



Universidad Veracruzana

Facultad de Contaduría y Administración

Región Xalapa

Especialización en Administración del Comercio Exterior

Exportación de Extracto de Propóleo a Japón

Proyecto de Exportación
para obtener el diploma de Especialista en
Administración del Comercio Exterior

Presenta:

L.A.N.I. Jessica Del Carmen Hernández Garciapiña.

Director:

Dra. Jessica Garizurieta Bernabé.

Asesor:

Mtro. Luis Manuel Cuevas Padilla.

Octubre de 2021

“Lis de Veracruz: Arte, Ciencia, Luz”



Universidad Veracruzana

Facultad de Contaduría y Administración
Región Xalapa

Especialización en Administración del Comercio Exterior

Exportación de Extracto de Propóleo a Japón

Proyecto de Exportación para obtener el diploma de
Especialista en
Administración del Comercio Exterior

Presentan:

L.A.N.I. Jessica Del Carmen Hernández Garciapiña.

Director:

Dra. Jessica Garizurieta Bernabé.

Asesor:

Mtro. Luis Manuel Cuevas Padilla.

ÍNDICE

ÍNDICE.....	3
Resumen.....	3
CAPITULO I. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	6
1.1 Antecedentes de la empresa.....	8
1.2 Equipo de dirección.....	8
1.3 Estructura organizacional.....	9
1.4 Aspectos jurídicos.....	10
1.4.1 Marco Jurídico del Proyecto de Exportación	10
1.5 Censos Nacionales de INEGI	12
1.6 Macro y Micro localización.....	19
1.6.1 Macro localización.....	19
1.6.2 Microlocalización.....	20
1.7 Misión, Visión y Valores de la empresa.....	22
1.7.1 Misión actual	22
1.7.2 Misión propuesta	22
1.7.3 Visión actual	22
1.7.4 Visión propuesta	22
1.7.5 Valores de la empresa	22
1.8 Análisis FODA	24
1.9 Planes futuros.....	26
1.10 Relación con otras instituciones.....	26
CAPITULO II. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	28
2.1 Características del producto	29
2.2.1 Normas Oficiales Mexicanas	31
2.2 Proceso de producción.....	33

2.3 Envase y Embalaje	39
2.3.1 Envase	39
2.3.2 Etiquetado	41
2.3.3 Embalaje	43
CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO: JAPÓN	46
3.1 Descripción del sector en México	47
3.2 Descripción del país destino (Japón)	50
3.3 Descripción del sector en Japón	54
3.3.1 Justificación del mercado	58
3.4 Consideraciones políticas y legales	60
3.5 Consideraciones económicas	63
3.6 Consideraciones sociales y culturales	65
3.6.1 Tabla comparativa del mercado de origen y el mercado destino	69
3.7 Mercados objetivos	70
3.8 Clientes potenciales	72
3.9 Estrategia de entrada propuesta	76
3.10 Investigación de mercados	77
3.11 Competencia	78
3.12 Barreras arancelarias	80
3.12.1 Barreras arancelarias	80
3.12.2 Barreras no arancelarias	81
CAPITULO IV. OPERACIONES PARA LA EXPORTACIÓN	84
4.1 Cadena de suministros	85
4.2 Logística y distribución	87
4.2.1 Ruta terrestre	88
4.2.2 Ruta marítima	91
4.2.3 Régimen aduanero	93
4.2.4 Incoterms	94
4.2.5 Cubicaje- Peso- Volumen	96
4.3 Documentación para exportación	97
4.4 Aspectos del precio	101
4.4.1 Costos variables	102
4.4.2 Costos Fijos	102
4.4.3 Precio de venta nacional	103

4.4.4 Gastos operacionales	104
4.4.5 Costos de exportación.....	104
4.5 Aspectos de promoción.....	106
4.6 Formas de pago y contratación.....	107
4.7 Soporte al cliente	107
CAPITULO V: ANÁLISIS DE RIESGOS.....	108
5.1 Riesgos internos para el proyecto.....	109
5.2 Riesgos externos para el proyecto	110
5.3 Planes de contingencia.....	111
5.4 Seguros	113
CAPITULO VI: ANÁLISIS FINANCIERO.....	117
6.1 Situación Financiera Actual	118
6.1.1 Balance general	118
6.1.2 Estado de resultados	119
6.1.3 Razones financieras.....	119
6.2 Proyecciones financieras	121
6.3 Evaluación financiera	124
CAPITULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	126
ANEXOS	3
Anexo I.....	3
Anexos II	11
Anexos III	3
Anexos IV.....	4
Anexos V.....	5
Anexo VII	3
Anexos VII.....	5
Anexos VIII.....	6

Resumen

Este apartado tiene como objetivo abordar de forma clara y concisa el objetivo de este proyecto de exportación. Zumbido de Monte nace en el año 2016, después de ver una oportunidad en la comercialización de propóleo, puesto que se reconoció el poco interés de los apicultores hacia este producto, posteriormente se realizó una investigación y se llegó a la conclusión de que este producto tenía mucho potencial dados los múltiples beneficios que aportaba en la salud de quienes lo consumían, por lo tanto se encaminó sobre esa trayectoria para seguir adelante con el producción de este, ya como se conoce actualmente que es el extracto de propóleo. Por otro lado, la importancia de la preservación del ecosistema y el cuidado de las abejas dada la importancia y la influencia de estas, en esta preservación, aumentaron el interés por parte de la empresa para continuar trabajando en este proyecto. Zumbido de Monte actualmente ya tiene presencia en el mercado, por lo que fue un factor determinante para convertirlo en un proyecto de exportación. Además, se reconoció el potencial que tiene este producto con base en las tendencias que existen en el mercado hacia el consumo de productos orgánicos o sanos que ayuden a la preservación de la salud. Derivado de esto que se mencionó anteriormente, se localizó el mercado adecuado para la exportación y se determinó que Japón era el mejor país para exportarlo, entre sus ventajas para la exportación del extracto de propóleo a dicho país se encontró que, México está entre sus principales exportadores de miel y sus derivados, dependiendo de este su consumo en cierta cantidad, así como también la población del país en cuestión se trata de gente mayor de edad con tendencia al consumo de productos que permitan el cuidado de la salud a través de productos que, si bien no son medicamentos, permiten el tratamiento de afecciones y previenen enfermedades mediante ingredientes obtenidos de la naturaleza. Lo cual lo hace el país ideal para la introducción del extracto de propóleo al mercado internacional, es importante mencionar que durante la realización de dicho proyecto se logró realizar contacto con un posible comprador, el cual brindó información que respalda la información que anteriormente se mencionó, haciendo de esto una razón más contundente para considerar a Japón como el país ideal para la exportación. Sin embargo, sobre la marcha se detectó que

para la entrada del producto es indispensable hacer modificaciones en el producto dadas las regulaciones y requisitos que se exigen en el país receptor y por otro lado se aplicarán ciertas estrategias para la colocación de este en el mercado Japonés. Con esto se pretende estar previstos y conocer cualquier tipo de dificultad que se pudiera presentar y saber actuar en el momento indicado.

En cuestiones de mercadotecnia y distribución del producto se pretende que la exportación de dicho producto se haga a través de intermediarios que permitan la distribución y comercialización de este en el país destino por lo que se contempla que esta será la estrategia de entrada correcta al país para posteriormente, ir ganando clientes y al final poder establecerse como una empresa propia del país destino. Asimismo, se debe ser claros en cuanto a las barreras arancelarias y no arancelarias ya que afortunadamente gracias al Acuerdo de Asociación Económica que existe entre estos dos países, hace que el producto sea mucho más sencillo de ser introducido al país, obteniendo beneficios en pro de la empresa Zumbido de Monte.

Para la realización de la logística del producto se localizo la mejor ruta de exportación la cual consta de la salida de la mercancía por la aduana de Manzanillo, Colima ya que considerando el país de destino está será la mejor ruta para el envío de la mercancía, la ruta que seguirá dicha mercancía tarda en promedio de 35 a 45 días por lo que se considera que primero se haga una escala en China, para posteriormente continuar su viaje y llegue al destino que será Tokio, Japón. Es importante mencionar que este punto de llegada se eligió dado a que en esta capital en especial se encuentran dos de los principales clientes potenciales que se tienen para la exportación del producto por lo cual, es el puerto y la aduana ideal para la llegada ya que a partir de aquí la mercancía podrá ser transportada sin problemas y sin inconveniente alguno por los importadores a sus fábricas, en consecuencia esta mercancía pretende ser exportada bajo el régimen aduanero de exportación definitiva, ya que se pretende que esta no regrese al país de origen sino que sea comercializada en el país de destino. Por otro lado, el incoterm que se pretende utilizar será el CIF (Cost, Insurance and Freight) ya que este permite tener la completa seguridad en cuanto al manejo de la mercancía desde que sale de la empresa hasta el momento en el que se deja en aduanas para la exportación, dicho esto el incoterm es de suma importancia para garantizar el movimiento de la mercancía al país destino.

En cuanto al precio se establece con base al pricing y esto es debido a que si bien, el producto en el país es solicitado, también cabe resaltar, que el producto que actualmente se pretende exportar ya lleva un proceso de producción, lo cual lo hace diferente y no tiene una gran competencia en el país destino, lo que permite el establecimiento de precios de acuerdo al mercado nacional y según las utilidades que la empresa requiera, finalmente se considera en otras palabras que este producto, podría llegar a ser un éxito en el país destino ya que como anteriormente se mencionó existe una gran demanda y gran intereses por parte de la población japonesa para el consumo de este producto, por lo que se considera que esta exportación pudiera ser viable para la empresa Zumbido de Monte.

CAPITULO I. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Zumbido de Monte como se le conoce por su nombre comercial, es de orden familiar en operación desde el año 2016, en la Atenas Veracruzana Xalapa de Enríquez, zona privilegiada del Estado por su cercanía con diversos ecosistemas, se dedica a la crianza de abejas tanto nativas, como europeas y a la transformación en diferentes subproductos de los elementos que de ambas colmenas emanan miel, polen, cera y propóleos que son utilizados para crear una serie de productos de inigualable calidad.

La existencia de esta empresa obedece a que, el conocer de abejas nativas y europeas, es darle importancia al cuidado de la biodiversidad. Las abejas y sobre todo las nativas desempeñan un papel crucial en la polinización de la flora autóctona o nativa de las regiones tropicales y subtropicales del país manteniendo el equilibrio de la vida en diferentes ecosistemas.

El propóleo es el producto estrella, tanto en bruto o greña, pomada o como en extracto metabólico. Dicho término etimológicamente proviene del griego pro “para o en defensa de” y polis “ciudad” haciendo referencia a la defensa de la colmena.

Es una sustancia de composición compleja elaborada por las abejas a partir de resinas de la vegetación de alrededor de las colmenas y que es utilizada en la colmena como material de sellado, agente microbicida y desinfectante, por lo tanto, es el responsable directo de garantizar la asepsia de la colmena.

1.1 Antecedentes de la empresa

La empresa nace de la visualización de una ventana de oportunidad en la comercialización de los productos de colmenas de abejas nativas. Se identificó un nicho de mercado que no estaba siendo atendido y que a decir verdad los apicultores dentro de su reproducción de colmenas no estaban tomando en cuenta o al menos no consideraban que fuera un producto relevante y que tuviera el potencial necesario para ser explotado por ellos mismos.

Por lo tanto, una vez identificada esta oportunidad y tomando en cuenta que, para este caso en específico, el propóleo; como se mencionó anteriormente era considerado incluso un desecho por los apicultores se tomó la decisión de hacer un poco de investigación dando como resultado excelentes beneficios que se derivan del consumo de este.

Para llegar a este punto cabe destacar que los productos fueron consumidos y aplicados entre el mismo personal de la empresa comprobando por sí mismos el funcionamiento y efectividad de este y de esta manera haciéndose más fuerte la razón por la cual se debían desarrollar productos derivados de propóleo y poder empezar a compartir con la comunidad los efectos positivos que se obtienen.

Por consiguiente, se desarrollaron los métodos necesarios para la reproducción de colmenas propias evitando saqueos de los nidos silvestres, el derribo de árboles para su obtención, entre otras prácticas que son totalmente contrarias a lo que se pretende conseguir con este proyecto resaltando nuevamente la importancia que tienen estos animales y el cuidado de ellos en el ecosistema.

Es importante mencionar que la empresa también se crea con la intención de que la comunidad conozca los productos, sus beneficios, pero sobre todo obtengan la información necesaria, así como los métodos, prácticas y pasos a seguir para que ellos mismos puedan tomar ventaja de esto y lo puedan realizar en su propio beneficio.

1.2 Equipo de dirección

Tener un buen equipo de dirección en cualquier empresa es sumamente importante, ya que a través de este se toman las decisiones más trascendentales que en un mediano o largo plazo tendrán resultados tanto negativos como positivos dependiendo de cuál fuera el caso.

Dentro de Zumbido de Monte quien es el encargado de esta toma de decisiones es el C. Oscar Hipólito Mota Sánchez. Quien es dueño y representante legal de Zumbido de Monte

y quien tiene la responsabilidad y todas las facultades para poder tomar cualesquiera de las decisiones que más convengan.

1.3 Estructura organizacional

Una buena estructura organizacional se traduce a un correcto funcionamiento de esta, puesto que a través de ella se establecen las responsabilidades y tareas que cada miembro de la empresa deberá cumplir para el logro de objetivos de esta. En el siguiente apartado se muestra el organigrama de la empresa Zumbido de Monte, por otro lado, la descripción de puestos se podrá encontrar en el Anexo I de este proyecto.

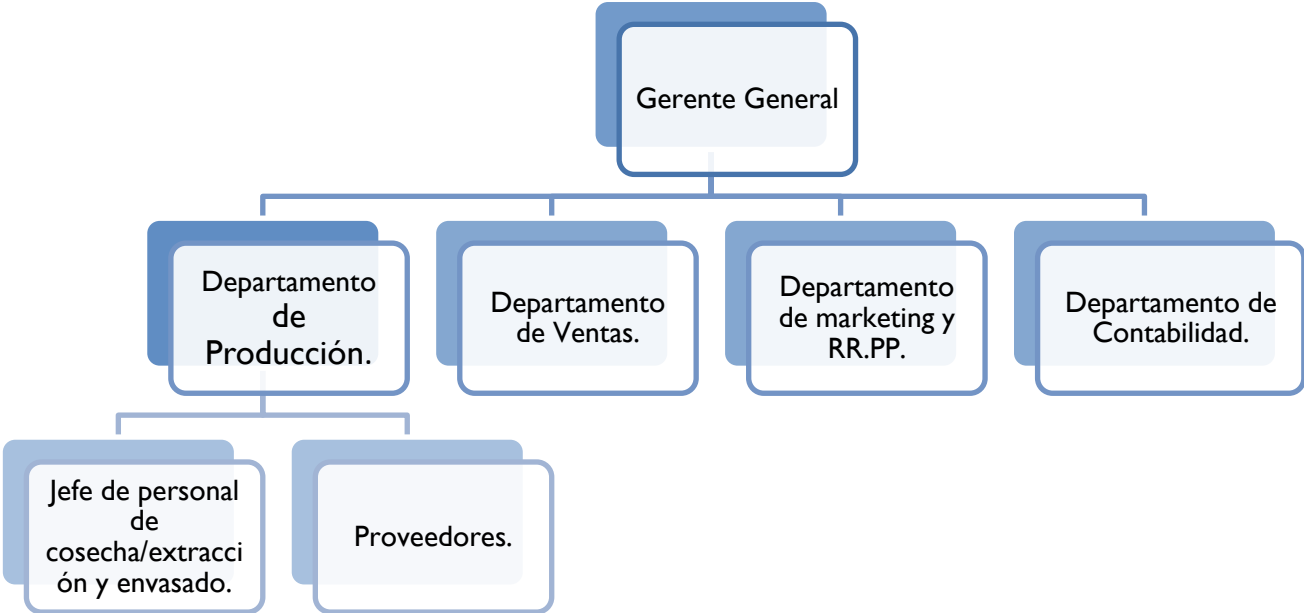


Figura 1. Organigrama. Referencia: Elaboración propia.

Después de realizar un análisis a fondo de la estructura organizacional se llegó a la conclusión de que el actual organigrama presenta algunas deficiencias, por lo que si se pretende abarcar mercados internacionales debe haber una reestructuración de este, por lo que se realiza una propuesta de la estructura organizacional que permita tener departamentos encargados de desarrollar diversas tareas, en diferentes áreas que sobre el camino se irán necesitando para realizar la internacionalización de la empresa y sobre todo la exportación de los productos. Por consiguiente, se muestra una propuesta del nuevo organigrama que podría funcionar de acuerdo a las nuevas necesidades de la empresa.

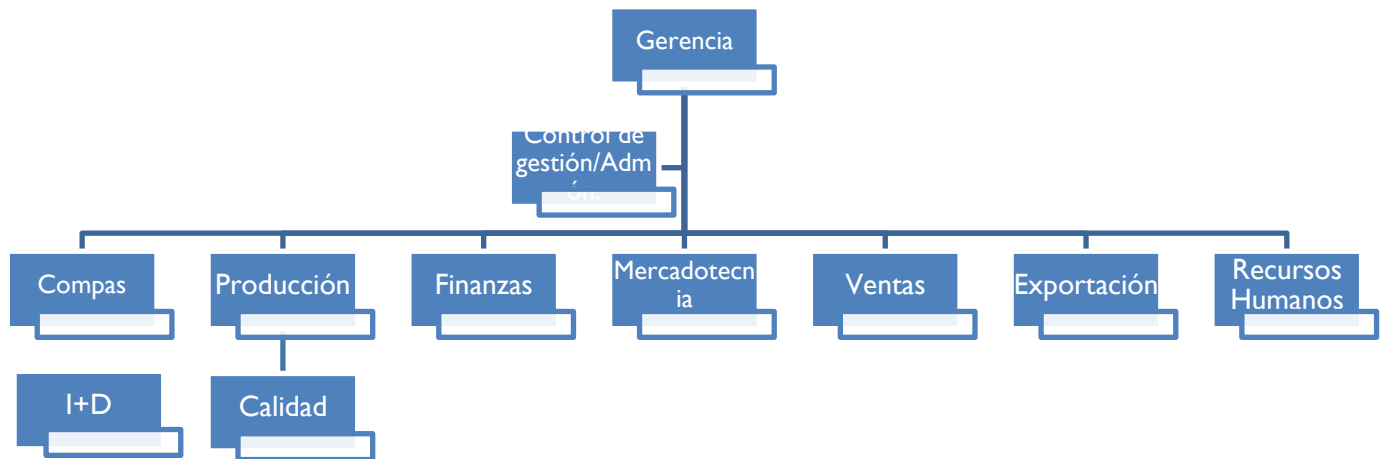


Figura 2. Organigrama propuesto. Referencia: Elaboración propia.

1.4 Aspectos jurídicos

Zumbido de Monte quedó registrada legalmente desde el inicio de sus operaciones el 1 de septiembre de 2016, bajo la figura de persona física dentro del régimen de incorporación fiscal, dicho régimen permite actividades empresariales a las personas físicas.

Esta dada de alta ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) con el RFC MOSO830416M56 el cual pertenece al contribuyente C. Oscar Hipólito Mota Sánchez. Con la dirección Constituyentes de 1824 #107 Colonia Constituyentes C.P 91138 en el municipio de Xalapa, Veracruz.

1.4.1 Marco Jurídico del Proyecto de Exportación

Es importante conocer el marco jurídico de este proyecto, ya que ese será el eje en el que se basará la exportación para llevar a cabo todas las actividades requeridas por las diversas autoridades y sobre todo cabe resaltar que es fundamental para que dicha exportación se lleve a cabo de la manera adecuada, dentro de la ley sin quebrantar ninguna para posteriormente no tener ningún inconveniente en el momento de realizar la exportación.

Tabla 1.1 Marco Jurídico		
Ley	Descripción general	Relación con el proyecto
Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	Esta es la encargada de la regulación de los derechos y obligaciones de los ciudadanos, rige los TLC.	A través de esta ley emanan todas las demás leyes que rigen el comercio exterior en México, da pauta a la creación de los TLC.
Acuerdo de Asociación Económica México- Japón	Este acuerdo se realizó para liberar y facilitar el comercio de bienes y servicios, aumentar las oportunidades de inversión, promover la cooperación bilateral, así como para aumentar las oportunidades de inversión.	La exportación se basa principalmente en este acuerdo ya que, debido a este, los impuestos y aranceles a productos agroalimentarios están exentos, por lo que esta exportación se ve beneficiada.
Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación	Se encarga de la regulación de la entrada y salida de mercancías del territorio nacional.	Con esta ley se puede identificar la fracción arancelaria para el producto propuesto para la exportación el cual es 04100099 tomado de LIGIE.
Ley de Comercio Exterior	Su objetivo principal es promover y regular el comercio exterior.	En esta ley podemos encontrar las barreras arancelarias y no arancelarias impuestas de acuerdo con el país de origen/destino con las que debe contar el producto para su exportación.
Reglas de Carácter General en Comercio Exterior	Las reglas generales de Comercio Exterior, emitidas por el Servicio de Administración Tributaria y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público son sumamente necesarias para llevar a cabo los procesos necesarios para la importación y exportación de las diversas mercancías	Estas reglas son importantes para realizar la exportación ya que nos indican los formatos necesarios, los pagos que se deben realizar y a través de que organismos realizarlo, las aportaciones que se deben hacer a las aduanas que se utilizan para el movimiento de las mercancías.
Ley Aduanera	En esta ley está representadas todos los requisitos para los medios de transporte para realizar la exportación ante aduanas y organismos competentes, así como toda la documentación y los formatos necesarios.	A través de esta ley se puede identificar todos los documentos necesarios para presentar ante aduana, las pautas necesarias para la logística y todo lo que conlleva el proceso de exportación.
Ley General de Salud	Encargada del control sanitario de actividades, establecimientos, productos y servicios.	De esta ley se toman las indicadas para el manejo del propóleo, su producción, su envasado y las medidas necesarias.

Nota: Marco Jurídico de Exportación de Extracto de Propóleo a Japón. Referencia: Elaboración propia.

1.5 Censos Nacionales de INEGI

De acuerdo con la fracción arancelaria del producto considerado a exportar, se obtuvieron los datos siguientes en donde se muestran las exportaciones realizadas por México de este producto a otros países.

Exportaciones anuales de México por país

País	Valor		Volumen		Valor		Volumen		Valor		Volumen		Valor		Volumen		Valor		Volumen		Valor		Volumen		Valor		Volumen		Valor		Volumen		Valor		Volumen		Valor		Volumen	
	2021	2021	2020	2020	2019	2019	2018	2018	2017	2017	2016	2016	2015	2015	2014	2014	2013	2013	2012	2012	2011	2011	2010	2010	2009	2009	2008	2008	2007	2007	2006	2006	2005	2005	2004	2004	2003	2003		
Total	0	0	0	0	2,884	1,853	25,418	3,370	41,021	4,863	1,148	224	79,272	8,132	88	24	27,182	870	2,893	483	0	0	474	27	10,727	391	1,015	54	667	248	2,210	335	0	0	1,428	534	63,368	1,112		
Guatemala (República)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	51	6	170	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Canadá	0	0	0	0	0	0	3,468	48	880	15	580	8	0	0	37	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Alemania (República Federal)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,428	534	0	0	0		
Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	79,272	8,132	0	0	27,009	850	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Corea del Sur	0	0	0	0	0	0	0	9,045	1,005	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Panamá (República)	0	0	0	0	0	0	0	2,043	385	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
El Salvador (República)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,594	105	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,850	225	0	0	0	0	1,138	50	0		
Buena (Reino de)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Estados Unidos de América	0	0	0	0	2,884	1,853	21,950	3,322	29,053	3,457	668	216	0	0	0	0	0	1,295	378	0	0	474	27	10,727	391	1,015	54	667	248	360	110	0	0	0	0	0	62,230	1,062	0	

Fuente: SE con base en SAT, SE, BANCO, INEGI. Balanza Comercial de Mercancías de México 2003 - 2020 SNEG. Información de Interés Nacional.

Exportaciones totales por año de la fracción arancelaria 0410.00.99. Recuperado de: <http://www.economia-snci.gob.mx/>

Dentro del Estado de Veracruz se pudo localizar una empresa similar a Zumbido de Monte, es decir, se dedica a la comercialización y producción de miel, abeja y propóleo pudiéndose ver esta como competencia para la empresa Zumbido de Monte.

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

CLEE	30174461190000291000000000U3
ID	4369969
Nombre de la unidad económica	VENTA DE MIEL DE ABEJA JALEA REAL Y PROPOLEO
Razón social	
Código de la clase de actividad	461190
Nombre de la clase de actividad	Comercio al por menor de otros alimentos
Personal ocupado (estrato)	0 a 5 personas
Tipo de vialidad	CALLE
Nombre de la vialidad	16 DE SEPTIEMBRE
Número exterior o km	1306
Edificio, piso o nivel	
Número o letra interior	0
Tipo del asentamiento humano	COLONIA
Nombre del asentamiento humano	HOJA DE MAIZ
Tipo del Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Número de local	
Código postal	95110
Entidad federativa	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE
Municipio	Tierra Blanca
Localidad geoestadística	Tierra Blanca
Área geoestadística básica	0265
Manzana	031
Número de teléfono	
Correo electrónico	
Sitio en Internet	
Tipo de unidad económica	Fijo
Latitud	18.45305746
Longitud	-96.36011779
Fecha de incorporación al DENU	2010-07

Empresas productoras de miel y derivados en Tierra Blanca, Veracruz. INEGI 2021. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/Default.aspx?idee=4369969>

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

CLEE	30092461190000091000000000U1
ID	4283316
Nombre de la unidad económica	APICULTURA PRODUCCIÓN DE MIEL DE ABEJA
Razón social	
Código de la clase de actividad	461190
Nombre de la clase de actividad	Comercio al por menor de otros alimentos
Personal ocupado (estrato)	0 a 5 personas
Tipo de vialidad	CALLE
Nombre de la vialidad	FRANCISCO SARABIA
Número exterior o km	18
Edificio, piso o nivel	
Número o letra interior	0
Tipo del asentamiento humano	LOCALIDAD
Nombre del asentamiento humano	SAN MARCOS DE LEON
Tipo del Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Número de local	
Código postal	91605
Entidad federativa	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE
Municipio	Xico
Localidad geoestadística	San Marcos de León (San Marcos)
Área geoestadística básica	0075
Manzana	019
Número de teléfono	
Correo electrónico	
Sitio en Internet	
Tipo de unidad económica	Fijo
Latitud	19.42632781
Longitud	-96.96442983
Fecha de incorporación al DENU	2014-12

Empresas productoras de miel y derivados en San Marco de León, Veracruz. INEGI 2021. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/Default.aspx?idee=4369969>

Las siguientes imágenes muestran una lista de las empresas dedicadas a la producción y comercialización de miel y derivados dentro del mercado nacional.

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

CLEE	25015461190000041000000000U4
ID	3840714
Nombre de la unidad económica	DON PROPOLEO
Razón social	
Código de la clase de actividad	461190
Nombre de la clase de actividad	Comercio al por menor de otros alimentos
Personal ocupado (estrato)	0 a 5 personas
Tipo de vialidad	AVENIDA
Nombre de la vialidad	MEXICO
Número exterior o km	61
Edificio, piso o nivel	
Número o letra interior	0
Tipo del asentamiento humano	COLONIA
Nombre del asentamiento humano	LA GLORIA
Tipo del Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Número de local	
Código postal	81470
Entidad federativa	SINALOA
Municipio	Salvador Alvarado
Localidad geoestadística	Guamúchil
Área geoestadística básica	0431
Manzana	025
Número de teléfono	6731210831
Correo electrónico	
Sitio en Internet	
Tipo de unidad económica	Fijo
Latitud	25.44827956
Longitud	-108.06724298
Fecha de incorporación al DENU	2010-07

Empresas productoras de miel y derivados en Guamuchil, Sinaloa. INEGI 2021. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/Default.aspx?idee=3840714>

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

CLEE	14053461190001311000000000U4
ID	7219826
Nombre de la unidad económica	VENTA DE MIEL DE ABEJA PROPOLEO Y POLEN
Razón social	
Código de la clase de actividad	461190
Nombre de la clase de actividad	Comercio al por menor de otros alimentos
Personal ocupado (estrato)	0 a 5 personas
Tipo de vialidad	PRIVADA
Nombre de la vialidad	PEDRO MORENO
Número exterior o km	24
Edificio, piso o nivel	
Número o letra interior	
Tipo del asentamiento humano	COLONIA
Nombre del asentamiento humano	SAN MIGUEL 2DA SECC
Tipo del Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Número de local	
Código postal	47420
Entidad federativa	JALISCO
Municipio	Lagos de Moreno
Localidad geoestadística	Lagos de Moreno
Área geoestadística básica	0330
Manzana	002
Número de teléfono	
Correo electrónico	
Sitio en Internet	
Tipo de unidad económica	Fijo
Latitud	21.36164512
Longitud	-101.93210352
Fecha de incorporación al DENU	2019-11

Empresas productoras de miel y derivados en Lagos de Moreno, Jalisco. INEGI 2021. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/Default.aspx?idee=7219826>

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

CLEE	15033461190015971000000000U0
ID	6925154
Nombre de la unidad económica	VENTA DE MIEL Y PROPOLEO
Razón social	
Código de la clase de actividad	461190
Nombre de la clase de actividad	Comercio al por menor de otros alimentos
Personal ocupado (estrato)	0 a 5 personas
Tipo de vialidad	CALLE
Nombre de la vialidad	MIGUEL ALEMAN
Número exterior o km	11
Edificio, piso o nivel	
Número o letra interior	
Tipo del asentamiento humano	COLONIA
Nombre del asentamiento humano	BENITO JUAREZ XALOSTOC NORTE
Tipo del Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Número de local	
Código postal	55310
Entidad federativa	MÉXICO
Municipio	Ecatepec de Morelos
Localidad geoestadística	Ecatepec de Morelos
Área geoestadística básica	224A
Manzana	008
Número de teléfono	
Correo electrónico	
Sitio en Internet	
Tipo de unidad económica	Fijo
Latitud	19.54844812
Longitud	-99.08153104
Fecha de incorporación al DENU	2019-11

Empresas productoras de miel y derivados en Ecatepec, Morelos. INEGI 2021. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/Default.aspx?idee=6925154>

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

CLEE	14063461190000511000000000U9
ID	1801426
Nombre de la unidad económica	COMPRA VENTA DE MIEL PURA DE ABEJA Y PROPOLEO
Razón social	
Código de la clase de actividad	461190
Nombre de la clase de actividad	Comercio al por menor de otros alimentos
Personal ocupado (estrato)	0 a 5 personas
Tipo de vialidad	CALLE
Nombre de la vialidad	DURANGO
Número exterior o km	164
Edificio, piso o nivel	
Número o letra interior	0
Tipo del asentamiento humano	COLONIA
Nombre del asentamiento humano	INFONAVIT 1
Tipo del Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Corredor industrial, centro comercial o mercado público	
Número de local	
Código postal	47840
Entidad federativa	JALISCO
Municipio	Ocotlán
Localidad geoestadística	Ocotlán
Área geoestadística básica	006A
Manzana	003
Número de teléfono	
Correo electrónico	
Sitio en Internet	
Tipo de unidad económica	Fijo
Latitud	20.35547654
Longitud	-102.77775566
Fecha de incorporación al DENU	2014-12

Empresas productoras de miel y derivados en Ocotlán, Jalisco. INEGI 2021. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/Default.aspx?idee=1801426>

A continuación, se muestra la tabla de las empresas mexicanas que exportan miel y sus derivados.

Tabla I. Empresas exportadoras en México de miel y sus derivados.					
Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
AJR SoMEX	13		México	Azcapotzalco	http://www.somextrade.com
Comercializadora Padilla de Ocotlan SA de CV	6	50-99	México	Ocotlán	http://corporativopadilla.mx
GRUPO SAENZ, S.A. DE C.V.	4	50-99	México	México	http://www.gsaenz.com.mx
Mieles del Edén	4		México	Mérida	http://mieleseden.com.mx
Productos Mieleros de Mexico SPR de RL	7		México	Aguascalientes	http://www.productosmielerosdemexico.com.mx

Nota: Empresas exportadoras mexicanas de miel y derivados. Referencia: <http://www.economia-snci.gob.mx/>

1.6 Macro y Micro localización

1.6.1 Macro localización

Debido a que la empresa se encarga de la recolección de propóleo y otros derivados, la ubicación de estas colmenas se encuentra distribuidas dentro del estado de Veracruz en los municipios de Munchique de Ferrer, Yecuatla y en la capital del Estado, Xalapa.

El Estado de Veracruz se localiza en la costa del atlántico, en el Golfo de México. Cuenta con una superficie de 71.699 km cuadrados y alrededor de 7,3 millones de habitantes por lo cual es uno de los estados más poblados de la República Mexicana. La capital del estado de Veracruz es Xalapa una ciudad localizada en el centro de los altos de Veracruz, muy reconocida por su riqueza cultural.



