

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Proyecto de exportación de miel a granel

Autor: Luis Felipe Casillas Nieva

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. Contador público [sic]**

**Nombre del asesor:
Rodrigo Servin Meza Ramirez**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





**UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACION

"PROYECTO DE EXPORTACION DE MIEL A GRANEL"

TESINA PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

CONTADOR PUBLICO

PRESENTA
LUIS FELIPE CASILLAS NIEVA

ASESOR
CAMPOS SANTA MARIA

C.P. RODRIGO SERVIN MEZA RAMIREZ

RVOE 94001 DE FECHA 4-SEPTIEMBRE-1980

MORELIA, MICH.

SEPTIEMBRE "

INDICE

*Con mucho cariño y agradecimiento a mis padres a quienes
debo todo lo que soy.*

A Claudia por todo su apoyo y cariño.

2.1 Historia	7
2.2 Misión	8
2.3.1 Generales	9
2.3.2 Particulares	9
2.3.3 Políticas	11
2.4 Organigrama	12
2.5 Descripción de Puestos	13
2.6 Fortalezas y Debilidades	17
2.7 Laborar - Oportunidades - Amenazas	19
2.7.1 Situación Actual de la Apicultura	19
2.7.2 Problemática	20
3 Análisis del Proyecto	22
3.1 Generalidades	22
3.2 Tipos de Miel	23
3.3 Descripción y Características	24
3.4 Composición Básica de la Miel	25
3.5 Control de Calidad	25
3.6 Estadísticas del Proyecto	27

INDICE

Introducción	3
1 Antecedentes	5
2 La Empresa	7
2.1 Historia	7
2.2 Misión	8
2.3 Objetivos:	9
2.3.1 Generales	9
2.3.2 Particulares	9
2.3.3 Políticas	11
2.4 Organigrama	12
2.5 Descripción de Puestos	13
2.6 Fortalezas y Debilidades	17
2.7 Entorno: Oportunidades y Amenazas	19
2.7.1 Situación Actual de la Apicultura	19
2.7.2 Problemática	20
3 Análisis del Producto	22
3.1 Generalidades	22
3.2 Tipos de Miel	23
3.3 Descripción y Características	24
3.4 Composición Básica de la Miel	25
3.5 Control de Calidad	26
3.6 Estadísticas del Producto	27

3.7 Proveedores	33
4 Plan del Mercadotecnia.	34
4.1 Generalidades	34
4.2 Justificación del Mercado	37
4.3 Requisitos y Barreras Arancelarias y No Arancelaria del Mercado	39
4.4 Canales de Distribución	40
4.5 Flujo de Comercialización	41
4.6 Clientes Potenciales	42
4.7 Mercados Potenciales de Exportación	43
4.8 Estadísticas del Mercado	45
4.9 Competencia	56
4.10 Envasado y Etiquetado	57
4.11 Almacenamiento, Transporte y Maniobras	58
4.12 Trayecto de Exportación	59
4.13 Determinación del Precio de Exportación	61
4.14 Formas de Pago y Contratación	63
5 Análisis Financiero	64
5.1 Balance General 1995	65
5.2 Estado de Resultados 1995	66
5.3 Balances Generales, Estados de Resultados, Estados de Origen y Aplicación de Recursos Proformas 1996, 1997	67
6 Conclusiones	75
7 Anexos	76
8 Bibliografía	81

INTRODUCCIÓN.

Desde el año de 1977 y en particular en los últimos años, el comercio de la miel ha experimentado cambios importantes, tanto en el aspecto de la oferta como en el de la demanda. La comercialización eficaz para la exportación se ha hecho más importante que nunca, el éxito de los abastecedores de miel, nuevos o ya establecidos, dependen en gran medida de la información de los mercados y de sus conocimientos de comercialización y logística.

Por ésto, hemos hecho tanto el estudio como la realización de un Plan de Negocios para la exportación a granel de miel de abeja. Una miel monoflora, cuyo principal origen es el limón y su principal acopio es en Apatzingán, Mich.

El Presente está dividido en ocho capítulos, en los cuales el capítulo 1 nos habla de los Antecedentes de la miel de abeja, acerca de la Empresa en el capítulo 2 se hace mención de su historia, su misión, sus objetivos tanto generales como particulares y sus políticas, organigrama, descripción de puestos, sus fortalezas y debilidades así como su entorno. En el capítulo 3 se habla del Análisis del Producto, el cual incluye generalidades, descripción y características del producto, también su fracción arancelaria, los controles de calidad, datos estadísticos sobre la producción, importación y exportación de nuestro producto, incluyéndose además un listado de proveedores. El capítulo 4 Plan de Mercadotecnia, habla de generalidades, justificación, requisitos y barreras arancelarias y no arancelarias del mercado, así mismo se señalan los canales de distribución, el flujo de comercialización, la competencia, el tipo de envase, embalaje y etiquetado que se utilizará para exportar, el trayecto de exportación, la forma en que se determino el precio de exportación y las formas de pago y contratación. En el capítulo 5 se muestra la parte financiera del proyecto, la cual se

proyecta por tres años. En el capítulo 6 se muestran las conclusiones del este plan de negocios, el capítulo 7 tenemos los anexos y en el 8 se hace mención de la Bibliografía utilizada para el desarrollo de la investigación.

La referencia al año 15,000 a.C. se trata de un descubrimiento arqueológico magdaleniano (era paleolítica) hallado en 1908 por el Sr. J. B. Brody en la zona de Valencia.

Antes de ser el primero que estudió a las abejas, el Sr. Brody descubrió que la miel era un producto que se encontraba ya en un jarro de barro que se encontraba en un sitio que se encontraba en la zona de Valencia.

Para tener una idea de cómo es la vida de un abeja y cómo se desarrolla la vida dentro de un panal, las abejas obreras recolectan el polen de las flores almacenándolo en celdillas, donde se lo transforman en miel. Las abejas nodrizas jóvenes alimentan a las larvas que se desarrollan en las celdillas; la alimentación y protección de la colonia depende del nacimiento de nuevas abejas para que la colonia siga a estar siempre poblada o la vieja reina pierde la facultad de poner huevos nuevos de obreras. Las larvas son alimentadas con una sustancia especial de leche de abeja; y un simple huevo de obrera se convierte en una nueva reina. En este momento la reina se va a la vieja o muere y nace un enjambre desde la colonia para comenzar otra colonia en otra parte.

La reina mata a las restantes reinas pues solo una puede sobrevivir en la colonia.

La supervivencia de la especie depende tanto de la reina como de las obreras, pues si la reina pone huevos y las obreras se preocupan por criar a las larvas. Pare que una colonia pueda sobrevivir de una reina y obreras, es necesario tener una reina activa y un número suficiente de obreras que se preocupan de los huevos y de las larvas para que espere de la reina que ponga grandes cantidades de

1 ANTECEDENTES

La primera referencia conocida sobre apicultura data desde la época de 15,000 a.C., se trata de una pintura rupestre del período magdalénico (era paleolítica), hallada sobre la roca de las cuevas de la araña en Valencia.

Aristóteles fue el primero que estudió a las abejas en forma científica, y así hasta nuestros días la miel es estudiada con gran interés ya que aparte de extraer la miel encontramos más elementos benéficos que brindan las abejas.

Para tener una idea de como es la vida de un abeja primero conoceremos la vida dentro de un panal. Las abejas obreras recogen el néctar y el polen de las flores almacenándolo en celdillas, donde el néctar se transforma en miel. Las abejas nodrizas jóvenes alimentan con miel y polen a las larvas que se desarrollan en las celdillas; la continuidad y propagación de la colonia depende del nacimiento de nuevas reinas, cuando la colmena llega a estar super poblada o la vieja reina pierde la facultad de poner huevos normales de obreras. Estas larvas son alimentadas con jalea real (una forma especial de leche de abeja) y un simple huevo de obrera se convierte en una magnífica reina. En este caso, o bien la nueva reina mata a la vieja o esta conduce un enjambre desde la colmena para comenzar otra nueva en alguna parte.

La reina matará a las restantes hermanas pues sólo una puede gobernar la colmena.

La supervivencia de la especie depende tanto de la reina como de las obreras, pues sólo la reina pone huevos y las obreras se preocupan por criar a las larvas. Para que una colonia pueda sobrevivir de un año a otro necesita en primavera tener una reina sana y activa y un gran número de obreras que se preocupen de los huevos y de las larvas. Para que esto suceda se requiere que grandes cantidades de

miel y polen hayan sido almacenadas durante la estación precedente para que las abejas sobrevivan el invierno.

Una reina activa llega a poner unos 3,000 huevos por día y una colmena sana puede llegar a tener 50,000 abejas obreras; por lo que para su sostenimiento se requiere tiempo, vigor y un buen almacén de comida. Normalmente transcurren 21 días desde la puesta del huevo hasta la salida de una abeja obrera adulta.

En circunstancias normales el néctar y el polen están disponibles durante la primavera, el verano y el comienzo del otoño; algunas flores invernales también pueden proporcionar alimento a las abejas; la estación comienza con los sauces y azafranes cargados de polen y otras plantas de flor temprana, seguidas de primulas y oxiacantus. A estas les siguen el corto pero profuso flujo de néctar de los sicomoros, alheñas y tilos, finalmente el trébol y el brezo.

Desarrollar una fuerza tan poderosa como las obreras requiere un continuo suministro de alimento, lo cual significa que las abejas no pueden sobrevivir a menos que disponga de néctar adecuado durante toda la estación. Si no existe más que una sola clase de plantas en una cierta zona, por muy abundante que sea el polen y néctar, las abejas no disponen de tiempo suficiente para aumentar su número y recolectar el alimento adecuado para el invierno, y así sobrevivir.

La miel era la principal sustancia dulcificante del mundo antiguo; entonces como ahora se cultivaban las colmenas domesticas y se aprovechaban las silvestres.

La miel mexicana se utiliza principalmente como miel de mesa y para fines industriales tanto en Estados Unidos como en Europa.

La miel industrial se emplea principalmente en la industria de la panadería, confitería y los cereales, se emplea también por los fabricantes de alimentos para niños, productos farmaceuticos, cosmeticos entre otros de los muchos usos que tiene nuestra miel.

2 LA EMPRESA

2.1 HISTORIA:

La empresa Comercializadora La Gota de Miel S.A. de C.V. se constituye el 16 de enero de 1995 con el objeto de apoyar a los productores de miel de la región de Apatzingán, para comercializar su producto en los mercados internacionales.

Para ello, se constituye como una Sociedad Anónima de Capital Variable por las diversas ventajas que ofrece este tipo de sociedad.

Los accionistas son :

- Ramón Becerril Luna

- José Gabriel Casillas Nieva

- Luis Felipe Casillas Nieva

- María Guadalupe Equihua Vergara

- Manuel Rubio Munguía.

El Representante Legal y Administrador Único es el Sr. Luis Felipe Casillas Nieva.

La Sociedad tiene un Capital Social de \$ 100,000.00 .

2.2 MISIÓN:

2.2.1 GÉNERALES

Nuestra misión será envasar y comercializar internacionalmente una miel de abeja a granel orgullosamente mexicana, monoflora, pura, clara y con la mayor calidad posible.

Promoveremos el cuidado del medio ambiente y el buen mantenimiento de este para lograr óptimos resultados y sobre todo por que gran parte de la misión será el concepto de desarrollo sustentable, que subraya la necesidad de un enfoque integrado del desarrollo económico y la protección ambiental, con el fin de que además de satisfacer las necesidades de nuestros clientes garanticemos la de las generaciones futuras implementando herramientas necesarias para el manejo de la riqueza nacional de manera armónica con su preservación.

Buscaremos lograr el mejor posicionamiento dentro del mercado internacional, por medio de un precio accesible y de esta manera contribuir al país con la entrada de divisas.

Nuestra comercializadora promoverá grandes beneficios para sus trabajadores, siendo en nuestra empresa un área clave la de recursos humanos por la relevancia que esta tiene y la repercusión en los servicios de postventa.

Mantener la calidad uniforme de nuestra miel cuidando que sea pura y exenta de suciedad, con un color y aroma agradable. Cuidando también el buen almacenamiento y transporte, no exponiéndola al calor, tendremos cuidado con el tipo de envase para mantenerla con una óptima calidad.

Seleccionaremos en un principio un solo mercado a largo plazo consideraremos más de uno para la exportación, pues cuanto mayor sea la diversificación es importante para reducir la dependencia de un solo mercado o cliente. Como de antes el grado de desarrollo de

2.3 OBJETIVOS:

2.3.1 GENERALES

- 1.- Manejar de una manera muy cuidadosa la calidad de nuestra miel.
- 2.- Hacer la debida selección de los mercados a los que exportaremos nuestro producto.
- 3.- Elegir la mas adecuada vía de distribución para hacer llegar nuestro producto de manera rápida y eficaz a nuestros clientes.
- 4.- Evaluar toda información sobre las reglamentaciones que afectan a las exprtaciones como son los reglamentos sobre derecho de aduana y alimentarias.
- 5.- Crear fuentes de empleos y promover la justicia y la equidad en las relaciones obrero-patronales.
- 6.- Tener la completa disponibilidad a todo tipo de cambios en pro del crecimiento de nuestra empresa.
- 7.- Llegar a ser competitivo a nivel internacional.

2.3.2 PARTICULARES:

- 1.- Manejar la calidad uniforme de nuestra miel cuidando que sea pura y exenta de suciedad, con un color y aroma agradable. Cuidando también el buen almacenamiento y transporte, no exponiéndola al calor. Tendremos cuidado con el tipo de envase para mantenerla con una óptima calidad.
- 2.- Seleccionaremos en un principio un solo mercado, a largo plazo consideraremos más de uno para la exportación. pues cierto grado de diversificación es importante para reducir la dependencia de un solo mercado o cliente. Consideraremos el grado de desarrollo de

la apicultura de nuestro país, la calidad y miel demandada, la cantidad de miel que disponemos para exportar, y el acceso al mercado.

3.- Analizar las distintas reglamentaciones, barreras, derechos e impuestos en relación a nuestro producto, para evitar cualquier traba en la comercialización del mismo. Esto, a través del conocimiento de todas las reglamentaciones de la FDA (Food and Drugs Administration) para el caso del mercado estadounidense específicamente.

4.- La promoción de nuestro producto la lograremos por medio de material de información bien preparado y organizado que incluya todo lo referente a la apicultura de nuestro país y de nuestra región, los orígenes de nuestra miel y lo mas importante, nuestra imagen totalmente relacionada con la misión de nuestra empresa.

