazo con la marca. Aumentar la retención en estos segmentos es clave para asegurar ingresos estables.
Segmentos por innovación o diferenciación	Las empresas buscan grupos de consumidores que valoren productos o servicios únicos, o soluciones innovadoras que no se ofrecen ampliamente en el mercado. Estos segmentos pueden estar dispuestos a pagar un precio más alto por características exclusivas.
Segmentos por liderazgo de costos	Se basa en encontrar segmentos donde la empresa pueda ofrecer productos o servicios a precios más bajos que la competencia, al tener ventajas en eficiencia o economías de escala.
Segmentos por liderazgo de costos	Son aquellos donde la empresa puede explotar sus fortalezas particulares, como su tecnología, recursos o cadena de suministro, para obtener una ventaja competitiva.

Tipos de segmentos estratégicos para Bee Flowers:

El tipo de segmento estratégico se desarrolla y se aplica para obtener estrategias de marketing efectivas. Estos segmentos estratégicos se basan en la importancia y el valor para el negocio, y cómo se pueden aprovechar para obtener una ventaja competitiva.

Los siguientes segmentos estratégicos ayuda a Bee Flowers a comprender mejor a sus clientes en la cual puede crear ofertas más relevantes y valiosas para ellos. Esta estrategia le permite a la empresa mejorar su oferta de productos o servicios y alcanzar sus objetivos comerciales de manera más efectiva:

- **Segmentos por crecimiento**

Bee Flowers puede enfocarse en expandir su mercado hacia segmentos en crecimiento, como eventos corporativos o bodas, donde la demanda de arreglos florales está aumentando. La empresa podría ofrecer servicios especializados para estos eventos, creando una línea de productos premium adaptada a estos clientes.

Además, la expansión a plataformas digitales y redes sociales le permitiría llegar a una audiencia más amplia y en constante crecimiento.

- **Segmentos por rentabilidad**

Se podría centrar en clientes que buscan arreglos florales exclusivos y personalizados, que suelen ser más rentables. En este caso ofrecer cursos para la elaboración de un ramo florar ya que esto puede atraer a clientes dispuestos a pagar precios más altos por una experiencia única.

- **Segmentos por fidelización**

Un segmento estratégico clave para Bee Flowers sería trabajar en la fidelización de clientes, a través de programas de lealtad o descuentos exclusivos para clientes frecuentes. También puede crear paquetes especiales para fechas importantes, como aniversarios o cumpleaños.

Mantener una base sólida de clientes leales proporciona ingresos estables a largo plazo.

- **Segmentos por innovación o diferenciación**

Bee Flowers puede destacar en el mercado ofreciendo arreglos florales únicos o productos innovadores, como flores sostenibles o servicios de personalización total. Diferenciarse al ofrecer productos ecológicos o cultivados localmente puede atraer a un segmento de consumidores que valora la sostenibilidad y la exclusividad.

Además, la posibilidad de crear experiencias a medida, como "arregla tus propias flores" en eventos, podría atraer a clientes interesados en una experiencia más interactiva.

- **Segmentos por liderazgo de costos**

Bee Flowers podría ofrecer una línea de productos más accesibles o básicos para clientes sensibles al precio, como flores de temporada o arreglos más simples, capturando segmentos de mercado que buscan calidad a un precio competitivo.

También podría ofrecer paquetes accesibles para eventos más pequeños o productos promocionales en épocas como el Día de San Valentín o el Día de la Madre, donde los consumidores buscan productos económicos y bien presentados.

- **Segmentos por alineación estratégica**

Se puede enfocar en segmentos que valoren sus fortalezas, como su habilidad para ofrecer arreglos personalizados y adaptados a las necesidades del cliente, lo cual puede ser un diferenciador importante en el mercado.

Además, si Bee Flowers es capaz de utilizar tecnologías digitales para mejorar su eficiencia (como un sistema de pedidos en línea o entregas rápidas), esto podría alinearse con un segmento de consumidores que busca conveniencia y rapidez en el servicio.

- **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

AUTOR	DEFINICION
William J. Stanton (2004)	El análisis de la demanda es el estudio de las fuerzas que influyen en la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio dado. Estas fuerzas incluyen factores como el precio, la renta disponible, los gustos de los consumidores, y el precio de los bienes relacionados. El análisis ayuda a las empresas a prever las ventas y ajustar sus estrategias de producción y precios.