Ubicación del Estado de Veracruz en la República Mexicana. Recuperado de: <http://www.veracruz.gob.mx/>

1.6.2 Microlocalización

La empresa se encuentra localizada en el domicilio de Constituyentes de 1824 #107 Colonia Constituyentes C.P 91138 en el municipio de Xalapa, Veracruz.

Xalapa Veracruz, la capital del estado. Esta ciudad de clima cálido húmedo y fuertes lluvias durante el verano encuentra su nombre en el náhuatl Xallapan y significa “Manantial de arena”.

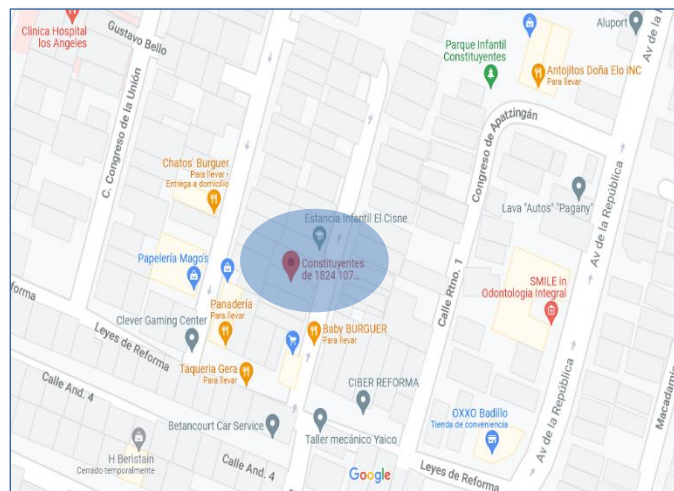
La ciudad es conocida por ser promotora de la cultura y esto se debe en gran parte a la presencia de la Universidad Veracruzana, por lo que es común ver las plazas y calles inundadas de vida estudiantil que dan un aire fresco y llenan de energía el centro.

La ciudad se encuentra rodeada de ríos, manantiales y arroyos, un lago natural y algunos artificiales, además de un área verde reservada para la recreación, conocida como el Cerro Macuiltépetl, donde abundan los árboles de encino, eucalipto, jacarandas y hasta aguacate.

Por lo que sentirte rodeado de naturaleza y tener hermosos paisajes será una constante durante tu recorrido por Xalapa, sin duda, es un excelente motivo para hacerlo.



Ubicación del Municipio de Xalapa en el Estado de Veracruz. Recuperado de: <http://www.veracruz.gob.mx/>



Ubicación del Municipio de Xalapa en el Estado de Veracruz. Elaboración propia con Google Maps.

1.7 Misión, Visión y Valores de la empresa

Actualmente la organización cuenta con una misión, una visión y un sistema de valores, sin embargo, es necesario realizar una mejora y actualización de estos apartados, todo esto alineándose a lo que se requiere para el proyecto de exportación.

1.7.1 Misión actual

Producir y distribuir productos apícolas de alta calidad originarios del estado de Veracruz, impulsando y promoviendo el consumo a través de los beneficios de estos, como auxiliares en el tratamiento de diversos padecimientos en la medicina alternativa.

1.7.2 Misión propuesta

Contribuir a la cura de diversas afecciones tales como dolores de garganta, tratamiento auxiliar de la gripa, desinfección y cicatrización de heridas, disminución de azúcar en la sangre, dolores de oídos y control de gingivitis mediante la producción de forma artesanal y con altos estándares de calidad, de extracto de propóleo y sus derivados apícolas, los cuáles son distribuidos a través de empresas mayoristas interesadas en la comercialización de productos naturales y orgánicos derivados de la miel a nivel nacional e internacional.

1.7.3 Visión actual

Consolidar una empresa líder a nivel internacional en producción y distribución de productos derivados de la colmena, conquistando mercados tanto de distribución, como de consumo a nivel mundial; ofreciendo calidad, innovación y confiabilidad a nuestros clientes que difundan y concienticen a la comunidad acerca de los beneficios en la salud obtenidos del consumo de dichos productos, así como crear conciencia de la importancia del cuidado ambiental y de las abejas.

1.7.4 Visión propuesta

Consolidarnos como una empresa altamente demandada en mercados extranjeros, siendo líder en ventas de productos apícolas veracruzanos de alta calidad en los que la relación precio-calidad sean un factor determinante que permitan diferenciarnos de la competencia.

1.7.5 Valores de la empresa

Para cualquier empresa es fundamental contar con valores que representen a dicha organización, ya que gracias a esto estarán enfocadas las metas que se tracen, los objetivos a alcanzar, así como las personas que trabajen y que posteriormente se contraten y en general estos valores representarán de manera general a la empresa y la forma en la que se conduzca

entre la población, por lo que contar con valores que la representen, la definan y la respalden es necesario. Actualmente Zumbido de Monte cuenta con los valores que a continuación se muestran.

Tabla 1.1 Valores de la empresa	
Compromiso	La empresa se compromete a ofrecer productos a través de los que se obtengan múltiples beneficios para la salud, así como tiene un compromiso para la preservación y protección de la naturaleza.
Confianza	Inspirar confianza a los clientes de productos bien elaborados.
Calidad	Busca brindar productos con la más alta calidad en beneficio de los clientes.
Responsabilidad	Se busca cumplir con los compromisos, expectativas de los clientes y el compromiso de ofrecer productos de calidad para cumplir los objetivos en común.
Respeto	Por el ecosistema, así como respeto dentro de la empresa para alcanzar la armonía entre clientes y colaboradores y exista relaciones laborales basadas en el respeto mutuo y un buen ambiente de trabajo

Nota: Valores de la empresa, Elaboración propia.

Sin embargo, después de realizar un estudio a profundidad y a partir de otras herramientas se determinó que, de acuerdo con la empresa que actualmente es Zumbido de Monte y lo que representa, el sistema de valores debía sufrir un cambio, restructurándose así y quedando de la siguiente forma su sistema. Pudiendo resaltar principalmente que Zumbido de Monte tiene por objetivo principal el cuidado del medio ambiente, ya que como anteriormente se ha mencionado; la principal herramienta o la materia prima son los derivados de las abejas, y estas a su vez representan un importante eslabón para la vida de la población en general, pudiendo simplemente mencionar que más de un 80% de todos los productos que consumen los seres humanos son posibles gracias a la polinización de las abejas y así explicando el principal valores de la empresa y compromiso para preservar a estos pequeños animales.

Tabla 1.2 Valores propuestos de la empresa	
Responsabilidad	La empresa busca cumplir con los compromisos, expectativas de los clientes y el compromiso de ofrecer productos de calidad para cumplir los objetivos en común
Confianza	La empresa se compromete a establecer una relación de confianza con sus clientes, garantizando entregar productos de calidad que sean de beneficio para la salud de sus consumidores.
Honestidad	La empresa se guiará con justicia y honradez al cumplir con las normas y exigencias establecidas para obtener productos de

	calidad que se traduzcan en beneficios en la salud de los que consumen estos productos, esta será una herramienta para que exista una relación armoniosa entre los miembros de la organización.
Calidad	Las actividades realizadas en los procesos de elaboración buscan brindar productos con la más alta calidad en beneficio de los clientes.
Respeto	La empresa se compromete al respeto por el ecosistema, así como respeto dentro de la empresa para alcanzar la armonía entre clientes y colaboradores y exista relaciones laborales basadas en el respeto mutuo y un buen ambiente de trabajo.
Impacto ambiental	Las actividades y operaciones que realiza la empresa están enfocada al respeto, cuidado y preservación del medio ambiente a través de buenas prácticas.
Conciencia	La empresa busca crear conciencia en los clientes, en la población en general de la importancia del cuidado del medio ambiente.
Trabajo en equipo	La empresa busca la colaboración de todos sus miembros para el logro de sus objetivos mediante un ambiente armonizado en el que todos se sientan parte de la empresa y realicen sus actividades.

Nota: Valores de la empresa, Elaboración propia.

1.8 Análisis FODA

La realización de los análisis FODA representan las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que cualquier empresa que compite en el mercado debe considerar, las fortalezas y debilidades se encuentran de manera interna, es decir, son derivadas de todo lo que ocurre internamente en la empresa y pueden ser controladas si así se desea, por otro lado, las oportunidades y amenazas se derivan de factores externos a la empresa que están fuera del control de estas por lo cual solo se pueden manejar de la mejor manera posible.

Dicho lo anterior se pudo identificar a simple vista que Zumbido de Monte cuenta con diversas fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, que, si bien la identificación de estas le ha permitido saberse manejar en el mercado, aún hay ciertos aspectos que considerar para mejorar y así puedan crecer de manera exponencial y al lograr el objetivo principal de este proyecto que es la exportación del extracto de propóleo al mercado Japones y a su vez la internacionalización de la empresa.

Tabla 1.3 Análisis FODA de la empresa	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de producción y de exportación de miel y derivados dentro del país. • Mejores productores de miel a nivel internacional. • Alta calidad del producto a exportar. • Zonas apícolas amplias y sin explotar. • Clima favorecedor para la producción de miel y derivados de buena calidad. • Fácil manejo y obtención del producto a través de procesos artesanales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de liquidez para realizar operaciones a nivel internacional. • Exportación concentrada a nichos de mercado específicos. • Desconocimiento de los consumidores de beneficios del producto. • Tiempos de cosecha específicos durante el año. • Mercado destino muy nacionalista. • Distribución del producto indirectamente.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento en la tendencia de consumo de productos orgánicos a nivel internacional. • Expansión a nuevos mercados internacionales. • Aumento en la demanda externa de productos apícolas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de países productores de miel y derivados de baja calidad y precios competitivos. • Disminución de precios internacionales. • Incremento en requisitos en el proceso de producción. • Producción del mismo producto en país destino, en menor escala.

Nota: Análisis FODA de Zumbido de Monte. Elaboración propia.

Después de un análisis y un estudio se obtuvo la siguiente matriz FODA, la cual se propone para la empresa dadas las circunstancias en las que se encuentra el mercado destino por lo que se realiza una propuesta de este.

Tabla 1.4 Análisis FODA propuesto	
Fortalezas	Debilidades
F1. Productos elaborados artesanalmente. F2. Alianzas con otros apicultores para la obtención del producto en bruto sin costos extras. F3. Fácil proceso de producción. F4. Relación directa entre productor y clientes finales. F5. Mano de obra barata. F6. Ubicación geográfica y condiciones favorables para producción de productos de alta calidad.	D1. No se cuenta con capital humano para cubrir departamentos dentro de la organización. D2. Falta de fuentes de financiamiento para mejorar procesos productivos. D3. No hay posicionamiento del producto a nivel local. D4. Obtención del producto en ciertos meses del año. D5. Instalaciones y equipo para producción del producto deficiente.
Oportunidades	Amenazas
O1. Producto utilizado como medicina alternativa. O2. Producto con altos índices de exportación. O3. Leyes federales y estatales para protección del sector. O4. Apoyos económicos para el sector.	A1. Productos falsificados importados al país con menor calidad y precios más bajos. A2. Mayor inversión tecnológica en el sector fuera del país. A3. País destino con alto índice de exportaciones. A4. Fracción arancelaria no específica para producto. A5. Procesos de producción de empresas apícolas que afectan al medio ambiente.

Nota: Análisis FODA de Zumbido de Monte. Elaboración propia.

1.9 Planes futuros

Zumbido de Monte tiene como objetivo a corto plazo la consolidación de la empresa, a través de la difusión de los productos, exponiendo así, los beneficios tan significativos que se obtienen de estos al utilizarlos, dando como resultados la expansión de su cartera de clientes de manera estatal. Con esto se pretende que los productos sean conocidos, probados y garantizados por sus usuarios.

De manera paralela se busca la oportunidad de realizar contratos de compra/venta en los que se comprometa la adquisición de la mayor parte de los productos derivados de las granjas apicultoras en el estado de Veracruz en beneficio de Zumbido de Monte.

Como proyección a mediano plazo, se pretende consolidar a la empresa para que sea altamente competitiva en mercados, tanto nacionales como internacionales, teniendo así una buena capacidad de producción y abasteciendo el mercado nacional para así después tener una buena oferta exportable y abastecer a países extranjeros con altas demandas de estos productos de colmena como lo es Japón.

A largo plazo se pretende posicionar a Zumbido de Monte como uno de los productos más importantes del país, buscando así un efecto positivo en el posicionamiento internacional, aumentando la demanda de la marca a través de la calidad de los productos y de los beneficios que se obtienen de estos.

1.10 Relación con otras instituciones

Organización Mundial del Comercio (OMC).

Es una organización encargada de ver que se cumplan las normas que rigen el comercio entre los diferentes países que la integran, así como vigilar que se cumplan los tratados entre ellos. Su principal objetivo es ayudar a los exportadores e importadores a lograr sus objetivos y llevar sus actividades a cabo.

Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SAGARPA).

Dependencia encargada de la mejora en la producción y el aprovechamiento de las ventajas comparativas en el sector agropecuario, así como de la integración de las actividades del medio rural en las cadenas productivas del resto de la economía.

Organización Mundial de Aduanas La Organización Mundial de Aduanas (OMA).

Es un organismo intergubernamental independiente cuya misión es incrementar la eficiencia de las administraciones de aduanas, contribuyendo al bienestar económico y a la protección social de sus Miembros, favoreciendo de esta forma un entorno aduanero honesto, transparente y previsible. Esto permite el desarrollo del comercio internacional lícito y lucha eficaz contra las actividades ilegales.

Asia-Pacific Economic Cooperation El Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC).

Fue creado con el fin de aprovechar la interdependencia de las economías de la región y tiene como objetivo principal el de crear una mayor prosperidad a través del fomento económico, equitativo y sustentable de las regiones.

CAPITULO II. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

2.1 Características del producto

El término propóleo etimológicamente proviene del griego pro “para o en defensa de” y polis “ciudad” haciendo referencia a la defensa de la colmena. Es una sustancia de composición compleja elaborada por las abejas a partir de resinas de la vegetación de alrededor de las colmenas y que es utilizada en la colmena como material de sellado, agente microbicida y desinfectante, por lo tanto, es el responsable directo de garantizar la asepsia de la colmena, siendo esta un ambiente prolífero para el desarrollo de microorganismos, debido a sus condiciones de temperatura y humedad. (Atlas Nacional de las Abejas y Derivados Apícolas, 2017).



Propóleo en bruto. Fuente: Zumbido de Monte.



Propóleo en bruto. Fuente: Zumbido de monte.

El propóleo es una mezcla de resina de los árboles y aceites esenciales de las plantas que las abejas obreras recolectan apoyándose de sus mandíbulas y el primer par de patas. Es una sustancia natural pegajosa de colores muy variados, pueden ser de café claro hasta negro. (Programa Pequeñas Donaciones del FMAM, 2014).

Este extracto de propóleo está hecho a base de alcohol etílico de Mahuixtlan, Veracruz a 93 %, y propóleo de abejas nativas sin aguijón.

Dicho producto tiene actividad contra las bacterias, los virus y los hongos. También tiene efectos antiinflamatorios en la piel, en la regeneración de tejidos y desinfección de heridas.

Por lo que es auxiliar en:

- El control de caries en los dientes, disminuyendo el dolor de muelas, así como controlando la gingivitis.

- Disminuye dolores de oídos.
- Desinfecta y es auxiliar en el proceso de cicatrización en heridas de la piel.
- Ayuda a tratar la gripa, es útil para el dolor de garganta.
- Auxiliar en el tratamiento de problemas respiratorios
- Trata úlceras estomacales.
- Ayuda a mejorar el sistema circulatorio.
- Ayuda a reforzar el sistema inmunológico.
- La clasificación de la eficacia para este producto es la siguiente:
- Diabetes. La investigación muestra que la ingesta de propóleo podría disminuir levemente el control de azúcar en la sangre en personas con diabetes, aunque no parece afectar los niveles de insulina ni mejorar la resistencia a la insulina.
- Aftas (herpes labiales). La mayoría de la investigación muestra que la aplicación de un ungüento o crema que contiene 0.5-3 % de propóleo 5 veces por día ayuda a curar las aftas más rápidamente y disminuye el dolor.
- Hinchazón (inflamación) y ampollas dentro de la boca (mucositis oral). La mayoría de la investigación muestra que enjuagar la boca con un enjuague que contiene propóleo ayuda a curar las llagas causadas por los antineoplásicos o las dentaduras postizas. (MedlinePlus, 2021).

Tabla 2.1 Componentes químicos identificados en los propóleos

Resinas/Bálsamos (Solubles en etanol, 40 a 70%)	Compuestos fenólicos: fenoles, ácidos fenólicos, ésteres, flavonoides, ácidos alifáticos, alcoholes, aldehídos, cetonas, ácido benzoico y ésteres
Ceras (Insolubles en etanol, 20 a 35%)	Palmitato de miricilo (aproximadamente 80%), ácido cerótico (aproximadamente 15%), cerotato de miricilo, ácido lignocérico, ácido montánico, ácido psílico, entre otros
Aceites esenciales (7%)	Monoterpenos y sesquiterpenos
Otros 5%	Minerales, polisacáridos, proteínas, aminoácidos, aminos, amidas, trazas de carbohidratos, lactonas, quinonas, esteroides y vitaminas.

Nota: Componentes identificados en propóleos. Tomada de: “Atlas Nacional de las Abejas y Derivados Apícolas”.

2.2.1 Normas Oficiales Mexicanas

Como ya se sabe, las Normas Oficiales Mexicanas son regulaciones que deben ser aplicadas a los productos o servicios para que estos cumplan con ciertos estándares y así no representen un riesgo para la seguridad de los usuarios. Por lo tanto, en este apartado se muestra la norma que debe ser aplicada al producto extracto de propóleo para cumplir con todos los requerimientos necesarios y se pueda realizar la exportación de la manera debida.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-003-SAG/GAN-2017, PROPÓLEOS, PRODUCCIÓN Y ESPECIFICACIONES PARA SU PROCESAMIENTO.

La cual menciona que se debe de tener una producción que permita una recolección, y procesamiento de manera estandarizada para garantizar que su composición química no se altere en perjuicio de sus propiedades.

La regulación de los propóleos que garanticen las características físicas, químicas y antimicrobianas, beneficiará económicamente al sector apícola ya que fomentará su competitividad en el mercado nacional e internacional.

Esta Norma es de observancia obligatoria en todo el territorio nacional y tiene por objeto establecer las especificaciones de producción, características físicas, químicas y antimicrobianas, que deben cumplir los propóleos y sus extractos para su procesamiento y comercialización en el país.

Dicha norma establece que:

La producción de los propóleos se debe realizar por medio del uso de rejillas, mallas plásticas o métodos promotores de cortinas de propóleos en las colmenas específicas para su cosecha. La recolección debe realizarse con materiales libres de residuos de algunas sustancias que puedan contaminarlo. Durante la cosecha, no debe exponerse a los rayos del sol, evitar su almacenamiento cerca de fuentes de calor y no debe mezclarse con la cera que se encuentra en tapas o sobre los bastidores.

Los propóleos en bruto contenido en las trampas, se debe introducir a un congelador entre -10°C y -20°C, por lo menos una hora para que la resina se torne rígida y quebradiza y que facilite su obtención. En todos los casos se debe evitar la manipulación directa y la formación de conglomerados. (Secretaría de Economía, 2017).

Para la aplicación de dicha ley también es importante considerar las siguientes NOM'S:

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-008-SCFI-2002, SISTEMA GENERAL DE UNIDADES DE MEDIDA GENERAL.

Esta tiene como propósito establecer un lenguaje común que responda a las exigencias actuales de las actividades científicas, tecnológicas, educativas, industriales y comerciales, al alcance de todos los sectores del país.

Esta norma establece las definiciones, símbolos y reglas de escritura de las unidades del Sistema Internacional de Unidades (SI) y otras unidades fuera de este Sistema que acepte la CGPM, que, en conjunto, constituyen el Sistema General de Unidades de Medida, utilizado en los diferentes campos de la ciencia, la tecnología, la industria, la educación y el comercio. El SI es el primer sistema de unidades de medición compatible, esencialmente completo y armonizado internacionalmente, está fundamentado en 7 unidades de base, cuya materialización y reproducción objetiva de los patrones correspondientes, facilita a todas las naciones que lo adopten para la estructuración de sus sistemas metrológicos a los más altos niveles de exactitud. (Secretaría de Economía, 2002).

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-030-SCFI-2006, INFORMACION COMERCIAL-DECLARACION DE CANTIDAD EN LA ETIQUETA-ESPECIFICACIONES.

Para que el consumidor pueda establecer sin dificultad la relación entre la cantidad del producto y el precio, es necesario que en los envases y/o etiquetas de los productos se especifique con toda claridad el dato relativo al contenido, contenido neto y la masa drenada según se requiera.

Esta Norma Oficial Mexicana establece la ubicación y dimensiones del dato cuantitativo referente a la declaración de cantidad, así como de las unidades de medida que deben emplearse conforme al Sistema General de Unidades de Medida y las leyendas: contenido, contenido neto y masa drenada, según se requiera en los productos preenvasados que se comercializan en territorio nacional al consumidor.

Esta Norma Oficial Mexicana no aplica a los productos que se venden a granel ni aquellos que se comercializan por cuenta numérica en envases que permiten ver el contenido o que contengan una sola unidad, o que presenten un gráfico del producto siempre y cuando en este gráfico no aparezcan otros productos no incluidos en el envase. (Secretaría de Economía, 2006).

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-051-SCFI/SSA1-2010, ESPECIFICACIONES GENERALES DE ETIQUETADO PARA ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS PREENVASADOS-INFORMACION COMERCIAL Y SANITARIA.

Esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto establecer la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional o extranjera, así como determinar las características de dicha información.

La presente Norma Oficial Mexicana no se aplica a:

Los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados que estén sujetos a disposiciones de información comercial y sanitaria contenidas en normas oficiales mexicanas específicas, o en alguna otra reglamentación federal vigente que explícitamente excluya de su cumplimiento al presente ordenamiento.

Los productos a granel.

Los alimentos y bebidas no alcohólicas envasados en punto de venta.

Los demás productos que determine la autoridad competente, conforme a sus atribuciones. (Secretaría de Economía, 2010).

2.2 Proceso de producción

El proceso de productivo es la etapa en la que las empresas determinan las actividades que se deben realizar para obtener el producto final que pretenden comercializar, por lo que este proceso debe estar bien definido para conocer al personal que deberá intervenir, así como conocer a detalle las etapas y conforme la marcha ir haciendo modificaciones que beneficien el producto final, el proceso que se muestra a continuación es el que actualmente lleva a cabo la empresa Zumbido de Monte para obtener el extracto de propóleo.

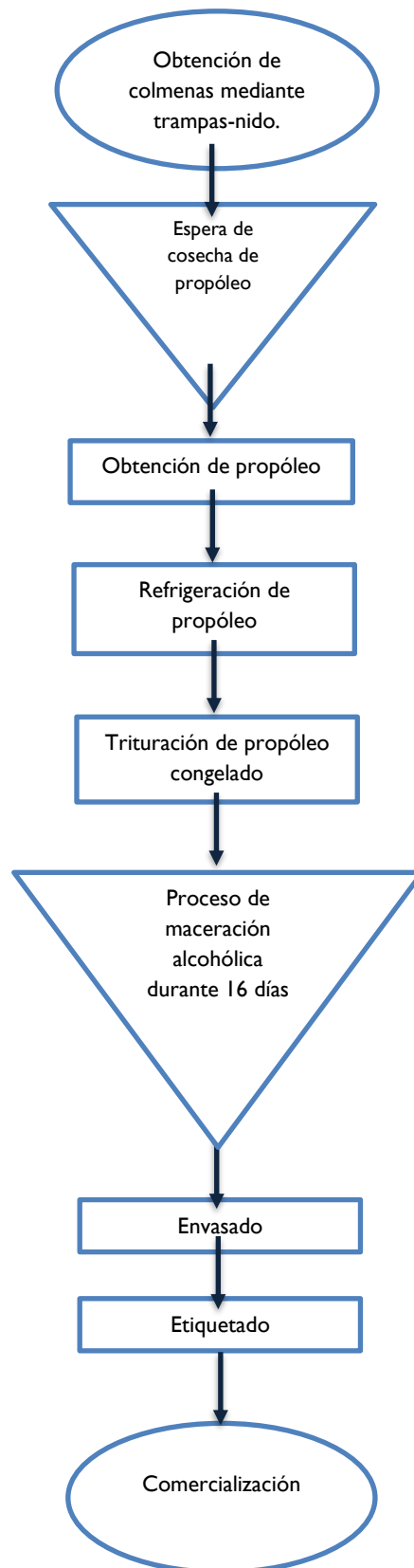









Figura 2.1. Proceso de producción de propóleo. Referencia: Elaboración propia.

Tabla 2.2 Proceso de producción de propóleo

Actividad	Descripción	Personal que realiza la actividad	Imágenes de referencia del proceso
1	Se obtienen las colmenas a través de la colocación de trampas-nido que simulan las condiciones de refugio necesarias para que las colonias de abejas silvestres se reproduzcan de manera natural.	Jefe de cosecha, extracción y envasado.	
2	Cada 4 meses las colmenas de abejas nativas se cosechan de propóleos, ya sea por método de malla o por raspado, la mayoría de estas colmenas se encuentran en mancuerna de ollas de barro.	Jefe de cosecha, extracción y envasado.	
3	Se obtiene el propóleo después del periodo de tiempo indicado para la cosecha de este. El alza melaria es separada de la colmena y con ayuda de un cuchillo previamente esterilizado, se separan los potes hechos de cera por las abejas, si estos cuentan con pan de abeja, se separa para su posterior secado y consumo o para la posterior extracción miel. Esta es guardada en contenedor de acero inoxidable de grado alimenticio hasta su estabilización.	Jefe de cosecha, extracción y envasado.	

4	Una vez obtenidos, los propóleos se someten a refrigeración por largos periodos de tiempo, que permite manipularlos con mayor facilidad, ya que de lo contrario sería imposible triturarlos por su alto contenido de resinas naturales, lo que lo hace extremadamente pegajosos.	Jefe de cosecha, extracción y envasado.	
5	Ya congelado el propóleo y con la consistencia adecuada para manipularlo, se realiza el proceso de trituración.	Jefe de cosecha, extracción y envasado.	
6	Una vez congelados y triturados se procede al proceso de maceración alcohólica utilizando alcohol puro de caña de grado 96 por al menos 16 días en resguardo de la luz del sol y en un lugar fresco.	Jefe de cosecha, extracción y envasado.	
7	Terminado dicho proceso se envasa y se utiliza dicho extracto para elaboración de pomadas, el mismo extracto de propóleo, así como el aerosol.	Gerente general.	

Nota: Descripción del proceso de producción de propóleo. Elaboración propia.

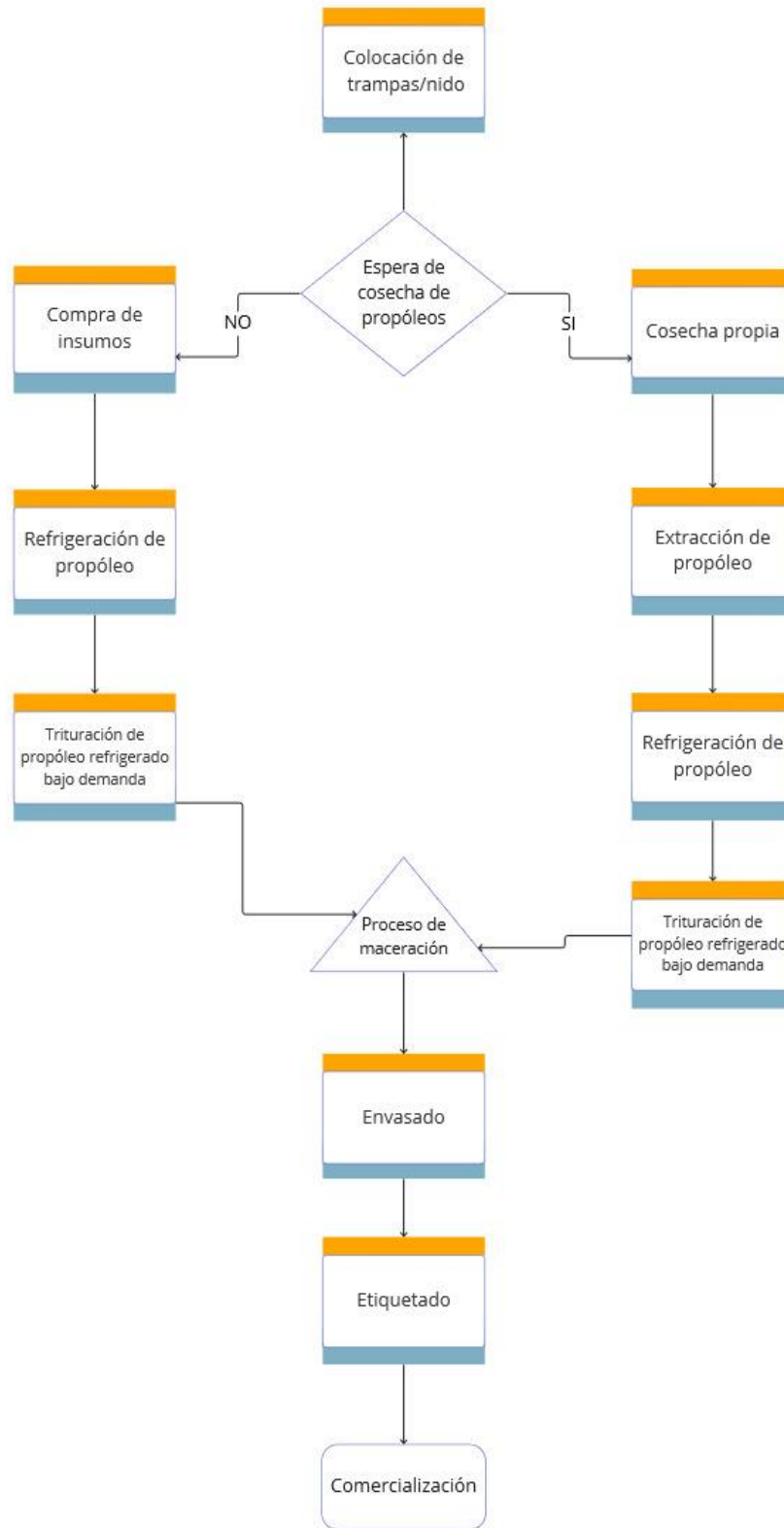
El proceso de transformación es parte fundamental de la empresa ya que a través de este se puede observar cómo es elaborado el producto por lo que en la anterior tabla se muestra la transformación de la materia prima al producto final de la manera en la que actualmente se realiza. Sin embargo, de acuerdo con las necesidades con las que la empresa cuenta se elabora una propuesta del proceso de producción que a continuación se muestra

integrando las áreas propuestas en el nuevo organigrama, así como al personal solicitado y calificado para cada una de estas áreas.

Tabla 2.3 Proceso de producción propuesto.		
Actividad	Descripción	Área encargada
1	Se obtienen las colmenas a través de la colocación de trampas-nido que simulan las condiciones de refugio necesarias para que las colonias de abejas silvestres se reproduzcan de manera natural.	Producción.
2	Cada 4 meses las colmenas de abejas nativas se cosechan de propóleos, ya sea por método de malla o por raspado, la mayoría de estas colmenas se encuentran en mancuerna de ollas de barro. Se realiza una evaluación de las mancuernas de barro para supervisar que no hayan sido dañadas o intervenidas por cualquier otro animal.	Producción/Calidad.
3	Se obtiene el propóleo después del periodo de tiempo indicado para la cosecha de este. El alza melaria es separada de la colmena con extrema precaución por los productores con equipo adecuado para la extracción del propóleo de los potes de barro. Con ayuda de un cuchillo previamente esterilizado, se separan los potes hechos de cera por las abejas se procede a la extracción de, en caso de contar, el pan de abeja en un ambiente totalmente controlado y sanitizado.	Producción/Calidad.
4	Se obtiene el propóleo en greña y la miel, la cual es guardada en un contenedor de acero inoxidable de grado alimenticio para su estabilización.	Producción/Calidad.
5	Una vez obtenidos, los propóleos se llevan a refrigeradores industriales donde pasarán largos periodos de tiempo en ambientes controlados y sanitizados. La refrigeración de estos permite manipularlos con mayor facilidad, ya que de lo contrario sería imposible triturarlos por su alto contenido de resinas naturales, lo que lo hace extremadamente pegajosos.	Producción/Calidad.
6	Una vez terminados los tiempos de congelación del propóleo y conforme a demanda del mercado, estos son extraídos a ambientes controlados donde se procede a su manipulación.	Producción/Calidad.
7	Se procede a la trituración del propóleo en ambientes controlados, en los que se tiene indumentaria adecuada para este proceso.	Producción/Calidad.
8	Una vez triturados se procede al proceso de maceración alcohólica utilizando alcohol puro de caña de grado 96 por al menos 16 días en resguardo de la luz del sol y en un lugar fresco.	Producción/Calidad.
9	Terminado dicho proceso se envasa el producto mediante maquinaria especial que permite realizarlo sin alterar los procesos artesanales que el producto requiere para su certificación.	Producción/Calidad/I+D.