5.- Nuestro objetivo primordial es proporcionar el mejor ambiente laboral para el trabajador que constituye la fuerza de nuestra empresa. Trabajaremos como un verdadero equipo, ofreciéndole a nuestros empleados salarios justos y equitativos, facilitándoles capacitación en pro de su mejoramiento continuo y haciéndolos sentir parte de un todo para que los resultados sean realmente óptimos. De esta manera también poder contribuir al país como generadores de empleos que permitan crecer el círculo de personas económicamente activas.

6.- Actualmente con la globalización debemos estar abiertos a todo tipo de cambios, incluso el mercado de miel ha ido en aumento en los últimos años, por lo cual consideramos estar dispuestos a las reformas y cambios ya sea en nuestro producto como en su comercialización. Mantendremos una continua investigación y adecuación a los cambios que se den día a día.

7.- Para llegar a ser competitivos a nivel mundial, cuidaremos nuestros precios, imagen y calidad. Cuidaremos nuestro servicio a

clientes y estableceremos fuertes vínculos y relaciones con nuestros clientes, haciendo estas mas regulares y efectivas.

2.3.3 POLÍTICAS:

- Propiciar un programa para el cuidado y mantenimiento adecuado del medio ambiente.

- Propiciar un programa de desarrollo de la polinización y floración especialmente de el limón en Apatzingán, Mich., en pro de nuestra producción y de la apicultura en el estado.

- Intensificar los programas de capacitación para nuestros empleados.

- Renovar periódicamente la publicidad y promoción de nuestra empresa siguiendo los distintos avances tecnológicos y procurando ser siempre innovadores.

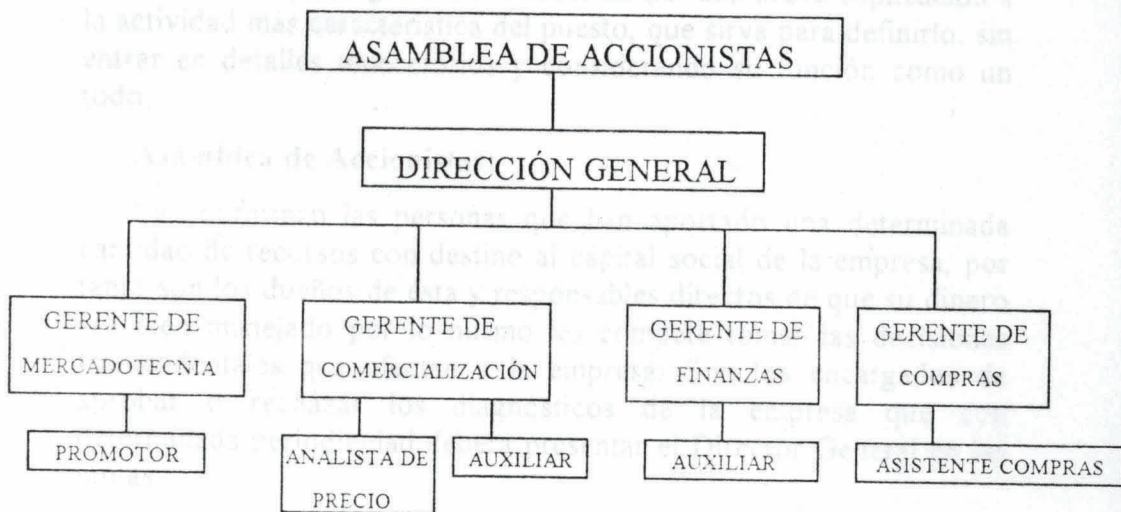
- Promover el mejoramiento continuo en el control de calidad de nuestro producto y capacitar a los expertos en la misma, así como en calidad y manejo en la comercialización, puntualidad de entrega, etc.

2.4 ORGANIGRAMA: PUESTOS

A continuación se presenta la descripción de cada uno de los puestos que componen el organigrama de la empresa, así como las funciones que habrá de desempeñar las personas a su cargo.

Para el análisis del puesto utilizaremos una descripción genérica basado por ello a la presentación analítica descrita por análisis de puestos.

Esta descripción genérica consiste en dar una breve explicación a la actividad, más o menos detallada, que sirve para definirlo, sin entrar en detalles de su ejecución, como un todo.



Dirección General:

Es la plaza rectora de la empresa, en el recibo la responsabilidad de administrar el capital de la Asamblea de Accionistas y se encarga de formular los programas y objetivos de la empresa, así como de reportar con la Asamblea de Accionistas el grado de autonomía para que se pueda desarrollar su autonomía y su autonomía para la dirección los acciones.

Este puesto se encarga de administrar el capital de la Asamblea de Accionistas y se encarga de formular los programas y objetivos de la empresa, así como de reportar con la Asamblea de Accionistas el grado de autonomía para que se pueda desarrollar su autonomía y su autonomía para la dirección los acciones.

2.5 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS:

A continuación se presenta la descripción de cada uno de los puestos que componen el organigrama de la empresa, así como las funciones que habrá de desempeñar las personas a su cargo.

Para el análisis del puesto utilizaremos una descripción genérica pasando por alto a la presentación analítica descrita por análisis de puestos.

Esta descripción genérica consiste en dar una breve explicación a la actividad más característica del puesto, que sirva para definirlo, sin entrar en detalles innecesarios y considerando su función como un todo.

Asamblea de Accionistas:

La conforman las personas que han aportado una determinada cantidad de recursos con destino al capital social de la empresa, por tanto son los dueños de ésta y responsables directos de que su dinero sea bien manejado por lo mismo les compete tomar las decisiones trascendentales que afectan a la empresa. Son los encargados de aprobar o rechazar los diagnósticos de la empresa que con determinada periodicidad deberá presentar el Director General en las juntas.

Director General:

Es la pieza rectora de la empresa, en él recae la responsabilidad de salvaguardar el capital de la Asamblea de Accionistas y se encarga además de ejecutar los programas y objetivos de la empresa que nacen en la juntas con la Asamblea de Accionistas. Como es de entender su grado de autoridad está por arriba de cualquier otro empleado y su autonomía solo la limitan los accionistas.

Para ocupar este puesto se requiere de un elevado grado en rubros como: liderazgo, iniciativa, creatividad, etc., todas las

anteriores cualidades habrán de servirle para organizar y dirigir toda la empresa auxiliado de sus cuatro gerencias.

Gerente de Mercadotecnia

Su función consiste en investigar las características cualitativas como cuantitativas del producto que logren la mayor satisfacción del cliente. Esta evolución del producto conforme a los cambios en las exigencias del mercado se conseguirá mediante la ejecución de programas de mejoramiento continuo bajo el mecanismo de retroalimentación directa del cliente. A consecuencia de lo anterior constantemente estaría mandando innovaciones en el producto a la dirección general para su aprobación o no.

Su campo de acción se centra en el desarrollo de las cuatro "P's" (precio, producto, promoción y plaza). La naturaleza de sus acciones lo colocan en una estrecha relación con las gerencias de operación y finanzas, más aun con la gerencia de comercialización (logística). Cabe mencionar que para la operación de esta gerencia es necesario el auxilio de especialistas en fijación de precios y promoción.

Gerente de Finanzas

Es el encargado del buen aprovechamiento de los recursos propios de la empresa, su función consiste en administrar el presupuesto de la mejor forma posible, implementando programas de racionalización de costos, es esta gerencia la encargada de dar el visto bueno con respecto a la viabilidad económica de los proyectos que a lo largo del tiempo vayan estructurándose.

Gerente de Comercialización (Logística)

Hablamos ya de la fuerte relación existente con la gerencia de mercadotecnia, esto debido más que nada, a que es precisamente la gerencia de comercialización la encargada de designar los mercados en los que habremos de incurrir. Además tiene la función de designar los canales de distribución óptimos, el cumplimiento de los

requerimientos necesarios para la cabal realización de la transacción con el país de destino.

Gerente de Compras

Tiene como función principal asegurar el abastecimiento continuo de la mercancía en los almacenes, por medio de la prospección de nuevos proveedores. Además deberá asegurar contar con la documentación necesaria para el manejo y comercialización de la mercancía.

Asistente de promoción

Sus funciones están relacionadas con el departamento de mercadotecnia ya que se encarga de dar a conocer el producto en los mercados exteriores a través de la participación en ferias internacionales, misiones comerciales, así como en cualquier medio considerado eficaz para la promoción del producto.

Asistente de fijación de precios

Se encarga de analizar las variables que intervienen y que afectan en la toma de decisiones al momento de fijar los precios, es decir, analiza el comportamiento del entorno nacional e internacional, la competencia nacional e internacional, etc., con la finalidad de que el gerente del departamento de comercialización esté consciente de lo que esta sucediendo en el entorno externo.

Asistente de contador

Es la persona que está bajo la tutela del gerente de finanzas, efectuando los registros en los libros contables.

Analista de Comercialización

Sus labores están ligadas a realizar todos los tramites, documentos y verificar el cumplimiento de los requisitos dictaminados por nuestro país y el país de destino para poder llevar a cabo la comercialización del producto.

Objetivos

La comercializadora tiene contacto con los siete apicultores más fuertes de la del estado, lo cual garantiza el abasto seguro del producto.

Nuestra miel monoflora es de la más alta calidad.

Personal capacitado en apicultura.

Cuenta propia, libre de financiamentos, lo cual representa una ventaja en estos tiempos de crisis.

Nuestro precio es competitivo ya que nos encontramos por debajo del precio internacional marcado para nuestro producto.

No existimos en competencia dentro de nuestro país a nivel regional.

Nuestra empresa a diferencia de la empresas dedicadas a la exportación clasifica la miel que comercializara.

Utilización de servicios especializados para la mejora continua de nuestra comercialización.

Verboles exportadora.

Debilidades

Una gran desventaja es la falta de cultura por parte de los productores para la utilización de servicios especializados para la mejora de su producción.

2.6 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA EMPRESA

Fortalezas

- Contactos con el extranjero.
- Bastas fuentes de información y apoyo gubernamental para el sector apícola.
- La comercializadora tiene contacto con los siete apicultores más fuertes de la del estado, lo cual garantiza el abasto seguro del producto.
- Nuestra miel monoflora es de la más alta calidad.
- Personal capacitado en apicultura.
- Capital propio, libre de financiamientos, lo cual representa una gran ventaja en estos tiempos de crisis.
- Nuestro precio es competitivo ya que nos encontramos por abajo del precio internacional marcado para nuestro producto.
- No contamos con competencia dentro de nuestro ramo a nivel regional.
- Nuestra empresa a diferencia de la empresas dedicadas a la exportación clasificará la miel que comercializará.
- Utilización de servicios especializados para la mejora continua de nuestra comercialización.
- Vocación exportadora.

Debilidades

- Una gran desventaja es la falta de cultura por parte de los productores para la utilización de asesoría especializada para la mejora de su producto.

- Dependencia de nuestra empresa a los abastecimientos del productor y por consiguiente a un mayor control de calidad de la miel.

- Nuestra comercializadora se enfrentará en el mercado internacional con competidores de gran capacidad.

7.7.1 Situación Actual de la Apicultura

Las zonas tropicales y subtropicales del país y en general son destinadas a la producción de miel, existiendo una muy escasa diversificación de la producción apícola y las colmenas solo en algunas regiones del país son utilizadas para la polinización de cultivos agrícolas. Cabe señalar que existen las condiciones biológicas y climáticas para dar cabida a 5 millones de colmenas y tener una mayor producción apícola, más diversificada e irradia directamente en la producción agrícola.

Los apicultores se encuentran organizados en 121 Asociaciones Ganaderas Locales de Apicultores, agrupadas en la Unión Nacional de Apicultores (UNAPI) existen además 123 asociaciones sin registro que operan dentro de los Comités de Fomento y Protección pecuaria en conjunto, 84 Organizaciones entre Cooperativas, Sociedades de Solidaridad Social y de Producción Rural, una Unión Nacional de Apicultores Indígenas (UNAIMI), la Asociación Nacional de Productores de Abejas Fedas (ANPARAF), entre otras.

Se estima que del 100% de los recursos humanos que están relacionados con la actividad apícola el 20% se encuentra capacitado para desarrollar adecuadamente su actividad, el 50% ha recibido una capacitación parcial y el 30% restante no ha recibido ningún tipo de capacitación y se capacita de manera autodidacta.

La actividad se encuentra dispersa en casi todo el país a excepción del norte del estado de Sonora y Baja California Sur y en los estados del norte y Mesa Central, se ven zonas de convivencia entre el abuelo (afanador) y el apicultor, este insecto a la fecha existe en todo el país, en las variedades de carnada común y productiva.

2.7 ENTORNO: OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

2.7.1 Situación Actual de la Apicultura

México por las características climáticas y su flora se ha dividido en 5 regiones apícolas, en las que se tienen distribuidas mas de 2.2 millones de colmenas, la mayor concentración se encuentra en la zonas tropicales y subtropicales del país y en general son destinadas a la producción de miel, existiendo una muy escasa diversificación de la producción apícola y las colmenas solo en algunas regiones del país son utilizadas para la polinización de cultivos agrícolas. Cabe señalar que existen las condiciones ecológicas y climáticas para dar cabida a 5 millones de colmenas y tener una mayor producción apícola, mas diversificada e incidir directamente en la producción agrícola.

Los apicultores se encuentran organizados en: 121 Asociaciones Ganaderas Locales de Apicultores, agremiadas en la Unión Nacional de Apicultores (UNAPI) existen además 123 asociaciones sin registro que operan dentro de los Comités de Fomento y Protección pecuaria en los estados, 44 Organizaciones entre Cooperativas, Sociedades de Solidaridad Social y de Producción Rural, una Unión Nacional de Apicultores Indígenas (UNAIMX), la Asociación Nacional de Productores de Abejas Reinas (ANPARAC), entre otras.

Se estima que del 100% de los recursos humanos que están relacionados con la actividad apícola el 20% se encuentra capacitado para desarrollar adecuadamente su actividad, el 50% ha recibido una capacitación parcial; y el 30% restante no ha recibido ningún tipo de capacitación y su actividad la desarrolla en forma autodidacta.

La abeja africana se encuentra dispersa en casi todo el país a excepción del norte del estado de Sonora y Baja California Sur y en los estados del norte y Mesa Central existen zonas de convivencia entre abejas africanas y europeas. este insecto a influido negativamente en las características de mansedumbre y productividad

de las abejas lo que ha dado como resultado que el cambio de abejas reinas se haga mas frecuente y su demanda haya aumentado.