La definición de William J. Stanton sobre el análisis de la demanda se enfoca en estudiar las fuerzas que influyen en la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar, como el precio, la renta disponible, los gustos de los consumidores, y el precio de los bienes relacionados.

1.PRECIO Es uno de los principales factores que afecta la demanda de un bien o servicio. A medida que el precio de un producto aumenta, la cantidad demandada tiende a disminuir, y viceversa.	3. GUSTOS DE LOS CONSUMIDORES Los gustos y preferencias de los consumidores reflejan las tendencias, estilos y deseos en constante cambio que afectan la demanda de productos. Los cambios en los gustos pueden aumentar o disminuir la demanda de un bien, independientemente de su precio o disponibilidad. Las empresas suelen realizar estudios de mercado para captar estos cambios y ajustar sus ofertas en consecuencia.
---	--

2.RENTA DISPONIBLE Es uno de los determinantes clave de la demanda, ya que cuanto mayor sea la renta disponible, más podrán gastar los consumidores en bienes y servicios. Si la renta disminuye, los consumidores tienden a reducir su gasto, especialmente en bienes de lujo o no esenciales.	4.PRECIOS DE BIENES RELACIONADOS Pueden ser sustitutos o complementos. Los sustitutos son productos que pueden reemplazar a otros, mientras que los complementos son productos que se consumen conjuntamente. Si el precio de un sustituto baja, la demanda del producto original puede disminuir, mientras que si el precio de un complemento sube, la demanda del producto original también puede bajar.
--	---

Estos aspectos se relacionan con Bee Flowers de la siguiente manera:

1.PRECIO Bee Flowers debe considerar cómo los precios de sus productos afectan la demanda. Si el precio de sus arreglos florales es demasiado alto, los consumidores pueden optar por flores de otros proveedores o por alternativas más económicas, como flores artificiales o plantas.	3. GUSTOS DE LOS CONSUMIDORES La empresa puede realizar estudios de mercado para entender las tendencias en la preferencia de tipos de flores, colores y estilos de arreglos. Si los clientes empiezan a preferir productos sostenibles o de producción local, Bee Flowers puede ajustar su oferta para alinearse con esas preferencias y aumentar la demanda.
2.RENTA DISPONIBLE Si Bee Flowers puede identificar cambios en la renta disponible, puede ajustar sus ofertas, como lanzar una línea más accesible o crear promociones para mantener la demanda.	4.PRECIOS DE BIENES RELACIONADOS Se debe tener en cuenta el impacto de los precios de productos sustitutos, como plantas decorativas, flores u otros productos de decoración. Si los precios de

	estos bienes caen, la demanda de flores frescas podría disminuir.
--	---

Análisis de la demanda para Bee Flowers:

- 1. Definición del Mercado Objetivo:** Identificación de clientes, segmento demográfico, psicográficos y comportamentales.
- 2. Evaluación de la demanda actual:** Datos históricos de ventas, analizar ventas pasadas, determinar mayor demanda y menos demanda, encuestas a clientes, opiniones y reseñas.
- 3. Análisis de tendencias del mercado:** Tendencias del sector floral, competencias, factores económicos y sociales.
- 4. Proyección de la demanda futura:** Tendencias históricas, campañas de marketing y nuevos productos o servicios.
- 5. Ajustes estratégicos:** Optimización de inventario, estrategias de marketing, mejora de productos y servicios.

El análisis de demanda para Bee Flowers permite a la empresa comprender mejor a sus clientes, anticipar cambios en el mercado y adaptar sus estrategias para satisfacer la demanda de manera más efectiva. Esto no solo ayuda a optimizar la oferta de productos y servicios, sino que también mejora la satisfacción del cliente y aumenta las oportunidades de crecimiento.

ANÁLISIS DEL PRECIO

Se refiere a la evaluación detallada de los precios de los productos o servicios dentro de un mercado específico. Este análisis proporciona información valiosa sobre la percepción del valor de un producto o servicio por parte de los consumidores, así como sobre la competitividad de una empresa en relación con sus competidores. Permite a una empresa como Bee Flowers determinar el valor adecuado de sus productos, asegurar márgenes de ganancia saludables y competir en el mercado. Al utilizar este análisis, Bee Flowers puede tomar decisiones

informadas sobre estrategias de precios que apoyan su crecimiento y sostenibilidad en el mercado.