Nota: Descripción del proceso de producción de propóleo. Elaboración propia.

. De acuerdo con el proceso de producción propuesto, se realiza un cambio en el diagrama de flujo quedando de la siguiente manera



miro

Figura 2.1. Proceso de producción de propóleo. Referencia: Elaboración propia.

2.3 Envase y Embalaje

2.3.1 Envase

El extracto de propóleo de Zumbido de Monte actualmente se envasa en un frasco cuentagotas de plástico con las siguientes características:

Contenido neto: 30 mililitros.

Tamaño de envase: 3 cm x 3 cm x 8.5 cm.

Peso neto por unidad: 75 gramos.



Referencia de envase de producto. Recuperado de: Zumbido de Monte.

Para poder realizar la exportación del extracto de propóleo de la empresa Zumbido de Monte es necesario cumplir con los requerimientos de envase del país destino, adecuando así el producto al cumplimiento de normas y medidas requeridas, por lo cual se tienen las siguientes consideraciones:

1. Prevención de deformaciones, roturas y cualquier otro tipo de daño que pudieran sufrir los productos.
2. Protección contra los microorganismos, que pudieran afectar su calidad o niveles de maduración.
3. Entrega de información relevante para el consumidor y facilidad de uso (trazabilidad y universalidad).
4. Diseño adecuado que resalte las cualidades del producto.
5. Respeto al medio ambiente, evitando dilapidar recursos naturales y brindando facilidades para el reciclaje del envase.

Cabe hacer mención que en dicho país destino se tiene una cultura muy arraigada al reciclaje, por lo que los consumidores japoneses basan sus decisiones en productos que tengan un

envase o empaque reutilizado, por lo que es de extrema importancia que, si se pretende el ingreso al país, se adapten los productos a las “3R” (Reducir, Reutilizar y Reciclar).

Dados los requerimientos y características del país destino en cuanto al cuidado del medio ambiente, como ya anteriormente se ha mencionado, y el uso de las “3R” y sobre todo sabiendo que los consumidores en el país importador aprecian la calidad del producto en sí, a continuación, se hace una propuesta para la adecuación del envase del extracto de propóleo que se pretende exportar.

El envase deberá ser un frasco cuentagotas de vidrio color ámbar de 30 mililitros o 1 onza con tapa gotero de polipropileno. Cabe hacer mención que el frasco se elige en color ámbar y de vidrio porque, primero que nada, el color ámbar en este envase evita el paso de la luz dentro, protegiendo al contenido de los rayos UV y así evitando reacciones como la oxidación, maceración extrema y un cambio en composición bioquímica de sabor u olor y se elige de vidrio debido a que este es inerte e higiénico, no interfiere en el sabor u olor de alimentos, sin provocar ninguna interacción química con su contenido y garantizando así la calidad original de su contenido. La pipeta de dicho envase es de vidrio y el bulbo cuentagotas es elaborado de látex con unos toques de color dorado para así tener una mejor presentación del producto y se vea atractivo al cliente.

El gotero tiene unas dimensiones de 1.75 cm de ancho x 1.75 cm de largo y 10.2 cm de alto, obteniéndose un diámetro del frasco de 3.5 cm.



Referencia de envase propuesto del producto. Recuperado de: <https://varienvases.mx/>

2.3.2 Etiquetado

El etiquetado en el país destino es de suma importancia por lo que a continuación se exponen los requisitos y las normas que se deben cumplir.

Las etiquetas de los productos exportados a Japón deben estar preferentemente en el idioma japonés. Sin embargo, también está permitido el uso de otro idioma que se considere generalmente comprendido por los consumidores, es decir, las etiquetas también pueden estar en inglés.

Dicho envase ya cuenta con una etiqueta en la que se especifica la marca, los mililitros contenidos, uso sugerido, modo de empleo, medios de contacto e ingredientes de este. Por lo que de acuerdo con las normas establecidas para el etiquetado de productos de importación a territorio japonés ya cuenta con algunas de las características que son necesarias para la entrada de estos.

En resumen, tenemos que los requisitos y normas que se deberán cumplir para el etiquetado del producto en cuestión son las siguientes:

1. Denominación del producto.
2. Peso del contenido (en gramos).
3. Fecha mínima de expiración.
4. Nombre y dirección del importador/distribuidor.
5. País de origen.
6. Método de preservación (para productos conservados).
7. Información sobre cómo consumir el producto.
8. Ingredientes.
9. Método de almacenaje.

Consumo preferente:

Ingredientes: Etanol al 70% (72.9 mililitros de alcohol etílico al 96% y 100 mililitros de agua destilada), propóleo en greña.

Uso sugerido: Auxiliar en la cicatrización de heridas o afecciones de la piel.

Modo de empleo: Aplicar con ayuda de una gasa o algodón sobre la piel o la lesión cada cuatro horas o cuando se sienta molestia.

Consérvese bien cerrado en un lugar fresco y seco.

Refrigerar una vez abierto.

Manténgase fuera del alcance de los niños.

  Producto mexicano

 **Zumbido de Monte**
Productos de la Colmena - Productos Artesanales

Extracto de Propóleo
de scaptigona sp.

GOTAS



Contenido Neto **30 ml**

Este producto NO ES UN MEDICAMENTO, es responsabilidad de quien lo recomienda y lo consume.

PROPÓLEOS: Nombre genérico que se da a las sustancias resinosas recolectadas y procesadas por las abejas de la vegetación circundante al meliponario.

Sus compuestos (fenoles y flavonoides) le confieren a los propóleos sus usos y aplicaciones biológicas.

f zumbidodemonte
✉ zumbidodemonte@gmail.com

📍 Envasado en Calle constituyentes de 1824 #107, col constituyentes Xalapa Veracruz.

📞 Dudas, comentarios, sugerencias o pedidos. 22 8340 5834


7 500464 737700

Referencia de etiqueta actual del producto. Recuperado de: Zumbido de Monte.

Por otro lado, y a manera de barrera no arancelaria, Japón exige que los productos importados cumplan con los requisitos establecidos en la Ley de Sanidad Alimentaria, la Norma JAS y la Ley de Pesos y Medidas. La inclusión de estas normas y estándares en las etiquetas de los productos tiene por objeto no solo proporcionar una garantía de calidad, sino también ayudar en la protección del consumidor, ya que las etiquetas deben mostrar claramente la composición de los productos y proporcionando, de este modo, la información necesaria para realizar sus compras con total seguridad. (Biocomercio Perú, 2010).



Logo de certificado de alimentos orgánicos. Recuperado de: <https://certimexsc.com/cmx/normatividad/>

Dado que las etiquetas deben cumplir con las normas mencionadas anteriormente, para su aceptación en el país de destino se hace también una propuesta para la etiqueta en la cual se incluyen todos los requisitos necesarios, así como la modificación en el idioma japonés y evitar que esto sea una barrera para este producto.



Referencia de etiqueta propuesta del producto. Elaboración propia.

2.3.3 Embalaje

El embalaje utilizado por Zumbido de Monte para la manipulación y traslado de estos productos cuando es requerido es el que se menciona a continuación, cabe aclarar que los envases para este punto siguen siendo de plástico y su manipulación es fácil ya que no están expuestos a quebraduras y no corren un riesgo potencial a que el producto se pueda romper o dañar en el momento en el que sean manipulados por lo cual no requiere de rigurosos embalajes que protejan el producto.

Actualmente dentro de la empresa son utilizadas las cajas de cartón kraft de prueba a 200 libras flauta C, con medidas de 17cm/14 cm/10 cm de alto en las cuales se pueden transportar 20 unidades por cada caja, obteniéndose un peso de 1.70 kg por caja.



Referencia de caja para exportación. Recuperado de: ULINE.MX

Dicho lo anterior se cree que este embalaje es el adecuado por las especificaciones del envase del producto, posteriormente se presentarán propuestas para la adaptación del producto de acuerdo con los requerimientos del mercado destino.

Al igual que la propuesta que se realiza para el envase también es importante presentar el embalaje para realizar la exportación, el producto se va a embalar en cajas de cartón corrugado sencillo compuesto por dos liners y un médium, en onda tipo C que es la flauta más común que se maneja en el mercado del cartón y que es lo suficientemente resistente para la transportación de nuestro producto.

Las medidas de la caja para exportar el extracto de propóleo serán de 20 cm de largo, por 20 cm de ancho y 23 cm de altura. En esta caja se pretende exportar un aproximado de 50 envases junto con sus embalajes primarios correspondientes, distribuidos en dos pisos, es decir, con una doble estiba dentro de una misma caja, para lo cual se considera un peso total de aproximadamente 4.400 kg. Cabe mencionar que la caja electa tiene una capacidad para soportar un peso de 200 libras o 90 kilogramos por lo cual es considerada que es la mejor para el transporte de este producto.

8 x 8 x 9" Cajas de Cartón -



Referencia de caja para exportación. Recuperado de: <https://es.uline.mx/Product/Detail/S-19862/Corrugated-Boxes-200-Test/8-x-8-x-1-1-Corrugated-Boxes>

Al hacer las adaptaciones al producto, también se hace una pequeña modificación al embalaje primario, como sabemos el producto podría ser envasado en vidrio, por lo tanto, necesita una modificación que proteja el producto de cualquier percance que se pudiera presentar en el camino.

Por lo que se considera que este requiere un embalaje primario tal y como sería una caja pequeña de cartón. Dicha caja tendría el mismo tamaño del gotero y además deberá estar impresa con todas las especificaciones necesarias.

A continuación, se presenta la propuesta para el embalaje primario necesario para este el tipo específico de envase.

El embalaje primario deberá ser en cajas de Kraft con solapa invertida, las cuales se pretende que sean fabricadas especialmente para el producto de estrella y sea una caja impresa con toda la información requerida en el país destino, sus dimensiones serán de 4 cm de ancho x 4 cm de largo y 11 cm de alto con un grosor de 0.024 pulgadas, ya que el gotero tiene dimensiones de 1.75 cm de ancho x 1.75 de largo y 10.2 de alto dando un diámetro de 3.5 cm. Por lo tanto, se considera que dicha caja cumple con las medidas necesarias para que el producto quede bien acomodado dentro de la caja y este sea una manera de protegerlo. Cabe destacar que estas cajas de cartoncillo reciclado son fáciles de ensamblar, así como son utilizadas para pequeñas embalar partes o muestras pequeñas.

Cajas con Solapa Invertida



Referencia de caja para embalaje primario. Recuperado de: <https://es.uline.mx/Product/Detail/S-21070/Special-Use-Boxes/Reverse-Tuck-Cartons-Kraft-1-1-2-x-1-1-2-x-5>

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO: JAPÓN

3.1 Descripción del sector en México

La apicultura es una actividad agropecuaria enfocada a la crianza de abejas, dándoles los cuidados necesarios para obtener los productos que elaboran para ser comercializados. A través de esta se obtienen productos como miel, jalea real, propóleo, cera y polen. En México son dos los tipos de abejas utilizadas para esta actividad, la abeja europea y la abeja de la península de Yucatán. (Instituto Nacional de la Economía Social, 2018)

La apicultura en México es de gran importancia económica y social, dependen directamente de ella más de 43 mil apicultores, reportó la Coordinación General de Ganadería (SIAP 2020).

Esta actividad tiene una gran importancia tanto ecológica como socioeconómica, puesto que está es considerada como una de las actividades principales pecuarias que generan divisas y es fundamental para la economía. Sin embargo, esta actividad es también de suma importancia para el correcto y fundamental equilibrio del medio ambiente, ya que al obtener el alimento de las flores fomentan en las plantas la capacidad de fecundarse.

Lo anterior se conoce como polinización cruzada, con ésta, las plantas generan el oxígeno suficiente para la vida, y, además, aumentan el rendimiento en los cultivos, lo que favorece un incremento en alimentos de origen vegetal, materia prima textil e insumos agropecuarios. En resumen, la apicultura es una de las actividades económicas y sociales más importantes a nivel mundial. (Instituto Nacional de la Economía Social, 2018)

Por ello es importante la protección a las abejas, su población y su biodiversidad.

En México no existen estadísticas confiables que indiquen la producción de propóleo en nuestro país, sin embargo, el potencial de producción de este producto está en todas las regiones de México donde existan colmenas.

Actualmente en México son dos los tipos de abejas utilizadas para esta actividad, la abeja europea y la abeja de la península de Yucatán.

Por otro lado, es de suma importancia mencionar que la apicultura en el país genera alrededor de 100 mil empleos directos y se producen más de 57 toneladas de miel al año, siendo Yucatán el principal productor con un aproximado de más de 8 mil toneladas anuales.

En cuanto al comercio exterior, la mitad de la producción de miel se canaliza al mercado alemán. Por lo que mientras que en Alemania y Japón son grandes consumidores de

miel mexicana y sus derivados, con alrededor de un consumo de 20 kilogramos por persona, en México actualmente las personas consumen un estimado de 300 gramos por persona.

Por lo que nuestro país se ha consolidado entre los principales productores y exportadores de miel a nivel mundial y cuenta con cinco regiones muy definidas que son: la Región Norte, Región de la Costa del Pacífico, Región del Golfo, Región del Altiplano y la Región Sureste. Cada una produce una clase de miel diferente.

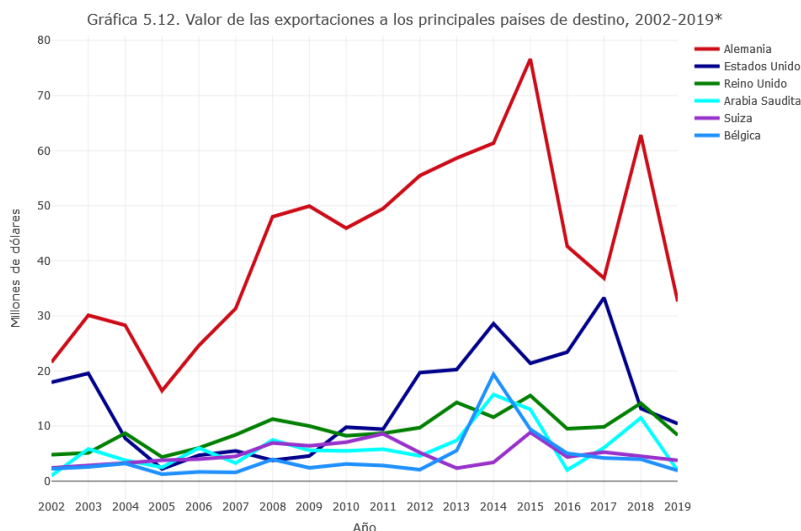
Y aunque la miel sin duda es el producto principal que se obtiene de la apicultura, se procesan productos no menos importantes como el polen, jalea real, propóleos y veneno de abeja, los cuales son muy apreciados por su uso medicinal y en la elaboración de productos de belleza y cuidado de la piel. (Instituto Nacional de la Economía Social, 2018)

La producción de miel en México en el periodo 2014-2018, registró variaciones, reportándose un promedio de producción anual de 57,995 toneladas.

Cifras del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) destacan que de la producción 2019 del dulce el 70 por ciento se concentró en ocho estados, entre los que destacaron Yucatán, Campeche, Jalisco y Chiapas con obtenciones de nueve mil 810, siete mil 520, cinco mil 948 y cinco mil 500 toneladas de miel y sus derivados, respectivamente.

Le siguen Veracruz, cuatro mil 798 toneladas; Oaxaca, cuatro mil 668; Quintana Roo, tres mil 255; Puebla, dos mil 477; Michoacán, dos mil 037; Guerrero, dos mil 029; Zacatecas, dos mil 009; Morelos, mil 928; Hidalgo, mil 358; San Luis Potosí, mil 126, y otros estados (siete mil 522).

En materia de exportaciones, durante el mismo periodo se estuvieron enviando al extranjero alrededor de 34,000 toneladas anuales, teniendo como destinos principales: Estados Unidos, Alemania, Bélgica, Arabia Saudita y Reino Unido; generando por este medio, un ingreso promedio anual de 124 millones de dólares, lo que confirma que la apicultura es una importante fuente de divisas para la economía mexicana. (Atlas nacional de las abejas y derivados apícolas 2021).



Principales destinos de las exportaciones de miel. INEGI. (2019). Valor de las exportaciones a los principales países destinos. [Ilustración] Recuperado de: https://atlas-abejas.agricultura.gob.mx/cap5.html#55_Balanza_Comercial_de_M%C3%A9xico_Importaci%C3%B3n_y_Exportaci%C3%B3n

Y aunque la miel sin duda es el producto principal que se obtiene de la apicultura, se procesan productos no menos importantes como el polen, jalea real, propóleos y veneno de abeja, los cuales son muy apreciados por su uso medicinal y en la elaboración de productos de belleza y cuidado de la piel. (Instituto nacional de la Economía Social 2018).



SAGARPA
SECRETARÍA DE AGRICULTURA,
GANADERÍA, DESARROLLO RURAL,
PECUARIO Y ALIMENTACIÓN

LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LAS ABEJAS SON:

<p>MIEL</p> <p>CONSUMO, INDUSTRIA DE BELLEZA Y FARMACÉUTICA (CONSUMO HUMANO, SE HACEN JABONES, COSMÉTICOS, CREMAS Y TRATAMIENTOS CAPILARES)</p> 	<p>PROPOLEO</p> <p>USO EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA Y TERAPEUTA. (JARABES, PASTILLAS, USO PARA RELAJACIONES Y ALGUNOS ACEITES)</p> 
<p>JALEA REAL</p> <p>USO EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA Y DE BELLEZA (MASCARILLAS, COSMÉTICOS, SHAMPOO, PASTILLAS PARA LA CIRCULACIÓN Y CREMAS)</p> 	<p>VENENO</p> <p>FINES TERAPÉUTICOS</p> 
<p>POLEN</p> <p>USO EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA (MEJORAMIENTO DEL SISTEMA NERVIOSO, PARA EVITAR EL ESTRÉS Y EL CANSANCIO)</p> 	<p>CERA</p> <p>USO EN LA INDUSTRIA DE BELLEZA, SE REALIZAN CRAYOLAS Y VELAS (ELABORACIÓN DE COSMÉTICOS, CREMAS, TRATAMIENTOS DE BELLEZA)</p> 

FUENTE: SAGARPA. PARA MAYOR INFORMACIÓN VISITA: WWW.SAGARPA.GOB.MX

Productos derivados de las abejas. SAGARPA. (2015). [Ilustración] Recuperado de: <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/que-es-la-apicultura>

Por otro lado, al mencionar a la apicultura también nos vemos obligados a hablar acerca de la polinización y el conocer de este proceso puede ayudar a comprender en muchos sentidos el porqué de la importancia del cuidado de estos insectos puesto que las abejas aunadas con las mariposas representan a los más grandes polinizadores dentro del ecosistema.

Es de resaltar que la abeja de la miel es una de las polinizadoras más eficientes, pues prospera en casi todos los ambientes del planeta, trabaja la mayor parte del año, forma poblaciones muy numerosas, y cada abeja suele ser fiel a un tipo de flor concreta, aumentando por tanto el índice de reproducción de las especies vegetales.

A nivel mundial, casi el 90% de las Fito especies florales silvestres dependen, al menos parcialmente, de la transferencia de polen por los animales. Esas plantas son fundamentales para el funcionamiento continuo de los ecosistemas en tanto proporcionan alimentos, constituyen hábitats, y proveen otros recursos para una amplia variedad de otras especies. De la misma forma, se estima que entre 5% y 8% de la actual producción agrícola mundial depende directamente de la zoopolinización. (Atlas nacional de las abejas y derivados apícolas 2021).

3.2 Descripción del país destino (Japón)

Japón cuenta con una población de 126.190.000 personas, es un país muy poblado y tiene una alta densidad de población, con 334 habitantes por Km². Su capital es Tokio y su moneda son los yenes japoneses. Con tan solo un 2,8% de desempleo, Japón es el país con menos tasa de desempleo del mundo y es la tercera economía del mundo por volumen de PIB (Expansión, 2021)

Es un archipiélago de islas que forma un arco en el océano Pacífico, al este del continente asiático. El territorio comprende cuatro grandes islas llamadas (en orden decreciente de tamaño) Honshu, Hokkaido, Kyushu y Shikoku, además de otras pequeñas islas. El océano Pacífico se sitúa al este, mientras que el Mar de Japón y el Mar Oriental de China separan a Japón del continente asiático.

Es un país asiático que tiene un área total aproximada de 378.000 km², de manera que tienen casi el mismo tamaño que Alemania, Finlandia, Vietnam o Malasia. El territorio comprende cuatro grandes islas llamadas (en orden decreciente de tamaño) Honshu, Hokkaido, Kyushu y Shikoku, además de otras pequeñas islas. Es tan solo 1/25 del tamaño de Estados Unidos, incluso es menor que California, es por este motivo que se considera que

es un país en el que las relaciones comerciales no son complicadas de llevar, dado que las distancias no son muy grandes (Embajada del Japón en México, 2018).

Cerca de tres cuartas partes de la superficie terrestre de Japón están cubiertas de montañas. La región de Chubu, en la parte central de Honshu, se conoce como “el techo de Japón” y tiene numerosas montañas que miden más de 3.000 metros. La montaña más alta de Japón es el monte Fuji (3.776 metros), situado entre la frontera de las prefecturas de Yamanashi y Shizuoka.



Mapa de Japón. Ministry of Foreign Affairs of Japan (2020). [Ilustración] Recuperado de: https://web-japan.org/factsheet/es/pdf/es01_geography.pdf

Cabe destacar, que Japón es un país con escasez de tierra cultivable y falta de mano de obra, pues a pesar de que el país no posee una gran extensión del territorio, Japón tiene una gran variedad de climas, que va desde veranos frescos hasta vientos húmedos y fríos extremos en invierno (Embajada del Japón en México, 2018).

Una característica principal del clima de Japón son los cambios claros de estaciones. De norte a sur, Japón cubre una banda de latitud de cerca de 25 grados. Durante el invierno recibe vientos estacionales de Siberia, mientras que en verano los vientos provienen del océano Pacífico. A pesar de su superficie relativamente pequeña, Japón se

caracteriza por cuatro patrones climáticos diferentes. Hokkaido, con un patrón subártico, tiene una temperatura media anual de 9,45 grados Celsius, y recibe una precipitación anual promedio de aproximadamente 1.205 milímetros. La parte que da al océano Pacífico, desde la región de Tohoku en el norte de Honshu hasta Kyushu, es la zona templada, en la que los veranos son calurosos por la influencia de los vientos estacionales que soplan del Pacífico.

La parte del país que da al Mar de Japón tiene un clima con mucha lluvia y nieve, producida cuando los vientos fríos y húmedos del continente encuentran a su paso los Alpes Japoneses y otras montañas que se sitúan a lo largo del centro del territorio, en una especie de columna vertebral. Las islas del sudoeste de la prefectura de Okinawa pertenecen al clima subtropical y tienen una temperatura promedio de más de 22 grados al año, al mismo tiempo que reciben una precipitación de 2.000 milímetros.

Por otro lado, el comercio exterior es un elemento esencial de la economía japonesa, pero el país no está totalmente abierto e impone amplias barreras no arancelarias, especialmente en el sector agrícola. Japón es el cuarto exportador y el quinto importador de bienes del mundo, y el comercio exterior representa el 31% del PIB del país. (Santander Trade Markets, 2021)

Japón exporta principalmente vehículos de motor (12,6%) (es el segundo exportador mundial de automóviles), circuitos electrónicos integrados y microensamblajes (4,5%), piezas y accesorios para automóviles (4,2%), y barcos y botes (1,7%). Las principales importaciones del país incluyen aceites de petróleo (6,8%), gas de petróleo y otros hidrocarburos gaseosos (5,4%), aparatos de transmisión para radiotelefonía (3,9%), máquinas automáticas de procesamiento de datos (3,1%) y circuitos electrónicos integrados y microconjuntos (3%).

Tabla 3.1 Importaciones y exportaciones de Japón en el mundo.

Valores del Comercio Exterior (millones de USD)	2016	2017	2018	2019	2020
Importación de bienes	606.927	671.434	748.488	720.957	635.460
Exportación de bienes	644.933	698.367	738.143	705.564	641.319
Importación de servicios	184.710	190.822	198.837	201.713	182.711
Exportación de Servicios	173.821	181.599	188.812	200.541	156.351

Nota: Importaciones y exportaciones de Japón. Referencia: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/japon/cifras-comercio-exterior>, Tomada de: “Cifras del Comercio Exterior en Japón por Santander”. 2021

Tradicionalmente, el país tiene un gran superávit comercial; sin embargo, en los últimos años la balanza se volvió nula. Esto se debió sobre todo al desplome de los envíos a China y los mercados regionales, ya que la crisis mundial provocada por la pandemia afectó a la economía dependiente del comercio. Según la OMC, las exportaciones de bienes de Japón alcanzaron los USD 641.300 millones (-9% interanual) en 2020, mientras que las importaciones ascendieron a USD 635.400 millones (-11,8% interanual). En cuanto al sector de los servicios, las exportaciones disminuyeron un 22,9%, hasta USD 156.300 millones, mientras que las importaciones perdieron un 10,5% (USD 201.700 millones). Según las cifras del Ministerio de Finanzas, en los seis primeros meses de 2021 las exportaciones japonesas alcanzaron los USD 346.200 millones, mientras que las importaciones ascendieron a USD 337.700 millones. (Santander Trade Markets, 2021)

Entre las razones que se destacan para exportar a Japón, se encuentran la alta demanda que tiene este país por las importaciones de bienes, las cuales se encuentran en crecimiento constante, habiendo pasado de 648 millones de dólares en 2015 a 720 millones en 2019 (Santander, 2019), lo que en 2019 lo colocó en el puesto número 5 de países importadores (OEC, 2019).

3.3 Descripción del sector en Japón

Para comprender el sector agrícola en Japón, es necesario analizar su porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB), para ello con base en datos del Banco Mundial (2020), se obtiene que la agricultura en Japón abarca sólo el 1.2% del PIB, por lo que es la actividad que tiene menor porcentaje ya que Japón es un país relativamente pequeño y solamente tiene dedicado a este sector el 11% de su territorio, esto deja claro que no es un país dedicado a la agricultura, sino a la industria y a los servicios (véase tabla 3.2.), de ahí que surge la necesidad de importar un gran número de estos productos.

Tabla 3.2 Porcentaje del PIB de los sectores económicos de Japón	
Sector económico	Porcentaje del PIB
Agricultura	1.2%
Industria	29.1%
Servicios	69.3_%

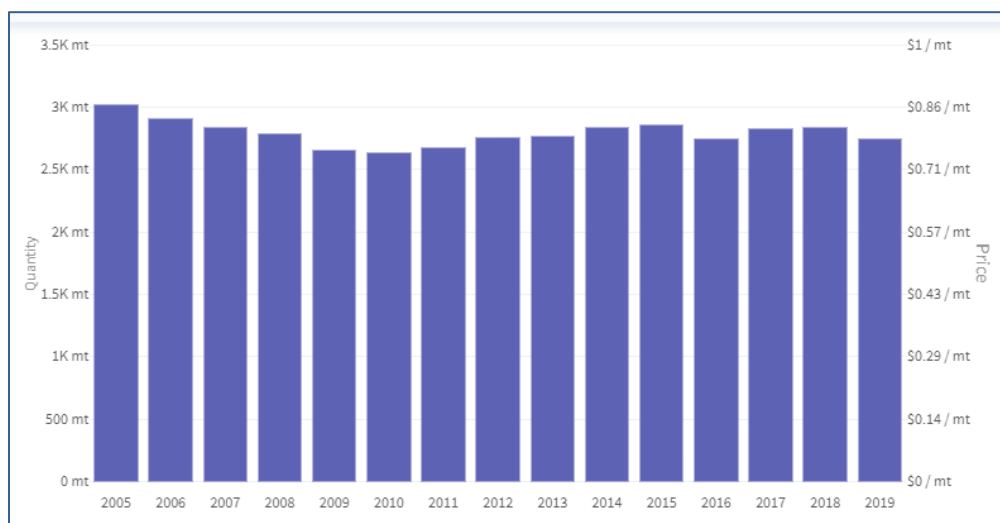
Nota: Porcentaje del Producto Interno Bruto. Elaboración propia.

En países como Japón, la miel es un elemento importante de la cultura alimentaria. Por lo tanto, preservar la apicultura y la producción de miel puede contribuir en gran medida a mantener la cultura alimentaria.

Sin embargo, debido a que en Japón existen climas muy variados, pasando desde temperaturas agradables hasta extremas, dificulta en muchas regiones la siembra de hortalizas, así como llevar a cabo en este caso, la apicultura, además de que existen temporadas del año en las cuales este proceso resulta casi imposible, derivado de esta situación Japón se ve en la necesidad de realizar importaciones de estos productos.

Por lo tanto, dicho país no es un gran productor de miel y sus derivados y desafortunadamente la cantidad producida de miel ha sufrido grandes bajas a lo largo del tiempo por diferentes razones que afectan directamente al sector, entre ellas podemos mencionar la disminución de las áreas destinadas a esta actividad productiva y el daño causado a la flora y colmenares por diferentes insectos.

La producción nacional de miel y sus derivados en Japón para el año 2019 rondó las 3,000 toneladas y representaron un 5.36% del total consumido, de esta manera, el restante 94.63% debe ser proveído por importaciones provenientes de terceros países (Tridge, 2019).



Producción de miel en Japón. (2012) [Ilustración] Recuperado de: https://www.jica.go.jp/nicaragua/espanol/office/others/c8h0vm00000lq4bc-att/24_estudio_04.pdf

Sin embargo, a pesar de lo anteriormente mencionado se debe conocer que la producción mínima que tiene Japón de miel y sus derivados se da a la dependencia de las abejas occidentales, dichas abejas generan una gran cantidad de miel y por lo tanto se introdujeron más activamente que las abejas japonesas, que tienen una producción baja.

Cabe destacar que es menos probable que las abejas japonesas sean utilizadas por aquellos que se ganan la vida con la apicultura porque no producen mucha miel y es difícil expandir la producción debido a la tendencia de las abejas japonesas a escapar.

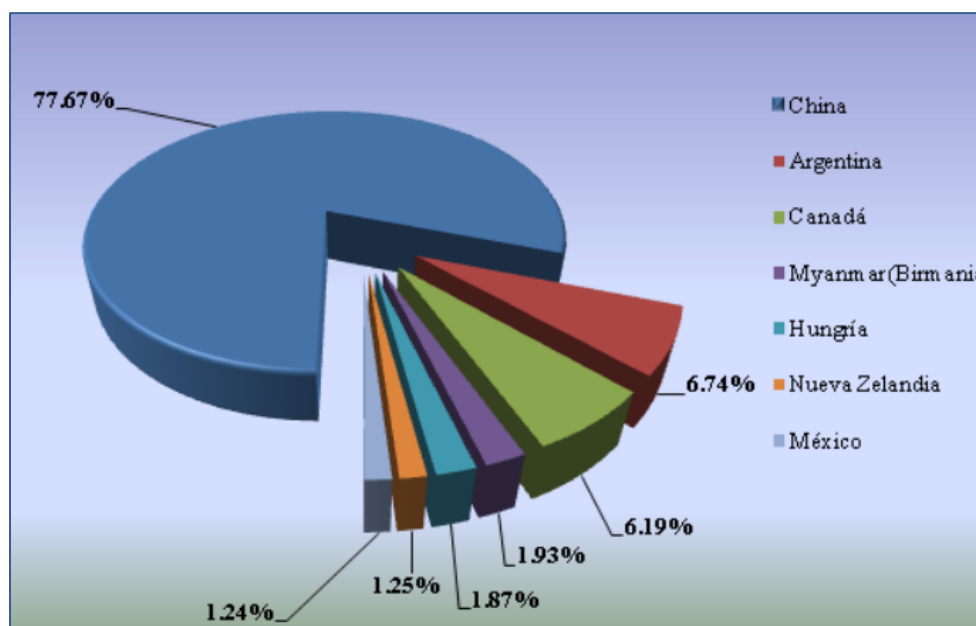
Por lo que la disminución en el número de apicultores y colonias de abejas ha creado una alta dependencia de la miel importada y también ha provocado una escasez de polinizadores en la agricultura. La tasa de autosuficiencia de productos agrícolas en Japón es relativamente baja. La gravedad de los problemas relacionados con la apicultura (incluida la falta de polinizadores) ha reducido la resiliencia de la agricultura en Japón. (Beekeeping and honey production in Japan and South Korea: past and present 2017)

Creando así una dependencia de los productos importados y teniendo como resultado que las importaciones actualmente exceden 10 veces la cantidad de producción nacional de dichos productos.