Por medio de campañas publicitarias se ha promovido el cambio de abejas reinas, con lo cual además de mejorar los niveles de producción se ha contribuido a la comercialización de abejas reinas y reducido los niveles de africanización.

Para analizar los diferentes problemas sanitarios se creó el Comité de Enfermedades de las Abejas, dependiente de CONASA integrado por investigadores, técnicos y apicultores, emanando de éste recomendaciones que contribuyen a la solución de la problemática que enfrentan los apicultores.

A partir de la detección de la vacteria Ácaro Varroa Jacobsoni se desarrolló una campaña, permitiendo establecer medidas para su control en todo en país.

La miel de exportación va principalmente al mercado Europeo, el 71% a Alemania, 13% al Reino Unido, 8% a Estados Unidos y el resto a otros países de Europa como Suiza y Bélgica, comercializándose a granel y sin clasificar y esta exportación es generalmente realizada por representantes de compañías europeas y acopiadores de miel.

En cuanto a legislación solo 14 estados cuentan con leyes y/o reglamentos que regulan el desarrollo de la actividad apícola. Existe la Norma Mexicana de Calidad de Miel, faltando otras que regulen los demás productos de la colmena.

2.7.2 Problemática

La apicultura nacional enfrenta la siguiente problemática:

- Descapitalización del apicultor teniendo como resultado mal estado del equipo apícola y una escasa reinversión.
- La presencia del ácaro *Varroa jacobsoni*
- La presencia de la abeja africana.
- Desconocimiento parcial de la epizootiología de las enfermedades de la abeja.
- Falta de legislación en 18 entidades del país y carencia de una legislación federal que regule el desarrollo de esta actividad.
- Comercialización de jarabes y mieles adulteradas que provocan desconfianza en el consumidor.

3 ANALISIS DEL PRODUCTO

3.1 GENERALIDADES:

La miel del latín miel, mallis, sustancia viscosa dulce y fragante que elaboran las abejas con el néctar que toman de las flores y sirve de alimento para sus crías. El color y sabor varían según las flores de que se haya hecho, es muy alimenticia y fácilmente asimilado. Contiene aproximadamente 70 a 80 % de azúcares (glucosa y fructuosa) y el resto es agua, sales minerales, proteínas, ácidos, etc.

La miel se produce de la siguiente manera:

Las abejas realizan su trabajo volando de flor en flor y de paso ayudan a fecundar las plantas, beneficiando así los cultivos pero además nos regalan miel y cera.

Una sola colmena puede dar 45 Kg. de miel y 3 Kg. de cera por año, la miel puede usarse en vez de azúcar y es más nutritiva vendiéndose a muy buen precio en envases limpios y bien tapados para que dure años sin perder su calidad.

A la cría de las abejas se le llama Apicultura, a la casa donde habitan se le conoce como colmena. Las abejas ayudan a los cultivos llevando el polen de flor en flor. El polen es el polvito amarillo del centro de las flores; un sembrado puede volverse más productivo si se le dota de una colmena. Donde abundan las flores se puede tener hasta dos cosechas de miel al año y se necesita 10 días de trabajo y poco dinero ya que poniendo 30 colmenas se puede establecer un negocio que se paga en poco tiempo; la apicultura es un negocio noble que deja ganancias y tiempo para desarrollar alguna otra actividad.

3.2 TIPOS DE MIEL:

- 1.- Miel blanca de las abejas.
- 2.- Miel silvestre, las que labran en los arboles las avispa negras.
- 3.- Miel virgen, las más pura, la que fluye naturalmente de los panales.

Producción: Miel de Abeja natural de color claro monoflorica de origen botánico de el azar de limón

Sector: Alimentos

Origen: Estados Unidos

Clasificación arancelaria: 04.02.00

3.3 DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL

PRODUCTO:

Aguá	17.30%	
Fructosa	38.19%	
Glucosa	31.28%	
Producto:	1.31%	Miel de Abeja natural de color claro monoflora de origen botánico de el azar de limón.
Otros disacáridos	7.31%	
Acúidos orgánicos	1.50%	
Sector:	0.57%	Alimentos.
Proteínas	0.26%	
Mercado:	0.13%	Estados Unidos.
Otros compoñentes:	2.21%	
Clasificación arancelaria:	0409.00.01	

3.4 COMPOSICIÓN BÁSICA DE LA MIEL:

Agua	17.20%
Fructuosa	38.19%
Glucosa	31.28%
Sacarosa	1.31%
Otros disacáridos	7.31%
Azúcares compuestos	1.50%
Ácidos	0.57%
Proteínas	0.26%
Cenizas	0.17%
Otros componentes	2.21%

Es necesario para tener un mayor control de calidad de la miel considerar aspectos tales como:

1. Exigir a los proveedores de la empresa el uso de métodos de elaboración primarios, el cual consiste en la introducción de humo a las colmenas para hacer notar la presencia del apicultor y obligar a las abejas a ir al fondo de la colmena para así poder retirar la miel de los panales, la limpieza de la miel se realiza por medio de destilación.

2. Separar la miel por sus fuentes, orígenes florales. En lo referente al color, una mezcla cuidadosa de la miel a granel antes de la exportación permite mantener un color y sabor uniforme del producto.

El control de calidad debe cumplir también con las normas reguladas y legislación sobre la miel en el país de destino.

3.5 CONTROL DE CALIDAD:

Los principales importadores y envasadores de miel se preocupan primordialmente por los aspectos de calidad. Es de máxima importancia que la miel sea pura, ya que la miel adulterada no se acepta; debe estar limpia, es decir, exenta de suciedades (moscas, otros insectos, plumas, etc.) y de calidad uniforme. A los importadores y envasadores les preocupa también el sabor y el aroma, así como el color. La mayoría de los mercados prefieren las mieles más claras y los nuevos abastecedores deben tener en cuenta esas preferencias. En cambio, algunos mercados aceptan o prefieren incluso las mieles oscuras. Por consiguiente es importante separar las mieles en los diferentes colores para atender las distintas necesidades del mercado.

En general los mercados consumidores de miel prefieren que la miel sea monoflora, clara y de alta calidad. La mayor demanda es la miel líquida, por ello debe de cuidarse el tiempo de almacenamiento y transporte para evitar que la miel llegue cristalizada al mercado de destino.

Es necesario para tener un mayor control de calidad de la miel considerar aspectos tales como:

- Exigir a los proveedores de la empresa el uso de métodos de elaboración primaria, el cual consiste en la introducción de humo a la colmena para hacer notar la presencia del apicultor y obligar a las abejas a ir al fondo de la colmena para así poder retirar la miel de los bastidores, la limpieza de la miel se realiza por medio de flotación.

- Separar la miel por sus distintos orígenes florales. En lo referente al color, una mezcla cuidadosa de la miel a granel antes de la exportación permite mantener un color y sabor uniforme del producto.

El control de calidad debe cumplir también con las normas, regulaciones y legislación sobre la miel en el país de destino.

Producción: Miel Natural

Categoría	1990	1991	1992
Producción	60.0	68.0	65.0
Exportación	44.0	50.0	48.0
Consumo Interno	16.0	18.0	17.0

Datos en miles de Ton.

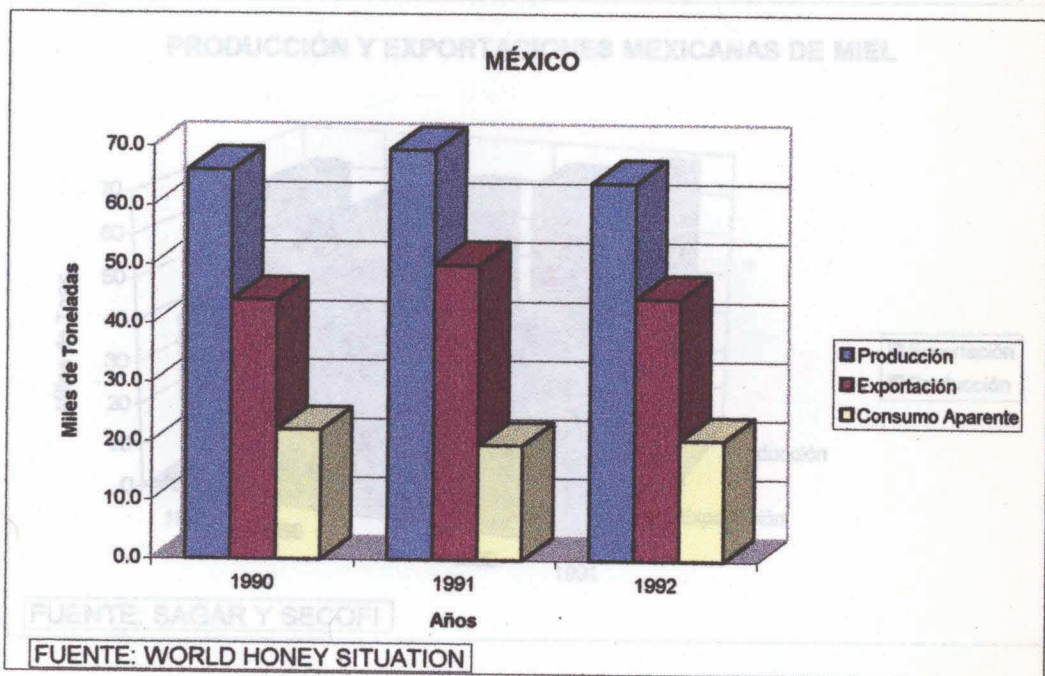


El sistema opera al secreto de la diferencia entre producción y exportación, sólo en el comercio nacional.

Producto: Miel Natural

Características	1990	1991	1992
Producción	66.0	69.5	64.0
Exportación	44.0	50.0	44.5
Consumo Aparente	22.0	19.5	20.5

Datos en miles de Ton.



El consumo aparente se obtiene de la diferencia entre producción y exportación, esto es el consumo nacional.

Producto: Miel Natural

Miel	1987	1988	1989	1990	1991
Exportación	39.6	39.3	38.2	43.4	50.1
Producción	62.9	57.8	61.8	66.5	69.5

Datos en miles de Ton.

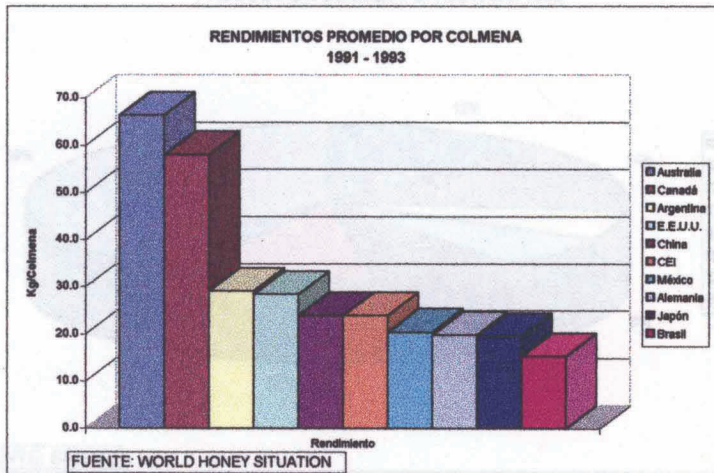


La producción y exportación de miel presentan una tendencia de crecimiento constante.

Producto: Miel Natural

Pais	Australia	Canadá	Argentina	E.E.U.U.	China	CEI	México	Alemania	Japón	Brasil
Rendimiento	66.3	58.0	29.0	28.4	23.9	23.9	20.4	19.8	19.5	15.3

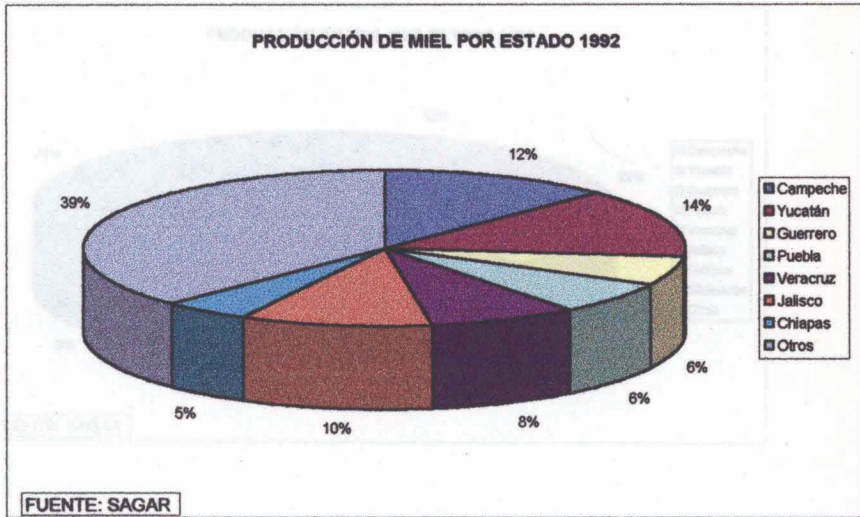
Datos en Kg por colmena.



La producción promedio por colmena en México es inferior a la media de los principales países productores de miel.

Producto: Miel Natural

Estados	Campeche	Yucatán	Guerrero	Puebla	Veracruz	Jalisco	Chiapas	Otros
Toneladas	8,627	10,000	4,230	4,510	5,700	7,044	3,300	26,089



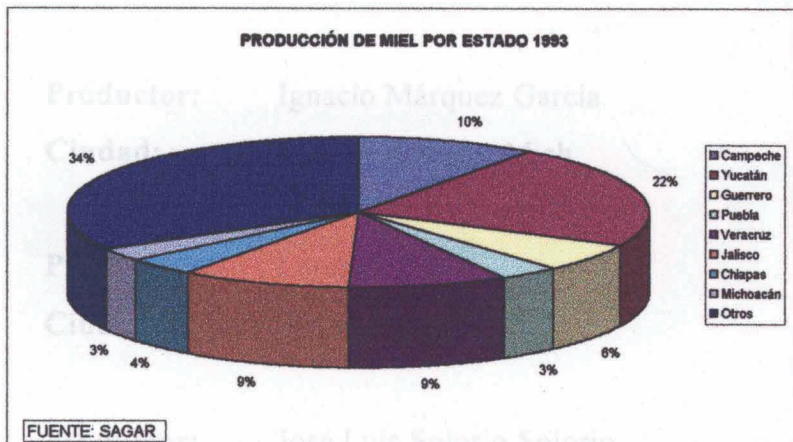
Principales estados productores de miel durante 1992.

