



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA
AMAZONIA PERUANA**



**FACULTAD
DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS**

TESIS

**“ESTUDIO ESTRATEGICO DE LOS COSTOS DE LA MIEL DE ABEJA EN
LORETO, PERÍODO 2016”**

PRESENTADO POR:

MARCO POLO VALCÁRCEL GONZÁLES

Bachiller en Contabilidad

GALITA ZUMBA QUIROZ

Bachiller en Contabilidad

ASESOR:

Lic. Adm. JORGE PÉREZ SANTILLÁN, MGR.

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

IQUITOS – PERÚ

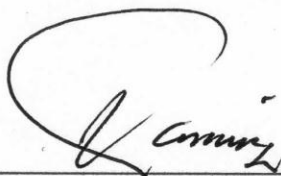
2016

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS**

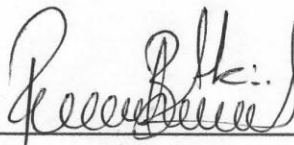
Tesis aprobada en sustentación publica el día 17 de Febrero del 2017, por el jurado Ad-Hoc nombrado por la Escuela Profesional De Contabilidad, De La Facultad De Ciencias Económicas Y De Negocios, para optar el título de:

CONTADOR PÚBLICO

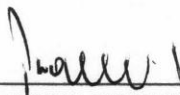
JURADO:



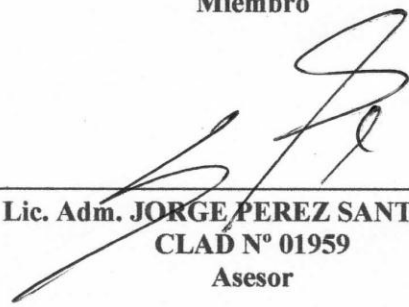
C.P.C. JESUS HERMES RAMIREZ ENRIQUE
Matricula N° 10-0066
Presidente



C.P.C.C. JOSE RICARDO BALBUENA HERNANDEZ
Matricula N° 10-0849
Miembro



Lic. Adm. VICTOR RAUL REATEGUI PAREDES
CLAD N° 01966
Miembro



Lic. Adm. JORGE PEREZ SANTILLAN
CLAD N° 01959
Asesor

DEDICATORIA

A:

Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor. Recuerda rezar mucho sin necesidad de extenderse.

A mi madre Linda. Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre José; Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mis familiares; A mi hermano Raúl por ser el ejemplo de un hermano mayor y de quien aprendí aciertos y de momentos difíciles; a mi Hermana Janny, por brindarme siempre buenos consejos.

A mis compañeros Jaime y Galita por brindarme siempre apoyo constante, Tíos, tías y familiares y todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

¡Gracias a ustedes!

Marco Polo Valcárcel Gonzales

A:

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis hermanos Tesoro, Jorge y Day por ser la pieza fundamental en mi periodo de estudio, a mis padres Norma y Rider aunque en la buenas y malas siempre estuvieron apoyándome. Gracias

Galita Zumba Quiroz

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios que fue nuestro principal apoyo y motivador para cada día continuar con este proyecto y no desmayar, este es un momento muy especial para nosotros y estamos seguros que perduraran en el tiempo.

Gracias a nuestra Universidad Nacional De La Amazonia Peruana, por haber permitido formarnos, y en ella gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso ya sea de manera directa o indirecta. Gracias a que todos ustedes que fueron los responsables de realizar su pequeño aporte que hoy se ve reflejado en la culminación de esta tesis

Los Autores

ÍNDICE

	Página
Título de la Tesis.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice.....	iv-v
Índice de tablas.....	iv
Índice de gráficos.....	vii
Índice de Figuras.....	viii
Introducción.....	01
Abstract – Introduction.....	02
1. CAPITULO I	
Planteamiento de la investigación.....	03
1.1 Planteamiento del propósito de la investigación.....	03
1.2. Formulación del propósito de la investigación.....	06
1.3 Objetivos de la investigación.....	07
1.3.1Objetivo general	07
1.3.2Objetivos específicos	07
1.4 hipótesis	07
1.4.1 Hipótesis general	07
1.4.2 Hipótesis específicas	07
1.5 Operacionalización de la hipótesis	08
1.6 Identificación del método de la investigación..	08
1.7 Marco poblacional y población.....	09
1.8 Marco muestral y muestra.....	09
1.9 Fuentes e instrumento de recolección de datos.....	09
2. CAPITULO II	
Marco teórico.....	10
2.1 Antecedentes de investigación.....	10
2.2 Teorías relacionadas al sector de estudio.....	12