Para el 2011, el principal país proveedor de miel y sus derivados a Japón era China, quien posee (hasta la actualidad) grandes volúmenes de oferta y un precio muy competitivo

en el mercado internacional, pero cabe mencionar que dicha miel es de menor calidad haciendo así los precios competitivos.

Este país representaba el 77.67% de participación en las importaciones japonesas, luego se encontraba Nueva Zelanda con un 6.74% de participación seguido de otros cinco países. En su totalidad estos países representaban el 96.89% de la miel importada por el país asiático (CEI, 2012). Actualmente China sigue siendo el principal ser de miel a Japón, sin embargo, al 2019 el porcentaje de venta de miel y sus derivados a Nipón fue de 42.3%, seguido ya no más de Argentina, sino de Nueva Zelanda, mismo país que representa el 24.49% de importaciones del producto hacia Japón



Importaciones de miel y sus derivados en Japón. (2012) Recuperado de: https://www.jica.go.jp/nicaragua/espanol/office/others/c8h0vm00000lq4bc-att/24_estudio_04.pdf

Aunque México figura en poco porcentaje en la gráfica anterior, se debe considerar que Japón representa para México el sexto socio comercial, con el 2.4% del total de nuestro comercio. Nuestro país es el número 15 para Japón en sus exportaciones (1.6% del total), y el 25 en importaciones (0.9% del total) (SER, 2018).

En consecuencia, la diversificación de la apicultura puede contribuir a una gama más amplia de polinización. A medida que el número total de abejas continúa cayendo, ubicar la apicultura en áreas apropiadas puede contribuir a resolver la escasez de polinizadores. Hay pocos apicultores en las zonas urbanas. Sin embargo, las ciudades brindan entornos que se correlacionan con la diversidad genética de las abejas, ya que actividades como la "abeja

Ginza" en el corazón de Tokio se han extendido a ciudades de todo el país. Al llevar a cabo la apicultura en áreas urbanas, se llama la atención de los consumidores sobre la actividad y los productos también reciben nombres de marca. En cuanto a las abejas japonesas, debido a que no producen grandes cantidades de miel, el marcaje se realiza en base a su rareza y características como especie autóctona. Debido a que las abejas japonesas son fáciles de tocar directamente con las manos, también se utilizan en la educación ambiental.

Derivado de que las abejas tienen un papel fundamental para la preservación del medio ambiente y por consiguiente para los seres humanos, así como anteriormente se explicó en dicho país existe una baja reproducción y explotación del sector apícola, en Japón se han tomado iniciativas dando como resultado la creación de un proyecto esperanzador para aquel país.

Cabe destacar que Japón es un país industrializado el cual en su mayoría es una zona urbana en la que es muy difícil lograr que esta actividad se dé, sin embargo, una organización sin fines de lucro, Ginza Honey Bee Project, está criando abejas en las azoteas del barrio comercial de Ginza, en pleno Tokio.

Ginza Honey Bee Project es el nombre de la organización sin ánimo de lucro que lleva a cabo este proyecto apícola, una peculiar iniciativa consistente en criar abejas en el corazón de la gran ciudad que echó a andar en marzo de 2006 de la mano de dos personas: Takayasu Kazuo, productor agrícola, y Tanaka Atsuo, que se mueve en el sector del alquiler de oficinas en el área de Ginza.

Resulta casi imposible creer que estas abejas se estén criando en las azoteas de grandes edificios y de zonas en las existen clubes nocturnos, bares, grandes tiendas de prestigiosas marcas, sin embargo este proyecto hoy en día se lleva a cabo y gracias a la producción que se tiene se está logrando la comercialización de la miel y derivados que se obtienen de allí en diversos dulces, cócteles y otros muchos productos de Ginza que se elaboran con este ingrediente, gracias a los cerca de 1.000 kilogramos de miel que anualmente se recolectan en el barrio. Un proyecto con una trayectoria de 10 años que se está expandiendo por Japón y por el mundo



Participantes de Ginza Bee Project. (2021) Recuperado de: <https://www.ginza.jp/en/csr/2002>

3.3.1 Justificación del mercado

El mercado actual de propóleo surge en los países de primer mundo que tienen una alta demanda por los mismos, entre ellos destacan Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Alemania, Japón, entre otros.

Con base en datos del gestor de mercados inteligentes (Tridge, 2019), se obtiene que Nueva Zelanda y China son los principales exportadores de miel y sus derivados, mientras que en Estados Unidos, Alemania y Japón son los países con mayor número de importaciones, siendo el primero el mayor importador de este producto.

Japón es el tercer país que más importa miel y sus derivados (Tridge, 2019); este país tiene el 6.91% de las importaciones mundiales de este producto, que se valúan en cerca de 138 millones de dólares.

	País	Porcentaje de importaciones	importaciones						
			2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	China	42.3%	\$63.69M	\$56.76M	\$81.18M	\$70.62M	\$72.85M	\$68.12M	\$73.43M
2	Nueva Zelanda	24.49%	\$10.47M	\$15.62M	\$29.68M	\$22.89M	\$23.15M	\$25.24M	\$42.51M
3	Canadá	9.54%	\$14.16M	\$14.30M	\$11.80M	\$11.53M	\$10.01M	\$14.28M	\$16.56M
4	Argentina	7.83%	\$12.05M	\$13.89M	\$11.84M	\$12.14M	\$14.74M	\$14.03M	\$13.60M
5	Hungría	4.68%	\$7.46M	\$5.04M	\$7.10M	\$6.62M	\$5.68M	\$8.06M	\$8.12M
6	Australia	2.07%	\$484.39K	\$750.47K	\$969.38K	\$1.39M	\$1.22M	\$1.25M	\$3.60M
7	Myanmar [Birm...	1.4%	\$1.86M	\$1.68M	\$2.34M	\$1.12M	\$1.62M	\$1.95M	\$2.42M
8	Rumania	1.15%	\$2.32M	\$1.67M	\$2.97M	\$5.59M	\$5.59M	\$2.59M	\$2.00M
9	México	0.88%	\$1.85M	\$1.84M	\$1.49M	\$1.89M	\$2.45M	\$1.01M	\$1.53M
10	Alemania	0.84%	\$415.25K	\$543.14K	\$922.56K	\$949.44K	\$1.44M	\$750.85K	\$1.45M

. Principales orígenes de importación de miel y sus derivados para Japón. Recuperado de: <https://www.tridge.com/es/intelligences/honey/JP/production>

De acuerdo con diversos factores, Japón se considera el país idóneo para realizar la exportación de propóleo ya que como se sabe debido a sus tierras es de los países con más importación de miel y derivados en el mundo, por otro lado se debe considerar que la densidad poblacional por edad cada vez ronda por arriba de los 65 años, lo cual, lo hace un país con población adulta mayor que están en búsqueda de productos alternativos para la cura de enfermedades y que al final de cuentas tienen altos niveles de poder adquisitivo lo cual permite que sea el mercado ideal para la entrada de este producto.

Por otro lado, en la Embajada de México se llevan a cabo numerosas actividades de promoción comercial e inversión, con objeto de promover el aumento de la presencia de productos mexicanos en el mercado japonés, así como para mostrar el potencial de éxito a las empresas japonesas con interés en establecer operaciones en nuestro país (Embajada de México en Japón, 2019). Lo cual permite que exista una mayor apertura al mercado del extracto de propóleo en Japón.

En años recientes se ha observado el crecimiento de la oferta exportable de productos mexicanos en Japón. Se han llevado a cabo importantes campañas para la promoción de productos mexicanos, entre los que destacan las bebidas alcohólicas, frutas y verduras, y productos cárnicos. Los últimos tres años han permitido particular activismo en la promoción de Tequila, mezcal y sus productos derivados (Embajada de México en Japón, 2019), por lo

que esta cooperación comercial bilateral que existe entre Japón y México puede lograr el incremento de la aceptación de diferentes productos, considerando el propóleo.

Japón es el tercer país en importancia como destino de las exportaciones agroalimentarias mexicanas, después de Estados Unidos y Canadá. (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2016).

Japón es una excelente opción para la exportación de este producto, ya que tiene un crecimiento constante en la comercialización de miel y sus derivados, además que México es su noveno exportador de dicho producto, localizándose dentro de los 10 principales países exportadores a Japón.

Tras analizar estos datos, se puede determinar que Japón es una excelente opción para exportar propóleo, dado que, sus condiciones climatológicas no son constantemente idóneas para el realizar la apicultura, por lo cual se ven en la necesidad, como ya antes se mencionó, de importar dichos productos que ellos no pueden producir, además, su economía dadas las condiciones y otros factores no tiene un fuerte enfoque en este sector. Por lo que frecuentemente requieren importaciones, además, se debe aprovechar que México tiene la capacidad de producir productos que ellos necesitan y por lo tanto se convierte en un fuerte aliado comercial de Japón en otros productos agrícolas y de origen animal.

3.4 Consideraciones políticas y legales

La Constitución del Japón, que entró en vigor en 1947, se basa en los principios de soberanía del pueblo, respeto de los derechos humanos fundamentales y defensa de la paz. El sistema político de Japón es de democracia constitucional. De acuerdo con el principio de “separación de poderes”, las actividades del Gobierno de la Nación se dividen formalmente en los organismos legislativo, judicial y ejecutivo.

La Constitución del Japón propugna un sistema de democracia representativa en el que la Dieta es el “órgano más alto de poder el Estado”. Está formalmente especificado que la Dieta, como pilar del sistema de gobierno de Japón, ostente preferencia sobre el poder ejecutivo del Gobierno.

El nombramiento del Primer Ministro, que encabeza el poder ejecutivo, se realiza por resolución de la Dieta. Japón tiene un sistema de gabinete parlamentario mediante el que el

Primer Ministro nombra la mayoría de los ministros eligiéndolos entre los miembros de la Dieta. El Gabinete trabaja en solidaridad con la Dieta y es responsable de la misma. Desde este punto de vista, el sistema es similar al de Gran Bretaña, pero distinto al de los Estados Unidos, donde las tres dependencias del gobierno se sitúan teóricamente a un nivel de perfecta igualdad. (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2020)

El Gobierno de Japón (2014), señala que este país “es una monarquía constitucional con gobierno parlamentario”. El jefe de Estado es SM Emperador Naruhito desde el 1ro de mayo de 2019, fecha en que se inició el período Reiwa. Sucedió a SM Emperador Akihito (Emperador del período Heisei). El jefe de Gobierno es el primer ministro SUGA Yoshihide, quien encabeza el Gabinete y designa a los ministros.

La Dieta (Parlamento) es el órgano legislativo, que entra en sesiones ordinarias en enero de cada año, y también puede llamar a sesiones extraordinarias y especiales.

La Dieta se divide en una Cámara de Representantes (Cámara Baja) y una Cámara de consejeros (Cámara Alta). La primera se compone de 465 bancas, mientras que la segunda la conforman 242 legisladores. Los legisladores son elegidos por un mecanismo combinado de representación uninominal y de representación proporcional. El primer ministro es designado por la Dieta, y cumple funciones por cuatro años. Es el líder del partido o coalición mayoritaria (Embajada de Japón, 2018).

La edad mínima para poder ser elegido miembro de la Cámara de Representantes es de 25 años.

El Poder Judicial japonés se compone de una Corte Suprema, Cámaras de Apelaciones y cortes de distrito (Embajada de Japón, 2018).

Hay 47 administraciones locales, tantas como prefecturas y más de 3000 ayuntamientos. Entre sus responsabilidades se incluyen la garantía de la educación, el bienestar social y otras prestaciones, la construcción y el mantenimiento de las infraestructuras, incluidas las empresas de servicio público. Su actividad administrativa las mantiene en contacto directo con la población local. Los presidentes de las administraciones regionales y los miembros de las asambleas locales son elegidos por sufragio universal.

En Japón, las personas que se ocupan de las actividades administrativas en las diversas dependencias del Gobierno, incluyendo los viceministros (jimu jikan) y

todos los empleados ordinarios del Gobierno de inferior categoría son seleccionados basándose en exámenes (oposiciones a puestos públicos); sus empleos no son asignaciones políticas ni los pierden como resultado de cambios en el poder político a nivel ministerial. (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2020)

Cabe añadir que, entre los medios de resolución de conflictos internacionales, Japón considera al arbitraje como una opción, es decir, cuando surge un problema legal, las partes involucradas pueden elegir un árbitro cada una, más un tercero neutral, con el fin de que les permita resolver la situación, para ello se rige por los convenios internacionales firmados como la convención de Génova y la convención de Nueva York (Santander Trade, 2020).

Por otro lado, cabe señalar que, Japón es la tercera potencia económica a nivel mundial, después de Estados Unidos y China. El país después de la devastación sufrida por la Segunda Guerra Mundial ha tenido que enfrentarse a un crecimiento sostenido para no sufrir recesión. Por lo que ha explorado diversas maneras de mantener relaciones comerciales con diversos países en los cuales para los años de 1998 y 2000 el gobierno de México y Japón comenzaron a explorar maneras para fortalecer su relación de comercio e inversión.

Las negociaciones del Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre México y Japón (AAEMJ) iniciaron en noviembre de 2002 y concluyeron en marzo de 2004. El AAEMJ fue firmado el 17 de septiembre de 2004 y entró en vigor el primero de abril de 2005. En los años recientes, Japón se ha convertido en el segundo destino para exportaciones agropecuarias y alimentarias de México. A este importante mercado se exporta cada año alrededor de mil MDD.

El AAEMJ proporciona reglas claras que facilitan el acceso de los productos mexicanos al mercado japonés, uno de los más exigentes del mundo. Como parte del AAEMJ, México negoció el acceso preferencial de un sin número de líneas arancelarias que representaban casi la totalidad de las exportaciones mexicanas a Japón, con el objetivo de impulsar la diversificación del comercio de México en beneficio de la industria nacional.

Otro aspecto legal importante para considerar es que Japón junto con Australia, Brunéi, Canadá, Chile, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur y Vietnam en Viña del Mar 2016 celebraron el Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP11), el cual, en su capítulo segundo correspondiente a agricultura, con base en datos del Gobierno

de México (2020), establece que “se mantiene el tratamiento libre de arancel para los productos agrícolas de nuestros países”.

3.5 Consideraciones económicas

En cuanto a la economía, en 1952, al final de la ocupación de los Aliados, Japón era un “país menos desarrollado”, con un consumo per cápita que representaba apenas una quinta parte del de Estados Unidos. Durante las siguientes dos décadas, Japón logró una tasa anual de crecimiento del 8 por ciento, hecho que le permitió convertirse en el primer país en pasar de la categoría de “menos desarrollado” a “desarrollado” en la época de la posguerra.

Las razones que contribuyeron a este fenómeno fueron las altas tasas de ahorro personal, la inversión en infraestructuras del sector privado, una fuerza de trabajo con una ética laboral sólida, un extenso suministro de petróleo barato, tecnología innovadora y una participación gubernamental efectiva en las industrias del sector privado. (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2020)

La fuerza competitiva de la industria japonesa se incrementó sostenidamente, con el correspondiente crecimiento de las exportaciones a una tasa promedio de 18,4 por ciento cada año durante los años sesenta. A partir de mediados de los sesenta, se logró mantener cada año un superávit en la balanza corriente de pagos, excepto en los dos años que siguieron a la crisis del petróleo en 1973. El crecimiento económico en esta época, apoyado en gran parte por la inversión en infraestructuras del sector privado que se basa en un alto porcentaje en ahorros personales, estuvo acompañado por cambios significativos en la estructura industrial de Japón. (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2020)

Por otra parte, y ya en años más recientes, el segundo Gobierno de Abe, elegido en 2012, ha implementado una serie de políticas económicas conocidas como “Abenomía”. La “Abenomía” se basa en tres políticas conocidas como las “tres flechas”. La primera flecha es una “política monetaria audaz”, cuyo objetivo consiste en acabar con la mentalidad favorable a la deflación aumentando la cantidad de dinero en circulación por medio de políticas de relajación monetaria.

La segunda flecha constituye una “política fiscal flexible”, en la que el Gobierno toma la iniciativa para generar demanda a través del uso de un presupuesto de aproximadamente 10 billones de yenes para implementar medidas económicas. La tercera

flecha apunta a una “estrategia de crecimiento para estimular las inversiones del sector privado”, cuyo objetivo consiste en crear una sociedad que permita la implicación dinámica de empresas y sujetos privados a través de la desregulación. Estas políticas han dado lugar al aumento del PIB real, junto con un descenso del número de desempleados y quiebras. (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2020)

Para determinar el desarrollo y crecimiento económico de un país, se deben analizar diversos factores e índices económicos, en el caso de Japón se puede observar que cuenta con un crecimiento de 0.5% en cuanto a su Producto Interno Bruto y este corresponde a 40 dólares por habitante, esto es derivado a que es un país industrializado, abarcando cerca del 29.1% de su PIB para este sector, sin embargo, es visible que las exportaciones han superado a las importaciones en este país, dado que son 0.13% mayores con respecto al PIB, lo que implica que este país cuenta con deficiencias de productos que son necesarios cubrir a través de importaciones, como es el caso de los apícolas.

Para el 2021 y 2022 se pronostican números menores, aunque no negativos, es decir, donde el PIB se mantendrá, el PIB per cápita incrementará lenta y gradualmente, sin embargo, el crecimiento anual se verá disminuido (Santander Trade, 2020)

Tabla 3.3 Índices económicos de Japón	
Índice	Valor (2018)
PIB (millones de dólares)	5
PIB per cápita (dólares)	40
Crecimiento del PIB	0.5%
Exportación de bienes y servicios (% del PIB)	12.69%
Importación de bienes y servicios (% del PIB)	12.56%
Inflación (% del PIB)	0

Nota: Índices económicos de Japón. Elaboración propia

Un factor importante que genera una mayor calidad de vida y un crecimiento económico fuerte dentro de este país es el campo laboral, ya que cuenta con una tasa de desempleo muy baja, para mayo de 2019 fue calculada en 2.8%, además, los sueldos han tenido aumentos de cerca del 3.7% (Santander Trade, 2020).

El Índice de Desarrollo Humano permite medir la calidad de vida que le brinda un país a sus habitantes, dicho índice se mide a través del nivel de desarrollo tecnológico, de la educación y de la pobreza; en el caso de Japón en el año 2019 cuenta con un puntaje de 0.917,

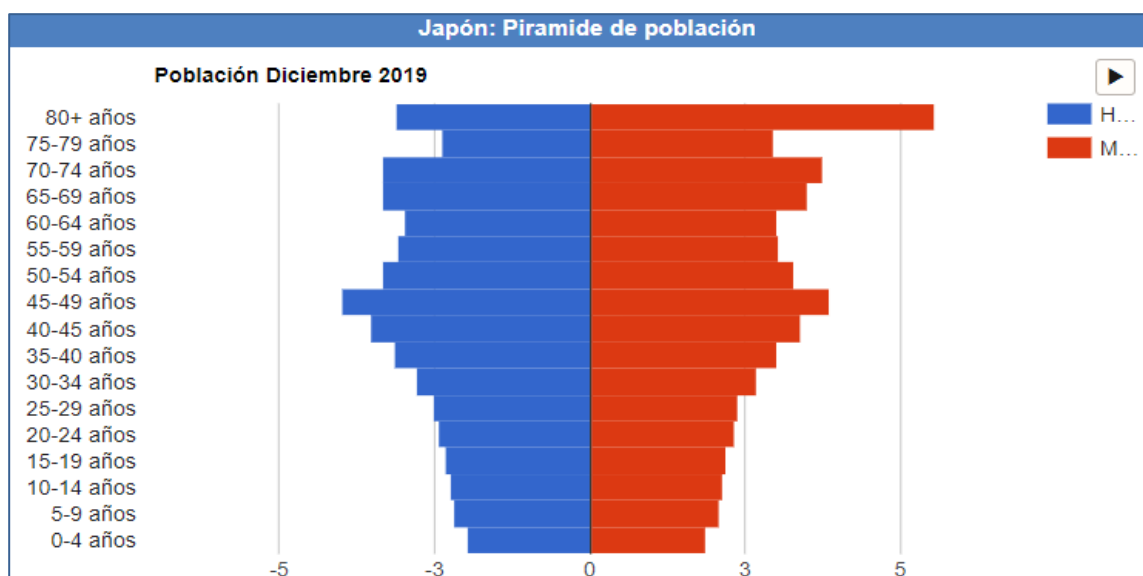
lo cual lo posiciona en el lugar número 17 del ranking, lo que se interpreta como un desarrollo humano muy alto (UNDP, 2019).

3.6 Consideraciones sociales y culturales

Japón es un país en el que el multiculturalismo funciona muy bien. Sin embargo, se deben tener en cuenta todos los factores que pudieran verse envueltos en una exportación para que esta resulte de manera de una manera positiva, por lo que a continuación se muestra el arraigo que la comunidad tiene a sus ideas, creencias, su forma de vivir, entre otros. Con este lo que se pretende es esclarecer el porqué de su comportamiento y encontrar la mejor manera para poder conquistar el mercado.

Del total de la población, más de dos millones de personas son originarias de otros países. Sin embargo, pese a la mezcla de culturas que se pueda presentar debido a los inmigrantes residentes de Japón, los japoneses tienen una cultura muy peculiar dominada por la disciplina, los valores y la puntualidad. En cuanto a la adquisición de productos de consumo, son muy nacionalistas considerando que sus productos tienen muy buena calidad, que es la característica primordial que cualquier producto debe poseer para que sea adquirido por ellos; si existe un producto de precio bajo, pero con baja calidad, no lo van a elegir por sobre otro de mayor precio, pero con mejor calidad (Expansión, 2020).

Cabe destacar que, de la población migratoria de Japón, el 60.82% proviene del mismo continente, Asia, mientras que un 26.82% de Europa, por otro lado, el país está teniendo una tasa de natalidad muy baja, por lo que el ritmo de envejecimiento es mayor al del resto de países, teniendo cerca del 28% de la población con más de 65 años (*véase gráfica 3.3*) (Expansión, 2020)



Pirámide de población. Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/paises/japon>

En cuanto a la educación en Japón, este jugó un papel primordial en la preparación del país para vérselas con los retos propuestos por la necesidad de absorber rápidamente en el período Meiji (1868–1912) las ideas, la ciencia y la tecnología occidentales, y fue un factor clave en la reconstrucción y el rápido crecimiento económico en las décadas posteriores al final de la Segunda Guerra Mundial.

Educación preescolar: La educación previa a la escuela primaria corre a cargo de los jardines de infancia (yochien) y las guarderías infantiles (hoikuen). El enfoque educativo en los jardines de infancia varía considerablemente, desde ambientes relajados que dan prioridad al juego y suministran poca instrucción convencional, hasta ambientes muy estructurados que se centran en la formación mental. (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2020)

Escuelas primarias: La asistencia es obligatoria en los seis años de educación primaria. El 99% de las escuelas primarias son instituciones públicas mixtas. El programa de estudios incluye las siguientes materias: lengua japonesa, estudios sociales, aritmética, ciencias, estudios medioambientales, música, artes y oficios, educación física y tareas del hogar. Los requisitos educativos también incluyen actividades extraescolares, un curso

de educación moral y un programa de estudios integrados, que puede incluir un amplio abanico de temas (comprensión de temas internacionales, el medio ambiente, actividades de voluntariado, etc.). A partir del 2020, las escuelas primarias están obligadas a enseñar el inglés, comenzando desde el tercer grado.

Escuela secundaria elemental: El programa de estudios normal incluye las siguientes asignaturas obligatorias: lengua japonesa, ciencias sociales, matemáticas, ciencias, una lengua extranjera optativa (casi siempre inglés), música, bellas artes, educación física y para la salud, y artes industriales o trabajo del hogar.

Escuela secundaria superior: El ingreso a la secundaria superior es a través de la realización de un examen, y la competencia por las escuelas de mayor reputación es intensa. Los alumnos que asisten a escuelas conjuntas de enseñanza secundaria elemental y superior se libran de la presión del examen de ingreso en la superior, pero actualmente hay relativamente pocas de estas escuelas conjuntas en el sistema escolar público.

Universidades: El porcentaje de graduados japoneses de secundaria superior que acceden a una universidad de grado medio de dos años o a una universidad de cuatro años superó el 41% en 1993 y alcanzó el 57,9% en 2018. La cifra sólo para las escuelas universitarias y las universidades de cuatro años fue de alrededor del 53,3% en 2018. La gran mayoría del alumnado de las universidades de grado medio es femenino.

El sistema de empleo en Japón jugó un papel principal en el dinámico crecimiento económico que alcanzó el país en la segunda mitad del siglo XX. El sistema se sostenía sobre tres pilares: el empleo vitalicio, los salarios basados en la antigüedad y el sindicalismo por empresa. A éstos, más tarde les fue añadido un cuarto pilar: el sentido de comunidad dentro de la empresa, que estaba fundamentado en relaciones jerárquicas, obligaciones recíprocas y la toma de decisiones por consenso. (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2020)

Las empresas japonesas por regla general han contratado a sus empleados inmediatamente después de que éstos se gradúen de la escuela secundaria o la universidad, sin exigirles que tengan conocimientos específicos para el trabajo, aunque es importante que sean personas esencialmente capaces.

La distribución de la población activa sigue las mismas pautas que en otros países industrializados. Mientras que la agricultura y otras áreas del sector primario emplean a menos personas, los servicios y otros campos del sector terciario muestran un incremento de empleo. El empleo en el sector primario se ha visto reducido del 30,2% de la población activa en 1960, al 3,42% en 2018. En el transcurso del mismo periodo, el empleo en el sector terciario aumentó del 41,79% del total de trabajadores, hasta alcanzar el 73%. La gran

mayoría de la población activa de Japón está compuesta por trabajadores asalariados. En 2018, el 89,1% de la población total tenía empleo en base a un sueldo.

Por otro lado, la tasa de mujeres trabajadoras de 2017 es del 43,7%. En 1986, una ley que establecía igualdad de oportunidades de trabajo para el hombre y la mujer entró en vigor, y en 1997 esta ley fue enmendada para prohibir de forma explícita cualquier discriminación por sexo en los anuncios de ofertas de empleo, en la contratación de personal, en la asignación de puestos de trabajo y en los ascensos.

Hay una creciente preocupación por las consecuencias que pueda causar el envejecimiento de la sociedad japonesa en su economía. En 2018, aproximadamente el 28,1% de la población tenía más de 65 años, sin embargo, esta cifra se espera que sea de un 39,9% para el año 2060.

Para minimizar los efectos de la disminución de la población activa será necesario aumentar la productividad laboral, así como promover el empleo de mujeres y personas mayores de 65 años. Además, reformas fundamentales serán necesarias en el sistema de pensiones y de otros servicios sociales para evitar las desigualdades grandes entre generaciones; la que vio nacer la deuda y la que recibe los beneficios. (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2020)

Por otro lado, en cuestiones medioambientales, la contaminación medioambiental en Japón ha sido un fenómeno que ha acompañado al proceso de industrialización desde el periodo Meiji (1868–1912). En los años 60, en zonas de todo Japón se encontraron enfermedades causadas por la contaminación del agua y el aire provocada por vertidos de fábricas. Las estrictas medidas de protección medioambiental que se impusieron posteriormente han reducido la contaminación causada por tales emisiones. Sin embargo, la cantidad de residuos generales (no industriales) en Japón se ha convertido en un problema, superando los 40 millones de toneladas al año desde 2008. Se prevé que los vertederos de basuras alcanzarán el límite de su capacidad en pocos años, y la incineración de residuos produce contaminación por dioxinas, por lo que el reciclaje ha cobrado importancia como solución para reducir el volumen de residuos. La tasa de reciclaje de los residuos generales en el año 2016 fue del 20,4%.

Desde el punto de vista lingüístico es una nación casi homogénea y la mayoría de la población emplea la misma lengua. Esto significa que la lengua japonesa es la novena más

hablada en el mundo. Sin embargo, esta lengua se habla escasamente en cualquier región fuera de Japón.

Existen muchas teorías acerca del origen de la lengua japonesa. Un grupo de académicos cree que sintácticamente es similar a las lenguas altaicas como el turco o el mongol, y su afinidad sintáctica con el coreano es un hecho reconocido.

También existe evidencia que su morfología y vocabulario estuvieron influenciados en la prehistoria por las lenguas malayo- polinesias del sur. El sistema japonés de escritura deriva del chino, a pesar de que las lenguas que se hablan en los respectivos países son completamente diferentes.

A diferencia de Europa, donde el cristianismo desplazó las tradiciones paganas locales, la religión nativa, el sintoísmo, ha seguido siendo parte de la vida del pueblo, desde los primeros días en los que se organizó el Estado japonés hasta los tiempos modernos. Cuando entró el budismo en Japón en el siglo VI, las creencias del sintoísmo y del budismo empezaron a interactuar. Ésta es la principal característica que define la religión japonesa.

3.6.1 Tabla comparativa del mercado de origen y el mercado destino

A continuación, se presenta una comparación del mercado de origen, tanto del mercado destino. El hacer este tipo de ejercicios es de gran importancia ya que gracias a esta comparación se pueden visualizar aspectos a simple vista y de manera clara para saber en qué posición se encuentra el exportador frente al mercado objetivo y así poder tomar decisiones encaminadas a la toma de decisiones acertada.

Tabla 1.1 Cuadro comparativo de análisis de mercado entre México y Japón.		
	México	Japón
Gobierno	Andrés Manuel López Obrador	Emperador Naruhito
Tipo de gobierno	República democrática	Monarquía constitucional con gobierno parlamentario
Ley suprema	Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos	Constitución de Japón
Población total	128.9 millones	126.1 millones
Promedio de vida	77 años	84 años
Moneda	Peso mexicano	Yenes japones

Paridad con el dólar	1= 0.049 dólar	1=0.0088 dólar
Actividad económica predominante	Sector primario y secundario	Sector terciario
Extensión territorial	1.973 millones km ²	378,000 km ²
Cantidad de consumo de miel y derivados por persona	300 gr por persona	20 kg Por persona
Población consumidora de miel	Población profesional y adulta, enfocada en el cuidado de su salud	Población interesada en el consumo de productos orgánicos
PIB	1.076 billones de USD	5.065 billones de USD
Tasa de desempleo	4.5 %	2.8 %
Producción de miel y derivados	61.9 mil toneladas	3,000 toneladas

Nota: Cuadro comparativo de Japón y México. Elaboración propia

3.7 Mercados objetivos

El mercado está conformado por diferentes consumidores, que a su vez tienen diversas necesidades por satisfacer y características diferentes, las cuales juegan un papel importante al momento de realizar una compra, dando como resultado un mercado diverso interesado en diferentes productos con diferentes beneficios.

Por lo anterior es sumamente necesario definir el mercado al cual se pretende llegar con el extracto de propóleo de la empresa Zumbido de Monte, dicho mercado se encuentra en el continente asiático, Japón para ser más específicos.

Se debe resaltar que Japón tiene una gran variedad de gustos, esto es debido al multiculturalismo que alberga, según los últimos datos publicados por la ONU (2019), Japón tiene 2,498,891 de inmigrantes. Además, este país tiene un mercado muy abierto, que genera lazos y oportunidades con una diversidad de países, entre los que destaca México y gracias a la ratificación del Tratado Transpacífico que establecerán lazos más fuertes. Sin embargo, los japoneses cuidan mucho su alimentación, evitando casi en su totalidad el consumo de azúcar, grasas y conservadores.

Por lo que existe una tendencia al consumo de productos que se encuentren menos influenciados por productos químicos y que cuenten con suficientes nutrientes o efectos a la salud por lo que aquí puede ser la ventana de oportunidad para Zumbido de Monte.

Se debe destacar que, a diferencia de otros países, la mentalidad de la sociedad japonesa y que el esfuerzo de las campañas de vida saludable lanzadas por el gobierno japonés junto con el envejecimiento de la población como anteriormente se mostró, influyen directamente en el consumo de productos etiquetados como sanos u orgánicos y que, a pesar de su nacionalismo, el consumo existe una apertura hacia los productos importados que tengan beneficios para la salud.

Por lo anterior es importante mencionar que el producto que deseamos exportar podría parecer difícil de exportar por la idea que se tiene al ser un derivado de la miel y que sin embargo es un producto que, en vez de perjudicar la salud, los consumidores se pueden ver ampliamente beneficiados por este.

Se determinó que Japón cuenta con un poder adquisitivo medio, derivado del desarrollo y crecimiento económico, sin embargo, los consumidores japoneses tienen un alto valor de compra, siendo muy exigentes en términos de calidad. Se aclara que la mayor parte de la población se encuentra en zonas urbanas, siendo el mercado con mayor consumo Tokio, debido al gran número de habitantes que tiene.

De acuerdo con la densidad poblacional por edad que anteriormente se mencionó se conoce que el mercado japonés está envejeciendo, lo cual se traduce en una reducción en la población y gracias a esto permite una ventana de oportunidad de negocio para la empresa Zumbido de Monte, ya que el mercado que se trata de abastecer es uno que busca productos especiales destinados cubrir necesidades del segmento de mayor edad, como productos saludables en raciones individuales, este mercado se caracteriza por estar conformados por personas que gozan de altos ingresos y que buscan mantenerse activos y sanos.