Producto: Miel Natural

17 PROVEEDORES

Estados	Campeche	Yucatán	Guerrero	Puebla	Veracruz	Jalisco	Chiapas	Michoacán	Otros
Toneladas	7,500	16,560	4,641	2,405	6,700	7,044	2,930	2,020	24,968

Ciudad: *Gabriel Zamora, Mich*



Ciudad: *Apatzingan, Mich*

Principales estados productores de miel durante 1993.

Productor: *Agui Leobania*

Ciudad: *Apatzingan Mich*

Productor: *Jose Ma Pardo Villa*

Ciudad: *Apatzingan, Mich*

Productor: *Ricardo Guizar Alvarez*

Ciudad: *Apatzingan, Mich*

3.7 PROVEEDORES:

Productor: Ing. José Manuel Márquez García.

Ciudad: Gabriel Zamora, Mich.

Productor: Ignacio Márquez García.

Ciudad: Gabriel Zamora, Mich.

Productor: Lorenzo Padilla.

Ciudad: Nueva Italia, Mich.

Productor: José Luis Solorio Solorio.

Ciudad: Apatzingán, Mich.

Productor: Ángel Ledesma.

Ciudad: Apatzingán, Mich.

Productor: José Ma. Pulido Villa.

Ciudad: Apatzingán, Mich.

Productor: Rogelio Guizar Alvarez.

Ciudad: Apatzingán, Mich.

4 PLAN DE MERCADOTECNIA.

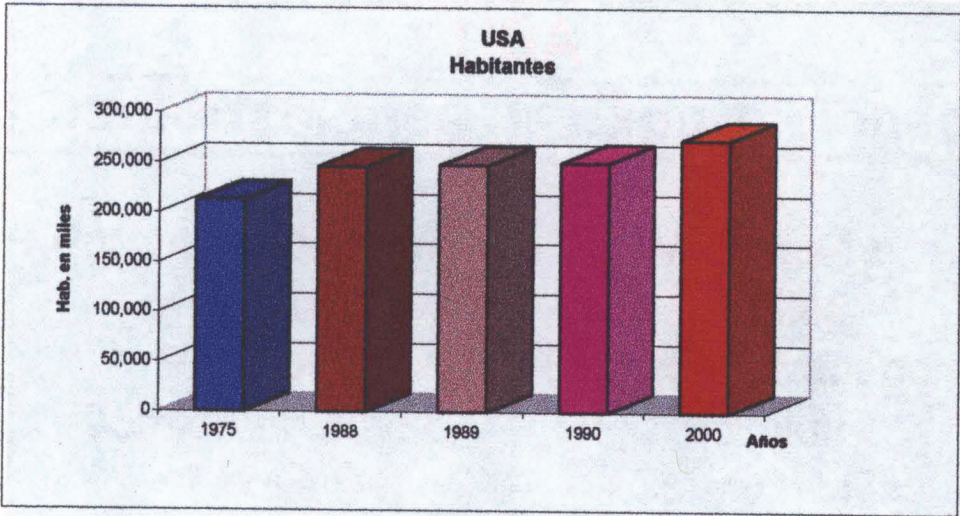
4.1 GENERALIDADES:

Ubicación Geográfica de América del Norte:

Los Estados Unidos limitan al norte con Canadá, al este con el Océano Atlántico, al sur por el Estrecho de Florida, Golfo de México y México y el oeste con el Océano Pacífico.

Clima:

La Continentalidad y el relieve influyeron en la distribución de los climas; al este, donde el relieve es mas suave, la fauna húmeda que se extiende de la Costa hacia el interior; a medida que se va hacia el sur se pasa a los climas templados; en la dirección de la Florida y del Golfo de México se alcanzan los climas subtropicales, donde el invierno es suave y las lluvias son abundantes en verano.



Producto: Miel Natural

2.1 JUSTIFICACION DE MERCADO:

Con el estudio de importación que se efectuó en el país de destino

USA	
Importaciones	Exportaciones
Productos de aceite Maquinaria Vehículos Comida enlatada. Textiles	Maquinaria Textiles Equipo de transporte Comida Consumibles
Balance de (1987): \$ - 154,000,000,000.00	

Nosotros hemos seleccionado el mercado de la miel para usos industriales.

En el estudio realizado en el país de destino, se observó que los países que importan miel son los Estados Unidos, Canadá, México y España. Para el estudio se eligió el mercado de los Estados Unidos.

Nosotros nos vamos a dedicar a estudiar el mercado por ser el país que más importa miel y el que más consume. El estudio de este mercado es específico para el uso de la miel en la industria de la alimentación. Nos vamos a dedicar a estudiar el mercado de los Estados Unidos.

Los datos que se obtuvieron en el estudio de los Estados Unidos y Canadá, se los vamos a utilizar para el estudio de este mercado. El estudio de este mercado es específico para el uso de la miel en la industria de la alimentación. Nos vamos a dedicar a estudiar el mercado de los Estados Unidos.

4.2 JUSTIFICACIÓN DE MERCADO:

Considerando la importancia que ha obtenido la miel de abeja de unos años a la fecha, hemos decidido formar una empresa comercializadora que mejore todos los estándares de comercialización de este producto haciéndolo presente a nivel internacional tomando en cuenta lo importante que es en la actualidad la exportación de nuestros productos específicamente los no petroleros.

México posee una gran variedad de recursos naturales mismos que deben ser explotados de manera organizada y evaluada. Nosotros creemos que la miel de abeja, es un producto que ha sido un poco olvidado y por tanto debemos promocionarlo.

Hemos elegido este producto exportable después de hacer una serie de investigaciones acerca del mercado y concluyendo que México suministra mieles de alta calidad.

La miel mexicana se utiliza principalmente como miel de mesa y para fines industriales tanto en Estados Unidos como en Europa. Nosotros hemos seleccionado el mercado de la miel para usos industriales.

En el estudio realizado se pudo comprobar que los tres países más importantes dentro de las exportaciones de miel de abeja para uso industrial son Alemania, Reino Unido y Estados Unidos.

Nosotros hemos seleccionado Estados Unidos por ser un país vecino y porque presenta un alto consumo de nuestro producto, en específico la ciudad de Atlanta porque concentra gran parte de las importaciones de miel que se realizan en los Estados Unidos.

Los países contra los que competiremos son China, Argentina y Canadá principalmente, pero consideramos que nuestro precio y calidad son muy competitivos y esto podrá abrirnos camino a ese

importante mercado y posteriormente expandirnos a los mercados europeos.

LABORES EN EL MERCADO DE EXPORTACIÓN:

Lo anterior queda de manifiesto en las gráficas que con la información estadística que se obtuvo, se presentan en este trabajo.

especialmente los envasadores, tienen sus propios requisitos.

Los importadores en los Estados Unidos prefieren importar bidones de 200 Kg. ya que estos tienen una amplia aceptación entre los consumidores industriales y los envasadores.

Impuestos a la Importación:

Tarifa general: libre de impuestos si su procedencia es de México.

Categoría A: exento de arancel a partir del 1 de enero de 1994.

Documentación de entrada:

Pedimento de exportación, conocimiento de embarque, manifiesto de entrada, factura comercial, lista de empaque, certificado de origen del NAFTA.

Barreras no Arancelarias:

Se requiere presentar el certificado fitosanitario internacional expedido por la Secretaría de Agricultura de México (SAGAR), que se tramita en la oficina de la localidad.

La FDA (Food and Drugs Administration) está facultada para inspeccionar cualquier producto agrícola que sea introducido a los Estados Unidos.

4.3 REQUISITOS Y BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS EN EL MERCADO DE EXPORTACIÓN:

La miel de exportación deberá ajustarse a la legislación y a los requisitos de los distintos mercados. Los importadores de miel, especialmente los envasadores, tienen sus propios requisitos.

Los importadores en los Estados Unidos prefieren importar bidones de 200 Kg. ya que estos tienen una amplia aceptación entre los consumidores industriales y los envasadores.

Impuestos a la Importación:

Tarifa general: libre de impuestos si su procedencia es de México.

Categoría A: exento de arancel a partir del 1 de enero de 1994.

Documentación de entrada:

Pedimento de exportación, conocimiento de embarque, manifiesto de entrada, factura comercial, lista de empaque, certificado de origen del NAFTA.

Barreras no Arancelarias:

Se requiere presentar el certificado fitosanitario internacional expedido por la Secretaría de Agricultura de México (SAGAR), que se tramita en la oficina de la localidad.

La FDA (Food and Drugs Administration) está facultado para inspeccionar cualquier producto agrícola que sea introducido a los Estados Unidos.

4.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

Los canales de distribución varían según los mercados. En los Estados Unidos la mayor parte de las importaciones de miel son realizadas por importadores.

Muchos países exportadores se hallan ante el problema de elegir el canal de distribución adecuado. Existen varias posibilidades como son vender la miel por conducto de representantes o importadores, o bien venderla directamente a los envasadores o consumidores industriales.

Nuestro principal canal de distribución será la de exportar directamente a empresas envasadoras o consumidores industriales.

Nuestro cliente seleccionado en Atlanta es la empresa Global Marketing Associate, INC. quien se encargará del envase y la distribución de nuestro producto para hacerlo llegar por sus propios canales al consumidor final.



4.5 FLUJO DE COMERCIALIZACIÓN:

Empresa: Barnett Produce Co.

Ciudad: Forest Park, Ga

Contacto: Dan Santiago

Recolección
de Miel

Empresa: The Great Atlanta

Ciudad: Atlanta, Ga

Contacto: Emory W. West

Envasado en
Tambos de
200 Kg.

Empresa: Joseph Food Ser

Ciudad: Valdosta, Ga

Contacto: Bobby Joseph

Almacén de
Comercializadora

Carga en Trailer

Frontera de
Nuevo Laredo

Empresa: The Airigo Group

Ciudad: Fort Worth Tx

Contacto: 817-429-862

Aduana entrada
a Laredo

Almacén del importador
en Atlanta

Empresa: Great Food

Ciudad: Charlotteville

Contacto: Deryl Scott

↓ ↓ ↓
Canales de Comercialización
del envasador (importador)

Consumidor Final

4.6 CLIENTES POTENCIALES:

Empresa: Burnett Produce Co.

Ciudad: Forest Park, Ga.

Contacto: Dan Santiago.

Empresa: The Great Atlantic and Pacific Tea Co..

Ciudad: Atlanta, Ga.

Contacto: Emory W. West.

Empresa: Joseph Food Servic.

Ciudad: Valdosta, Ga.

Contacto: Bobby Joseph.

Empresa: The Amigo Gruop INC.

Ciudad: Fort Worth, Tx.

Contacto: 817-429-8620

Empresa: Giant Food.

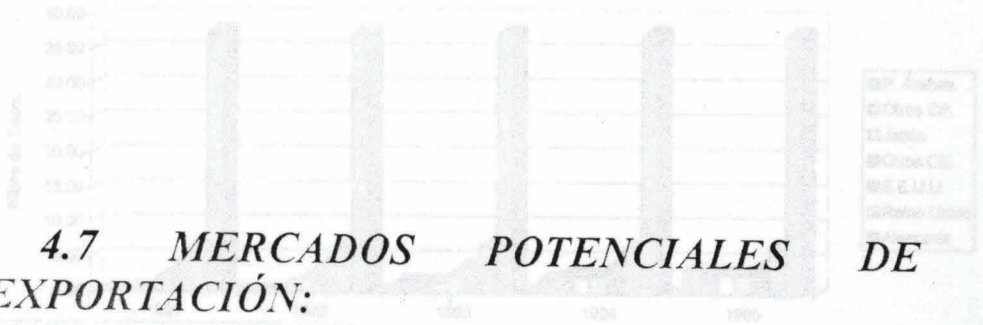
Ciudad: Charlottesville, Va.

Contacto: Deryl Scott.

Producción: Miel Natural

Año	1991	1992	1993	1994	1995
Producción (Miles de Kg)	1000	1000	1000	1000	1000
Exportación (Miles de Kg)	1000	1000	1000	1000	1000
Consumo Interno (Miles de Kg)	1000	1000	1000	1000	1000
Reserva (Miles de Kg)	1000	1000	1000	1000	1000

MERCADOS MUNDIALES DE MIEL MEXICANA

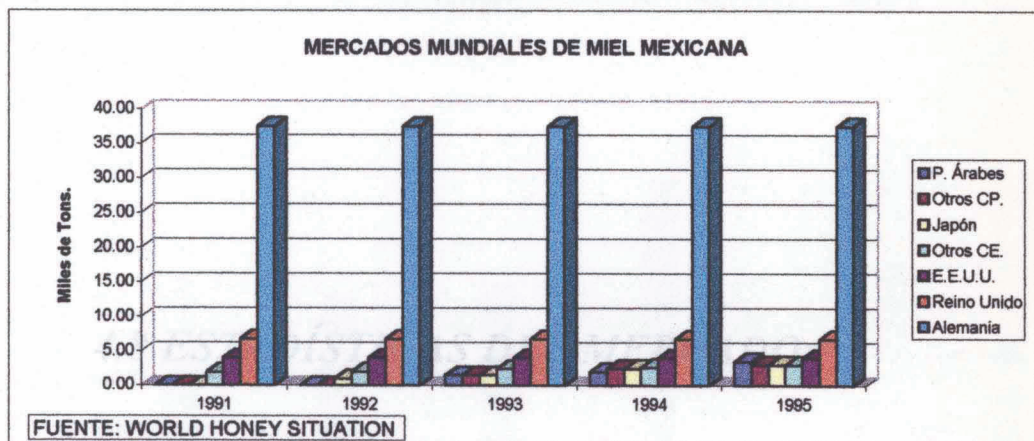


4.7 MERCADOS POTENCIALES DE EXPORTACIÓN:

Principales países importadores de miel mexicana en el periodo 1991 - 1995

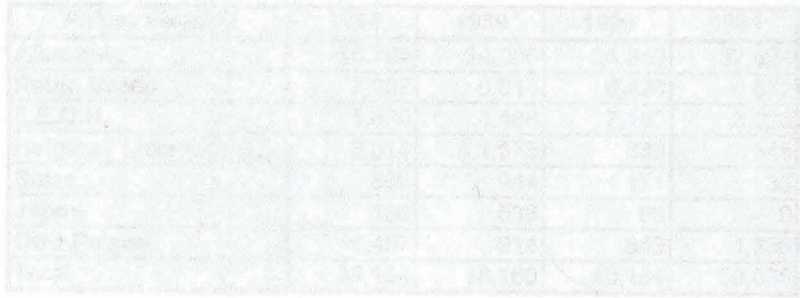
Producto: Miel Natural

Países	1991	1992	1993	1994	1995
P. Arabes	0.00	0.00	1.50	2.00	3.50
Otros CP.	0.00	0.00	1.50	2.50	3.00
Japón	0.00	1.00	1.50	2.50	3.05
Otros CE.	1.90	2.00	2.43	2.68	3.03
E.E.U.U.	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Reino Unido	6.70	6.70	6.70	6.70	6.70
Alemania	37.50	37.50	37.50	37.50	37.50
Total	50.10	51.20	55.13	57.88	60.78



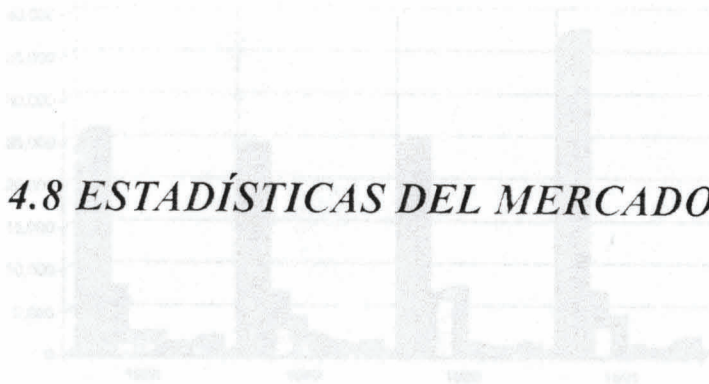
Principales países importadores de miel mexicana en el periodo 1991 - 1995.