2.2.1 El mercado de la miel de abeja	12
2.2.2 Teoría sobre costo de producción	15
2.3 Marco conceptual	18
3. CAPITULO III	
Resultados de la investigación	19
3.1 Mercado de exportación de miel de abeja en el mundo.....	19
3.2 Mercado de consumo de la miel de abeja en el mundo.....	22
3.3 Mercado de destino de Perú de la miel de abeja.....	25
3.4 Empresa de apicultura a nivel nacional.....	30
3.5 Costos de producción.....	31
3.5.1 Introducción.....	31
3.5.2 Concepto de costo.....	31
3.5.3 Objetivos del empresario.....	32
3.5.4 Tipos de costo.....	32
Conclusiones.....	33
Recomendaciones.....	34
Bibliografía.....	35
Anexo 1: Instrumento de recolección de datos.....	36
Anexo 2: Instrumento de recolección de datos.....	37
Anexo 3.....	38-42

ÍNDICE DE TABLAS

	PAG.
Tabla 1. Comportamiento de las exportaciones totales de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013.....	20
Tabla 2. Comportamiento de las exportaciones totales de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013. (en millones de US \$) valor.....	21
Tabla 3. Comportamiento de las importaciones totales de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013.....	23
Tabla 4. Comportamiento de las importaciones totales de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013. (en millones de US \$).....	24
Tabla 5. Comportamiento de las exportaciones totales de miel de abeja natural, desde el Perú, periodo 2011 – 2015. (en millones de US \$)....	25
Tabla 6. Comportamiento de los volúmenes y precios unitarios de las exportaciones totales de miel de abeja natural, desde el Perú, periodo 2011 – 2015	26
Tabla 7. Comportamiento de los mercados de destino de las exportaciones totales de miel de abeja natural, desde el Perú, periodo 2011 – 2015.....	26
Tabla 8. Comportamiento de las exportaciones totales de sucedáneos de la miel de abeja, desde el Perú, periodo 2011 – 2015. (en millones de US \$)....	27
Tabla 9. Comportamiento de los volúmenes y precios unitarios de las exportaciones totales de sucedáneos de la miel de abeja, desde el Perú, periodo 2011 – 2015.....	27
Tabla 10. Comportamiento de los mercados de destino de las exportaciones totales de sucedáneos de la miel de abeja, desde el Perú, periodo 2011 – 2015.....	28

ÍNDICE DE GRAFICOS

	PAG
Gráfica 1. Tendencia de las exportaciones totales de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013. (en millones de US).....	19
Gráfica 2. Consumo total de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013. (en millones de US \$).....	22
Gráfica 3. Competitividad de los factores del entorno para la producción apícola en Loreto, año 2016.....	29
Gráfica 4. Competitividad de los factores del entorno para la producción apícola en Loreto, año 2016.....	30

INDICE DE FIGURAS

	Pagina
Figura 1. Productos industrializados con la miel de abeja.....	04

INTRODUCCIÓN

Los mercados de consumidores en el mundo presentan nuevas tendencias como el cuidado de la dieta y la preocupación por la alimentación sana, alimentos sin aditivos ni conservantes, libres de pesticidas. Todo esto impacta en mayores volúmenes de consumo y nuevos tipos de productos.

En este grupo de productos están los referidos a la actividad apícola, particularmente aquellos elaborados con la miel de abeja. Esta es una materia prima sobre la cual se pueden elaborar diversos productos, desde los que se ubican en la alimentación hasta aquellos que satisfacen la necesidad de belleza.

Es necesario estudiar estos mercados para definir la oferta que puede producirse desde Loreto, región de Perú. Esta región necesita sectores productivos sostenibles para reactivar su economía. La sostenibilidad se entiende como la no depredación de los bosques, la no contaminación ambiental y el respeto a las comunidades ubicadas en las áreas donde se extraen los productos.

En la oferta se definen los precios de venta con los que se comercializaran los productos. Una de las estrategias de precio está referido al costo más un margen de utilidad el cual varía en función de los objetivos empresariales y de las limitaciones que ofrece la competencia.

La presente investigación hace un estudio de las condiciones del entorno mundial que impactan en los costos de la miel de abeja como insumo para venderse a la siguiente etapa de la cadena de valor, la industria.

Los resultados nos señalan un mercado mundial creciente, tanto en la exportación y consumo; sin embargo, a nivel de Perú hay poca producción, motivado por factores externos e internos a las empresas.

Palabras claves: producción apícola, costos de producción de miel de abeja, empresa en la Amazonía.

ABSTRACT

INTRODUCTION

Consumer markets in the world present new trends such as diet care and concern for healthy food, food without additives or preservatives, free of pesticides. All this impacts on higher volumes of consumption and new types of products.