En Japón, el peso de los seniors es aún mayor: el 36% de los japoneses tiene más de 65 años, y en el 2060 duplicarán la población infantil. Además, la tasa de natalidad de ambos países no augura que estas proporciones puedan cambiarse: en España, el índice de hijos por mujer es de 1,3, mientras que en Japón es de 1,4. Las similitudes entre ambas pirámides de población invitan a pensar al sector de la distribución que soluciones exitosas en el país nipón podrían tener cabida en el mercado español. (Food retail 2020)

Para tener un poco más claro el mercado objetivo al que se pretende realizar la exportación de extracto de propóleo de la empresa Zumbido de Monte es necesario considerar lo siguiente:

Existe un predominio del factor salud por parte de los japoneses que se refiere a que actualmente están en búsqueda y compra de productos enfocados a la salud, productos con menos grasa y orientados a la prevención de las enfermedades.

Se requieren vender raciones individuales, ya que la mayor parte de la población o es soltera o son adultos mayores por lo que es mejor presentar los productos en raciones pequeñas.

Por consiguiente, debe considerarse que dicho producto puede ser utilizado como medicina alternativa por las diversas características que tienen y que ayudan en una mejora significativa de la salud, por lo que se establece el siguiente mercado objetivo.

Personas de género indistinto, con edades avanzadas que oscilan entre los 50 a los 65 años, los cuales no practican alguna religión en particular y que sin embargo tienen altos grados de estudios como lo son posgrados y por lo tanto tienen grandes ocupaciones en puestos altos y que se traduce a altos niveles de ingresos, teniendo así un alto nivel adquisitivo que permitirá realizar compras por impulso y sin premeditación hacia productos enfocados en la prevención de enfermedades por medio de remedios naturales y que por otro lado, son capaces de adquirir estos productos en tiendas orgánicas, tiendas naturistas o incluso farmacias, ya que siempre se encuentran en búsqueda de productos favorecedores para la salud y el cuidado de la misma.

3.8 Clientes potenciales

De acuerdo con una breve investigación que se realizó se obtuvo que existen diferentes clientes potenciales que permitirán acceder al mercado y entablar una relación directa con el cliente objetivo.

Estos clientes potenciales se tratan de agricultores que tienen granjas de abejas, y producen su propia miel y derivados. Así como de empresas establecidas dentro del país que se encarguen de realizar exportaciones a otros en el país destino, lo cual en gran medida permitirá una venta retail.

La mayoría de estos agricultores están ubicados fuera de la ciudad, sin embargo, nuestro posible mercado tiene una ventaja, y esto se debe a que este país por sus tierras que no son demasiado fértiles, se ven en la necesidad de importar la mayor parte de productos de consumo como la miel y como sabemos, ningún país del mundo está facultado para satisfacer

todas sus necesidades por sí mismo, por lo que si tomamos esto en consideración, sabemos que nuestro propio país tiene la capacidad de cubrir con su demanda.

Tabla 3.4 Contacto de clientes potenciales en Japón.		
Empresa	Dirección	Contacto
	2-16-1-8F Hatagaya, Shibuya-ku, Tokyo 151-0072, JAPAN	Tel. +81(0)3-3377-3377 http://www.mikoya.co.jp
	Bee Farm Co., Ltd. 3224-8 Uranomyo, Takaoka-cho, Miyazaki-shi	Tel. 0985-82-0211 https://www.hachibeikan-shop.jp/
	Am Hills Ikebukuro 1F, 4-16-8 Minamiikebukuro, Toshima-ku, Tokio 171	Tel.03-5396-2751 https://www.jmc-co.com/
BOEKI Kaisha JAMEX SA. de CV.	Norte 180 N. 606 Col. Pensador Mexicano Delegación Venustiano Carranza, Mexico.	Jamexboekilmac@yahoo.com

Nota: Cuadro de clientes potenciales. Elaboración propia.

Las empresas mencionadas anteriormente se dedican a la comercialización de productos de miel y sus derivados por lo tanto se cree que existe una posibilidad de que estos puedan ser los intermediarios entre Zumbido de Monte, con el país destino. Se pretende que a través de estas empresas se pueda crear un vínculo el cual permita la exportación.

Por otro la empresa Boeki Kaisha JAMEX SA. de CV es hasta ahora la empresa más viable, ya que esta empresa se dedica a la comercialización de productos agrícolas y por la cercanía ya que se encuentra establecida en México, permite un mejor acercamiento con los clientes finales. Dicha empresa, permitirá realizar una conexión con los empresarios del país destino lo cual de muchas maneras beneficia grandemente a Zumbido de Monte.

De igual forma encontramos que existen diversas farmacias, donde se puede encontrar extracto de propóleo en los cuales estos productos se venden como parte de remedios, complementos alimenticios o medicinas alternativas para la cura de enfermedades de forma natural.





Se obtuvo que este producto también se puede encontrar en tiendas orgánicas, que se dedican a la venta de frutas, verduras, productos veganos, entre otros, por lo cual se considera que este también podría ser un mercado objetivo para la exportación de extracto de propóleo u otros productos derivados de las abejas.


Por lo ya mencionado, sabemos que el extracto de propóleo de Zumbido de Monte puede considerarse una medicina alternativa, además de un producto totalmente artesanal y orgánico, por lo que se considera que puede competir en el mercado sin ningún problema.

Tomando en consideración que las farmacias o tiendas orgánicas pueden ser consideradas una competencia, también se cree que estas pueden significar una valiosa oportunidad para la empresa y así poder realizar alianzas estratégicas con ellas y así poder posicionar el producto en el mercado de una forma más eficiente y eficaz de llegar al consumidor final de forma más rápida, ya que gracias al actual posicionamiento de las tiendas ecológicas en Japón podría suponer una oportunidad para la empresa Zumbido de Monte. Algunas de las tiendas orgánicas que se encuentran en Japón son las siguientes:

En consecuencia, en Japón existen muchos lugares donde todo el mundo puede comprar productos orgánicos y, lo que es más importante, empresas que podrían ser nuestro principal mercado objetivo.

Tabla 3.5 Tiendas de autoservicios potenciales para exportación

Empresa	Sitio Web	Tienda
Natural house	https://www.naturalhouse.co.jp/	
Precce and Tokyu Stores	https://www.tokyu-bell.jp/	
Crayon House	https://www.crayonhouse.co.jp/shop/default.aspx	
Seijo Ishii	https://www.seijoishii.co.jp/en/	

Natural mart	https://naturalmart.jp/	
--------------	---	---

Nota: Tiendas de autoservicios potenciales para exportación. Elaboración propia.

3.9 Estrategia de entrada propuesta

La estrategia de entrada que se propone para posicionar al producto en Japón es la estrategia de segmentación, pues a pesar de la existencia de varios segmentos de mercado relevantes, debido a la falta de recursos por parte de la empresa, no es posible atender a todos ellos de forma adecuada por lo que en lugar de tratar de abarcar todo el mercado, nos concentraremos en concentrar con uno en el que la empresa pueda tener alguna ventaja competitiva y de esta manera se logrará satisfacer adecuadamente las necesidades de los compradores objetivos. Anteriormente se mencionó el posible nicho para llegar a este mercado.

Por otro lado, también se propone que exista una segunda estrategia penetración de mercado ofreciendo productos con una excelente relación precio-calidad que permita a su vez una diferenciación con los otros productos ya establecidos en el mercado.

De igual manera se pretende realizar una exportación en grandes volúmenes que permitan bajar los costos de producción y por lo tanto, tener precios accesibles en el mercado esto será útil para la empresa Zumbido de Monte en lo que se financia.

Una tercera estrategia será para este caso la de trabajar con empresas mayoristas de retail para así exportar sin tenerse que preocupar por todo lo demás que conlleva el proceso, ya que como se sabe al tener a un intermediario experimentado y en su caso una empresa grande con capacidad de importación puede ahorrarle a esta empresa costos, procesos, entre otros.

No se descarta que con el desarrollo y crecimiento de la empresa y la aceptación del producto en el país destino, más adelante se emplee alguna otra estrategia para poder incrementar el segmento de mercado y lograr satisfacer sus necesidades adecuadamente.

Asimismo, se considera la estrategia de liderazgo en costos, dado que en Japón los precios de la competencia son muy elevados, por lo que se puede ofrecer un producto con menor precio y con la misma calidad que la que ofrecen los cultivos canadienses.

Por todo lo anterior y ya habiendo cierto acercamiento con clientes potenciales se considera que de acuerdo al momento en cómo se encuentra la empresa Zumbido de Monte es necesario, primero que nada conseguir una compra/venta con empresas posicionadas dentro del territorio mexicano que se dediquen a la exportación de diversos productos al país elegido, por lo que se considera que esta podría ser la mejor forma de entrar, a manera de que conforme se vaya posicionando el producto logre una mayor aceptación del mercado y así esta logre entrar posteriormente de manera independiente. Lo que se pretende con esto es que se realicen ventas en el país destino sin dejar de lado la posibilidad de ser reconocida primero por el mercado y así posteriormente tener un mercado completamente seguro.

3.10 Investigación de mercados

De acuerdo con el estudio de mercado emitido por el Milenio (2015), se pueden establecer los hábitos y tendencias de consumo en Japón; se determina que Japón es un país multicultural que además de ser asiático, cuenta con una fuerte presencia de personas provenientes de otros países asiáticos vecinos suyos, además, las personas que habitan en este país tienen el deseo de consumir productos naturales/orgánicos de excelente calidad.

Cabe destacar, que, a pesar de la gastronomía propia de Japón, gracias al intercambio cultural, la gastronomía de este país se ha ido transformando, al menos de manera experimental, a base de los platillos de otros países, por lo que para realizar estos platillos se requiere de productos que no se producen en el país, por lo que se necesitan importaciones.

El consumidor japonés tiene interés por los envases de buena presentación, que involucren comodidad, facilidad y practicidad, también se preconiza por los envases ecológicos, dado que la consciencia ecológica en Japón está muy desarrollada.

El valor añadido para los japoneses, son los productos que puedan ser consumidos rápidamente, los que no impliquen excesos de tiempo de preparación y que a la vez les proporcione nutrientes y beneficios a la salud, dejando de lado el exceso de azúcar y grasas principalmente.

Se exige la información nutrimental del producto y que esta sea expresada en el idioma oficial del país, además los precios deben ser acordes al mercado local, ya que los

japoneses no suelen comprar productos con un valor mayor al de su propio mercado; recordemos que, en primera instancia, los nipones eligen adquirir productos nacionales.

Gracias a la cultura japonesa de preservar de manera esbelta la apariencia física, es que se ha impulsado una fuerte tendencia hacia el consumo de productos con beneficios a la salud, por lo que los nipones prefieren comprar productos orgánicos y libres de gluten y conservadores.

Por último, debido al multiculturalismo que alberga en el país, así como del excentricismo de muchos de los platillos japoneses, los habitantes se sienten atraídos por todos aquellos productos que les recuerden a sus orígenes étnicos o aquellos que impliquen sabores exóticos, así como los que puedan ser mezclados.

3.11 Competencia

Analizar la competencia es de suma importancia ya que esto nos permite ser cautelosos a lo que se enfrenta la empresa tanto dentro del territorio nacional como en el mercado objetivo al que se destina la exportación, por lo que primero se debe analizar la competencia en el mercado actual. Luego de la investigación se obtuvo la siguiente información, la cual muestra algunas empresas que comercializan, procesan, comercializan e incluso exportan extracto de propóleo dentro del territorio mexicano. Por lo cual, deben considerarse como competencia ya que se tiene la posibilidad de que empiecen a exportar al mismo mercado que al que nuestro proyecto y entonces representaría una amenaza para la empresa Zumbido de Monte.

Tabla 3.6 Competencia en país destino		
Empresas	Localización	Sitio Web
Del exagono	Guadalajara, Jalisco	http://www.exagono.com.mx/
Biorganix mexicana	Mexico, Mexico.	https://biorganixlab.com/
Pepe miel	Santa cruz, Oaxaca	https://pepemiell.com.mx/
Redsa	Mexico, Mexico	https://redsa.com.mx/

Nota: Empresas de la competencia en el país destino. Elaboración propia.

Por otro lado, parte de la competencia muy importante que tiene la empresa, se debe a que la mayor parte del propóleo que es importado por parte de Japón proviene de Brasil. Cabe recalcar que estos propóleos son exportados en greña para la transformación de estos según sea la conveniencia de las empresas que los estén importando, ya que ellos los transforman en diversos productos.

Es importante decir que estos propóleos de Brasil son de color verde y con esto nos enfrentamos a una disyuntiva que al final de cuentas representa una segunda amenaza para la empresa, puesto que los propóleos producidos dentro del territorio mexicano tienen una coloración café y por otro lado estos mismos se exportan ya transformados en extracto de propóleo que se ha venido mencionando.




Algunas de las empresas que se dedican a la exportación de propóleos en crudo por Brasil son las siguientes:

Tabla 3.7 Competencia de Brasil		
Empresa	Localización	Sitio Web
MN propolis	Brazil	https://www.mnpropolis.com.br/en/products/propolis/raw-green-propolis-p47
Bioessens	Brazil	https://es.b2brazil.com/hotsite/bioessens/products
Apiario Sol	Brazil	https://apiariosol.com.br/?lang=en

Nota: Empresas de competencia de Brasil. Elaboración propia

De igual forma, se obtuvo información sobre algunas empresas que se dedican a la comercialización del mismo producto que se pretende exportar y a continuación se muestran estas empresas.

Tabla 3.5 Principales competidores de Japón.

Empresa	Descripción
	Empresa con más de 100 años en la producción y venta de miel, jalea, polen, propóleo
	Empresa dedicada a la fabricación de miel, jalea real y otros productos apícolas. Venta de equipos de apicultura e investigación relacionada con suplementos dietéticos.
	Empresa dedicada a la apicultura desde 1948, desarrollando e investigando productos apícolas. Venta de jalea real, miel, polen, propóleos.
Nihon Shizen Shokuhin Y.K.	Empresa especializada en producción y venta de propóleos

Nota: Empresas de competencia de Japón. Elaboración propia

3.12 Barreras arancelarias

Japón es el principal importador de productos agroalimentarios de Asia y uno de los principales del mundo, en el Acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón, se logró negociar que las exportaciones mexicanas a Japón tuvieran acceso preferencial a partir de la entrada en vigor del acuerdo.

3.12.1 Barreras arancelarias

Es importante mencionar que a partir del 28 de diciembre entro en vigor una actualización en la Ley de Impuestos Generales a la Exportación, la cual es llamada NICO y es el Número de Identificación Comercial en la cual se a grandes rasgos se agrega un par de dígitos a los ocho dígitos componentes de la fracción arancelaria.

Derivado de esta actualización, la fracción arancelaria que se identificó para el producto que se quiere exportar sufrió algunas modificaciones, cabe mencionar que dicha fracción

arancelaria estaba un poco general por lo cual se complicaba realizar la clasificación de dicho producto.

Se obtiene que la fracción arancelaria de acuerdo con diversas fuentes y con base en la actualización en la LIGIE es la siguiente: 0410.00.99. Esta fracción se adapta en medida de lo posible al producto que se pretende exportar dicha fracción arancelaria se comprende en el capítulo 4 a productos comestibles de origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte.

Tabla 3.6 Impuestos por fracción arancelaria				
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CUOTA (ARANCEL)	
			IMPUESTO DE IMP.	IMPUESTO DE EXP.
04.10	Productos comestibles de origen animal no expresados ni comprendidos en otra parte			
0410.00.99	Los demás	Kg	20	Ex.

Nota: Tabla tomada de: “Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación” por Diario Oficial de la Federación. 2020, Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación. Página 29.

3.12.2 Barreras no arancelarias

Existen algunas medidas requeridas, no arancelarias para la exportación del extracto de propóleo al país destino que se está contemplando entre las cuales figuran lo siguiente:

Requisitos de etiquetado.

Con respecto a la etiqueta, el Gobierno de Japón señala que deberá contener los datos para identificar el producto, la cantidad neta del producto y el nombre y dirección del establecimiento principal del producto, asimismo, la etiqueta se deberá ubicar en el espacio principal del embalaje, en lo que concierne a la expresión de la cantidad neta, ésta deberá ser en unidades métricas de volumen, de peso o en la unidad en que sea vendido, todo en idioma japonés.

Japón exige que los productos importados cumplan con los requisitos establecidos en la Ley de Sanidad Alimentaria, la Norma JAS y la Ley de Pesos y Medidas. La inclusión de estas normas y estándares en las etiquetas de los productos tiene por objeto no sólo proporcionar una garantía de calidad, sino también ayudar en la protección del consumidor, ya que las

etiquetas deben mostrar claramente la composición de los productos y proporcionar de este modo, la información necesaria para realizar las compras con total seguridad.

Certificación JAS (Japanese Agricultural Standards).

Todos los alimentos, bebidas no alcohólicas y productos forestales provenientes de territorios extranjeros deben contar con una certificación JAS para poder ingresar a territorio japonés. Esta certificación, que garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad y de procesos de producción japonés, ha sido creada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Ciencias Forestales del país.

Esta certificación es exigida a todos los productos, no importando incluso que cuenten con certificados de otros países, garantizando de esta manera al consumidor japonés la calidad de los productos. Para poder obtener y adherir la marca JAS a los empaques o etiquetas de los productos que quieran ingresar al mercado japonés las empresas deben ser calificadas, en sus países de origen, por una certificadora acreditada por el gobierno de Japón. (CEI, 2012).

Para poder incluir el logo JAS en la etiqueta del producto a comercializar primero debe obtenerse dicha certificación. El logo JAS -verde- es para alimentos orgánicos y el logo JAS se aplica a la calidad del producto, refiriéndose a su contenido, composición o desempeño (CEI, 2012).

Prácticas en materia de higiene durante la producción. Requisitos con el objetivo principal de orientar al establecimiento y la aplicación de criterios microbiológicos para alimentos en cualquier punto de la cadena de producción alimenticia desde la producción primaria hasta el consumo. La seguridad de los alimentos es asegurada principalmente por el control en el origen, el diseño del producto y el control del proceso, y la aplicación de Buenas Prácticas de Higiene durante la producción, procesamiento (incluyendo etiquetado), manejo, distribución, almacenamiento, venta, preparación y uso.

Límites de tolerancia para sustancias residuales o para la contaminación por ciertas sustancias (no microbiológicas). El Ministerio de Labor, Salud y Bienestar de Japón, a través del Departamento de Inocuidad Alimentaria, introdujo en el 2006 un sistema de lista positiva de residuos químicos agrícolas que quedan en los alimentos. Los residuos químicos agrícolas incluyen los pesticidas, aditivos para alimentos y medicamentos veterinarios.

Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y alimentos para animales y sus envases.

La Ley de Sanidad Alimentaria de Japón define en el primer capítulo a los aditivos como sustancias utilizadas en el proceso de fabricación de alimentos o con fines de transformación o conservación. Se incluyen, en consecuencia, aquellas sustancias que permanecen en los productos alimenticios terminados, como colorantes y preservantes y sustancias que no siguen en los productos finales, tales como la infiltración de agentes de apoyo.

Criterios microbiológicos del producto final.

Control de los microorganismos declarados problemáticos y/o sus toxinas/metabolitos, los métodos analíticos para su detección y/o cuantificación en el producto final. Los límites microbiológicos pueden tomar en cuenta el riesgo asociado a estos microorganismos, y las condiciones según las cuales se espera que el alimento sea manipulado y consumido.

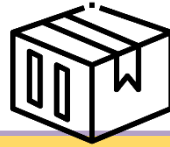
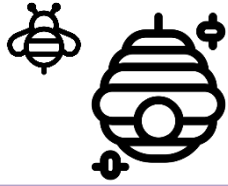
Certificación JAS (Japanese Agricultural Standards).

Todos los alimentos, bebidas no alcohólicas y productos forestales provenientes de territorios extranjeros deben contar con una certificación JAS para poder ingresar a territorio japonés. Esta certificación, que garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad y de procesos de producción japonés, ha sido creada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Ciencias Forestales del país.

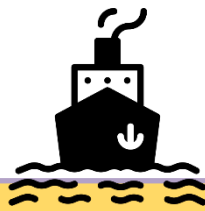
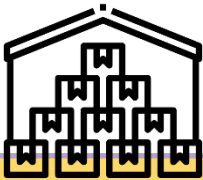
Esta certificación es exigida a todos los productos, no importando incluso que cuenten con certificados de otros países, garantizando de esta manera al consumidor japonés la calidad de los productos. Para poder obtener y adherir la marca JAS a los empaques o etiquetas de los productos que quieran ingresar al mercado japonés las empresas deben ser calificadas, en sus países de origen, por una certificadora acreditada por el gobierno de Japón. (CEI, 2012).

CAPITULO IV. OPERACIONES PARA LA EXPORTACIÓN

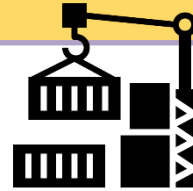
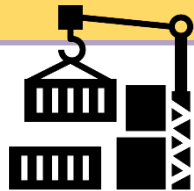
4.1 Cadena de suministros



Materia prima ----- Producción ----- Embalaje ----- Transporte y logística



Almacenamiento ----- Aduanas ----- Tránsito de barco ----- Aduanas



Transporte y logística ----- Almacenamiento ----- Contacto con cliente ----- Venta



Anteriormente se muestra la cadena de suministro que podrá permitir la exportación del extracto de propóleo al mercado objetivo, esta cadena se apega lo más posible a todo el proceso requerido y a continuación se explica paso por paso de lo que consta esta.

Materia prima

En esta parte es necesario mencionar que debido a que el propóleo es una materia prima que se cosecha en ciertas épocas del año, solo se obtendrá esta materia prima en el mes de abril, por lo cual el proceso para obtenerla se lleva a cabo de 1 a 2 días como máximo, por otro lado, es importante recordar que depende de la demanda que se tenga del producto se utilizará solo el producto cosechado por la empresa o cabe la posibilidad de que este sea recaudado mediante otros proveedores dentro de la misma zona en la que se encuentran las colmenas de Zumbido de Monte, por lo que dicha cadena de suministro cambiaría y aumentarían los días para obtener la materia prima.

Producción

La producción de extracto de propóleo se lleva a cabo en alrededor de unos 20 días, ya que a grandes rasgos después de la cosecha, para lograr el producto final este todavía se debe refrigerar durante 15 días y posteriormente se realiza la maceración, así como la producción como tal del extracto de propóleo.

Embalaje

Para que el producto sea enviado al exterior es necesario realizar un embalaje de estos mismos, por lo tanto, su duración aproximada es de 5 días desde el momento en el que ya se tiene envasado el producto.

Transporte y logística

Debido a que el extracto de propóleo será enviado vía marítima es necesario que este sea trasladado vía terrestre a la aduana de manzanillo por lo cual toma 3 días hábiles en llegar a dicha aduana.

Aduana

Para que la mercancía pueda ser exportada es necesario pasar por la aduana, se considera que este proceso en que la mercancía es despachada y puesta en el buque dura de 7 a 30 días.

Tránsito de barco.

Una vez la mercancía puesta en el buque, el tiempo que le toma a esta llegar hasta su punto de destino es de 35 a 48 días ya que el buque hace algunas paradas en otros puertos y el destino final es Japón.

Aduana

Por otro lado, dada la infraestructura de la aduana de Japón y su eficiencia en todos sus procedimientos para la liberación de la mercancía, en el país destino es muy diferente tardándose como máximo 7 días para que la mercancía sea entregada a sus importadores.

Almacenamiento

Como anteriormente se mencionó, el almacenamiento máximo de la mercancía en aduana será de 7 días como mucho.

Transporte y logística

El transporte y la logística dependerán completamente de los clientes en el país importador ya que una vez entregada la mercancía en la aduana de ellos dependerá el tiempo en el que se realice la distribución de esta mercancía en sus almacenes.

Almacenamiento

Una vez teniendo la mercancía en sus almacenes, es importante mencionar que la vida de anaquel de dicho producto es de hasta 10 años por lo cual, depende de los importadores el tiempo en el que coloquen los productos en los anaqueles de las tiendas.

Contacto con clientes

Con los productos puestos en los anaqueles, los clientes tendrán una aproximación con el producto de inmediato, por lo que dependerá de ellos por completo la compra de estos en su momento o posteriormente.

Venta

Teniendo en cuenta que el producto ya está en tienda o en el punto de distribución se tomará un día en realizar la compraventa del producto, tomando en consideración que el punto de venta son tiendas ecológicas en las que el proceso de compra se lleva a cabo en ese mismo instante.

4.2 Logística y distribución.

La logística en cualquier plan de exportación es la parte más importante, ya que gracias a este se puede llegar al país destino de la mejor forma posible. Para comprender un poco mejor

este concepto se tiene en pocas palabras que la logística son todas aquellas operaciones que se llevan a cabo para lograr que cualquier producto llegue al consumidor final, principalmente son operaciones de transporte, almacenamiento y distribución.

Dicho lo anterior y dado que el producto que se planea exportar a Japón es un producto cuya vida de anaquel es por lo menos de 10 años y tomando en cuenta que no requiere de muchos cuidados, se considera que la mejor manera de realizar dicha exportación es mediante vía marítima, ya que en este caso los tiempos no juegan un papel muy importante.

4.2.1 Ruta terrestre

La ruta de exportación comienza saliendo de la ciudad de Xalapa, Veracruz ya que es donde se encuentra el domicilio en el que se hace la producción y envasado del producto y tomando en consideración que este producto está dirigido al mercado japonés, tras realizar un pequeño análisis se obtuvo que la manera en la que se facilita la exportación vía marítima es que la mercancía sea transportada a la Aduana de Manzanillo, Colima. Debido a que desde esta aduana hay una ruta directa para llegar a Japón.

El producto será transportado vía terrestre por la transportista Tres Guerras, con una ruta Xalapa-Manzanillo y un tiempo estimado de tránsito de 3 días hábiles. El servicio elegido será el de entrega a domicilio, ya que éste establece que la empresa deja la mercancía en la paquetería que lo transportará y en el lugar destino será entregado en un domicilio específico proporcionado por la empresa.

En el siguiente apartado se muestra la ruta a seguir, las carreteras que se tomarán para llegar al destino final.

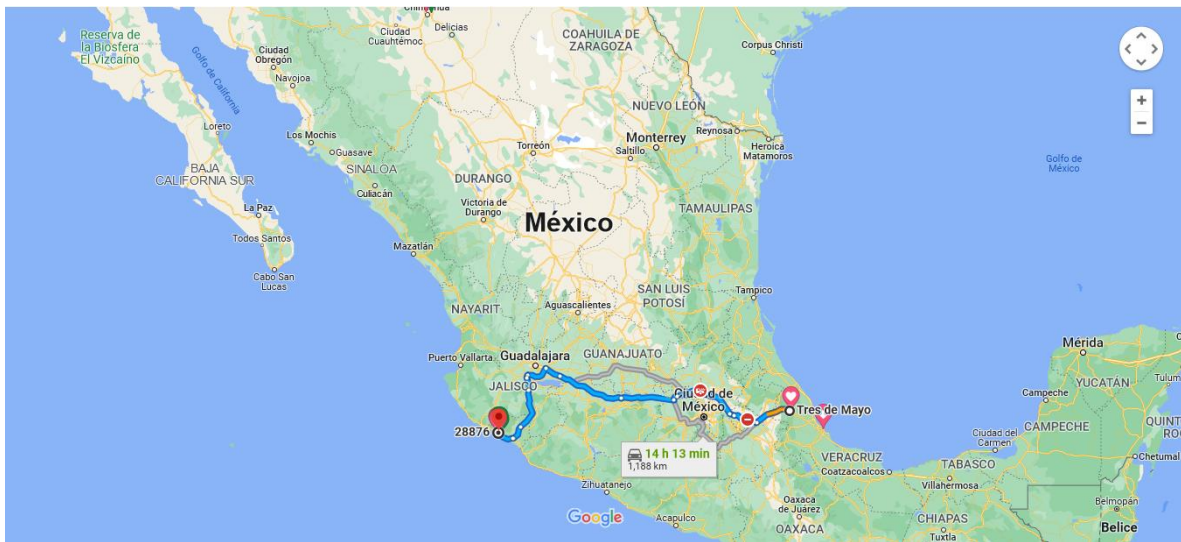
Tabla 4.1 Ruta terrestre Xalapa, Ver. A Manzanillo, Colima						
Nombre	Estado	Carretera	Long. (km)	Tiempo (Hrs)	Caseta o puente	Automóvil
Xalapa - Entronque Banderilla	Ver	Zona Urbana	11.098	00:16		
Entronque Banderilla - Entronque Lib. Perote 2	Ver	Mex 140 D	30.361	00:18	Las Vigas	154.0
Libramiento Perote (Ent. de Xalapa) - Entronque Oriental	Pue	Mex 140 D	70.500	00:38	Cantona	156.0

Ent. Oriental - Ent. Ixtenco	Tlax	Mex 140 D	35.800	00:19	Cuapixtla	97.0
Entronque Ixtenco - Entronque Amozoc III	Pue	Mex 129D	18.000	00:09	Amozoc II	72.0
Entronque Amozoc III - Entronque Puebla	Pue	Mex 150D	9.760	00:05		
Entronque Puebla - Entronque Lib. N. Cd. de México	Pue	Mex 150D	30.000	00:16	San Martín	44.0
Lib. N. Cd. México (Ent. Aut. Méx-Pue - Ent. Atzacomulco)	Mex	Mex M40D	223.8 50	02:02	Atzacomulco /Texmeluca n	510.0
Ent. Atzacomulco - Ent. Temascalcingo	Mex	Mex 126D	15.000	00:08	San Juanico	50.0
Entronque Temascalcingo- Entronque Tlalpujahua	Mich	Mex 126D	16.000	00:08		
Entronque Tlalpujahua - Entronque Maravatío	Mich	Mex 126D	31.000	00:16	Contepec	50.0
Entronque Maravatío - Entronque Morelia	Mich	Mex 015D	75.320	00:41	Zinapécuaro	164.0
Entronque Morelia - Entronque Churintzio	Mich	Mex 015D	105.89 0	00:57	Panindícuar o	211.0
Entronque Churintzio - Entronque La Barca	Jal	Mex 015D	55.820	00:30	Ecuandureo	113.0
Entronque La Barca - Entronque Guadalajara	Jal	Mex 015D	72.476	00:39	Ocotlán	163.0
Entronque Guadalajara - Entronque Tonalá	Jal	Mex 090D	13.860	00:07	La Joya	65.0
Entronque Tonalá - Entronque Acatlán de Juárez	Jal	Mex 090D	45.000	00:34		
Entronque Acatlán de Juárez - Entronque Atoyac Cuota	Jal	Mex 054D	49.180	00:26	Acatlán	89.0
Entronque Atoyac Cuota - Entronque Cd. Guzmán	Jal	Mex 054D	37.120	00:20	Sayula	67.0
Entronque Cd. Guzmán - Atenquique	Jal	Mex 054D	14.00 0	00:07		
Atenquique - Entronque San Marcos	Jal	Mex 054D	18.000	00:09	San Marcos	157.0

Entronque San Marcos - Cuyutlán	Col	Mex 054D	108.000	01:05		
Cuyutlán - Entronque El Mirador	Col	Mex 200D	32.000	00:17		
Entronque El Mirador - Manzanillo	Col	Zona Urbana	5.000	00:07		
Totales			1,123.040	10:46		2,307.0

Nota: Ruta terrestre Xalapa, Ver. A Manzanillo, Colima. Elaboración propia con información de http://app.sct.gob.mx/sibuac_internet/ControllerUI?action=cmdEscogeRuta

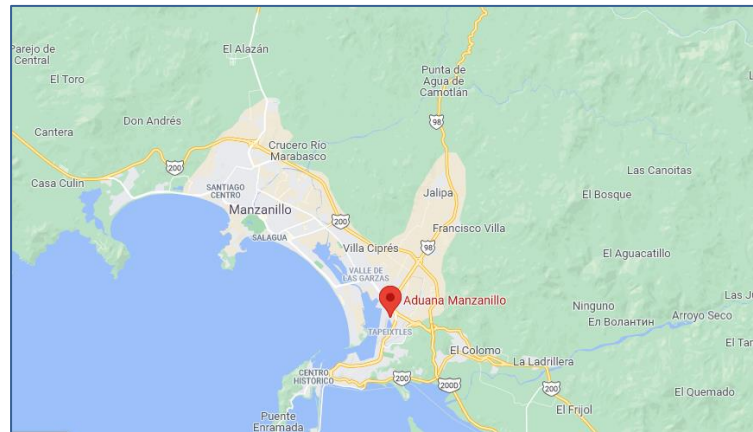
Y a modo de facilitar e identificar mejor la ruta se muestra en la siguiente imagen, la ruta terrestre que tomará el transporte Tres Guerras para hacer llegar la mercancía a la aduana elegida previamente.