Producto: Miel Natural



FUENTE: INEGI

DENTRO DE LAS EXPORTACIONES MEXICANAS



4.8 ESTADÍSTICAS DEL MERCADO:

FUENTE: BCCOR

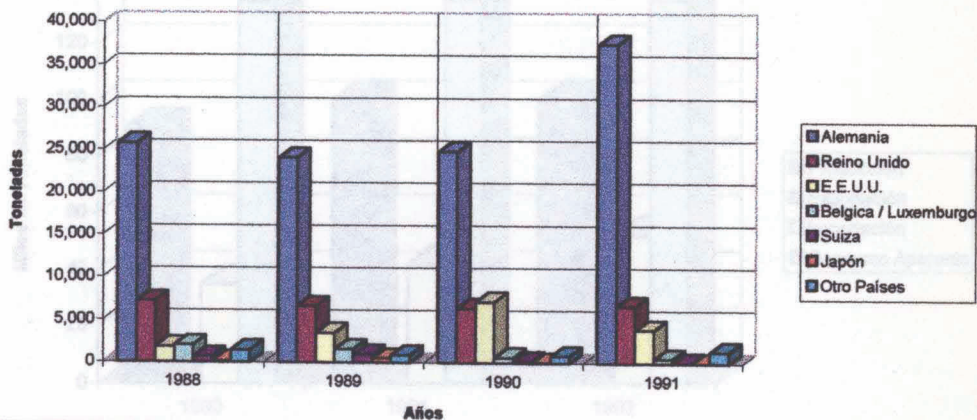
Principales países importadores de miel mexicana en el periodo 1991 - 1995

Producto: Miel Natural

Paises Destino	1988	1989	1990	1991
Alemania	25,794	24,086	24,849	37,524
Reino Unido	7,207	6,616	6,426	6,672
E.E.U.U.	1,830	3,488	7,190	3,926
Belgica / Luxemburgo	2,014	1,573	639	545
Suiza	666	944	171	35
Japón	186	539	66	0
Otro Países	1,457	914	843	1,336
Total	39,154	38,160	40,184	50,038

Datos en Ton.

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES MEXICANAS



FUENTE : SECOFI

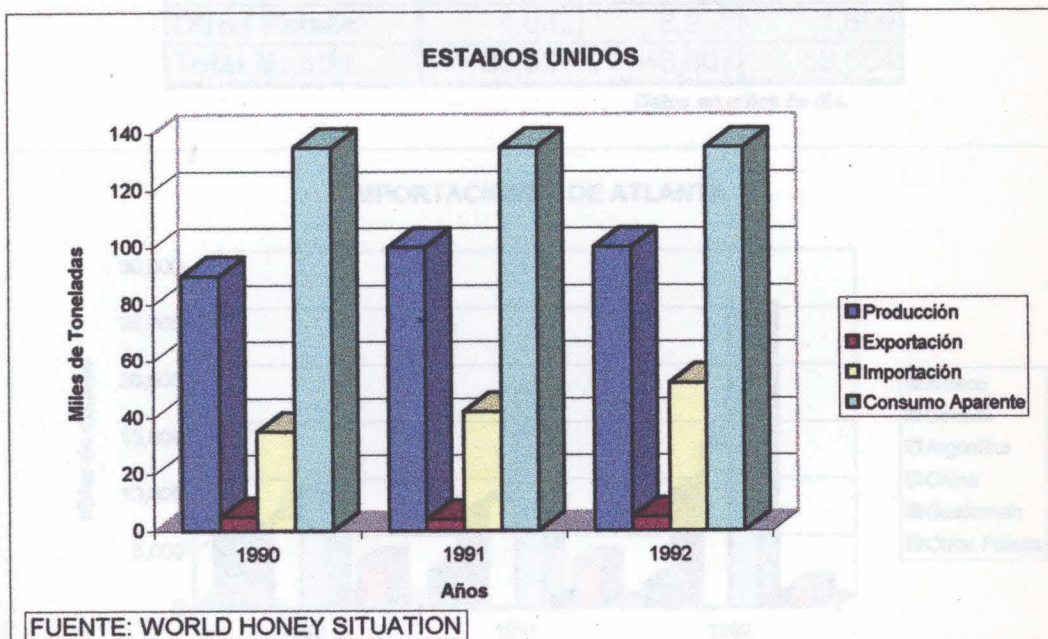
Principales países importadores de miel mexicana en el periodo 1991 - 1995.

El consumo aparente en Estados Unidos es muy grande, por lo que tienen necesidad de importar cada año una mayor cantidad de miel.

Producto: Miel Natural

Características	1990	1991	1992
Producción	90	100	100
Exportación	5	4	5
Importación	35	42	52
Consumo Aparente	135	135	135

Datos en miles de Ton.



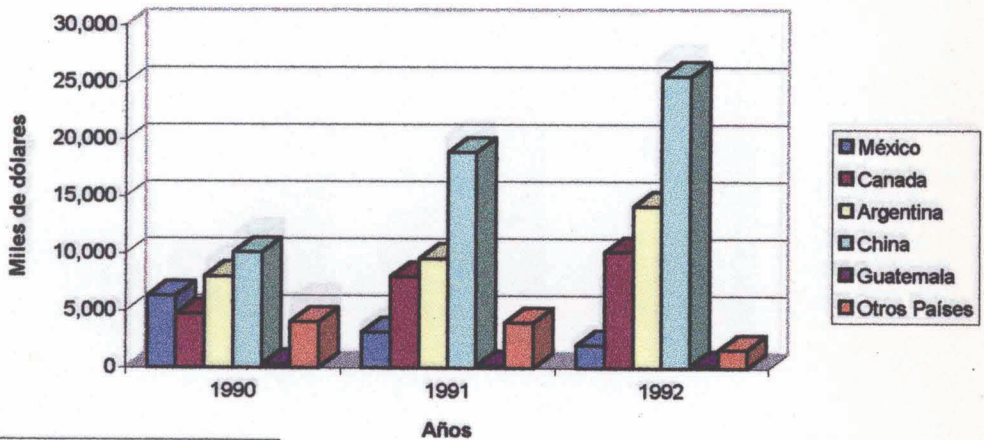
El consumo aparente en Estados Unidos es muy grande, por lo cual tienen necesidad de importar cada año una mayor cantidad de miel.

Producto: Miel Natural

País de Origen	1990	1991	1992
México	6,282	3,126	1,975
Canada	4,688	7,946	10,157
Argentina	7,975	9,551	14,152
China	10,073	18,848	25,496
Guatemala	281	171	175
Otros Países	4,032	3,965	1,609
Total Mundo	33,331	43,607	53,564

Datos en miles de ds.

IMPORTACIONES DE ATLANTA



FUENTE: BANCOMEXT

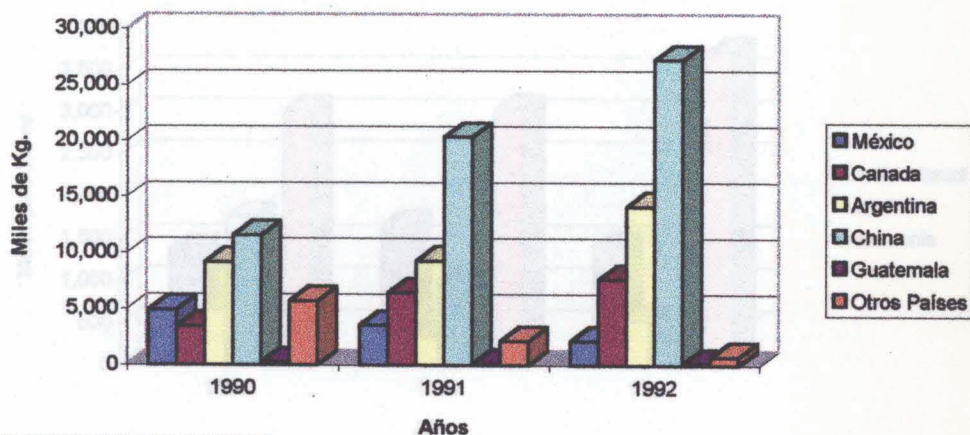
Principales países de los que la ciudad de Atlanta importa miel.

Producto: Miel Natural

País de Origen	1990	1991	1992
México	4,891	3,557	2,147
Canada	3,453	6,423	7,622
Argentina	9,138	9,268	14,127
China	11,544	20,322	27,249
Guatemala	231	102	123
Otros Países	5,685	2,172	725
Total Mundo	34,942	41,844	51,993

Datos en miles de Kg.

IMPORTACIONES DE ATLANTA



FUENTE: BANCOMEXT

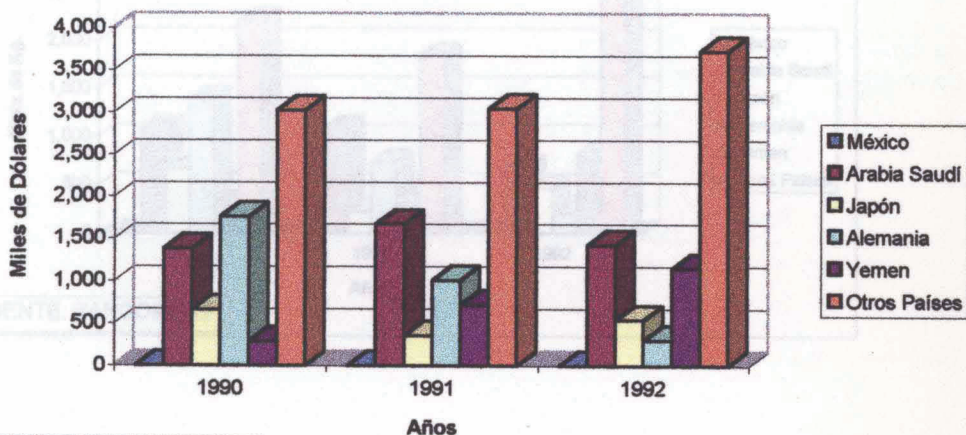
Principales países de los que la ciudad de Atlanta importa miel.

Producto: Miel Natural

País de Destino	1990	1991	1992
México	0	0	0
Arabia Saudí	1,379	1,674	1,427
Japón	663	359	543
Alemania	1,761	1,010	306
Yemen	286	722	1,150
Otros Países	3,020	3,045	3,729
Total Mundo	7,109	6,810	7,155

Datos en miles de ds.

EXPORTACIONES DE ATLANTA



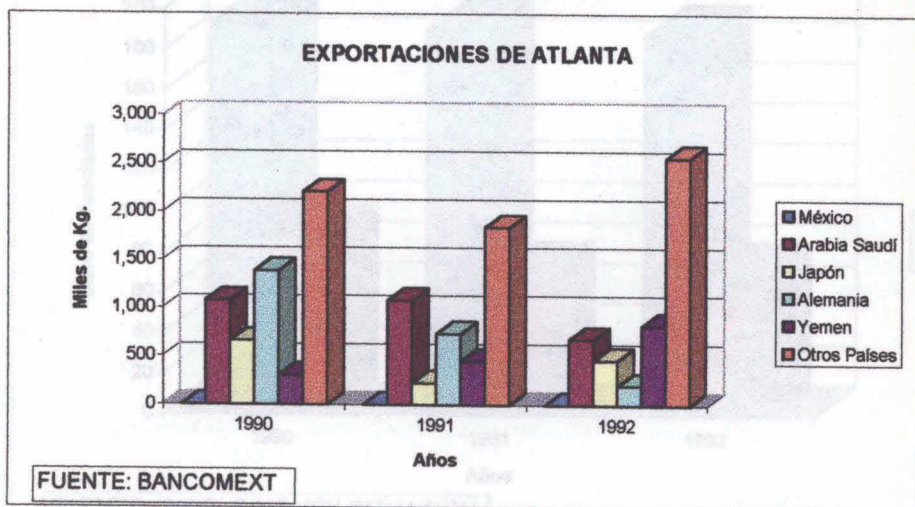
FUENTE: BANCOMEXT

Principales países a los que la ciudad de Atlanta exporta miel.

Producto: Miel Natural

País de Destino	1990	1991	1992
México	0	0	0
Arabia Saudí	1,079	1,083	679
Japón	658	225	464
Alemania	1,389	737	200
Yemen	304	450	821
Otros Países	2,208	1,841	2,563
Total Mundo	5,638	4,336	4,727

Datos en miles de ds.