- 1. Análisis de costos:** Costos directos: costos de la materia prima y la mano de obra. Costos indirectos: Incluye alquiler, servicios públicos, marketing, costo asociado con las herramientas utilizadas en la floristería y cálculo del costo total
- 2. Análisis de competencias:** Identificación de competidores, como locales y en línea llevando una investigación de los precios ofrecidos por otras floristerías. Precios de Productos: Analiza cómo los precios de Bee Flowers se comparan con los de los competidores para productos similares. Estrategias de Precios: Examina las estrategias de precios de los competidores, como precios promocionales, descuentos por volumen o precios premium.
- 3. Análisis del valor percibido:** Calidad del Producto, experiencia del cliente, expectativas del mercado, preferencias del cliente, percepción de marca.
- 4. Estrategias de precios:** Margen, precios de recuperación de costos, estrategia de precios competitivos, precios en línea con la competencia, precios de penetración, estrategia de precios basada en valor: Precios Premium. Estrategia de Precios Dinámicos: Precios estacionales, ofertas especiales y descuentos.
- 5. Monitoreo y Ajuste**

Evaluación Continua: Monitorea el desempeño de las estrategias de precios y realiza ajustes según sea necesario para optimizar la rentabilidad y la competitividad. Feedback de Clientes: Recoge retroalimentación de los clientes sobre la percepción de precios y ajusta las estrategias basándote en sus comentarios. Análisis de resultados: Analiza las ventas y la rentabilidad para evaluar el impacto de las estrategias de precios y realizar ajustes según los resultados.

- **ANÁLISIS DE OFERTA**

El análisis de la oferta es esencial para comprender cómo una empresa puede posicionarse en el mercado y responder a la demanda de los consumidores. Este análisis implica evaluar la gama de productos y servicios ofrecidos, así como la capacidad de la empresa para satisfacer las necesidades del mercado.

Se centra en entender qué ofrece la empresa, cómo se posiciona en comparación con la competencia.

El análisis de oferta requiere puntos importantes los cuales son:

Análisis	Definición	Importancia
Evaluación de Productos y Servicios Ofrecidos	Proceso sistemático que analiza la calidad, rendimiento y pertinencia de los productos o servicios que una empresa ofrece. Su objetivo es identificar puntos fuertes y áreas de mejora para ajustarse a las demandas del mercado.	Es crucial para la innovación y ajuste continuo de la oferta, garantizando la competitividad.
Capacidad de Producción	Evaluación de los recursos, infraestructura y procesos productivos de la empresa para determinar si la organización puede satisfacer la demanda actual y futura sin comprometer la calidad.	Permite optimizar los recursos disponibles y planificar expansiones o ajustes en la línea de producción para garantizar eficiencia.
Entorno Competitivo	Examen detallado de los competidores directos e indirectos, identificando sus estrategias, debilidades y	Permite a las empresas identificar su posición en el mercado, desarrollar ventajas competitivas y anticipar

	fortalezas, así como las oportunidades y amenazas presentes en el sector	movimientos de la competencia.
Mercado Objetivo	Investigación y segmentación de los consumidores a los que se dirige la empresa, considerando factores demográficos, geográficos, psicográficos y de comportamiento.	Ayuda a personalizar la oferta, mejorando la satisfacción del cliente y aumentando la probabilidad de éxito en ventas.
Mejora de la Oferta	Tácticas que buscan mejorar las características del producto o servicio ofrecido, desde su diseño hasta su entrega, para aumentar su valor percibido y alinearlos con las expectativas del cliente.	Promueve la diferenciación y la fidelización de clientes, impulsando la ventaja competitiva y el crecimiento sostenible de la empresa.
Monitoreo y Evaluación Continua	Proceso de supervisión constante de las operaciones, estrategias y resultados, con el fin de asegurar que los objetivos empresariales se estén cumpliendo y, de no ser así, tomar acciones correctivas.	Permite la adaptación ágil a cambios en el mercado o a variaciones en las condiciones internas y externas de la empresa, manteniendo su relevancia y éxito.

Análisis de oferta para Bee Flowers:

1. Productos ofrecidos: Arreglos florales, decoración de eventos y servicios personalizados.

Servicios complementarios: Entrega a domicilio, consultoría de diseños florales.