Ruta terrestre Xalapa, Ver. A Manzanillo, Colima. (Google Maps, 2022)

4.2.2 Ruta marítima

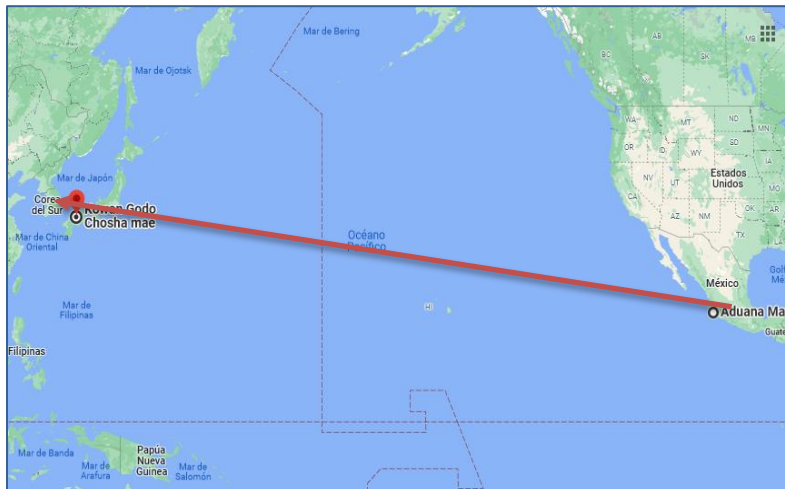
La aduana a la que llegará la mercancía será a la Aduana de Manzanillo, Colima. Representada con el número de aduana 16 sección 0, para efectos de elaboración de pedimentos y otros requisitos. Esta aduana marítima está ubicada en Boulevard Miguel De la Madrid sin número, Edificio Centro Integral de Gestiones Portuarias, Colonia Tepeixtles, Código Postal 28876, Manzanillo, Colima.



Ubicación de Aduana de Manzanillo. Recuperado de:
<https://www.google.com.mx/maps/place/Aduana+Manzanillo/@19.074096,-104.2891607,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x84252a7564360ec7:0x5628ebd8b9f38899!8m2!3d19.074096!4d-104.286972>

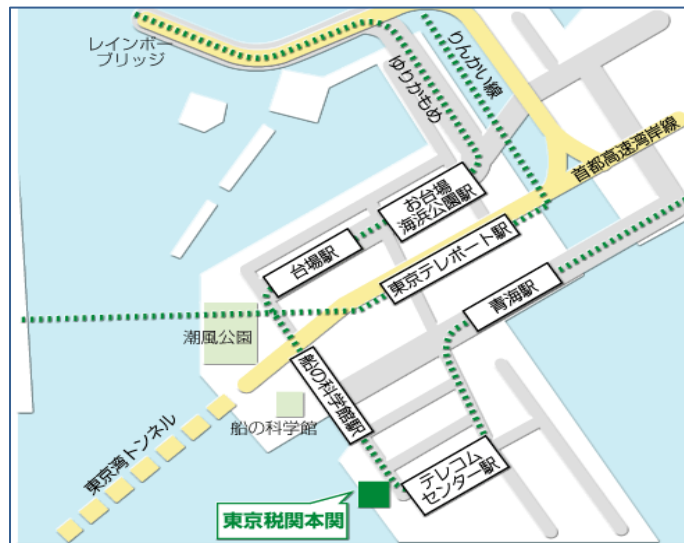
En consecuencia, se buscó una naviera que tuviera rutas del puerto de Manzanillo al puerto de Tokio, Japón. Cabe hacer mención que el puerto o aduana destino será la mencionada ya que aquí es donde se encuentran los clientes potenciales para realizar esta exportación. Por lo tanto, es mejor que la mercancía llegue al país directamente a esta aduana para posteriormente ser distribuida.

La ruta marítima que se seguiría es la siguiente:



Ruta marítima Manzanillo- Japón. Recuperado de: <https://www.google.com.mx/maps/place/Jap%C3%B3n/@27.2786774,142.7625431,3z/data=!4m5!3m4!1s0x34674e0fd77f192f:0xf54275d47c665244!8m2!3d36.204824!4d138.252924>

En cuanto a la aduana de destino se sabe que la elegida es la mejor ya que es considerada una de las aduanas más grandes y con mayor infraestructura dentro del país importador por lo cual se cree que desde ese punto se puede movilizar la mercancía hacia donde sea conveniente. La dirección de dicha aduana es Tokyo Kowan Godo Chosha 2-7-11 Aomi Koto-ku Tokyo.



Sede de Aduana de Tokio. Recuperado de: <https://www.customs.go.jp/tokyo/english/index.htm>

La naviera con la que se pretende trabajar es Hapag- Lloyd en la cual se encontró que el tiempo estimado entre la aduana de origen a la aduana de destino realiza dicho recorrido de entre 35 días a un máximo de 48 días, y se sigue mencionando la importancia de que el producto no es perecedero, por lo cual no se encuentra inconveniente en este transporte.

La ruta tiene una parada estratégica en Ningbó, Zhejiang, China para la cual se estima que este esté en puerto un aproximado de 15 días para que posteriormente continúe con su viaje hasta llegar al puerto destino que es a donde llegará la mercancía que se pretende exportar.

Para la carga se considera que la mejor manera de exportarla será en una carga consolidada ya que como se describió anteriormente, el envase y el embalaje son pequeñas cajas que se considera no ocuparán tanto espacio y por lo tanto se cree que la mejor opción sea una carga consolidada en donde puedan viajar dichos productos.

El contenedor contemplado es uno estándar de 20' que como ya se sabe este es el tipo de contenedor comúnmente utilizados para cualquier tipo de exportación dadas sus características y en este caso en particular como ya se mencionó, no se necesitan especificaciones particulares para la exportación de esta.



Contenedor estándar de 20' Hapag- Lloyd. Recuperado de: https://www.hapag-loyd.com/en/services-information/cargo-fleet/container.html#anchor_a7bf60

Al considerar que la carga sea consolidada, se obtendrá un conocimiento de embarque B/L House dada la naturaleza de esta, pero esto quedará a consideración del agente aduanal para que realice los trámites correspondientes.

4.2.3 Régimen aduanero

Los regímenes aduaneros son un conjunto de operaciones o pasos legales que se encargan de la regulación del tráfico internacional de las mercancías y que son necesarios y deben ser cumplidos por el exportador o importación para la comercialización de bienes. Estos son importantes ya que definen las normas y la manera en que la mercancía entrará al país destino en donde se llevarán a cabo las transacciones.

Existen distintos regímenes aduaneros, pero estos dependen completamente del país, aunque cabe hacer mención que se pretenden estandarizar para que no exista ninguna disyuntiva entre estos y puedan ser aplicados de manera general.

Para efectos de este plan de exportación y dada la naturaleza del producto a exportar tenemos que el régimen en el cual entrará la mercancía será al de Régimen Aduanero de Exportación Definitiva, debido a lo siguiente:

De acuerdo con la Ley Aduanera capítulo 90 y a las reglas generales de Comercio Exterior en el Anexo 21, el régimen ideal bajo el que se pretende hacer la exportación es el de exportación definitiva dado que este régimen consiste en la salida de las mercancías territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado y de acuerdo con la fracción arancelaria que se obtuvo para este producto, podrá ser extraído del país por la aduana previamente elegida sin problema alguno.

Por lo tanto, una vez que las mercancías salgan del país, permanecerán allí por un plazo indefinido y con un objeto en particular. Por este régimen no se deben pagar cuotas compensatorias ni impuestos al comercio exterior, salvo excepciones.

Debido a que el producto pretende ser comercializado y distribuido en el extranjero para el consumo del mercado destino, deberá quedarse en el país, por lo que este régimen es el adecuado para este plan de exportación.

4.2.4 Incoterms

Los Incoterms son un conjunto de reglas, condiciones, obligaciones y derechos que se acuerdan entre el importador y el exportador, estos sirven para definir antes del intercambio comercial las responsabilidades de las dos partes, existen 11 Inconterms y están definidos de acuerdo con los medios de transporte, así como la delimitación en cuanto a las obligaciones entre las dos partes.

Algunos incoterms cubren desde los gastos que se originan en la salida de las mercancías desde la fábrica hasta gastos que ocurren en el lugar de destino de dicha mercancía, por lo que es de suma importancia definir estos antes de realizar cualquier intercambio comercial entre los importadores y los exportadores.

Para efectos de este plan de exportación es importante definir cuál será el Incorterm que será utilizado, ya que de este dependerán los gastos que serán cubiertos por Zumbido de Monte y vale la pena tenerlo en consideración.

De acuerdo con el análisis realizado a los incoterms, resulta ser conveniente para Zumbido de Monte utilizar el incoterm CIF, ya que como se sabe la empresa no está completamente familiarizada con la exportación de sus productos y necesita asegurarse de que la carga llegará a su destino final en buenos términos por lo que conviene que ese incoterm sea utilizado por esta empresa.

El incoterm CIF (Cost, Insurance and Freight) para lo cual podría tener una traducción que significa costo, seguro y flete significa que el exportador se encargará de los trámites hasta la puesta de la mercancía en el barco, es decir, se pagará el seguro en caso de daños o inconvenientes y todos los movimientos necesarios para llevar la exportación hasta el momento en que la mercancía se encuentre en el contenedor.

Por lo tanto, este Incoterm incluye lo siguiente:

Gastos hasta la llegada del puerto de destino incluyendo despacho de exportación.

Gastos de origen.

Flete.

Descarga de mercancía.

Tabla 4.2 Obligaciones del importador y del exportador.	
Exportador	Importador
Entrega de la mercancía y documentos necesarios.	Pago de las mercancías.
Empaquetado y embalaje.	Gastos de llegada.
Transporte interior en el país de origen.	Pago del despacho de aduanas en destino.
Despacho de aduanas en origen.	Transporte interior en el país destino.
Gastos de salida	Pago de impuestos y aranceles.
Flete marítimo internacional.	
Seguro.	

Nota: Obligaciones del importador y del exportador. Elaboración propia.

Con este Incoterm lo que se pretende es que el exportador tenga control total sobre toda la logística de envío hasta llegar a aduanas, ya que como se mencionó anteriormente es un mercado nuevo en el que se tiene poco conocimiento, por lo tanto se utilizan recursos externos que permitan asegurar la llegada de la mercancía al destino y a partir de allí el importador será el responsable de la mercancía, por lo que es lo más conveniente derivado del desconocimiento de despacho de aduanas y transporte en el país destino.

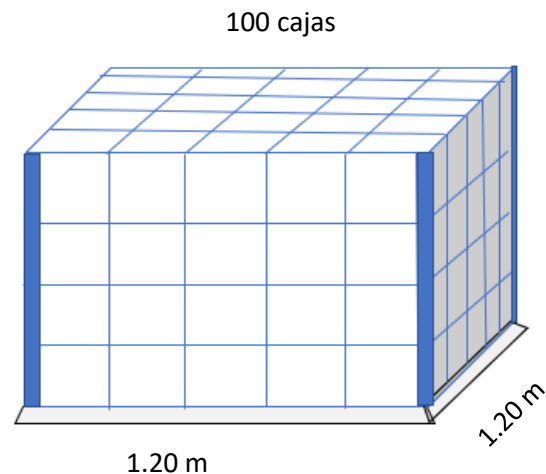
4.2.5 Cubicaje- Peso- Volumen

El cubicaje es una parte importante que debe de resolverse y tomarse en cuenta por todos los exportadores que deseen hacer negocios, ya que gracias a una buena realización de un cubicaje y el tomar en cuenta el peso, el volumen, la cantidad de oferta exportable que se tiene y la cantidad de la demanda del producto en el país destino es como se asegura que la mercancía llegue al destino final de una manera segura y eficaz, permitiéndole así tanto al importador como al exportador tener seguridad de que los productos no sufrirán ningún daño en el traslado y así también se identificará los costos que al realizar esta actividad tomará por lo cual a continuación se muestra la forma en la que se pretende llevar a cabo esta negociación.

Por otro lado, para realizar la exportación se considera que se realice a través de una carga consolidada, por lo que es necesario que los pallets que sean utilizados sean unos pallets estándar los cuales tienen medidas generales 1.20 m x 1.20 m dando como resultado un total 100 cajas por pallet. Las cajas mencionadas anteriormente estarán acomodadas de la siguiente manera: 5 cajas de base por 5 cajas de ancho dando un total de 25 cajas por cada línea de estiba y en total se estibarán 4 líneas dando como resultado un total de 100 cajas exportadas por cada pallet, contará con 4 esquineros de protección con los que se pretende que se eliminen los movimientos y se estabilice la carga para evitar que la mercancía sufra algún daño durante su transporte.

Por lo tanto, se pretende que de acuerdo con la demanda que se tenga del producto, este deberá ser enviado en un cargamento consolidado en el cual se transporte 1 pallet de tamaño estándar en el cual en resumen se podrán transportar 5000 unidades del producto en total por 1 pallet.

Tabla4.3 Cubicaje	
1 caja	50 unidades
1 pallet	100 cajas
1 pallet transporta	5000 unidades



Cabe mencionar que dichos pallets requieren una certificación fitosanitaria aplicada internacionalmente y sobre todo para la exportación al país destino seleccionado, esta certificación es la NIMF-15 la cual en México es expedida por el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).

El objetivo principal de esta normativa es proteger el posible contagio de plagas entre los diferentes territorios. Al reutilizar o reciclar la madera resulta muy difícil averiguar el origen de cualquier parte del embalaje y determinarse su estatus fitosanitario. Por eso, es indispensable cumplir esta serie de requisitos, tratando el embalaje desde el inicio para que sea apto para las exportaciones.



Referencia de certificación de pallet requerida para exportación. Recuperado de: <https://maderasorue.es/palets-de-madera-para-exportacion-nimf-15/>

4.3 Documentación para exportación

Japón en los últimos años se ha convertido en un socio comercial sumamente importante para México, por lo que afortunadamente se cuenta con tratados que permiten que las pequeñas y grandes empresas dentro del territorio mexicano tengan la oportunidad de realizar dichas exportaciones de una manera fácil, cumpliendo con los requisitos solicitados por el país importador.

De acuerdo con el Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior (SNICE) los documentos a continuación mencionados son a grandes rasgos los necesarios para llevar cualquier exportación:

1. RFC.

El RFC o Registro Federal de Contribuyentes es una clave única de registro que sirve para identificar a toda aquella persona que realiza una actividad económica y deba contribuir con el gasto público ante el SAT (Servicio de Administración Tributaria).

Padrón de exportadores sectorial (según sea el caso).

Este trámite se realiza a las personas físicas o morales que quieran exportar mercancías cuyas fracciones arancelarias se encuentren en el apartado B del anexo 10 de las Reglas Generales de Comercio Exterior. Se presenta en cualquiera de las oficinas del SAT.

2. Factura comercial

Aquellos contribuyentes que realicen operaciones de comercio exterior, exportaciones definitivas clave A1 deben genera un comprobante fiscal por operaciones de comercio exterior de exportación definitiva de mercancía.

Este es un documento legal emitido por el vendedor (exportador) al comprador (importador) durante la transacción internacional y funciona como una prueba de la venta entre comprador y vendedor. Detalla el precio, el valor y la cantidad de las mercancías vendidas. También debería incluir detalles de las condiciones de la compraventa acordadas entre el comprador y el vendedor como las condiciones de pago, el coste del seguro (si lo hay) y el coste del transporte marítimo.

3. Encargo conferido (autorización ante la autoridad aduanera para que el agente aduanal lleve a cabo el despacho a nombre del exportador)

Este trámite se presenta por internet en el portal del SAT, con el uso de la e.firma y es un permiso que se le otorga al agente aduanal para transmitir al Sistema de Automatización Aduanera Integral (SAAI) pedimentos a nombre y RFC del importador y exportador que lo realizó.

4. Carta de instrucciones al agente aduanal (información específica y detallada de la operación y se entrega directamente al agente aduanal)

Es el documento que elabora el importador con instrucciones para el Agente Aduanal respecto a su operación de comercio exterior, en la que se le indica de manera general: régimen aduanero al cual se destina la mercancía, datos de la factura, datos del conocimiento de embarque, dirección de entrega, si requiere transporte para la entrega o servicio de custodia.

5. Lista de empaque

La lista de empaque es un documento que permite conocer el contenido de cada bulto o caja, facilitando de esta forma la identificación de la mercancía del exportador. Dicha lista debe contener la información específica del exportador, del importador, la marca, el número de los bultos, lugar y fecha de emisión, modo de embarque, cantidad de bultos, descripción de la mercancía, tipo de embalaje, total de pesos brutos y netos, firma y sello del exportador.

6. Certificado de origen

El certificado de origen es un documento que se utiliza para obtener un trato preferencial conforme a los Tratados Internacionales de los que México forme parte. Se manifiesta que el producto es originario de cierto país o región. Este documento se tramita a través de la VUCEM (Ventanilla Única de Comercio Exterior Mexicano) y se pasa a sello firma de la Secretaría de Economía.

7. Documento del transporte

El documento de transporte debe ser emitido por las empresas porteadoras, capitanes, pilotos, conductores o por los propietarios de los medios de transporte de mercancías y ellos están obligados a exhibir, cuando las autoridades lo requieran, los documentos que amparen los medios de transporte y las mercancías que conduzcan, así como a transmitir en documento electrónico a las autoridades aduaneras y a los titulares de los recintos fiscalizados, la información relacionada con la mercancía y su transportación, antes de su arribo al territorio nacional o la salida del mismo.

Para este caso en específico se requiere de un Bill of Lading o B/L ya que el transporte elegido es el marítimo y este es un documento que sirve como evidencia del contrato de transporte entre el expedidor y la naviera. Es emitido por la naviera o su agente y en él se hace constar que se ha recibido la mercancía para ser transportada al puerto de destino a bordo del buque indicado, y bajo las condiciones acordadas entre el vendedor y el comprador de la mercancía.

8. Documentos que avalen el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias, tales como: certificados sanitarios, certificados de calidad, permisos, etc.

Sin embargo, es necesario que se enliste específicamente los documentos requeridos para que Zumbido de Monte pueda verse beneficiado y realice con éxito esta exportación de

extracto de propóleo. Para lo cual, en este punto se estará hablando específicamente del último punto de la lista anterior en la que se mencionan los documentos como certificados sanitarios, de calidad o permisos y para este caso será necesario cumplir con lo siguiente:

Para este punto la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) desempeña un papel muy importante ya que ayuda en gran medida a los exportadores expidiendo certificaciones que garanticen la calidad y sanidad de la mercancía de acuerdo con los requerimientos del país destino.

Certificado para exportación de libre venta. Homoclave COFEPRIS-01-007-A

Este avala ante la autoridad que los productos como alimentos, cosméticos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, artículos de aseo y limpieza, cumplen con la legislación sanitaria en el país y pueden ser vendidos libremente dentro de este mismo.

Certificado para exportación de conformidad de buenas prácticas sanitarias. Homoclave COFEPRIS-01-007-C

Este documento indica que el fabricante del producto realiza sus procesos de conformidad a las buenas prácticas sanitarias y cumple con la Legislación Sanitaria Mexicana vigente.

Certificado para exportación análisis de producto. Homoclave COFEPRIS-01-007-D

Este documento presenta los resultados de análisis de laboratorio del producto ante laboratorios de terceros autorizados por la COFEPRIS.

Certificado de calidad JAS.

Es el certificado de producción agrícola y de procesamiento de producción orgánica japonés, creado por el Ministerio Forestal, Pesquero y de Agricultura de Japón. Es necesaria para clientes que desean exportar su producción orgánica a Japón, incluso aunque tengan certificados de otros países. Una vez aprobada la certificación se debe usar una etiqueta con el símbolo JAS en los productos exportados.

Registros sanitarios de medicamentos

Certificados sanitarios (Cofepris) “suplemento no alimenticio”

Son productos a base de hierbas, extractos vegetales, alimentos tradicionales, deshidratados o concentrados de frutas, adicionados o no, de vitaminas o minerales, que se puedan presentar en forma farmacéutica* y cuya finalidad de uso sea incrementar la ingesta

dietética total, complementarla o suplir algún componente, de acuerdo con el artículo 215, fracción V, de la Ley General de Salud.

Etiquetado de suplemento alimenticio.

Especificaciones para el etiquetado del producto, con tabla de información nutrimental, entre otros requisitos.

Aviso de funcionamiento de establecimientos de productos y servicios. Homoclave: COFEPRIS-05-018.

Una vez cumpliendo con los requisitos de etiquetado y con los requisitos específicos de suplemento alimenticio, se debe dar de alta y hacer saber a los consumidores que este producto estará a la venta y que contiene productos que están avalados por la COFEPRIS que no dañarán a la salud de sus consumidores.

Certificado fitosanitario internacional

Es el documento que emite SENASICA previo cumplimiento de los requisitos establecidos para este fin, con el cual se asevera que los productos de origen vegetal, sus productos y subproductos, regulados por la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER), cuentan con las condiciones sanitarias y de inocuidad necesarias para su exportación.

4.4 Aspectos del precio

El análisis y el establecimiento de precios para realizar una exportación exitosa para las empresas es un factor determinante que debe acordarse antes de realizar cualquier transacción, ya que mediante este se establecerán los términos con los importadores y se podrá llegar a un acuerdo entre ambas partes que claramente deben de beneficiar a ambos. Por lo cual primero que nada se debe establecer que la producción anual del propóleo es por temporadas, esta cosecha se realiza en el mes de abril, cada semana santa en la luna llena y se obtiene entre 6 a 8 kilogramos de propóleo anual, sin embargo, la empresa Zumbido de Monte tiene la forma de obtener más kilogramos de propóleo a través de proveedores que manejan la misma calidad que la empresa, por lo cual se aclara que la producción puede variar e incluso aumentar.

4.4.1 Costos variables

Los costos variables de la empresa Zumbido de Monte son especificados a continuación en la siguiente tabla, en esta se muestran los costos de producción por cada unidad y en forma de proyección se muestran los costos que resultarían de la producción de las 5000 unidades propuestas con anterioridad. Cabe recalcar que el agua y la luz eléctrica se ven reflejados en este apartado debido a que son parte fundamental del proceso de producción, aquí se ven reflejados con un 70% del total que se paga anual o bimestralmente según sea el caso.

Tabla 4.4.1 Costos variables de producción				
CONCEPTO	TEMPORALIDAD/CANTIDAD	COSTOS VARIABLES	CVU	COSTO VARIABLE POR 5000 UDS
Alcohol de 96% de caña de Mahuixtlan	Por litro	\$ 65.00	\$ 1.51	\$ 7,558.14
Envases de 30 ml de vidrio con tapa y cuentagotas	Por unidad	\$ 9.50	\$ 9.50	\$ 47,500.00
Etiqueta	Por unidad	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 7,500.00
Luz eléctrica	Bimestral	\$ 126.00	\$ 0.30	\$ 1,512.00
Agua	Anual	\$ 1,470.00	\$ 0.59	\$ 2,940.00
Combustible para desbrozadora	Mensual	\$ 100.00	\$ 0.48	\$ 2,400.00
Filtros para llenado de propóleo	1 filtro por litro	\$ 0.50	\$ 0.01	\$ 58.14
Mano de obra	4 personas temporal durante 3 días (\$250) y quien lo produce	\$55,000	\$ 69.77	\$ 348,837.21
Propóleo	1 kilogramo	\$ 850.00	\$ 36.55	\$ 182,750.00
CVU			\$ 120.21	\$ 601,055.49

Nota: Costos variables de la empresa Zumbido de Monte. Elaboración propia.

4.4.2 Costos Fijos

Siguiendo la línea de que la empresa Zumbido de Monte es una microempresa, de orden familiar, no existen muchos costos fijos que deban cubrirse ya que todo el proceso productivo se lleva a cabo de manera interior con familiares que apoyan en todas las actividades lo cual

de alguna manera implica un gran ahorro en estos costos traduciéndose finalmente en productos con costos muy bajos de producción.


Tabla 4.4.2 Costos fijos de producción			
CONCEPTO	TEMPORALIDAD/CANTIDAD	COSTOS FIJOS	COSTO MENSUAL FIJO
Renta de terreno	Anual	\$ 2,100.00	\$ 175.00
Velo de protección	Anual	\$ 250.00	\$ 20.83
Cuñas apícolas de acero inoxidable	Anual	\$ 250.00	\$ 20.83
Potes de barro	100 ollas anuales c/u \$350	\$ 35,000.00	\$ 2,916.67
Luz eléctrica	Bimestral	\$ 126.00	\$ 63.00
Agua	Anual	\$ 1,470.00	\$ 122.50
Combustible para desbrozadora	Mensual	\$ 100.00	\$ 100.00
Formones de carpintero	Anual	\$ 120.00	\$ 10.00
Cuchillo apícola	Anual	\$ 180.00	\$ 15.00
COSTOS FIJOS			\$ 3,443.83

Nota: Costos fijos de la empresa Zumbido de Monte. Elaboración propia.

4.4.3 Precio de venta nacional

Actualmente los precios determinados para la venta del extracto de propóleo son los siguientes, pero como se puede observar existe una diferencia entre el precio de venta y el costo de producción, por lo cual debe haber un ajuste entre estos para poder realizar una venta correcta con los precios justos.

Tabla 4.4.3 Precio de Extracto de Propóleo	
Presentación	30 mililitros
Precio de venta al público	\$100.00
Costo de producción	\$120.21
Margen de contribución	\$-20.21



Nota: Precio nacional de extracto de propóleo. Elaboración propia.

4.4.4 Gastos operacionales

Para que Zumbido de Monte pueda llevar a cabo sus operaciones es necesario contemplar algunos gastos que se derivan de dichas operaciones, recordando que para lograr la expansión de la empresa y llegar a un nivel de mercados extranjeros al empezar a realizar operaciones en el exterior es necesario contemplar dichos gastos por lo que a continuación se muestran. Anteriormente en los costos variables de producción se pudo observar que del 100% de los costos de la luz y el agua se utilizaba un 70% ya que es un porcentaje aproximado de lo que se utiliza en la fabricación, sin embargo, el otro 30% se encuentra distribuido en estos gastos de operación. Por otro lado, se ven reflejados costos de sueldos, rentas de oficinas debido a que estos siguen proyectados de acuerdo con lo sugerido en este proyecto de exportación.

4.4.4 Costos de operación			
CONCEPTO	TEMPORALIDAD/CANTIDAD	COSTOS FIJOS	COSTO ANUAL FIJO
Sueldo	Mensual	\$ 5,255.00	\$ 126,120.00
Renta de oficina	Mensual	\$ 3,100.00	\$ 37,200.00
Artículos de papelería	Mensual	\$ 800.00	\$ 9,600.00
Luz eléctrica	Bimestral	\$ 54.00	\$ 324.00
Agua	Anual	\$ 630.00	\$ 630.00
Internet	Mensual	\$ 520.00	\$ 6,240.00
Página web	Anual	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
COSTOS DE OPERACIÓN			\$ 182,114.00

Nota: Gastos fijos de operación de Zumbido de Monte. Elaboración propia.

4.4.5 Costos de exportación

Es debido mencionar que, para realizar la exportación de extracto de propóleo a Japón, se acordó que lo ideal sería realizar dicha exportación a través de un incoterm CIF, el cual cubre seguros, costo y flete por lo que como anteriormente se mencionó la ruta de exportación partirá de la Ciudad de Xalapa, Ver. De forma terrestre a la aduana de Manzanillo, por lo que se realizaron cotizaciones con las empresas tres guerras para la transportación terrestre y por otro lado con la empresa Hapag Lloyd para la transportación marítima por lo que se muestran los precios en los que incurrirá la empresa para la exportación. En general la tabla muestra todos los gastos que deberá absorber para poder llevar la exportación a cabo, estos costos son

en función de enviar un pallet completo, por lo que se mencionan las 5000 unidades a exportar.

Tabla 4.4.5 Costo variable para exportación				
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	CVU	COSTO VARIABLE POR 5000 UDS
Envase		\$10.20	\$10.20	\$51,000.00
Empaque primario	5 unidades de 500 cartones	\$1,452.00	\$0.29	\$1,452.00
Empaque secundario		\$22.66	\$22.66	\$2,266.00
Etiquetado de exportación		\$1.50	\$1.50	\$7,500.00
Transporte terrestre		\$3,034.15	\$0.61	\$3,034.15
Pallet		\$4,848.00	\$0.97	\$4,848.00
Certificado fitosanitario internacional		\$558.00	\$0.11	\$558.00
Certificado de origen		\$172.00	\$0.03	\$172.00
Carga de mercancía en origen		\$195.39	\$0.04	\$195.39
Agente aduanal		\$4,240.96	\$0.85	\$4,240.96
Transporte marítimo		\$14,831.36	\$2.97	\$14,831.36
Seguro CIF	15% del valor de la mercancía	\$35,844.33	\$7.17	\$35,844.33
Descarga de mercancía en puerto destino		\$4,815.64	\$0.96	\$4,815.64
		COSTO VARIABLE PARA EXPORTACIÓN	\$48.36	\$130,757.83

Nota: Determinación de precios para la exportación. Elaboración propia.

A continuación, se muestra un resumen de los costos necesarios para realizar la exportación del Extracto de propóleo a Japón, estos costos indican el costo que resultaría de la producción de un solo producto para su exportación, así como el costo total para las unidades que se estiman exportar.

4.4.6 Costo total para exportación		
COSTOS	COSTO TOTAL PARA 5000 UDS	COSTO UNITARIO
Costos variables	\$601,055.49	\$120.21
Costos fijos	\$41,326.00	\$8.27
Costos totales de producción	\$642,381.49	\$128.48
Costos totales de exportación	\$130,757.83	\$26.15
	COSTO TOTAL UNITARIO	\$154.63

Nota: Determinación de costos para la exportación. Elaboración propia.

4.5 Aspectos de promoción

Las empresas que desean realizar la entrada a mercados extranjeros buscan diversas formas que les permitan tener una mayor aproximación con sus clientes finales y así conocer de primera mano las necesidades y gustos de sus clientes, por lo que, para este caso en específico, debido a que la exportación es a Japón, se investigaron diversas formas de la entrada a este y se obtuvo la siguiente información.

Ferias

Las ferias son consideradas como uno de los mejores medios para promocionar el producto, obtener contacto y realizar ventas de una manera simplificada, por lo que en este caso, Foodex Japan que es una feria, no solo la más grande de la región asiática sino del pacífico y la tercera más grande del mundo, siendo su principal categoría la industria alimentaria, representaría para Zumbido de Monte una gran oportunidad para su entrada al mercado.

Lo que se pretende con la asistencia a esta feria es que Zumbido de Monte, se dé a conocer, obsequiando pruebas de los productos que elabora la empresa con la intención de que obtenga contacto que posteriormente se traduzcan en clientes y representen ventas fructíferas para la empresa.

E-commerce

A través de la creación y/o reestructuración de páginas oficiales de la empresa, se pretende que el público en general tenga la oportunidad de realizar compras mediante las plataformas, dichas cuentas en las aplicaciones más populares tendrán una gran relevancia ya que cualquier persona tendrá la oportunidad de acceder a estas cuentas, conocer los precios y posteriormente obtener los productos de manera eficaz.

Contactos mediante Secretarías del País

La Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural con sede en Japón, ha facilitado a la empresa un registro en sus plataformas para la promoción de los productos, cabe recalcar que la secretaría tiene un registro de los compradores en Japón de acuerdo con los productos específicos que requieran y por otro lado tiene un registro de los vendedores, por lo que la secretaría es la encargada de realizar un cruce de información y poner en contacto a las empresas con los interesados en los productos que estas ofrecen, por lo que la secretaría se

convierte en un importante enlace entre estos para la venta de mercancía y la promoción de los productos.

4.6 Formas de pago y contratación

Para la realización de compras de los productos ofrecidos, es necesario mencionar que si las compras se realizan mediante las páginas de e-commerce o las cuentas oficiales de la empresa, el pago de los productos será realizados en ese mismo momento, teniendo la opción mediante tarjetas de banco a poder realizar la compra a crédito.

Por otro lado, si la compraventa se realiza en grandes volúmenes con empresas que se pongan en contacto con la empresa, es necesario que la empresa compradora realice un pago parcial del total de la compra, esto es con el fin de asegurar la compra, así como permitir absorber algunos costos de producción, de envío, entre otros.

4.7 Soporte al cliente

Desde la elaboración de las etiquetas, hasta las páginas oficiales de la empresa, existe una transparencia en cuanto a la empresa que realiza los productos, por lo que en todo momento cualquier persona que requiera tener contacto con Zumbido de Monte, podrá realizarlo sin obstáculo alguno.

Con esta transparencia lo que se pretende es que los clientes tengan la seguridad de con quien se está realizando la compra, se conozcan los números en los que se puedan realizar aclaraciones, dudas o sugerencias o por el lado contrario, se dé la asesoría a los interesados en cualquier duda o inconveniente que tengan en cuanto a los productos.