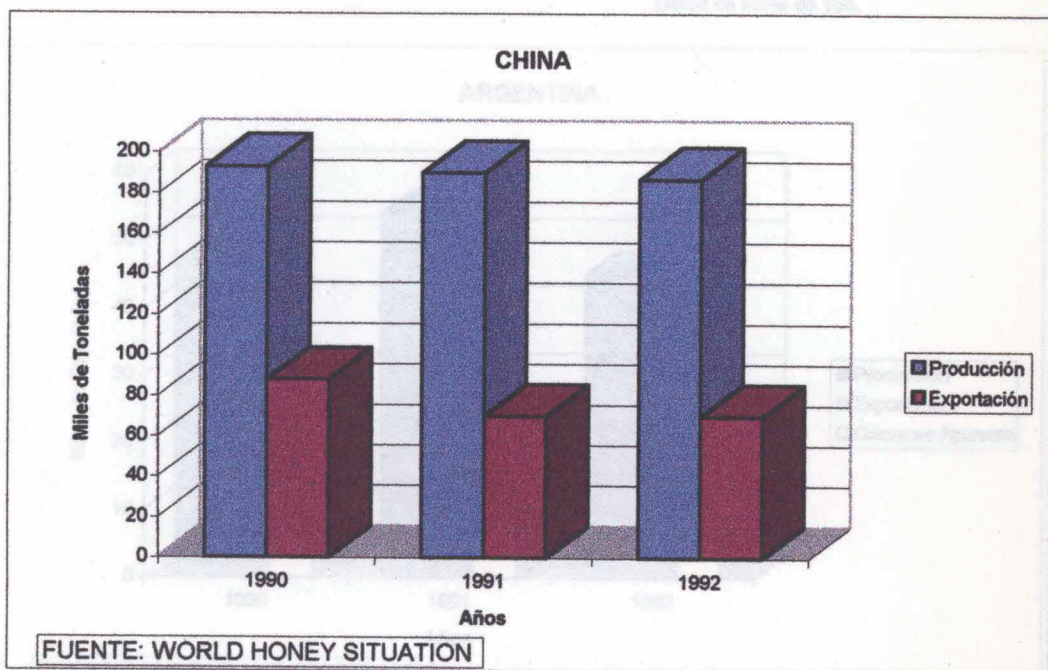
Principales países a los que la ciudad de Atlanta exporta miel.

Producción y exportación de miel de China

Producto: Miel Natural

Características	1990	1991	1992
Producción	193	190	187
Exportación	88	70	70

Datos en miles de Ton.

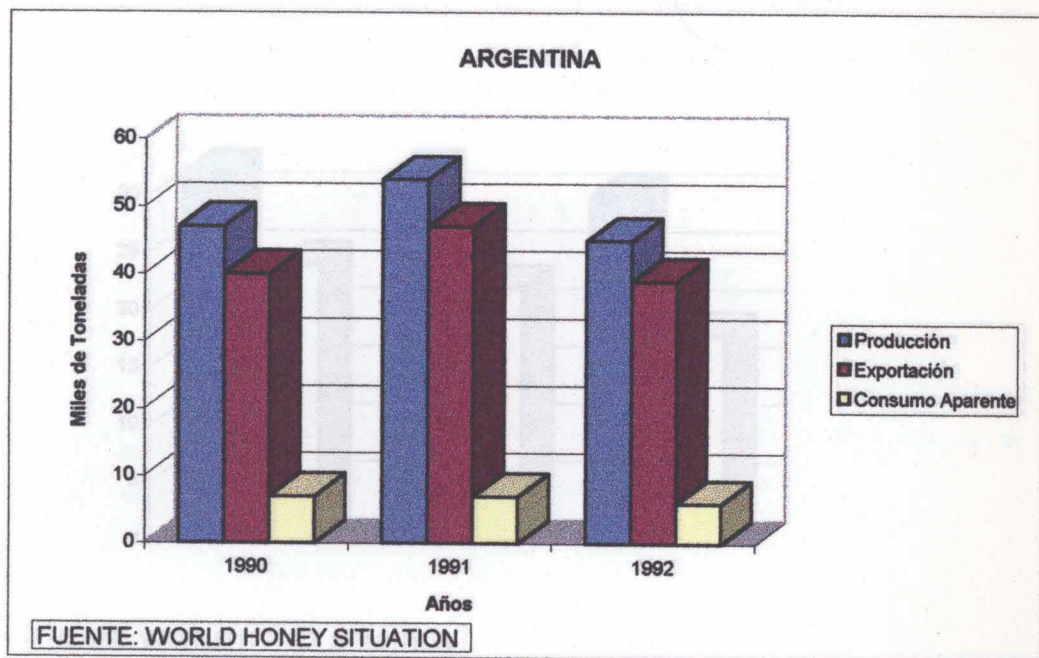


Producción y exportación de miel de China.

Producto: Miel Natural

Características	1990	1991	1992
Producción	47	54	45
Exportación	40	47	39
Consumo Aparente	7	7	6

Datos en miles de Ton.

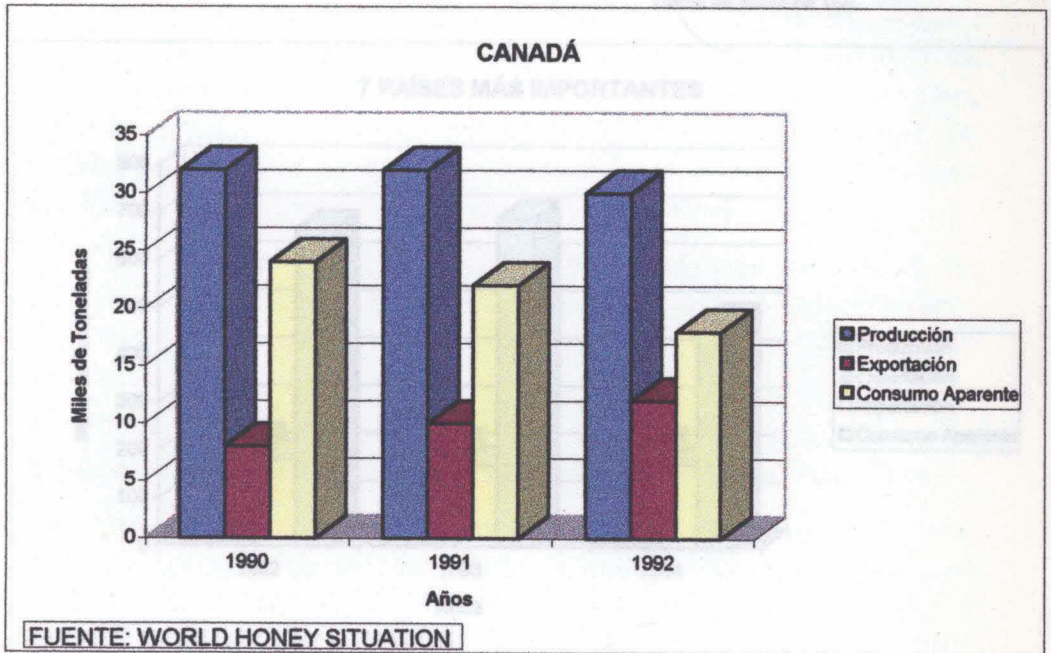


Producción y exportación de miel de Argentina.

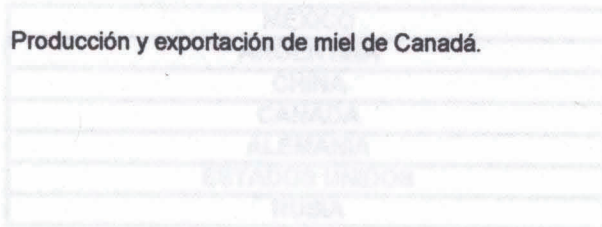
Producto: Miel Natural

Características	1990	1991	1992
Producción	32	32	30
Exportación	8	10	12
Consumo Aparente	24	22	18

Datos en miles de Ton.



Producción y exportación de miel de Canadá.

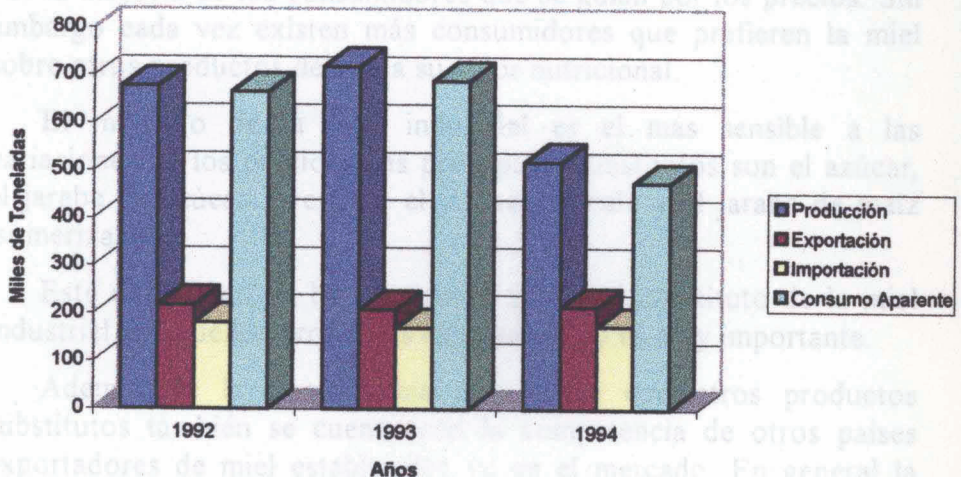


Producto: Miel Natural

Características	1992	1993	1994
Producción	677	718	519
Exportación	218	208	214
Importación	181	171	174
Consumo Aparente	665	688	476

Datos en miles de Ton.

7 PAÍSES MÁS IMPORTANTES



FUENTE: WORLD HONEY SITUATION

MEXICO
ARGENTINA
CHINA
CANADA
ALEMANIA
ESTADOS UNIDOS
RUSIA

4.9 COMPETENCIA:

La miel importada compite con los distintos productos sustitutos y con la miel de producción nacional. Debido a que la diferencia entre los precios de la miel de exportación y la miel de producción nacional corresponde a dos diferentes categorías de consumidores no existe una verdadera competencia entre ambas.

En los últimos años la miel se ha visto sujeta a la competencia con productos sustitutos tales como la miel artificial, los jarabes, las mermeladas, las jaleas y otras conservas utilizadas particularmente por la mayoría de los consumidores que se guían por los precios. Sin embargo cada vez existen más consumidores que prefieren la miel sobre otros productos debido a su valor nutricional.

El mercado de la miel industrial es el más sensible a las variaciones de los precios. Sus principales sustitutos son el azúcar, el jarabe de azúcar invertido, el jarabe de maíz y el jarabe de maíz isomerizado.

Este último resulta barato y es el principal sustituto de la miel industrial de aquellos productos cuyo sabor no es muy importante.

Además de la competencia que existe con otros productos sustitutos también se cuenta con la competencia de otros países exportadores de miel establecidos ya en el mercado. En general la competencia procede de países como China, América Central y otros países europeos.

4.10 ENVASADO Y ETIQUETADO:

El envase de exportación seleccionado será el bidón de 200 Kg. o 52 Gal. para la miel a granel. El bidón deber estar completamente limpio, libre de sabores y olores residuales de otros productos, además de estar laqueado o con un revestimiento de cera de abeja.

El recipiente esta hecho a prueba de humedad y fácil de vaciar. Los bidones nunca deberán haber sido utilizados con productos químicos o petroquímicos. Los bidones serán de acero de 50 Kg.

Los bidones deberán llevar impresa nuestra marca además de la leyenda "PRODUCE OF MÉXICO".

Serán embalados 4 bidones en tarimas de 1.20 m x 1.00 m y flejados con película plástica.

La empresa transportista se eligió debido a su flexibilidad en los costos y por la rapidez de entrega la cual se estima será de 5 días. Una de las ventajas que presenta esta compañía fue su conexión con empresas transportistas en Estados Unidos, por lo cual no habrá de realizarse ningún tipo de maniobra de carga y descarga en la frontera. Esto nos da una mayor seguridad en cuanto al manejo del producto.

4.11 ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE Y MANIOBRAS:

Una buena miel puede estropearce por un mal almacenamiento y transporte. El problema es de especial importancia debido a que la miel debe exponerse al calor lo menos posible y hay que evitar largos tiempos de almacenamiento y transporte. Los bidones llenos de miel no deben exponerse al sol sin protección. Se recomienda dar prioridad al mejoramiento del almacenamiento y la selección adecuada del transporte. Los expertos en la comercialización de la miel recomiendan incluso el uso de un techo de protección sencilla y una buena circulación de aire para protegerla del calor excesivo.

El transporte seleccionado por la comercializadora es el terrestre con la línea Yellow Freight Co. que hará el servicio desde el punto de origen hasta el destino final. Se enviara en trailers con caja de 20 Pies

La empresa transportista se eligió debido a su flexibilidad en los costos y por la rapidez de entrega la cual se estima será de 5 días, otra de las ventajas que presentó esta compañía fue su conexión con empresas transportistas en Estados Unidos, por lo cual no habrá de realizarse ningún tipo de maniobra de carga y descarga en la frontera. Esto nos da una mayor seguridad en cuanto al manejo del producto.