In this group of products are those referred to beekeeping, particularly those made with honey. This is a raw material on which can be made various products, from those that are located in the food to those that satisfy the need for beauty.

It is necessary to study these markets to define the supply that can be produced from Loreto, region of Peru. This region needs sustainable productive sectors to revive its economy. Sustainability is understood as the non-depredation of forests, non-environmental pollution and respect for communities located in the areas where the products are extracted.

The offer defines the sales prices with which the products will be marketed. One of the pricing strategies is referred to cost plus a profit margin which varies depending on the business objectives and constraints offered by the competition.

The present research makes a study of the conditions of the global environment that impact the costs of bee honey as an input to be sold to the next stage of the value chain, the industry.

The results point us to a growing world market, both in export and consumption; Without compromise, in Peru there is little production, motivated by external and internal factors to the companies.

Keywords: bee production, production costs of honey bee, company in the Amazon.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del propósito de la investigación.

Los productos buscan satisfacer las necesidades de las personas. Algunos se destinan a determinada necesidad y otros sirven para múltiples usos. En este último grupo se ubica la miel de abeja, por su alto contenido de enzimas, agentes bacterianos y por la variedad de vitaminas, minerales y oligoelementos. Satisface diversas necesidades de las personas.

Este producto se destina para atender las necesidades de salud: resfriado, dolor de garganta, enfermedades respiratorias, anti-inflamatorio, en la curación de heridas y otros usos.

También se destina para las necesidades nutricionales: es percibida como un producto más sano que el azúcar y los edulcorantes artificiales.

También es utilizado como suplemento dietético; así como su contribución a la vitalidad y rejuvenecimiento.

En ese mundo de necesidades, es interesante iniciar el estudio con el conocimiento del mercado: su demanda y oferta, tendencias y cambios en el tiempo.

El estudio de la demanda permite conocer la tendencia del comportamiento del consumo de miel de abeja y el tamaño de este consumo en el mercado mundial, analizado por principales países consumidores.

Posteriormente, se identifican la tendencia de la oferta, su exportación, y los principales países productores. Finalmente, se identifican los productos que se han elaborado como este insumo.

Referente al tamaño del mercado de consumo, este alcanzó en el 2013 la magnitud de cerca de 2,000 millones de US\$, cantidad sumamente importante y atractiva para que los países puedan enfocar sus estrategias de promoción a la producción y exportación de este producto.

La tendencia de este mercado es creciente y por lo tanto atractivo para quienes quieren ingresar a la producción y comercialización en los mercados mundiales.

Visto su uso en diferentes necesidades, y considerando que los consumidores buscan productos más sanos, la perspectiva de este sector es muy buena.

La demanda en los mercados requiere de una gran diversidad de productos que se elaboran con la miel de abeja, desde la miel como materia prima hasta los sucedáneos industrializados.

La llamada “miel de mesa”, utilizado en el uso del producto en confitería, pastelería, bebidas y otros alimentos procesados, también ha visto incrementado su demanda durante los últimos años. La oferta actual de productos elaborados con miel en los menús de cadenas de cafeterías como Starbucks o Tully’s, así como en otras, también es creciente.

El uso de la miel para bebidas no alcohólicas, principalmente de bebidas derivadas de la mezcla de limón con miel.

La industria farmacéutica y cosmética incluyeron a la miel como materia prima y crearon una línea de productos derivados de la misma.

Tanto la calidad del producto como la presentación tienen similares niveles de valor para el consumidor, quién tiene gustos sofisticados y está acostumbrado a revisar las etiquetas del producto, valor nutricional y origen del producto y en consecuencia está dispuesto a pagar más por él.

Figura 1. Productos industrializados con la miel de abeja.



Tomado de: <http://www.inkanat.com>

Similar comportamiento al mercado de consumo ha tenido el mercado de exportadores en el mundo, este superó ligeramente la magnitud de cerca de 2,000 millones de US\$ en el 2013. Esta casi similitud en unidades monetarias del mercado de importaciones con el mercado de exportaciones se explica porque los consumidores producen poco y tienen que importarlo.

La tendencia de este mercado es creciente y por lo tanto atractivo para invertir. Un mercado en pleno crecimiento es importante para quienes tienen interés en ingresar a la actividad empresarial productiva, particularmente en la Amazonía de Perú.

COMTRADE (2009), división de estadísticas sobre comercio mundial de Naciones Unidas, señala que el mercado de la miel no ha sido explotado en su totalidad tanto a nivel doméstico como industrial, esto debido en parte a la falta de información de los costos en que se incurrirían y la utilidad que puede lograrse.

Hay un mercado potencial en el mundo y en el país, por ello es importante analizar sus costos y precios.