Por lo que el soporte al cliente este cubierto ya que es primordial para Zumbido de Monte, que los clientes tengan la confianza de que los productos que están adquiriendo son buenos y tendrán el respaldo de la empresa.

CAPITULO V: ANÁLISIS DE RIESGOS

5.1 Riesgos internos para el proyecto

El realizar un análisis correcto de lo que son los riesgos internos y lo que podrían significar para la empresa y sobre todo para llevar una exportación a cabo, se traduce en factores de extrema importancia ya que estos podrían dar pauta a la toma de decisiones que afectarían completamente a la empresa, por lo que a continuación se enuncian y describen todos estos riesgos tomando en cuenta diversos escenarios y partiendo desde el análisis FODA que previamente ya se elaboró.

Falta de capital humano. Debido a que la empresa es de orden familiar, no cuenta con personal dedicado exclusivamente a la realización de tareas requeridas en la empresa por lo que se puede poner en riesgo el cumplimiento de la demanda en tiempo y forma.

Falta de creación de departamentos adecuados a las actividades de la empresa. De acuerdo con el punto anterior y derivado de la falta del capital humano, la empresa se verá en la necesidad de la creación de departamentos específicos en los que exista personal calificado y enfocado completamente en el cumplimiento de tareas.

Necesidad de posicionamiento de la marca a nivel local. Zumbido de Monte se encuentra en crecimiento a nivel local por lo que es importante tener un mercado local bien definido para la posterior exportación de sus productos.

Concientización de beneficios de los productos de la empresa. Es necesario que se realice una concientización de los beneficios de los productos hechos a base de propóleos, con el fin de que una vez que la población reconozca en ellos el potencial que tiene y las características que lo hacen un producto recomendable, puedan así aumentar la demanda del mercado permitiéndole a la empresa crecer y posicionarse.

Creación de instalaciones adecuadas para la producción. La creación y la mejora de instalaciones y ambientes óptimos para la producción del producto permitiría un incremento en la calidad del producto.

Dependencia de un solo cliente. La empresa tiene considerado un solo cliente para la exportación del extracto de propóleo, por lo que cualquier cambio o alteración con este impactará completamente en la venta del producto en el extranjero.

Temporalidad y variación de la cosecha. La cosecha de los propóleos, de la miel y de sus derivados se da en una cierta época del año, por la producción óptima de esta depende completamente de las condiciones climáticas que se presenten.

5.2 Riesgos externos para el proyecto

Los riesgos externos se refieren a todas esas amenazas que están fuera del control de la empresa pero que sin embargo en dado momento podrían afectar directamente a Zumbido de Monte ya sea en su producción, en sus ventas, entre otros; por lo que tener bien ubicados estos puntos pueden ser de gran ventaja para la empresa para que a través de estos puedan tomar acciones que les permita enfrentar óptimamente dichas situaciones.

Cumplimiento de parámetros de oxidación del producto requeridos para su exportación en resultados de los análisis. Para concretar la exportación e importación del producto en cuestión dependen completamente de los resultados de laboratorio del análisis del producto.

Deforestación, insecticidas y químicos. La alteración del medio ambiente impacta completamente a la producción del extracto de propóleo, ya que las abejas deben reproducirse y tener un entorno adecuado para su desarrollo.

Riesgos ambientales. Los cambios climáticos afectan directamente la reproducción de estos insectos y por consecuencia disminuyen su productividad.

Riesgo de logística. Derivado de la pandemia de Covid-19 que enfrenta el mundo y sobre todo al cierre de todas las actividades en China, representa un riesgo para la entrega en tiempo y forma del producto en el país destino.

Precio de producto por encima o debajo del mercado destino. El desconocimiento de los precios en el país destino podría significar dos cosas muy contrarias, por un lado, se tiene la perspectiva que el vender productos por debajo de los precios del mercado traducirían como productos de baja calidad, de lo contrario, el comercializar productos con precios más altos en los mercados se podría correr el riesgo de no ser vendidos. Por lo que la determinación de este es realmente un parteaguas para la venta o no del producto.

Riesgo comercial. Actualmente hay un alto índices de exportaciones de propóleo verde de Brasil hacia el país elegido por lo que genera una competencia directa con dicho país. Por otro lado, es importante que antes de realizar una exportación se tomen en cuenta a los importadores para no caer en el riesgo de incumplimiento de pago, haciéndole perder a la empresa.

Riesgos políticos. Para la realización de cualquier exportación es necesario tomar en cuenta la inestabilidad de los países ya que depende de estas el realizar tratos efectivos y tener lazos duraderos y buenas relaciones comerciales con estos.

5.3 Planes de contingencia

La finalidad de contar con planes de contingencia dentro de las organizaciones es exclusivamente para que las empresas disminuyan sus riesgos y cuenten con las herramientas necesarias para mitigar o reducir los riesgos que pudieran presentarse en caso de que algo llegará a salirse de los planes y no fuera como se planearon.

Por lo tanto, a continuación, se muestran algunos planes de contingencia para afrontar los posibles escenarios presentados en los riesgos tanto internos como externos.

Para hacer frente al riesgo interno de la empresa que es el de falta de capital humano, se deberá contratar personal lo antes posible, que cumpla con las características necesarias para cada puesto descrito previamente, así como con experiencia básica en actividades apícolas y por consiguiente se contará con el personal necesario para cumplir con el organigrama previamente descrito.

En cuanto al posicionamiento de la marca, lo primero que la empresa debe realizar para reducir este riesgo interno será la exposición de forma masiva de sus productos, es decir, se deberá presentar en ferias, exposiciones y demás actividades que brinden un espacio para poder presentar los productos al público, por otro lado sería conveniente la venta de estos productos en tiendas de conveniencia y realizar exhaustivas campañas de publicidad y promoción con la finalidad de que el mercado conozca los beneficios de los productos y les parezcan atractivos.

Existe un riesgo que debe ser atendido a la brevedad y este es el del desconocimiento de los beneficios del producto, y en consecuencia una incredulidad de los efectos positivos que los productos les brinda a la salud de sus consumidores, por lo que es necesario gestionar actividades de mercadotecnia en las redes sociales, realizar algunos cursos para el aprendizaje de las abejas, entre otras actividades para la exposición del producto.

Debido a que la empresa actualmente alquila las tierras donde realiza la producción, enfrenta el riesgo de que el arrendador se niegue a seguir alquilando las tierras, o que exista algún tipo de diferencia entre el arrendador y la empresa y esto genere inconformidades de

las dos partes, por lo que será esencial encontrar un espacio propio y realizar una inversión para adquirir un terreno y allí colocar las colmenas, así mismo deberá existir el espacio propicio con las características necesarias para el desarrollo de las abejas.

Para enfrentar el riesgo interno en el que solo se cuenta con un cliente en el país destino y considerando que pudiera existir cualquier cambio imprevisto en la negociación con el cliente o que existan diferencias que ya no convengan a ninguna de las dos partes, se deberá contar con una cartera más amplia de clientes, en la cual existan otras opciones de empresas a las cuales se les podría vender los productos, para esto debe haber un acercamiento previo.

Para la empresa Zumbido de Monte existe un riesgo interno que está por completo fuera de las manos de la empresa ya que se trata de la variación en la cosecha y su temporalidad, sin embargo para poder reducir riesgos, se deben tomar medidas como el cuidado y propiciar las condiciones correctas para la reproducción de las abejas, por otro lado es importante contar con un excedente o una reserva del producto en caso de ser necesario, claro está que esto debe ser después de cumplir con la demanda nacional y la capacidad exportable ya acordada previamente.

Por otro lado, es necesario tomar en cuenta los riesgos externos y encontrar las mejores formas de hacerles frente, por lo que a continuación se crean posibles escenarios y se encuentra la solución óptima para reducir los riesgos que estos representan.

Para el cumplimiento de los parámetros requeridos de oxidación del producto es necesario que antes de realizar una exportación se contemple un costo para realizar análisis de laboratorio a los productos y así poder hacer constancia a las empresas que desean importar este producto, de que se cumple con las normas requeridas internacionalmente para la exportación de propóleo.

Ya que lamentablemente la empresa no controla la deforestación, el uso de insecticidas o químicos, solo se podrá controlar el ambiente que rodea a las abejas, cuidando así que las abejas tengan las condiciones óptimas para poder salir de las colmenas e ir alrededor de estas para recolectar las sustancias necesarias para su existencia, por lo que se cree que para hacer esto, las colmenas deben de estar ubicadas en lugares alejados de la civilización y con la flora adecuada para estas.

La deforestación, los insecticidas y los químicos representan, no solo para los insectos, sino para la humanidad, el riesgo más grande ya que debido a estos el clima se ha visto completamente afectado alterando al medio ambiente y por consiguiente modificando las condiciones de vida de estas por lo que afectan el desarrollo y reproducción correcta por lo que para que la empresa se proteja necesitará la contratación de seguros para evitar tener incumplimiento de contratos con sus clientes.

En lo que respecta a la competencia y el riesgo de contar con precios por debajo o por encima del mercado, será necesario que la empresa tenga un acercamiento con las instituciones especializadas como Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural para que estos ubiquen a la empresa respecto a sus precios.

En cuanto al riesgo comercial, derivado de la crisis de contenedores en China debido a la pandemia actual alrededor del mundo y considerando que la exportación se llevará a cabo de forma marítima y esta ruta incluye una parada en China, se deberán tomar medidas como la opción de que los lotes que pretenden ser enviados se realicen de forma aérea, contratando a una transportista que permita llevar los productos en menor tiempo posible, sin embargo, se debe considerar que los costos para realizar la exportación de esta forma serán más elevados.

Para enfrentar lo que significa la competencia y el riesgo comercial que tiene el producto de la empresa Zumbido de Monte, se pretende enviar muestras y análisis de laboratorio en donde se demuestre que los propóleos que la empresa produce tienen mayor calidad, con parámetros que superan las reglas para la exportación, haciéndose así una comparación y obteniendo una ventaja competitiva para la empresa.

Y por último hablando de los riesgos políticos posibles, un plan de contingencia para enfrentar un incumplimiento de pago por parte de los importadores será la contratación de seguros que permitan afrontar estas situaciones. La determinación de los costos que conllevan estos posibles riesgos se podrá encontrar descritos en el Anexo II de este proyecto.

5.4 Seguros

Para la empresa Zumbido de Monte el contar con seguros para realizar cualquier transacción comercial internacional son puntos que se deben tomar muy en cuenta, ya que es sabido que al trasladar la mercancía de un lugar a otro pueden ocurrir siniestros que no están en las

manos de ninguna de las dos partes pero que sin embargo estas deben de estar consideradas en los contratos para evitar pérdidas de la mercancía.

Por lo tanto, recordar cual fue el incoterm convenido por la empresa será fundamental para analizar los contratos de seguros que se realizarán, así como los costos que estos seguros generarán es importante recordar que la empresa es una mipyme por lo cual se contratarán seguros en medida del apoyo de esta empresa.

El incoterm convenido es CIF (Cost, Insurance and Freight), lo cual significa que el exportador pagará seguro en caso de daños a la mercancía, y por otro lado se debe recordar que la mercancía deberá ser transportada desde el origen de forma terrestre y posteriormente deberá contar con un seguro marítimo, por lo que se acordó que el seguro que debe ser contratado es un seguro de mercancías y transporte de carga.

Este seguro brinda protección contra riesgos derivados de accidentes, averías y actos delictivos a las mercancías en tránsito transportadas vía aérea, marítima y/o terrestre de forma nacional o internacional. Por lo tanto, es el ideal recordando que la empresa Zumbido de Monte tiene responsabilidades hasta que la carga es entregada en el destino final.

Aseguradora

MAPFRE México

Avenida Revolución 507, Colonia San Pedro de los Pinos, delegación Benito Juárez
C.P. 03800, Ciudad de México, México.

Tel. 55 5230 7120

Página web: <https://www.mapfre.com.mx/particulares/>

El seguro que se contratará será:

Seguro de Carga por Viaje

Póliza específica por embarque: para cargas pequeñas o de poca regularidad. Es una póliza que cubre riesgos específicos por el tipo de carga (alimentos congelados, materias primas). Es una póliza de seguro individual que se contrata cada vez que se realiza un embarque.

La cobertura de este seguro es la siguiente:

Riesgos ordinarios de Tránsito

El seguro de cargas de MAPFRE ampara el riesgo de pérdida o daño de la carga por incendio,

rayo, explosión, colisión, volcadura, descarrilamiento de ferrocarril, caída de avión y varadura, hundimiento o colisión del barco. Incluye rotura de puentes por desplome o hundimiento debido al paso del vehículo. Pérdida de bultos caídos durante la maniobra de carga, trasbordo o descarga. Pérdida de bultos caídos durante la maniobra de carga, trasbordo o descarga.

Riesgos adicionales

Robo de bulto (Total y/o Parcial): robos del total de la mercancía o de parte de ella con violencia o asalto mediante el uso de la fuerza, la violencia física o moral sobre las personas encargadas del transporte o custodia de los bienes. Mojaduras, oxidación, manchas, derrames de la mercancía, contaminación por contacto, rotura o rajadura.

Por otro lado, es de suma importancia contar con un seguro de crédito a la exportación el cual permite a la empresa exportadora contar con una póliza que lo respalde en caso de que este se enfrentara a un importador que tenga insolvencia y se vea en la negativa de pagar por los productos importados o en su caso por eventos o riesgos políticos.

Por lo que la contratación de este se llevará a cabo con la empresa MAPFRE, algunos de los beneficios que brinda esta póliza son los siguientes:

Estabilidad: Financiera frente a la insolvencia de los compradores.

Planificación: Planificación crediticia y vigilancia permanente de la solvencia de los deudores.

Cartera morosa: Gestión de recuperación de la cartera morosa en cualquier punto de México y del extranjero.

Indemnización: indemnización en los plazos convenidos de los saldos morosos o las perdidas finales.

Nuevos mercados: Permite incursionar a nuevos mercados con la garantía de cobro en las ventas y la asesoría adecuada para la correcta selección de riesgos.

Por último, dado que la producción de los propóleos y los otros productos de la empresa Zumbido de Monte son ajenos completamente a la empresa, sino que este trabajo se realiza con insectos que se reproducen por si solos y en su propio entorno, la empresa no está exenta de que a través de fenómenos meteorológicos la producción de sus colmenas baje a tal grado que afecte la producción de su empresa, trayendo consigo un incumplimiento en plazos de entrega o en cantidades de producto por lo que es importante contar con un seguro

para hacer frente a estos riesgos externos, por consiguiente se creyó conveniente la contratación de un Seguro de Riesgos Industriales y Agropecuarios, contratados con la misma aseguradora que se ha venido mencionando. Esta protege los bienes contra pérdidas o daños ocasionados por huracán, inundación, avalanchas de lodo, granizo, helada, golpe de mar, marejada, nevada y vientos tempestuosos.

Tabla 5.4. Deducibles de acuerdo con la zona de afectaciones.		
Zona	Deducible	Deducible para ubicaciones situadas frente al mar, lago o laguna, con fachadas de cristal, o bien con muros de materiales ligeros o edificios cerrados con techos de palapa
Alfa 1. Península de Yucatán	2%	5%
Alfa 1. Pacífico sur	2%	5%
Alfa 1. Golfo de México	2%	5%
Alf 1. Interior de la República	2%	2%
Alfa 2. Municipios cercanos a la costa	1%	1%
Alfa 3. Municipios a más de 1,000 metros sobre el nivel del mar.	1%	1%

Nota: Porcentajes de deducibles de la empresa MAPFRE para riesgos ambientales. Elaboración propia.

CAPITULO VI: ANÁLISIS FINANCIERO

6.1 Situación Financiera Actual

El análisis de la situación financiera de cualquier empresa que desee realizar actividades que impliquen un desembolso o una inversión de dinero, se convierte en un parteaguas para la toma de dichas decisiones, por lo que a Zumbido de Monte respecta para realizar una exportación como se ha mencionado a lo largo de los demás capítulos, implica primero que nada el generar una oferta exportable y por ende conseguir clientes en el extranjero, por lo que para este último punto el realizar un análisis de los recursos actuales con los que cuenta la empresa y por otro lado, saber si necesitara financiamiento para llevar dichas actividades a cabo es de suma importancia.

Con la finalidad de conocer los recursos actuales de Zumbido de Monte se elaboraron balances generales del último mes del año 2022, estado de resultados y flujo de efectivo del mismo mes y año, cabe resaltar que estos son elaborados a partir de la información obtenida de Zumbido de Monte.

6.1.1 Balance general

El balance general es un estado financiero que refleja en un momento determinado la información económica y financiera de una empresa, separadas en tres masas patrimoniales: activo, pasivo y patrimonio neto.

Para el periodo del mes de mayo de 2022, el balance general (véase en anexos III) arrojó que tenía en existencia un activo total de \$886,300.00 del cual solo \$817,200.00 proviene de los activos fijos y nos indica que la empresa ha invertido estas cantidades en lo que respecta a terrenos, mobiliario y equipo, transporte por lo que es debido recordar que el giro de la empresa es la producción por lo cual estos activos son sus principales herramientas de trabajo y por lo tanto se justifican estas cantidades, pudiendo incrementar con el tiempo de acuerdo a la producción y a la demanda que el mercado a medida de la exportación requiera.

Por el momento Zumbido de Monte cuenta con un crédito que tiene una tasa de intereses del 0% y que fue adquirido a dos años y medio pagando mensualmente \$800.00 este crédito representa la mayor parte de sus pasivos, sin embargo al momento de realizar dicho balance le restan \$18,600.00 por pagar, por otro lado cabe aclarar que en algunas ocasiones para completar los requerimientos de mercado, la empresa tiene proveedores a los cuales les

compra regularmente materia prima, sumando en este mes un total de \$11,000.00 del cual se compran alrededor de 100 kg de propóleo en greña.

6.1.2 Estado de resultados

También llamada cuenta de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias, recoge los ingresos y gastos que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo.

Para realizar el estado de resultados de la empresa Zumbido de monte se consideraron los primeros 5 meses de la empresa, comenzando el ejercicio del 2022 en enero al 31 de mayo de 2022, tomando en cuenta esto se obtuvieron los siguientes datos.

La empresa en ventas netas obtuvo \$122,200.00 obteniendo estas ventas de dos meses más fuertes los cuales fueron marzo y abril, cabe resaltar que en estas fechas se lleva a cabo la cosecha de la empresa por lo cual tienen ventas más fuertes que al final del ejercicio se ven reflejadas en las utilidades.

La utilidad neta del ejercicio de la empresa fue de \$78,506.50 lo cual indica que tiene liquidez y por otro lado sus sueldos solo aumentan en las mismas temporadas de cosecha porque es importante recordar que esta empresa aún necesita la creación de departamentos y por el momento solo se contrata a personal temporal en estos meses. Véase anexos IV.

6.1.3 Razones financieras

Una herramienta muy útil para conocer la relación que existe entre los diferentes rubros en los estados financieros son las razones financieras y estas a su vez permiten tener una interpretación de la empresa desde el punto de vista de porcentajes o disminuciones y a su vez, conocer el próximo desempeño de esta misma para poder tomar decisiones concretas.

Existen diferentes tipos de razones, pero para la empresa Zumbido de Monte se decidió tomar las siguientes razones:

Razones de liquidez

Capital de trabajo		
Capital de trabajo=	Activo circulante- Pasivo circulante	
Activo circulante	Pasivo circulante	Resultado
66200	11740	\$ 54,460.00

Esta razón indica que la empresa tiene capacidad para cubrir sus obligaciones a corto plazo, por lo que si fuera necesario cubrir pasivos esta tiene el capital para hacerlo, lo cual indica liquidez por parte de la empresa.

Índice de solvencia		
Índice de solvencia=	Activo circulante /Pasivo circulante	
Activo circulante	Pasivo circulante	Resultado
66200	11740	5.6%

Lo que podemos obtener de esta razón es que entre más cercana este al 1, quiere decir que su solvencia es mayor e igual que la anterior la empresa tiene la capacidad para cumplir con sus obligaciones.

Razones de endeudamiento		
Deuda total		
Deuda total=	Pasivo total/ Activo total	
Pasivo total	Activo total	Resultado
30340	886300	3.4%

Esta razón proporciona indicadores de la viabilidad de una empresa y de sus deudas por pagar, lo cual se considera que si en caso de que la empresa tuviera una deuda se vería en la capacidad de pagarla ya que su activo total es mayor que los pasivos que tiene, así como es necesario analizar que actualmente la empresa tiene una deuda y que sin embargo es mucho menor a la capacidad de pago que tiene.

Razones de rentabilidad

Margen bruto de utilidad		
Margen bruto de utilidad=	(Ventas- Costo de ventas) / Ventas	
Ventas	Costo de ventas	Resultado
122200	23555	0.81%

El margen bruto de utilidades está calculado con base a las ventas y al costo que estas tuvieron, las ventas fueron elevadas y sin embargo su costo de ventas es mucho mejor por lo que esta mide el porcentaje de utilidad logrado por la empresa.

Rendimiento de la inversión		
Rendimiento de la inversión=	Utilidad neta / Activos totales	
Utilidad neta después de impuestos	Activos totales	Resultado
78506.5	886300	8.9%

Esta es tomada para determinar la rentabilidad obtenida por los activos de la empresa e indica la rentabilidad que tendría una inversión para la empresa, por lo que se ve reflejado en el resultado, se obtiene un porcentaje alto lo cual indica que es muy viable llevar a cabo este proyecto.

6.2 Proyecciones financieras

Las proyecciones financieras se realizan para conocer el desenvolvimiento de las empresas en un futuro, en este caso las proyecciones financieras se realizarán para tener noción de qué tan viable podría ser llevar a cabo una exportación con la empresa Zumbido de Monte de sus productos a Japón y a partir de este tomar posibles decisiones. Esto es de suma importancia considerarlo ya que permite ver el futuro desde el punto contable y a su vez poder tomar una decisión concreta de si vale la pena o no realizar una inversión tan grande como lo es esta para ver si la empresa se puede ver beneficiada.

Algunos de los datos que se tomaron en cuenta para realizar la exportación son los costos que implicará la exportación, así como los costos fijos y variables que emplea la empresa para su producción, estos datos servirán como una guía para poder conocer un poco más a profundidad de donde se están obteniendo las cantidades, así como de los conceptos que se están tomando en cuenta para obtener sus valores.

Cabe hacer mención que el número de unidades a exportar, como se mencionó anteriormente, se tomó de acuerdo con lo que se conoce del mercado y pero sobre todo se tomó de acuerdo a una optimización de los costos que implicaría realizar esta actividad, ya que aunque se tuvo un acercamiento con posibles contadores, no se pudo obtener información

concreta a la demanda del mercado japonés, estableciéndose así que lo más conveniente podría ser empezar por exportar un pallet completo que se traduce en 5000 unidades para entrar al mercado, así como también considerando que al mercado que se pretende entrar tiene una población de 125.8 millones de personas por lo que se considera que estas unidades serán solo para explorar el mercado, en paralelo, la decisión de exportar este número de unidades se toma de acuerdo con que el precio que ocupa el pallet en el contenedor es el mismo de enviar una menor cantidad de unidades, en función de optimizar el espacio y el precio.

En lo que respecta a la exportación es de vital importancia mencionar que para llevar esta a cabo es requerido hacer una inversión en la que se verá reflejada todo lo requerido para llegar a cumplir con la producción estipulada, así como el pago de certificaciones requeridas para el cumplimiento de estándares necesarios para la exportación, y el desarrollo de investigación y desarrollo con el único objetivo de mejorar al producto

Inicialmente la empresa Zumbido de Monte requiere una inversión de \$1,189,332.79, que si bien, es un poco alta, contiene todo lo necesario para su ingreso al mercado, ya que es necesario desarrollar el producto un poco más para poderlo hacer competente. Los elementos de mayor inversión es la certificación JAS, la compra de maquinaria para trabajar la demanda del mercado, y la investigación y el desarrollo para cumplir en el producto la solubilidad de los propóleos que el mercado requiere. Véase anexos VI.

Para realizar la proyección de ventas se tomo en cuenta la inflación al día en que se elabora dicho proyecto, con una inflación del 7.99% en México y por otro lado con un 2.6% de inflación en Japón, se toma el mismo número de unidades exportadas para los 5 años en los que se realiza a exportación. Cabe destacar que la utilidad de la exportación para el primer año que se puede ver en anexos VII es de \$2,680,842.41 y asciende a un total de \$2,686,783.90 para el último año. Lo cual indica que efectivamente habrá un incremento en las ganancias que obtenga la empresa en caso de llevar el proyecto a cabo.

y se pudo llegar a la conclusión de tanto de país importador como del exportador, por lo que, en resumen, de los dos, ambos muestran un crecimiento anual, dando como resultado un incremento en sus ventas y en las ganancias del exportador.

La proyección del estado de resultados de la empresa indicará el crecimiento a largo plazo que esta tendrá, lo cual se puede observar que a medida que los años aumentan se obtiene un mayor número de ventas en comparación del primer año en la puesta en marcha del proyecto, esto se debe a la inflación esperada en los próximos años, se logra observar de igual forma que en los años intermedios habrá un mayor número de ingresos superando por mucho tanto a los del inicio como a los del final; si bien no se ve un crecimiento mantenido en el tiempo si se observa que sigue existiendo ganancia durante el tiempo en el que se está proyectando.

6.3 Evaluación financiera

La evaluación financiera del proyecto se realizó con base en diversos indicadores que permiten saber la viabilidad del proyecto, entre ellos se encuentra el valor presente neto, TREMA, Tasa Interna de Retorno y el índice de rentabilidad, estos indicadores de acuerdo con sus resultados serán un parteaguas para la empresa en cuestión.

Cada uno de estos indicadores refleja factores diferentes sobre el proyecto, por lo que se conoce, el valor presente neto se refiere a hacer una comparación entre lo invertido y las ganancias o pérdidas, según sea el caso, que el proyecto dará en un futuro. Por otro lado, la TREMA se refiere a la tasa mínima aceptada para que el proyecto resulte viable en la cual también se incluirá la inflación. A continuación, se muestran estos indicadores obtenidos de la inversión, ganancia y la proyección de este trabajo a cinco años.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad de operación		\$1,839,769.86	\$1,846,026.76	\$1,849,047.84	\$1,848,477.42	\$1,843,928.90
Depreciación		\$23,478.94	\$23,478.94	\$23,478.94	\$23,478.94	\$23,478.94
Amortización		\$29,120.81	\$29,120.81	\$29,120.81	\$29,120.81	\$29,120.81
Pago al principal		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Flujo de efectivo operativo	\$189,332.79	\$1,892,369.61	\$1,898,626.51	\$1,901,647.59	\$1,901,077.18	\$1,896,528.65

TREMA	Cetes	8.01%
	Inflación	7.99%
	Prima por inflación	0.63999900%
	TREMA	16.63999900%

Valor presente neto	\$4,932,529.57
Índice de rentabilidad	\$ 5.15
Tasa interna de retorno	158%

Los resultados de los cálculos del indicador del TREMA, indican que si el porcentaje obtenido es menor a la inflación generará pérdidas y si, por el contrario, este porcentaje es mayor, el proyecto logra ser redituable, recordando que, para el momento de la realización del proyecto, la inflación es del 7.99%, el porcentaje del TREMA supera casi por el doble a la inflación, entendiendo así que el proyecto es redituable.

En cuanto al valor presente neto y la tasa interna de retorno se conoce que entre mayor sea la TIR, mejor será la inversión, es decir, para este proyecto la tasa interna de retorno es del 158% cuando la mínima aceptada es del 40%, superando por mucho este valor.

Después del análisis de estos datos se considera que afortunadamente el proyecto es viable, ya que a lo largo del tiempo se observa una recuperación, principalmente de lo invertido, y en consecuencia se verán reflejadas las ganancias de realizar este proyecto de exportación.

CAPITULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Debido a la globalización que se vive actualmente, hablar de exportaciones resulta ser un tema muy recurrente para las empresas pequeñas y no tan pequeñas, que estén o no iniciando su formación y entrando a la competencia del mercado, ya que la mayoría de estas están convencidas que para crecer requieren la entrada a mercados extranjeros y si bien es cierto, es necesario realizar un trabajo de investigación con antelación para poder tomar óptimas decisiones basadas en hechos que permitan realizar este tipo de actividades de la mejor forma posible, asegurando el éxito por completo y el crecimiento en grande de las empresas en cuestión, por lo que tras la realización de dicha investigación se llegó a las siguientes conclusiones; dichas conclusiones podrían marcar una pauta importante y convertirse en un parteaguas para la empresa Zumbido de Monte en su toma de decisiones.

Durante la realización del proyecto se pudo observar que el extracto de propóleo es realmente un producto que tiene un gran potencial, iniciando desde la importancia que cobra este al ser un auxiliar en la cura de diversas afecciones de forma natural, por otro lado es sumamente relevante que el producto sea elaborado con procesos muy simples, ya que afortunadamente para la elaboración no se requiere de maquinaria especializada ni de otros aditamentos para poder obtenerla, lo cual lo vuelve un producto de fácil manejo y continuando sobre la misma línea se podría mencionar que el propóleo por si mismo es incluso desconocido por los mismos apicultores, es decir, la misma empresa comento en reiteradas ocasiones que este llega a ser un desperdicio ya que desconocen sus propiedades y el potencial, por lo que vuelve al producto sumamente especial.

Se llegó a la conclusión que, de acuerdo a lo mencionado anteriormente, este producto puede tener precios muy accesibles para la producción, lo que se traduciría en precios bajos comparados con los otros productos que se pudieron localizar en el mercado, lo cual permite tener un mayor margen de ganancia que beneficiará en gran medida a la empresa Zumbido de Monte, aunado a esto se observó que tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional, el producto final “Extracto de propóleo” no es fabricado por muchas empresas, dejando un gran margen de mercado desatendido al cual satisfacer.

Sin embargo lo que se puede tomar como una ventaja en acaparar mayor parte del mercado también podría verse afectado debido a que se requiere de un arduo trabajo de concientización de la población para que en primera, las abejas que en este caso sería parte de la materia prima, puedan seguir reproduciéndose y creciendo en ambientes propicios en

los que la población las puedan cuidar y sobre todo conocer la gran importancia de estas para la vida de los seres humanos, y en segundo se requiere la concientización mediante una gran labor de mercadotecnia para que el producto pueda ser posicionado entre los consumidores.

Se considera que es de suma importancia, primero que nada, atender al mercado nacional, ya que existen posibilidades que pudieran permitir el crecimiento de la empresa de forma orgánica y con esto de la mano, obtener un propio financiamiento para posteriormente realizar la exportación sin tener que ver comprometida a la empresa de tomar créditos.

Cabe mencionar que el producto se considera viable ya que de forma nacional cumple con requerimientos necesarios para ser comercializados dentro del país, siendo esto un parteaguas para, como se mencionó anteriormente, se pueda establecer de forma nacional.

Por otro lado, el mercado elegido es el Japonés, el cual a lo largo de un capítulo completo se mencionó que si bien es un mercado difícil de penetrar debido principalmente a los requerimientos que exigen por lo que se puede decir que para que el producto de Zumbido de Monte pueda entrar es necesario hacer algunas adaptaciones a los procesos y se requiere de una investigación un poco más profunda en cuanto a los procesos en conjunto con laboratorios certificados para conocer principalmente las causas de estos problemas así como encontrar una mejor forma de poder solucionarlos, no obstante es necesario obtener las certificaciones necesarias que avalen al producto como orgánico, así como es necesaria la adaptación del envase, empaque y etiquetado del producto derivado de los mismos requerimientos.

Se pudo llegar a la conclusión que una vez realizados todos los procesos necesarios para la entrada, la exportación es posible, ya que durante la realización de este proyecto y en conjunto con el apoyo de la Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario de Veracruz y la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural en Japón se logró un primer acercamiento con posibles clientes de Zumbido de Monte, que permitieron analizar el mercado, a profundidad, obteniendo información de primera mano, confiable y de suma importancia para conocer cómo está el mercado japonés en la actualidad, sus gustos y preferencia al comprar los productos y sobre todo entender que el mercado japonés se encuentra sumamente interesado por el producto que la empresa Zumbido de Monte ofrece, por lo cual se cree que una vez hecho todas las adaptaciones necesarias, se tiene un gran mercado, el cual podría ayudar a la

empresa en exponencialmente incrementar sus ventas y convertirse en una empresa exportadora.

Por otro lado, de forma interna, se considera que podría ser muy importante estructurar a la empresa de manera correcta, permitiendo que a medida que esta crezca, crear los departamentos correctos con el personal correcto para evitar que el trabajo resulte excesivo en las épocas del año en las que se realiza la cosecha y recaiga sobre una sola persona toda la responsabilidad.

ANEXOS

Anexo I

Para el correcto funcionamiento de los diversos departamentos es necesario realizar la descripción de puestos ya que en estas se muestran a quienes responden los diversos departamentos y cuáles son sus funciones.