Trayecto de Exportación

Michoacán - Atlanta



4.12 TRAYECTO DE EXPORTACIÓN:

- Atlanta
- Laredo
- Nuevo Laredo
- Michoacán

Forma de Transporte:

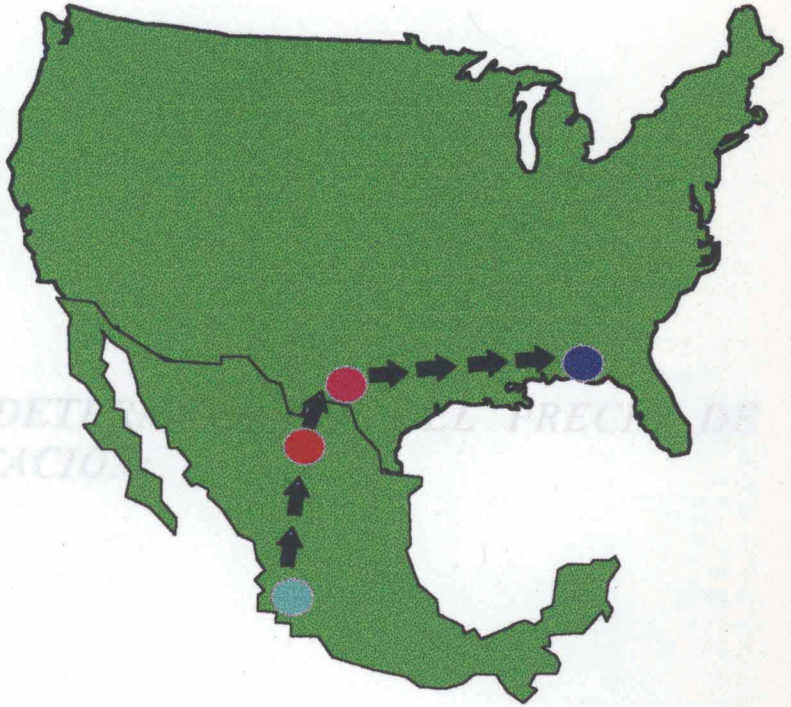




Producto: Miel Natural

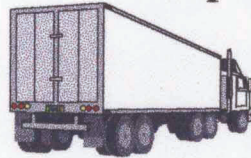


Trayecto de Exportación Michoacán - Atlanta



- Atlanta
- Laredo
- Nuevo Laredo
- Michoacán

Forma de Transporte:



Cálculo del Precio de Producción

	COSTO UNITARIO	MONTO TOTAL 11,000 Kg
Costos Fijos		
Alquiler	340.00	
Luz	60.00	
Teléfono	1,500.00	
Sueldos	4,000.00	
Seguros	1,000.00	
Agua	30.00	
Repuestos y otros	300.00	
	11,730.00	1.087
Costos Variables		
Peso 1 kg. Frijol Maraca	80.00	0.079
Costo 1 hectárea/kg	0.47	5.470
	850.47	8.549
Costo Total / kg	6.016	72,770.74
Margen de utilidad 50%	3.31	39,385.37

4.13 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN:

EXW	1.016	120.00
	0.005	60.00
	1.33	14,582.05
Flete México-Nueva York	0.045	500.00
Manifiesto de carga	0.001	14.47
Trámites aduaneros	0.597	6,563.15
Seguros de transporte	0.016	177.00
Reembolso de impuestos	0.008	70.00
Comisiones	0	0.00
OTR	0.001	11.47
Impuesto sobre el Valor Agregado de México	0.008	70.00
OTR	0.00	21,987.57
Flete y Seguro de Nueva York-Ginebra	0.146	1,600.00
Manifiesto de Carga y Desembarco en Ginebra	0.008	90.00
Reembolso de impuestos	0.008	70.00
Impuesto de Importación	0.030	330.00
Retención del Agente Aduanero	0.008	100.00
DDF		26,177.74
Precio FOB Ginebra 11,000 kg	0.36	3,960.00
OTR	0.16	1,760.00

Cálculo del Precio de Exportación

	<u>COSTO</u>	<u>MONTO</u>
	<u>UNITARIO</u>	<u>TOTAL</u>
		<u>11,000 Kg</u>
<u>Costos Fijos</u>		
Renta	345.00	
Luz	60.00	
Teléfonos	1,500.00	
Sueldos	8,000.00	
Bodega	1,500.00	
Agua	30.00	
Papelería y Utiles	300.00	
	<u>11,735.00</u>	1.067
<u>Costos Variables</u>		
Flete Apatzingan-Morelia	850.00	0.079
Costo Adquisición / kg.	5.47	5.470
	<u>855.47</u>	5.549
Costo Total / kg.	6.616	72,770.74
Margen de Utilidad 50%	3.31	36,385.37
Precio de Venta en Pesos	9.92	109,156.11
Precio de Venta en Dolares T.C. \$ 7.60	1.31	14,362.65
Embalaje de Exportación	0.015	165.00
Marcas de Exportación	0.005	55.00
EXW	1.33	14,582.65
Flete Morelia-Nuevo Laredo	0.045	500.00
Maniobras de Flete	0.001	14.47
Trámites Aduanales	0.597	6,562.19
Permisos Sanitarios	0.016	177.00
Pedimento de Exportación	0.006	70.00
Ad-Valorem	0	0.00
DTA	0.001	11.67
Seguro Hasta Frontera de Salida	0.006	70.00
DAF	2.00	21,987.97
Flete y Seguro Aduana-Lugar Destino	0.145	1,600.00
Maniobras de Carga y Descarga en Frontera	0.006	66.00
Pedimento de Importación	0.006	70.00
Impuestos de Importación	0.032	351.81
Honorarios del Agente Americano	0.009	100.00
DDP	<u>2.20</u>	<u>24,175.78</u>
Precio internacional de la miel	2.36	25,960.00
Diferencia	0.16	1,784.22

Sujeto a INCOTERMS 90 de la Cámara de Comercio Internacional.

4.14 FORMAS DE PAGO Y CONTRATACIÓN:

Por su gran utilización en la práctica moderna del Comercio Internacional, la carta de crédito se ha convertido en un pilar fundamental de aquel. Por ello, nuestra empresa ha seleccionado a esta como la forma de pago más confiable.

La carta de crédito que utilizaremos en nuestras operaciones comerciales será la carta de crédito irrevocable y confirmada.

Los trámites serán realizados a través del Banco Nacional de México (BANAMEX) y el banco First Interstate Bank .

Para efectuar las transacciones comerciales estableceremos un contrato de suministro que incluye entregas repetidas del producto de acuerdo a las necesidades del cliente, el cual se formalizará mediante un acuerdo verbal.

5 ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis económico o financiero de un proyecto tiene como propósito la obtención de resultados que muestren si un determinado proyecto es factible económicamente o no en base a la información ya disponible de los estudios de mercado, técnico y organizacional. De esta manera el análisis financiero determinará el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

Las proyecciones fueron realizadas con base en una cotización Delivered At Frontier (DAF), estimando ventas anuales para 1996 de 67 Toneladas a un precio de USD 2.00 el kilo y un tipo de cambio de \$ 7.60. Se estima un costo de adquisición de \$ 5.549 por kilo.

Para el año de 1997 se estimó vender 85 Toneladas a un precio de USD 2.80 por kilo y un tipo de cambio de \$ 8.00. Se estima un costo de adquisición de \$ 8.32 por kilo.

COMERCIALIZADORA LA GOTA DE MIEL S.A DE C.V.

BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 1995

<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>	97,417.00	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	35,037.00
CAJA	1,000.00	PROVEEDORES	28,300.00
BANCOS	29,760.00	ACREEDORES DIVERSOS	1,500.00
CLIENTES	45,200.00	IMPUESTOS POR PAGAR	<u>5,237.00</u>
DEUDORES DIVERSOS	1,810.00		
ALMACEN	16,647.00		
ANTICIPO DE IMPUESTOS	<u>3,000.00</u>		
		<u>CAPITAL</u>	145,945.00
<u>ACTIVO FIJO</u>	79,290.00	CAPITAL SOCIAL	100,000.00
MOBILIARIO Y EQUIPO	25,600.00	RESULTADO DEL EJERCICIO	<u>45,945.00</u>
EQUIPO DE TRANSPORTE	75,000.00		
DEPRECIACION ACUM.	<u>(21,310.00)</u>		
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>	4,275.00		
GASTOS DE INSTALACION	4,500.00		
AMORTIZACION ACUM.	<u>(225.00)</u>		
TOTAL DE ACTIVOS	180,982.00	TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	180,982.00

COMERCIALIZADORA LA GOTA DE MIEL S.A. DE C.V.

ESTADO DE RESULTADOS DEL 1o. ENERO AL 31 DICIEMBRE 1995.

VENTAS	500,000.00	
COSTO DE VENTAS	<u>275,000.00</u>	
UTILIDAD BRUTA		225,000.00
GASTOS DE OPERACION	<u>153,650.00</u>	
UTILIDAD ANTES DE IMPTO.		71,350.00
IMPUESTOS	<u>25,905.00</u>	
UTILIDAD NETA		<u>45,445.00</u>
ACTIVO FIJO		17,980.00
EQUIPOS Y MOBILIARIO	25,000.00	
EQUIPO TRANSPORTE	75,000.00	
DEPRECIACION	<u>(82,020.00)</u>	
ACTIVO DIFERIDO		4,750.00
GASTOS DE INSTALACION	4,750.00	
AMORTIZACION	<u>(0.00)</u>	
TOTAL DE ACTIVOS		<u>22,730.00</u>

PASIVO CIRCULANTE		17,140.00
DEPRECIACION	17,140.00	
GASTOS DE OPERACION	<u>(0.00)</u>	
IMPUESTOS	<u>(0.00)</u>	
CAPITAL		102,120.00
CAPITAL SOCIAL	100,000.00	
RESERVA DE RETENCION	21,120.00	
RESERVA DE RETENCION AUTOMATICA	<u>(8,980.00)</u>	
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL		<u>124,860.00</u>

COMERCIALIZADORA LA GOTA DE MIEL S.A DE C.V.
BALANCE GENERAL PROFORMA AL 31 DE DICIEMBRE DE 1996.

<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>			<u>PASIVO CIRCULANTE</u>	
CAJA	1,000.00	187,616.59	PROVEEDORES	37,176.00
BANCOS	55,221.44		ACREEDORES DIVERSOS	8,242.43
CLIENTES	101,840.00		IMPUESTOS POR PAGAR	<u>12,125.57</u>
DEUDORES DIVERSOS	1,810.00			
ALMACEN	27,745.15			
ANTICIPO DE IMPUESTOS	0.00			
<u>ACTIVO FIJO</u>		57,980.00	<u>CAPITAL</u>	192,102.59
MOBILIARIO Y EQUIPO	25,600.00		CAPITAL SOCIAL	100,000.00
EQUIPO DE TRANSPORTE	75,000.00		RESULTADO DEL EJERCICIO	46,157.59
DEPRECIACION ACUM.	<u>(42,620.00)</u>		RESULTADO DE EJERCICIOS ANTERIORES	<u>45,945.00</u>
<u>ACTIVO DIFERIDO</u>		4,050.00		
GASTOS DE INSTALACION	4,500.00			
AMORTIZACION ACUM.	<u>(450.00)</u>			
TOTAL DE ACTIVOS		249,646.59	TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	249,646.59

COMERCIALIZADORA LA GOTA DE MIEL S.A. DE C.V.

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA DEL 1o. ENERO AL 31 DICIEMBRE 1996.

VENTAS	1,018,400.00	
COSTO DE VENTAS	724,745.73	
UTILIDAD BRUTA		293,654.27
GASTOS DE OPERACION		<u>211,230.00</u>
UTILIDAD ANTES DE IMPTO.		82,424.27
IMPUESTOS		36,266.68

UTILIDAD NETA

46,157.59

UTILIDAD DEL EJERCICIO

46,157.59

DEPRECIACIONES

21,310.00

AMORTIZACIONES

205.00

TOTAL ORIGENES

67,692.59

APLICACIONES

AUMENTO A CAPITAL DE TRABAJO

67,692.59

COMERCIALIZADORA LA GOTA DE MIEL S.A.
ESTADO DE ORIGEN Y APLICACION DE RECURSOS PROFORMA
DEL PERIODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1996

CUENTAS	<u>ORIGENES</u>		CAPITAL DE TRABAJO	
	1995	1996	ALMOCITO	RESERVA
UTILIDAD DEL EJERCICIO	46,157.59			
DEPRECIACIONES	21,310.00	1,000.00	0.00	
AMORTIZACIONES	225.00	23,760.00	25,160.00	
TOTAL ORIGENES	67,692.59	24,760.00	25,160.00	
CUENTAS				
DEUDORES DIVERSOS		1,810.00	0.00	
ALMACEN	27,745.15	16,547.00	11,098.15	
ANTICIPO DE...	0.00	3,000.00		3,000.00
AUMENTO A CAPITAL DE TRABAJO	67,692.59	97,447.00		
PROVEEDORES	17,176.00	28,300.00		8,876.00
ACREEDORES DIVERSOS	8,242.43	1,500.00		6,742.43
IMPUESTOS POR PAGAR	12,125.57	3,737.00		6,288.57
SUMAS	37,544.00	33,537.00		
CAPITAL DE TRABAJO	170,072.59	62,380.00		
AUMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO				67,692.59
SUMAS IGUALES			170,072.59	67,692.59

COMERCIALIZADORA LA GOTA DE MIEL S.A.
ESTADO DE VARIACIONES DE CAPITAL DE TRABAJO PROFORMA
DEL PERIODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1996

<u>CUENTAS</u>	<u>1996</u>	<u>1995</u>	CAPITAL DE TRABAJO	
			<u>AUMENTO</u>	<u>DISMINUCION</u>
CAJA	1,000.00	1,000.00	0.00	
BANCOS	55,221.44	29,760.00	25,461.44	
CLIENTES	101,840.00	45,200.00	56,640.00	
DEUDORES DIVERSOS	1,810.00	1,810.00	0.00	
ALMACEN	27,745.15	16,647.00	11,098.15	
ANTICIPO DE IMPUESTOS	0.00	3,000.00		3,000.00
	<u>SUMAS</u>	<u>187,616.59</u>	<u>97,417.00</u>	
PROVEEDORES	37,176.00	28,300.00		8,876.00
ACREEDORES DIVERSOS	8,242.43	1,500.00		6,742.43
IMPUESTOS POR PAGAR	12,125.57	5,237.00		6,888.57
	<u>SUMAS</u>	<u>57,544.00</u>	<u>35,037.00</u>	
CAPITAL DE TRABAJO	130,072.59	62,380.00		
AUMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO				67,692.59
	<u>SUMAS IGUALES</u>		<u>93,199.59</u>	<u>93,199.59</u>

COMERCIALIZADORA LA GOTA DE MIEL S.A DE C.V.
BALANCE GENERAL PROFORMA AL 31 DE DICIEMBRE DE 1997.

<u>ACTIVO CIRCULANTE</u>		425,988.12	<u>PASIVO CIRCULANTE</u>		134,500.68
CAJA	1,000.00		PROVEEDORES	72,410.58	
BANCOS	176,602.06		ACREEDORES DIVERSOS	24,978.55	
CLIENTES	190,124.52		IMPUESTOS POR PAGAR	37,111.55	
DEUDORES DIVERSOS	0.00				
ALMACEN	58,261.54				
ANTICIPO DE IMPUESTOS	0.00				
 <u>ACTIVO FIJO</u>		 36,670.00	 <u>CAPITAL</u>		 331,982.44
MOBILIARIO Y EQUIPO	25,600.00		CAPITAL SOCIAL	100,000.00	
EQUIPO DE TRANSPORTE	75,000.00		RESULTADO DEL EJERCICIO	139,879.85	
DEPRECIACION ACUM.	<u>(63,930.00)</u>		RESULTADO DE EJERCICIOS ANTERIORES	<u>92,102.59</u>	
 <u>ACTIVO DIFERIDO</u>		 3,825.00			
GASTOS DE INSTALACION	4,500.00				
AMORTIZACION ACUM.	<u>(675.00)</u>				
 TOTAL DE ACTIVOS		 466,483.12	 TOTAL PASIVO MAS CAPITAL		 466,483.12

COMERCIALIZADORA LA GOTA DE MIEL S.A. DE C.V.