2. **Capacidad de producción y gestión de inventario:** Capacidad operativa (recursos y eficiencia), gestión de inventario (stock y proveedores).
3. **Análisis de la competencia:** Competencias locales y en línea.
4. **Evaluación de la demanda del cliente:** Encuestas, análisis de compras y satisfacción del cliente.
5. **Estrategias de mejora:** Nuevos productos, servicios adicionales, optimización de procesos (costos y rentabilidad).

El análisis de oferta para Bee Flowers proporciona una visión clara de cómo la empresa se posiciona en el mercado y cómo puede mejorar su competitividad. Al evaluar la oferta actual, la capacidad de producción, la competencia y la satisfacción del cliente, Bee Flowers puede identificar oportunidades para optimizar sus productos y servicios, ajustar su estrategia de mercado y satisfacer mejor las necesidades de sus clientes.

• CANALES DE COMERCIALIZACION

Los canales de comercialización son las vías a través de las cuales una empresa distribuye y vende sus productos o servicios al cliente final. Estos canales conectan a la empresa con sus consumidores, facilitando el proceso de compra y distribución.

1. **Canales Directos:** La empresa vende sus productos o servicios directamente al consumidor, sin intermediarios. (Tiendas físicas propias, venta en línea, ventas por catálogo o teléfono).
2. **Canales indirectos:** Implican intermediarios, como mayoristas, minoristas o distribuidores, que ayudan a llevar el producto al consumidor final. Plataformas de terceros (marketplaces).
3. **Canales Mixtos:** Una combinación de canales directos e indirectos para maximizar la cobertura del mercado. Empresa donde puede vender sus productos tanto a través de su propio sitio web (directo) como a través de tiendas minoristas (indirecto).

4. **Canales de Venta Personal:** Ventas B2B (Business to Business) Cuando una empresa vende directamente a otras empresas.
5. **Canales Digitales:** Plataformas como Instagram, Facebook o TikTok donde se puede promocionar y vender productos directamente.

Para Bee Flowers los canales de comercialización que más se adecuan a sus necesidades son:

Canales directos ya que estos canales permiten a Bee Flowers vender directamente a sus clientes sin intermediarios, manteniendo un control total sobre la experiencia del cliente y la calidad del servicio. Bee Flowers cuenta con un espacio físico, este es su principal canal de comercialización, donde los clientes pueden ver y comprar directamente los productos. El local ofrece la ventaja de un trato personalizado y la posibilidad de que los clientes vean las flores y arreglos en persona.

Canales de venta personal B2B en donde Bee Flowers puede comercializar sus productos directamente a empresas que necesitan arreglos florales para eventos, decoración de oficinas o recepciones. Este tipo de ventas puede realizarse a través de acuerdos con organizadores de eventos, hoteles, restaurantes o empresas que buscan embellecer sus espacios corporativos.

Marketing relacional y boca a boca, aunque Bee Flowers no cuente con una plataforma de comercio electrónico puede usar las redes sociales como Instagram o Facebook, en la cual son utilizadas como canales de promoción y comunicación para mostrar sus productos, compartir experiencias de clientes y captar pedidos mediante mensajes directos o llamadas.

Estos canales permiten a Bee Flowers optimizar su alcance, personalización y servicio al cliente, manteniendo una ventaja competitiva en el mercado de floristería.

Perfil competitivo de Bee Flowers

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

		Bee Flowers		D'talle		Chamer's	
Factores Críticos para el Éxito	Peso	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Calidad del Producto	0.25	4	1	3	0.75	4	1
Precio competitivo	0.2	3	0.6	3	0.6	4	0.8
Presencia en línea	0.15	2	0.3	4	0.6	4	0.6
Servicio al cliente	0.2	4	0.8	3	0.6	3	0.6
Capacidad de entrega y logística	0.2	3	0.6	3	0.6	4	0.8
TOTAL	1	16	3.3	16	3.15	19	3.8

Escala de calificación de 1 -10

Interpretación

Calidad del producto: Bee flowers tiene un puntaje alto ya que en esta categoría nos indica que su producto es comparable o incluso mejor que el de las competencias.

Precio competitivo: Tiene una calificación moderada ya que se sugiere que Bee Flowers está en línea con el mercado, pero podría mejorar para ser más competitiva.

Presencia en línea: Esta es una de las áreas más débiles para Bee Flowers, y la competencia claramente tiene ventajas aquí. Recomendable que se trabaje en fortalecer la comercialización digital.