Análisis de Puesto: Departamento de Producción.	
Definición. Encargado de supervisión de producción y elaboración de productos. que cosecha, extracción y envasado de propóleo.	
<p>Funciones: Supervisar la colocación correcta de trampas-nido. Supervisar las actividades de separación de miel y propóleo, refrigeración, maceración, producción y envasado de propóleo. Proponer mecanismos de comunicación permanente que permitan verificar en forma continua el volumen y calidad de propóleo extraída. Verificar estándares de calidad en la maceración del propóleo. Realizar las actividades de etiquetado de miel bajo las Normas Oficiales vigentes.</p>	<p>Responsabilidad: Supervisar personal de cosecha, extracción y envasado de producto. Supervisar controles de calidad en productos. Evaluar los procesos de trabajo y desempeño de sus actividades. Generar reportes mensuales a departamento de control de gestión. Comunicación efectiva con departamento de control de gestión. Selección de personal capacitado para el área.</p>
<p>Relaciones Internas: Departamento de control de calidad. Departamento de control de gestión. Departamento de Investigación y desarrollo. Departamento de compras. Departamento de administración.</p>	<p>Relaciones externas: Proveedores. Empresas de I+D. Empresas de implementación de tecnología en procesos.</p>
Perfil de candidato: Personal con experiencia en producción, conocimiento del sector apícola, conocimiento en procesos productivos efectivos.	
Supervisa a: Departamento de calidad e Investigación y desarrollo.	

Análisis de puesto: Gerente General

Definición: Encargado de planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades realizadas dentro de la empresa.

<p>Funciones: Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades realizadas dentro de la empresa. Planificar los objetivos a corto y largo plazo de la empresa. Dirigir, tomar decisiones, supervisar la empresa. Incentivar a los departamentos al logro de los objetivos. Proponer políticas funcionales para todas las áreas. Establecer mecanismos de comunicación permanente que permitan verificar en forma continua, el cumplimiento de las actividades a su cargo y la de sus subordinados. Iniciar y mantener relaciones con instituciones públicas y privadas relacionadas con los objetivos de la cooperativa. Evaluar los procesos de trabajo y desempeño. Diagnosticar anualmente las necesidades de la empresa. Elaborar el programa de actividades anuales de la gerencia. Vigilar el buen uso de los recursos materiales y financiero.</p>	<p>Responsabilidad: Supervisar los programas estratégicos, operativos y financieros de la empresa. Supervisar diversas áreas y su correcto funcionamiento. Responder en nombre de la empresa ante cualquier situación. Supervisar el incremento en el volumen de unidades vendidas.</p>
---	--

<p>Relaciones Internas: Departamento de control de gestión. Departamento de administración.</p>		<p>Relaciones Externas: Instituciones públicas y/o privadas. Proveedores. Inversionistas. Empresas intermediarias para la exportación del producto.</p>
--	--	--

Perfil de candidato: Experiencia en administración de empresas, experiencia en sector apícola, conocimiento de procesos productivos.

Supervisa a: Departamento de mercadotecnia, ventas/compras, administración, producción, finanzas, recursos humanos, exportación.

Análisis de puesto: Departamento de Control de Gestión.

Definición: Encargado de medir el cumplimiento de los objetivos y de la correcta armonía entre los departamentos	
<p>Funciones: Diseño e implementación de procesos administrativos. Recopilar información de departamentos. Asesorar a la gerencia y comunicar conclusiones de los análisis. Evaluar y vigilar que se cumplan los objetivos referentes a todos los departamentos de la empresa. Detectar errores que impidan la buena gestión de la empresa. Análisis y control</p>	<p>Responsabilidades: Reportar cualquier situación a gerencia. Supervisar departamentos. Atender necesidades de los departamentos. Establecer procedimientos de control. Reclutamiento de personal capacitado para áreas.</p>
<p>Relaciones internas: Gerencia y departamentos internos de la empresa. Departamento de administración.</p>	<p>Relaciones externas: N/A.</p>
<p>Perfil de candidato: Persona resolutiva, decisivo, capacidad crítica.</p>	
<p>Supervisa a: Departamento de mercadotecnia, ventas/compras, administración, producción, finanzas, recursos humanos, exportación.</p>	

Análisis de puesto: Departamento de Ventas

Definición: Encargado de alcanzar objetivos en cuanto al aumento de ingresos, adquisición de clientes, maximizar el potencial del equipo de ventas.	
<p>Funciones: Lograr el crecimiento y objetivos de venta. Captación de cliente. Entablar y fomentar relaciones fuertes y duraderas con clientes. Identificar mercados emergentes y cambios en el mercado.</p>	<p>Responsabilidades: Supervisar el cumplimiento de plan estratégico para el aumento de clientes de la empresa. Supervisar el cumplimiento de plan estratégico para el incremento de ventas. Elaborar reporte quincenal de ventas en caso de aumento o pérdidas. Selección de personal adecuado para el equipo de ventas.</p>
<p>Relaciones internas: Departamento de control de gestión. Departamento de administración.</p>	<p>Relaciones externas: Cadenas de autoservicio. Empresas comercializadoras nacionales e internacionales. Clientes potenciales. Empresas mayoristas. Clientes minoristas.</p>
<p>Perfil de candidato: Personal con experiencia en ventas, experiencia en comercialización, capacidad de negociación con empresas grandes.</p>	
<p>Supervisa a: N/A.</p>	

Análisis de puesto: Departamento de Mercadotecnia.

Definición: Personal capaz de crear y enriquecer relaciones con clientes a través de la promoción del producto.	
Funciones: Desarrollar estrategias para difundir la existencia de la empresa. Realizar campañas de publicidad. Gestionar el presupuesto para el marketing. Creación de contenido, gestión de eventos y campaña de generación de clientes potenciales. Analizar el comportamiento del mercado.	Responsabilidades: Elaborar informes mensuales de las estrategias y sus resultados. Manejar y asignar fondos de manera inteligente. Elaborar una campaña de publicidad y promoción mensualmente. Supervisar cumplimiento de objetivos del departamento. Selección de personal especializado.
Relaciones internas: Departamento de control de gestión. Departamento de administración.	Relaciones externas: Agencia de mercadotecnia Empresas de imprenta. Radiodifusoras. Empresas de mercadotecnia en país destino.
Perfil del candidato: Personal con experiencia en implementación de campañas de publicidad, personal con habilidades en programas	
Supervisa a: N/A	

Análisis de puesto: Departamento de Finanzas

Definición: Encargado de que las funciones de contabilidad diarias de la empresa se ejecuten de manera precisa y efectiva.	
Funciones: Cierre mensual y anual contable. Llevar a cabo auditorias. Establecer y aplicar métodos, políticas y principios contables adecuados. Cobros en efectivo. Cuentas por cobrar y pagar. Mantener archivos y registros para documentar transacciones. Control y análisis de datos contables	Responsabilidades: Elaborar estados financieros. Reportar a gerente general de cualquier anomalía. Mantener una buena contabilidad en la empresa.
Relaciones internas: Departamento de control de gestión.	Relaciones externas:

Departamento de administración.	Entidades estatales, federales para hacer declaraciones y todos los procesos que existan.
Perfil del candidato: Personal con experiencia en el manejo de recursos financieros con buenos resultados, licenciatura en contaduría.	
Supervisa a: N/A	

Análisis de puesto: Departamento de Compras	
Definición: Encargado de que las funciones de la realización de compras de manera óptima.	
<p>Funciones: Satisfacer necesidades de abastecimiento en todos los departamentos. Compra de materias primas. Inversión en I+D. Análisis para la compra de maquinaria.</p>	<p>Responsabilidades: Reporte mensual de compras a finanzas. Reporte mensual de compras a gerencia. Reporte mensual de compras a administración.</p>
<p>Relaciones internas: Departamento de control de gestión. Departamento de administración. Departamento de mercadotecnia Departamento de administración. Departamento de producción Departamento de finanzas Departamento de recursos humanos Departamento de exportación</p>	<p>Relaciones externas: Proveedores.</p>
Perfil del candidato: Personal con experiencia en compras nacionales e internacionales, conocimientos de leyes aplicables a importación de productos.	
Supervisa a: N/A	

Análisis de puesto: Departamento de Recursos Humanos.

Definición: Encargado de que organizar, planificar y administrar tareas relacionada con las personas que integran a la empresa.	
Funciones: Gestionar el clima laboral en la empresa. Gestión del talento en la organización. Establecer la política salarial y retributiva. Generar un código de conducta. Fomentar la comunicación interna.	Responsabilidades: Realizar la evaluación del desempeño de los empleados. Realizar la política de formación para los empleados. Retener y contener el talento en la compañía. Mantener el buen clima laboral en la empresa. Controlar y mantener actualizada la formación en la empresa.
Relaciones internas: Departamento de control de gestión. Departamento de administración. Departamento de mercadotecnia Departamento de administración. Departamento de producción Departamento de finanzas Departamento de recursos humanos Departamento de exportación	Relaciones externas: N/A
Perfil del candidato: Personal con experiencia en manejo de personal, personal capacitado para la resolución de conflictos.	
Supervisa a: N/A	

Análisis de puesto: Departamento de Calidad

Definición: Se encarga de la implementación de sistemas de calidad en procesos y productos finales.	
Funciones: Administrar la documentación relacionada con los procesos de calidad. Liderar proyectos que aseguren la calidad en la empresa. Impulsar la interacción entre equipos que participan para mejora continua,	Responsabilidades: Velar por el adecuado entrenamiento y formación de personal de la empresa. Participar activamente en procesos de diseño y elaboración de productos. Verificar el cumplimiento de NOM's. Verificar cumplimiento de certificaciones.
Relaciones internas: Departamento de control de gestión.	Relaciones externas: Empresas de implementación de tecnologías.

Departamento de administración. Departamento de producción. Departamento de compras. Departamento de I+D.	Organismos gubernamentales. Secretaría de salud, SAGARPA.
Perfil del candidato: Personal con experiencia en control de calidad, dirección de procesos de calidad y implementación de tecnologías en procesos.	
Supervisa a: N/A	

Análisis de puesto: Departamento de Investigación y Desarrollo	
Definición: Se encarga de la búsqueda de servicios y productos que permitan una mejora en la empresa.	
Funciones: Desarrollo de nuevas tecnologías en procesos productivos. Investigación en materiales utilizados en productos. Desarrollo de procesos óptimos, Desarrollo de prototipos para creación de nuevos productos.	Responsabilidades: Proposición de aplicación de tecnología. Desarrollo de procesos eficaces para la producción. Tomar medidas para el desarrollo de ventajas competitivas. Obtener mayor conocimiento del sector.
Relaciones internas: Departamento de control de gestión. Departamento de administración. Departamento de producción. Departamento de compras. Departamento de calidad.	Relaciones externas: Empresas de implementación de tecnologías. Organismos gubernamentales. Organismos internacionales.
Perfil del candidato: Personal con experiencia en el desarrollo de procesos y implementación de tecnologías en productos.	
Supervisa a: N/A	

Análisis de puesto: Departamento de Exportación.

Definición: Se encarga de la búsqueda nuevos mercados para la internacionalización de productos.	
<p>Funciones: Elaborar plan de ventas a nivel internacional. Elaborar estrategias globales para la entrada a mercados. Analizar el comportamiento de mercados extranjeros respecto al producto que ofrece la empresa. Análisis de condiciones externas a la empresa que influyan en las exportaciones. Identificar oportunidades y posibles socios.</p>	<p>Responsabilidades: Elaborar plan estratégico para la internacionalización Crear relaciones con empresas en mercados extranjeros, Informar movimientos de mercado a la gerencia. Acudir a ferias internacionales del sector.</p>
<p>Relaciones internas: Departamento de control de gestión. Departamento de ventas. Departamento de administración. Departamento de producción. Departamento de compras. Departamento de calidad.</p>	<p>Relaciones externas: Empresas extranjeras. Proveedores extranjeros. Intermediarios en mercado destino. Organismos gubernamentales. Organismos internacionales.</p>
Perfil del candidato: Personal experiencia que posea una formación muy especializada en comercio exterior, preferiblemente con carrera universitaria y con conocimientos específicos conseguidos en algún máster.	
Supervisa a: N/A	

Anexos II

Riesgos internos para el proyecto de exportación (Parte I)				
Concepto	Riesgo	Plan de contingencia		Costo
Falta de capital humano	Carga de trabajo excesiva en épocas de cosecha/ El poco personal realiza todas las tareas	Contratación de personal calificado y con experiencia en las áreas requerentes.	4 empleados para cosecha (2 días)	\$ 2,000.00
Falta de creación de departamentos	No existe personal especializado en cada área y tarea en específico. Incumplimiento de objetivos principales de la empresa. Incumplimiento de contratos	De acuerdo con la contratación de personal, se acomodará en los diferentes departamentos según sus habilidades y destrezas.	Salario por persona (Mensual)	\$ 5,255.00
Posicionamiento de la marca a nivel local	Falta de comercialización del producto	Campañas de publicidad y promoción	Creación de redes sociales, Campaña de publicidad en redes sociales, Campaña de mercadotecnia a través de E-mail.	\$ 3,600.00

		Asistencia a ferias y exposiciones especializadas en apicultura.	FOODEX JAPAN/Expo ANTAD & Alimentaria México 2022/ EXPO AGROALIMENTARIA GUANAJUATO 2022	\$ 3,500.00
Campañas de concientización referente a los productos que ofrece la empresa.	Desconocimiento de los beneficios que ofrecen los productos.	Elaborar actividades de mercadotecnia en redes sociales.	Campaña de publicidad en redes sociales y E-mail marketing	\$ 1,600.00
		Creación y mejora de páginas web enfocadas en la concientización.	Creación de redes sociales, registro y administración de redes sociales	\$ 2,300.00
		Cursos con expertos en el tema para la concientización de los apicultores y personal interesado	viáticos	\$ 3,500.00
Creación y adecuación de instalaciones para la empresa	Incumplimiento de parámetros de calidad del producto y condiciones óptimas para el proceso de producción.	Adquisición de terrenos para la colocación de colmenas.	Compra de terreno	\$ 150,000.00
		Renta de un espacio en la ciudad para el establecimiento de las oficinas administrativas de la empresa.	Renta de oficinas en la Ciudad de Xalapa, Ver.	\$ 3,100.00

Dependencia de un solo cliente	Desperdicio de producto destinado para la exportación (se queda el producto sin ser vendido)	Ampliación de cartera de clientes con el apoyo de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural.	Contacto directo con SADER	\$ -
		Realizar contratos de compraventa con cláusulas específicas para comprometer la mercancía.	Elaboración de contratos de compraventa	\$ 2,500.00
Temporalidad y variación de la cosecha	No contar con cantidad solicitada de producto en ciertas épocas del año.	Búsqueda de proveedores aledaños a la zona de las colmenas con mismos estándares de calidad.	Compra de alrededor de 100 kg al mes	\$ 400.00
	Variabilidad de kilogramos obtenidos en la cosecha.	Contar con reserva del producto en caso de ser necesario.	Compra de alrededor de 100 kg al mes	\$ 600.00

Riesgos externos para el proyecto de exportación. (Parte I)				
Concepto	Riesgo	Plan de contingencia		Costo
Cumplimiento de parámetros de oxidación del producto requeridos para su exportación en resultados de los análisis.	No concretar exportación por no cumplir con los requerimientos.	Verificar los procesos de producción de propóleos que cumplen con las normas y adaptarlos a los productos de la empresa.	Análisis de laboratorio en espacios certificados por la embajada.	\$ 3.000.00

Deforestación, insecticidas y químicos	Incorrecto desarrollo y reproducción de las abejas que se reflejará en la producción de propóleos.	Protección y control de ambientes aledaños a la zona de ubicación de las colmenas (contar con proveedores)	Contratación de Seguro de Riesgos Industriales y Agropecuarios	\$ 5,000.00
Impactos ambientales	Disminución de productividad de abejas por fenómenos hidrometeorológicos	Plantación de árboles y vegetación que ayuden a su productividad. Fondos de Aseguramiento de la Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas (Seguro Apícola de Daños Climáticos)	Contratación de Seguro de Riesgos Industriales y Agropecuarios	\$ 5,000.00
Riesgo de logística	Incumplimiento de condiciones de entrega del producto en el país destino	Cotización de transporte aéreo como segunda opción para la exportación del producto.	DHL Forwarding	\$ 82,357.16
Precios por encima o debajo del mercado	Ninguna del producto en mercado destino	Realizar estudio de mercado y determinar precios de acuerdo con la competencia	Contacto directo con SADER en Japón para el apoyo en la determinación de precios. Contacto directo con SEDECOP para el apoyo en la determinación de precios de exportación	\$ -

Riesgo comercial	Competencia directa y elección de otros productores sobre nosotros.	Ofrecer muestras del producto para su análisis.	Entrega de muestras de propóleo producido por la empresa	\$ 200.00
		Resaltar características que distinguen el producto de la competencia.	Certificaciones nacionales del producto como "Hecho en Veracruz"	\$ -
		Ofrecer productos con relación precio-calidad.	Elaboración de productos con buenas prácticas.	\$ -
	Incumplimiento de pago de importadores	Contar con un seguro que permita afrontar la situación con menores riesgos de pérdida de producto	Contratación de seguros de crédito a la exportación	\$ 7,000.00
		Medios de pagos condicionados	Elaboración de contratos de compraventa	\$ 2,500.00
Riesgos políticos	Incumplimiento de pago de importadores por ser países inestables o con riesgos políticos	Contar con un seguro que permita afrontar la situación con menores riesgos de pérdida de producto	Contratación de seguros de crédito a la exportación	\$ 7,000.00

Anexos III




BALANCE GENERAL AL 31 DE MAYO DE 2022

ACTIVO		PASIVO	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Caja	\$13,200	Proveedores	\$11,000
Bancos	\$30,000	Gastos pendientes de pago	\$740
Inventario	\$23,000		
Total Activo Circulante	\$66,200	Total Pasivo Circulante	\$11,740
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	
Terrenos	\$450,000	Documentos por pagar a largo plazo	\$18,600
Mobiliario y equipo.	\$40,000		
Depreciación acumulada	-\$4,000		
Equipo de computo	\$8,000	Total Pasivo Circulante	\$18,600
Depreciación acumulada	-\$800		
Equipo de transporte	\$360,000		
Depreciación acumulada	-\$36,000		
Total Activo Fijo	\$817,200	SUMA DEL PASIVO	\$30,340
Activo diferido		CAPITAL CONTABLE	
Papelería y útiles	\$800.00	Capital social	\$855,960
Rentas pagadas por anticipado	\$2,100		
Total Activo Diferido	\$2,900	Total Capital contable	\$855,960
SUMA DEL ACTIVO	\$886,300	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	\$855,960
		SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE	\$886,300

Nota: Balance general de la empresa Zumbido de Monte, calculado hasta el 31 de mayo de 2022. Elaboración propia.

Anexos IV

	ZUMBIDO DE MONTE										
	Estado de Resultados										
	Al 31 de mayo de 2022										
	Enero	%	Febrero	%	Marzo	%	Abril	%	Mayo	%	
	12,000		70,000		12,000		15,000		13,200		122,200
INGRESOS	12,000		70,000		12,000		15,000		13,200		122,200
Ventas brutas											
Ventas Netas	3,926		7,361		3,435		4,907		3,926		23,555
Costo de Ventas	3,926	32.72%	7,361	10.52%	3,435	28.63%	4,907	32.72%	3,926	29.74%	23,555
Costo de ventas	8,074	67%	62,639	89%	8,565	71%	10,093	67%	9,274	70%	98,645
UTILIDAD BRUTA											
GASTOS OPERATIVOS											
	10		10		10		10		10		
Gastos de venta	15		15		15		15		15		
Formones de carpintero	180		0		180		0		180		
Cuchillo apicola	175		175		175		175		175		
Luz eléctrica	0		0		0		2,000		2,000		
Agua	21		21		21		21		21		
Sueldos y salarios	21		21		21		21		21		
Velo de protección	100		100		100		100		100		
Cuñas apícolas	175		175		175		175		175		
Combustible para desbrozadora											
Renta de terreno	697	6%	517	1%	697	6%	2,517	17%	2,697	20%	7,123
Otros gastos de venta											
Total Gastos de venta											
	180		0		180		0		180		0
Gastos administrativos	0		0		0		3,000		2,000		
Luz eléctrica	520		520		520		520		520		
Sueldos	175		175		175		175		175		
Internet	800		800		800		800		800		
Agua	1,675	14%	1,495	2%	1,675	14%	4,495	30%	3,675	28%	13,015
Artículos de papelería											
Total Gastos Administrativos	2,372	20%	2,012	3%	2,372	20%	7,012	47%	6,372	48%	20,138
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	5,702	48%	60,627	87%	6,193	52%	3,081	21%	2,902	22%	78,507
UTILIDAD OPERATIVA											
Gastos financieros											
Gastos y productos financieros	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0
Total Gastos Financieros	5,702	48%	60,627	87%	6,193	52%	3,081	21%	2,902	22%	78,507
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS											
	\$0.00		\$0.00		\$0.00		\$0.00		\$0.00		\$0.00
Impuestos sobre el ingreso											
Total impuestos	\$5,702.47	48%	\$60,627.35	87%	\$6,193.21	52%	\$3,081.01	21%	\$2,902.47	22%	\$78,506.50
UTILIDAD NETA											

Nota: Estado de resultados de la empresa Zumbido de Monte. Elaboración propia.

Anexos V

Tabla 6.1 Estado de flujo de efectivo		
Actividades de Operación		
CONCEPTO	IMPORTE	TIPO DE MOVIMIENTO
Utilidad neta	\$ 78,506.50	E
Inventario	\$ 23,000.00	E
Proveedores	\$ 11,000.00	S
Gastos pendientes de pago	\$ 740.00	S
Total:	\$ 113,246.50	
Actividades de Inversión		
Terrenos	\$ 450,000.00	E
Mobiliario y equipo	\$ 40,000.00	S
Equipo de computo	\$ 8,000.00	S
Equipo de transporte	\$ 360,000.00	S
Total:	\$ 858,000.00	
Actividades de Financiamiento		
Capital social	\$ 855,960.00	E
Documentos por pagar a largo plazo	\$ 18,600.00	S
Total:	\$ 874,560.00	

Nota: Determinación de estado de flujos de efectivo de la empresa Zumbido de Monte. Elaboración propia.

Anexo VII

COSTOS DE INVERSIÓN PARA LA EXPORTACIÓN		
INVERSIÓN FIJA		
	Refrigerador industrial	\$62,083.00
	Molino Pulverizador 50 kg	\$127,706.42
	Instalación de meliponarios	\$45,000.00
Total inversión fija		\$234,789.42
INVERSIÓN DIFERIDA		
	Traductor de etiqueta	\$2,258.84
	Inversión en Investigación y Desarrollo	\$100,000.00
	Contratación de personal para elaboración de contratos de compraventa	\$2,500.00
	Certificado de origen	\$172.00
	Feria FOODEX JAPAN	\$10,717.50
	Certificado para exportación libre venta de alimentos, bebidas alcohólicas, no alcohólicas, entre otras	\$1,233.71
	Campañas de publicidad en redes sociales y E-mail marketing. Registro y administración de redes sociales	\$5,900.00
	Otorgamiento de la autorización para el uso del emblema Hecho en México	\$0.00
	Certificado fitosanitario internacional	\$558.00
	Diseño de etiqueta	\$5,600.00
	Inscripción en el padrón de exportadores sectorial	\$0.00
	Certificación de calidad JAS	\$14,664.00

	Diseño de página web	\$2,000.00
	Registro de marca	\$0.00
Total inversión diferida		\$145,604.05
INVERSIÓN CIRCULANTE		
	Velo de protección	\$250.00
	Cuñas apícolas de acero inoxidable	\$250.00
	Potes de barro	\$35,000.00
	Formones de carpintero	\$120.00
	Cuchillo apícola	\$180.00
	Capital de trabajo	\$773,139.32
Total inversión circulante		\$808,939.32
INVERSIÓN TOTAL		\$1,189,332.79

Nota: Propuesta de inversión de la empresa Zumbido de Monte. Elaboración propia

Anexos VII

Proyección de ventas de acuerdo con la tasa de inflación					
	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Unidades vendidas	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00
Precio unitario	\$761.64	\$781.44	\$801.76	\$822.60	\$843.99
Total precio de ventas Japón	\$3,808,179.55	\$3,907,192.22	\$4,008,779.22	\$4,113,007.48	\$4,219,945.67
Costos variables					
Unidades vendidas	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00
Costo variable unitario	\$154.63	\$166.98	\$180.32	\$194.73	\$210.29
Total costos variables	\$773,139.32	\$834,913.15	\$901,622.71	\$973,662.37	\$1,051,457.99
Margen de contribución	\$3,035,040.24	\$3,072,279.07	\$3,107,156.51	\$3,139,345.11	\$3,168,487.69
Costo fijo de producción	\$41,326.00	\$44,627.95	\$48,193.72	\$52,044.40	\$56,202.75
Costo fijo de operación	\$182,114.00	\$196,664.91	\$212,378.43	\$229,347.47	\$247,672.33
Costo fijo de exportación	\$130,757.83	\$141,205.38	\$152,487.69	\$164,671.46	\$177,828.71
Utilidad de operación	\$2,680,842.41	\$2,689,780.84	\$2,694,096.66	\$2,693,281.79	\$2,686,783.90

Nota: Proyección de ventas a cinco años de la empresa Zumbido de Monte, de acuerdo con la tasa de inflación Japón-México. Fuente Banco de México. Elaboración propia.

Anexos VIII

Estado de resultados proyectado de exportación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$3,808,179.55	\$3,907,192.22	\$4,008,779.22	\$4,113,007.48	\$4,219,945.67
Costo total	\$945,223.15	\$1,020,746.48	\$1,102,304.12	\$1,190,378.22	\$1,285,489.44
Utilidad bruta	\$2,862,956.41	\$2,886,445.74	\$2,906,475.10	\$2,922,629.26	\$2,934,456.23
Gastos de operación	\$182,114.00	\$196,664.91	\$212,378.43	\$229,347.47	\$247,672.33
Depreciación	\$23,478.94	\$23,478.94	\$23,478.94	\$23,478.94	\$23,478.94
Amortización	\$29,120.81	\$29,120.81	\$29,120.81	\$29,120.81	\$29,120.81
Utilidad de operación	\$2,628,242.65	\$2,637,181.08	\$2,641,496.91	\$2,640,682.04	\$2,634,184.15
interés	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Utilidad antes de impuestos	\$2,628,242.65	\$2,637,181.08	\$2,641,496.91	\$2,640,682.04	\$2,634,184.15
Impuestos	\$788,472.80	\$791,154.33	\$792,449.07	\$792,204.61	\$790,255.24
Utilidad neta	\$1,839,769.86	\$1,846,026.76	\$1,849,047.84	\$1,848,477.42	\$1,843,928.90

Nota: Proyección de estado de resultados a cinco años de la empresa Zumbido de Monte. Elaboración propia.

Referencias

- Atlas Nacional de las Abejas y Derivados Apícolas. (2017). Propóleos. Recuperado de: https://atlasnacionaldelasabejasmx.github.io/atlas/cap4.html#41_Composici%C3%B3n_Qu%C3%ADmica
- Biocomercio Perú (2010). Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios para exportar alimentos a Japón. Recuperado de: https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_japon.pdf
- CEI (2012). Estudio de miel de abeja, mercado de Japón. https://www.jica.go.jp/nicaragua/espanol/office/others/c8h0vm000001q4bc-att/24_estudio_04.pdf
- COVUE (2020). Importar alimentos a Japón: ¿Qué necesita saber? Recuperado de: <https://www.covue.com/es/blog/importing-foods-to-japan-what-you-need-to-know/>
- Economipedia. (2014). *Balance general*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/balance-de-situacion.html>
- Embajada del Japón en México. (2018). Japan Fact Sheet. Recuperado de: <https://web-japan.org/factsheet/es/index.html>
- Expansión. (2021). Japón: Economía y demografía. Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/paises/japon>
- Expansión (2019). Japón – Inmigración. Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/inmigracion/japon>
- Expansión (2020). Japón – Salario Medio. Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/mercado-laboral/salario-medio/japon>
- Instituto Nacional de la Economía Social (2018). Historia e importancia de la Apicultura. Recuperado de: <https://www.gob.mx/inaes/articulos/historia-e-importancia-de-la-apicultura>
- Journal of Ethnic Foods (2017) Beekeeping and honey production in Japan and South Korea: past and present. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352618117300380>
- Market Access Map (2021). Condiciones de acceso a los mercados. Recuperado de: <https://www.macmap.org/es/query/results?reporter=392&partner=484&product=041000&level=6>
- MedlinePlus. (2021). Propóleos. Recuperado de: <https://medlineplus.gov/spanish/druginfo/natural/390.html#Description>
- Ministry of Foreign Affairs of Japan (2020) Guía informativa de Japón. Recuperado de: <https://web-japan.org/factsheet/es/>
- Nippon. Una ventana a Japón (2016) Las abejas de Ginza: un mensaje esperanzador. Recuperado de: <https://www.nippon.com/es/views/b00307/>
- OECD. (2019). Japón. Recuperado de: <https://oec.world/es/profile/country/jpn?subnationalFlowSelector=flowI&subnationalTimeSelector=timeYear>
- Programa Pequeñas Donaciones del FMAM. (2014). Productos de la colmena: Cosecha, prepara y consume propóleo de abejas para mejorar tu salud. Recuperado de: <https://www.ppdmexico.org/post/productos-de-la-colmena-cosecha-prepara-y-consume-propoleo-de-abejas-para-mejorar-tu-salud>
- Santandertrade (2019). Cifras del Comercio Exterior en Japón. Recuperado de: https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/japon/cifras-comercio-exterior?url_de_la_page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Fjapon%2Fcifras-comercio-exterior&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser
- Santandertrade (2020). Japón: llegar al consumidor. Recuperado de: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/japon/llegar-al-consumidor>
- Santandertrade (2020). Japón: política y economía. Recuperado de: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/japon/politica-y-economia>
- Santandertrade (2020). Japón: entorno legal. <https://santandertrade.com/es/portal/establecerse-extranjero/japon/entorno-legal>
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2018). Balanza Comercial de México. Importación y Exportación. Recuperado de: https://atlas-abejas.agricultura.gob.mx/cap5.html#55_Balanza_Comercial_de_M%C3%A9xico_Importaci%C3%B3n_y_Exportaci%C3%B3n

- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (2016). Japón, consejerías agropecuarias. Recuperado de: <https://www.gob.mx/agricultura/acciones-y-programas/japon-consejerias-agropecuarias>
- Secretaría de Economía (2010). Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSAI-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados-Información comercial y sanitaria. Recuperado de: <https://www.sinec.gob.mx/SINEC/Vista/Normalizacion/DetalleNorma.xhtml?pidn=WFpkdzEweGNoZHEwZjJpdU9MMWdEZz09>
- Secretaría de Economía (2002). Norma Oficial Mexicana NOM-008-SCFI-2002, Sistema General de Unidades de Medida. Recuperado de: <https://www.sinec.gob.mx/SINEC/Vista/Normalizacion/DetalleNorma.xhtml?pidn=VjVJZERGamd5bTJ2RWWh0T3ZqMW9CUT09>
- Secretaría de Economía (2006). Norma Oficial Mexicana NOM-030-SCFI-2006, Información comercial-Declaración de cantidad en la etiqueta-Especificaciones. Recuperado de: <https://www.sinec.gob.mx/SINEC/Vista/Normalizacion/DetalleNorma.xhtml?pidn=UmRUZVpub11eWUrbFNPQUhsamRodz09>
- Secretaría de Economía (2017). Norma Oficial Mexicana NOM-003-SAG/GAN-2017, Propóleos, producción y especificaciones para su procesamiento. Recuperado de: <https://www.sinec.gob.mx/SINEC/Vista/Normalizacion/DetalleNorma.xhtml?pidn=TitPMzd5QjjhNFh0LzZHTmVlczhIUT09>
- SIAP. (2020) Produjo México 61.9 mil toneladas de miel en 2019, que representa 6.1 por ciento más que el promedio de los últimos 10 años. Recuperado de: <https://www.gob.mx/agricultura/prensa/produjo-mexico-61-9-mil-toneladas-de-miel-en-2019-que-representa-6-1-por-cienprodujo-mexico-61-9-mil-toneladas-de-miel-en-2019-que-representa-6-1-por-ciento-mas-que-el-promedio-de-los-ultimos-10-anos-mas-que-el-promedio-de-los-ultimos-10-anos?idiom=es>
- SRE (2018). Embajada de México en Japón. <https://embamex.sre.gob.mx/japon/index.php/es/embajada/economica-esp/124-relacion-economica/comercio-entre-mx-y-pn>
- Tridge (2019). Producción de miel en Japón. <https://www.tridge.com/es/intelligences/honey/JP/production>

“Lis de Veracruz: Arte, Ciencia, Luz”

www.uv.mx