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA DEL 1o. ENERO AL 31 DICIEMBRE 1997.

VENTAS	1,901,245.16	
COSTO DE VENTAS	<u>1,334,614.70</u>	
UTILIDAD BRUTA		566,630.46
GASTOS DE OPERACION		<u>316,845.00</u>
UTILIDAD ANTES DE IMPTO.		249,785.46
IMPUESTOS		<u>109,905.61</u>
UTILIDAD NETA		<u>139,879.85</u>
UTILIDAD EJERCICIO		139,879.85
DEPRECIACIONES		21,310.00
AMORTIZACIONES		225.00
TOTAL ORIGENES		<u>161,414.85</u>
APLICACIONES		
AUMENTO A CAPITAL DE TRABAJO		<u>161,414.85</u>

COMERCIALIZADORA LA GOTA DE MIEL S.A.
ESTADO DE ORIGEN Y APLICACION DE RECURSOS PROFORMA
DEL PERIODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1997

<u>ORIGENES</u>				<u>DEPARTAMENTO DE TRABAJO</u>	
CUENTAS	1997	1996	AUMENTO	DISMINUCION	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	139,879.85				
DEPRECIACIONES	21,310.00	1,000.00	9.00		
AMORTIZACIONES	225.00	56,221.44	121,380.62		
CLIENTES					
TOTAL ORIGENES	<u>161,414.85</u>	<u>107,840.00</u>	<u>88,294.52</u>		
DEUDORES DIVERSOS	0.00	1,810.00		1,810.00	
ALMACEN	58,281.54	27,743.15	30,518.39		
ARTICULO DE IMPUESTOS	0.00	0.00			
AUMENTO A CAPITAL DE TRABAJO	<u>161,414.85</u>	<u>187,516.59</u>			
PROVEEDORES	72,410.58	37,170.00		35,240.58	
ACREEDORES DIVERSOS	24,978.55	8,242.43		16,736.12	
IMPUESTOS POR PAGAR	37,111.55	12,125.57		24,985.98	
SUMAS	<u>134,500.68</u>	<u>57,544.00</u>			
CAPITAL DE TRABAJO	291,487.44	130,072.69			
AUMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO					161,414.85
<u>SUMAS IGUALES</u>			<u>291,487.44</u>	<u>291,487.44</u>	

COMERCIALIZADORA LA GOTA DE MIEL S.A.
ESTADO DE VARIACIONES DE CAPITAL DE TRABAJO PROFORMA
DEL PERIODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1997

<u>CUENTAS</u>	<u>1997</u>	<u>1996</u>	<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>	
			<u>AUMENTO</u>	<u>DISMINUCION</u>
CAJA	1,000.00	1,000.00	0.00	
BANCOS	176,602.06	55,221.44	121,380.62	
CLIENTES	190,124.52	101,840.00	88,284.52	
DEUDORES DIVERSOS	0.00	1,810.00		1,810.00
ALMACEN	58,261.54	27,745.15	30,516.39	
ANTICIPO DE IMPUESTOS	0.00	0.00		
SUMAS	425,988.12	187,616.59		
PROVEEDORES	72,410.58	37,176.00		35,234.58
ACREEDORES DIVERSOS	24,978.55	8,242.43		16,736.12
IMPUESTOS POR PAGAR	37,111.55	12,125.57		24,985.98
SUMAS	134,500.68	57,544.00		
CAPITAL DE TRABAJO	291,487.44	130,072.59		
AUMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO				161,414.85
SUMAS IGUALES			240,181.53	240,181.53

6 CONCLUSIONES

En base al estudio realizado podemos concluir que el Mercado Mundial de la Miel puede seguir creciendo durante el próximo decenio. Se prevé mayor potencial de crecimiento en aquellas empresas comercializadoras que realicen actividades considerables de publicidad y promoción de venta en los mercados de destino.

Un aspecto fundamental para que se pueda dar el crecimiento de la imagen y presencias en los Mercados Internacionales es mantener el nivel de calidad en nuestro producto y las estrategias utilizadas en la comercialización y logística para alcanzar estos mercados.

El éxito de nuestra comercializadora será el estar abierto a los cambios que presente el mercado y las necesidades que presenten nuestros clientes. Además de buscar la diversificación de mercados.

En vista de los resultados obtenidos en el Análisis Financiero de la Empresa se concluye que este es un proyecto rentable.

7 ANEXOS.

IMPORTACION DOMESTICO

SUCURSAL Y FUNCIONARIO QUE ATIENDE NOTIFICAR ESTA OPERACION POR TELECOMUNICACION CARTA

CERTIFICADO DE

SE SOLICITA REFINANCIAMIENTO SI NO PLAZO DIVISA EN FORMA DE PAGAMENTO PLAZA

CONFIRMA CORRESPONSAL SI NO EN SU CASO LAS CONDICIONES HAN DE SER LAS DE SU CORRESPONSAL EXTRANJERO SEGUN SU CREDITO SOLICITANTE REFINANCIANTE

SE DEBE ESTABLECER UN CREDITO COMERCIAL IRREVOCABLE EN LA ENTIDAD QUE SE INDICA EN EL TITULO NOMBRE Y DIRECCION DEL SOLICITANTE

TELEFONO R.F.C. FISICA MORAL NOTA DE CHEQUES USD MXN

A FAVOR DE (ANOTAR NOMBRE, DIRECCION Y TELEFONO DEL BENEFICIARIO)

DATOS DEL CREDITO

IMPORTE DEL CREDITO Y DIVISA AERONAUTA DE CREDITO FECHA Y/O PLAZA CORRESPONSAL

SIENDO ESTA OPERACION DISPONIBLE CONTRA PAGO A LA VISTA PAGO DIFERIDO ADEPTACION DIAS EN FORMA FACTURA DIAS VISTA DIAS EN FORMA DE EMBARQUE

DOCUMENTACION REQUERIDA

FACTURA COMERCIAL ORIGINAL Y COPIAS ANTERIORES DOCUMENTOS DE TRANSPORTE

LA SIG. MERCANCIA MARITIMO FERROCARRIL MULTIMODAL GUIA AEREA CAMION JULGO COMPLETO ORIGINAL Y COPIAS CONSIGNADO A

CONDICION FOB FCA EN CFR CPT EN CTRC

PARA NOTIFICAR A INTERRODUCIDOR NOMBRAR CON DIRECCION Y TELEFONO FLETE POR COPIAS FLETE PAGADO EN EXCESO CONTROL DEL VALOR DE

FECHA MAXIMA DE EMBARQUE EMBARQUE PARCIAL FURTIVOS PROHIBIDOS TRANSBORDOS PERMITIDOS PROHIBIDOS

SEGURO OBTENIDO POR BAJO LA POLIZA No EN TIPO DE EMBARQUE EN TIPO DE DESTINO

INSTRUCCIONES ADICIONALES

EN CASO DE EXISTIR ALGUNA ADEPTACION CON RELACION A LA OPERACION INDICADA EN LA PRESENTE SOLICITUD, EL BANCO DEBERA CONFIAR EN LA FIRMA DEL SOLICITANTE EN EL MOMENTO DE LA ADQUISICION DEL CREDITO, LA CUAL DEBE CONTENER EL NOMBRE Y LA FIRMA DEL SOLICITANTE EN EL CASO DE HABER EN UN DOCUMENTO QUE CONTIENE EL NOMBRE Y LA FIRMA DEL SOLICITANTE

REPORTE MAXIMO S/A BANCO DE MEXICO S/A BANCO DE GUATEMALA S/A BANCO DE EL SALVADOR S/A BANCO DE NICARAGUA S/A BANCO DE COSTA RICA S/A BANCO DE PANAMA S/A BANCO DE COLOMBIA S/A BANCO DE VENEZUELA S/A BANCO DE BRASIL S/A BANCO DE ARGENTINA S/A BANCO DE CHILE S/A BANCO DE PERU S/A BANCO DE URUGUAY S/A BANCO DE PARAGUAY S/A BANCO DE ECUADOR S/A BANCO DE VENEZUELA S/A BANCO DE COLOMBIA S/A BANCO DE VENEZUELA S/A BANCO DE BRASIL S/A BANCO DE ARGENTINA S/A BANCO DE CHILE S/A BANCO DE PERU S/A BANCO DE URUGUAY S/A BANCO DE PARAGUAY S/A BANCO DE ECUADOR S/A



AGRICULTURA, GANADERIA,
FORESTAL Y DE FAUNA SILVESTRE

CERTIFICADO DE EXPORTACION

FECHA
AÑO MES DIA
94 11 11

FITOSANITARIO XX

ZOOSANITARIO 01

LA EFECTUACION DE LA INSPECCION FITOSANITARIA EN H. MATAMOROS TAMPS. 17-0
EN EL CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47 DE LA LEY FEDERAL DE SANIDAD ANIMAL
VEGETAL Y DE LA INSPECCION A LOS ANIMALES, VEGETALES O PRODUCTOS QUE SE CUMPLAN DETERMINANDO QUE RELEN LAS CONDICIONES SANITARIAS REQUERIDAS PARA
COMERCIALIZAR.

IMPORTADOR
"VELOZ RAMOS" S.A.
CARRETERA RIBERENA KM 36 COLONIA RIBERONAMIENTO
RFC VRAB41004JWG
CODIGO POSTAL 28 MONTE 015

REQUISITOS FITOSANITARIO No 20402 ZOOSANITARIO No

PAIS DE ORIGEN U.S.A.	G8	REGISTRO DE TRAMITE DE INSPECCION 395665
PROCEDENCIA BENTON, KY	G8	FECHA 11-NOV-94
CERTIFICADO FITOSANITARIO No FPC 495569		CERTIFICADO ZOOSANITARIO No

DESCRIPCION DE LA MERCANCIA, CANTIDAD TOTAL, UNIDAD DE MEDIDA		CLAVES
MAIZ PALOMERO	81,648 KG	10.05.B
A. A. VICTOR J. CARRETERO		PED. 3074-4002437

MOVILIZACION INTERNA Y LUGAR DE DESTINO

NOMBRE COMPLETO DEL DESTINATARIO
H. MATAMOROS, TAMPS. DIAZ CORDAZ, TAMPS.

DOMICILIO CALLE Y NUMERO
CALLE Y NUMERO

ESTADO MUNICIPIO

METODO DE TRANSPORTE
MARCA
PESO
VALOR
CANTIDAD
UNIDAD DE MEDIDA
FECHA

COORDINACION DE LA EXPORTACION INTERNACIONAL
FECHA DE EMISION
FECHA DE VENCIMIENTO
OCHO DIAS

ING. LEC. DE LOS SANTOS DE LOS S.
JEFE DE TURNO

BIBLIOTECA OFICINA
78
CAMPUS SANTA MARIA

FECHA DE PAGO 271294
 TIPO OPERACION 1
 CUANTIA/SEC. 570
 FECHA ENTRADA 131294
 C. CNEZ31210ZQ6
 EXPEDICION POR TERCEROS NO. PED. ESP. DE TRAM. 0000 000000
 PORTADOR CANTU DE MEXICO S.A. DE C.V.
 DOMICILIO AV. EJERCITO NACIONAL n. 539 14
 CIUDAD/EDO MEXICO D.F.
 CIUDAD/FECHAS/FORMA DE FACTURACION/PROVEEDOR/PORTAD...
 700025 DEL 171194

1292439

SUPER BELL INTERNATIONAL (H.K.)
 UNITED FLAT GLAZ UNIVERSAL GENRE 17 21 3000
 151.FO IAN SHATIN HONG KONG
 MARCAS, NUMEROS, TOTAL DE BULTOS 59 Cajas
 CANTU DE MEXICO 59 Cajas
 C. ENI. 24034
 20470.00 V.DLS 20470.00
 COMERCIALES INCREMENTALES
 70352 22572

DESCRIPCION DE MERCANCIAS	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNIT.	COMERCIAL	IMPORTE	EN ADUANA	IMPORTE
PERMISOS CLAVES / NUMEROS / FIRMA				DLS	IN. VOL.		IMPUESTO
(RELO) DESPERTADOR				70352	20.00	10	13525
91051199	27A9-04		27A9-04	92524	0101		0
				203A5.50	11		

VALOR DE RECIBO CANTU DE BARRAS
 CONTRIBUCIONES:
 ADV 101 10525
 DIA 101 245
 IVO 101 11225
 MARCA TONAS: F.A. 1.0000 F.A. 1.0000
 CANTU DE MEXICO S.A. DE C.V.
 AV. EJERCITO NACIONAL n. 539 14
 MEXICO D.F.



8 BIBLIOGRAFIA.

REVISTA: ESTADOS UNIDOS PERFIL DE LA MIEL.

BANCOMEXT, Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.

TARIFF SCHEDULE OF THE UNITED STATES OF AMERICAN, NAFTA.

MIEL: ESTUDIO DE LOS PRINCIPALES MERCADOS.

Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT

Ginebra, 1986 ,XV, 189 pags.

PROGRAMA RECTOR DE LA APICULTURA 1996 - 2000.

SAGAR

ESTADÍSTICAS DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO.

INEGI

México, julio - diciembre 1995

BANCOMEXT, Diciembre 1995

BIOS (Boletín de Información Oportuna del Sector Alimentario).

INEGI

México, Números 117, Septiembre, 1995.

INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

Consulta a la Asociación de Apicultores del Estado de Michoacán.

TARIFF SCHEDULE OF THE UNITED STATES OF AMERICAN, NAFTA.

Anexo 302.2, 1994.

SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN DE MERCADOS.

Precios Internacionales, mayo 1996.

CLARIDADES AGROPECUARIAS, UN HORIZONTE DEL MERCADO AGROPECUARIO.

ASERCA.

GUÍA BÁSICA DEL EXPORTADOR.

BANCOMEXT, Diciembre 1995.

AGRICULTURA OUTLOOK.

Economic Research Service, U.S.

Department of Agriculture, Marzo 1994.