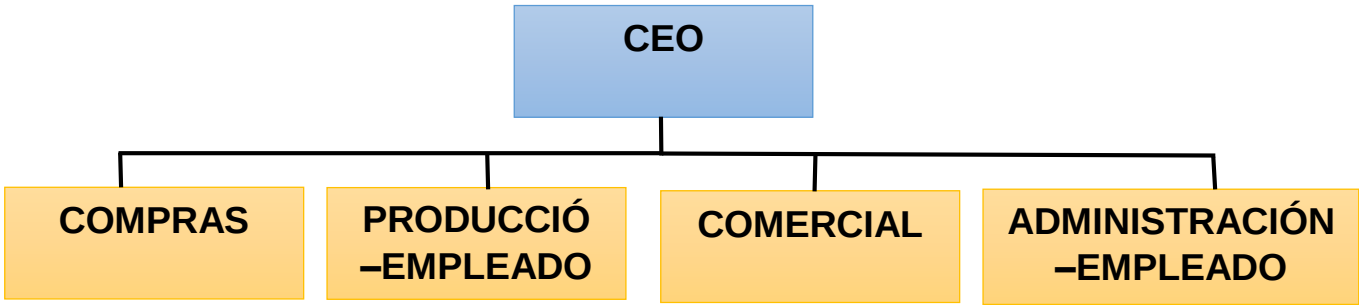
Servicio al cliente: Esta es una grande fortaleza de Bee Flowers, superando a algunos competidores, ya que su personalización destaca más entre los otros.

Capacidad de entrega y logística: Bee Flowers está debajo de los competidores por ser una empresa pequeña y no tener personal, pero aún tiene un desempeño aceptable.

COMPARATIVO

	BEE FLOWERS	Chamer´s
Ofrecer Arreglos Personalizados	X	X
Oferta de Flores Frescas y Exóticas	X	X
Servicios de Entrega Rápida y Programada	-	X
Promociones y Descuentos Especiales	-	X
Presencia Activa en Redes Sociales	X	X
Colaboraciones con Otros Negocios	-	X

ORGANIGRAMA



Propuestas

1. Optimización de la cadena de suministro y planificación de rutas.
2. Implementación de softwares de control de negocios.
3. Control de calidad en cada etapa de la cadena de logística.
4. Feedback activo y personalización de experiencias.
5. Opciones de entrega rápida y programada.
6. Personal logístico y de servicio al cliente.

Para expandir el alcance de Bee Flowers y adaptarnos a las necesidades digitales de nuestros clientes, proponemos la implementación de una página web como un canal estratégico de ventas y comunicación. Lo cual se le da la opción de poder implementarla con **WIX, adoo y Whatsapp Business**.

Beneficios

Los beneficios que tendría Bee Flowers con una página web son:

Mayor visibilidad y alcance: Una página web permitirá a Bee Flowers llegar a clientes más allá de su ubicación física, logrando una mayor visibilidad en el mercado.

Disponibilidad 24/7: Al estar siempre accesible, los clientes podrán conocer nuestros productos y hacer pedidos en cualquier momento.

Experiencia de cliente mejorada: Ofreceremos a nuestros clientes la facilidad de navegar y comprar en línea, además de opciones como personalización de arreglos y pagos seguros.

La implementación de la página web representará un paso importante para modernizar a Bee Flowers, facilitando el crecimiento y fidelización de clientes en un entorno digital cada vez más competitivo.

CONCLUSIÓN

Bee Flowers ha identificado la logística y la satisfacción del cliente como áreas clave para mejorar su posicionamiento y desempeño. La implementación de un sistema logístico eficiente permite que los productos perecederos se entreguen en condiciones óptimas, lo cual es esencial para mantener la calidad y frescura que los clientes esperan. Además, centrarse en la satisfacción del cliente no solo aumenta la lealtad, sino que también mejora la reputación de la empresa, generando una experiencia de compra positiva y diferenciada.

Este enfoque dual en logística y atención al cliente fortalece la posición de Bee Flowers en un mercado que demanda innovación, eficiencia y personalización. Al optimizar estos aspectos, Bee Flowers está en camino de consolidarse como una florería de referencia que no solo se preocupa por la estética de sus arreglos, sino también por brindar un servicio integral que responde a las expectativas de sus clientes y se adapta a los desafíos del mercado moderno.