Hay costos en el proceso de producción, recolección, presentación, así como en los canales de distribución. En esto también impacta la oferta que puede estar incurriendo en otras regiones y la presencia de monopsonios (un solo comprador) pues las ventas están concentradas en pocas empresas que las industrializan los productos a gran escala.

Si se trata de ir a otros mercados externos, habrá nuevos costos, de transporte y de acceso aduanero al país de destino.

En la actividad de exportación se presentaron diversos problemas, que se describen a continuación:

- a. Se encontraron mezclas conocidas en el mercado como “sucedáneos” que son imitación de miel abeja.
- b. Se detectaron incumplimientos en nombre, número de lote, lista de ingredientes, entre otros.
- c. Las etiquetas con la fecha de vencimiento están colocadas de manera que no permiten ver el nombre del producto jarabe, el cual además se encuentra en letra pequeña casi imperceptible, lo cual induce a error o engaño al consumidor.
- d. Por otro lado, se utiliza de fondo una imagen propia de la miel de abeja como es el panal, confundiendo al consumidor haciéndole pensar el producto es miel de abeja.

- e. Otro de los incumplimientos es que se resalta la marca comercial y el nombre del producto se encuentra escrito con una letra mucho más pequeña y de otro color no contrastante lo que resulta ilegible para el consumidor. En este caso el producto consiste en glucosa, fructuosa y miel de abeja (su contenido es de mayor a menor, es decir, posee mayor cantidad de glucosa).
- f. Además, se detectaron productos donde el nombre no indica la verdadera naturaleza se hace llamar miel de palo (60% fructuosa y 40% glucosa) cuando no lo es porque contiene azúcar. Asimismo, en su etiqueta muestra un panal, lo cual incide en la decisión de consumo.
- g. Adicionalmente se identificaron envases de miel de abeja sin número de lote, sin fecha de vencimiento, ni país de origen y contenido neto o sin la información del productor o distribuidor del producto.
- h. Hay problemas en la gestión de las empresas:
 - a. Empresas unipersonales con poco personal y con escasa formación en procesos productivos.
 - b. Alta informalidad en las transacciones de compra y venta en las etapas de producción.
 - c. Poca integración con las fuentes de reproducción de abejas.

1.2 Formulación del propósito de la investigación.

El problema descrito se resume en la siguiente interrogante general:

- a. ¿Cuál es el comportamiento del mercado mundial y la estructura de costos de la miel de abeja en el Perú, periodo 2016?

Los problemas específicos son los siguientes:

- a. ¿Cuál es el comportamiento de la tendencia mercado de exportaciones de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 - 2013?
- b. ¿Cuál es el comportamiento de la tendencia del mercado de consumo de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 - 2013?
- c. ¿Cuáles son los mercados de destino de la miel de abeja producida en el Perú, periodo 2011 - 2015?
- d. ¿Qué factores del entorno impactan en los costos de producción de la miel de abeja producida en el Perú, periodo 2016?

1.3 Objetivos de la investigación.

1.3.1 Objetivo general.

Identificar el comportamiento del mercado mundial y la estructura de costos de producción de miel de abeja en el Perú, periodo 2016.

1.3.2 Objetivos específicos.

- a. Determinar el comportamiento de la tendencia del mercado de exportaciones de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 - 2013.
- b. Determinar el comportamiento de la tendencia del mercado de consumo de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 - 2013.
- c. Describir los mercados de destino de la miel de abeja producida en el Perú, periodo 2011 - 2015.
- d. Describir los factores del entorno que impactan en los costos de producción de la miel de abeja producida en el Perú, periodo 2016.

1.4 Hipótesis.

1.4.1 Hipótesis general.

El comportamiento estratégico del mercado mundial y la estructura de costos de producción de miel de abeja en el Perú, periodo 2016, presentan una tendencia de alto nivel de crecimiento.

1.4.2 Hipótesis específicas.

El comportamiento de la tendencia del mercado de exportaciones de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013 es creciente.

El comportamiento de la tendencia del mercado de consumo de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013, es creciente.

Los mercados de destino de la miel de abeja producida en el Perú, periodo 2011 - 2015, están concentrados en pocas regiones.

Los factores del entorno tienen alto impacto en los costos de producción de la miel de abeja producida en el Perú, periodo 2016.

1.5 Operacionalización de la hipótesis.

Variable	Indicadores	Índices
Costos de producción	1. Magnitud de las exportaciones.	1.1 Tendencia en un periodo de tiempo. 1.2 Índice de comportamiento en un periodo de tiempo. 1.3 Variaciones porcentuales anuales. 1.4 Principales países exportadores.
	2. Mercados de consumo.	2.1 Tendencia en un periodo de tiempo. 2.2 Índice de comportamiento en un periodo de tiempo. 2.3 Variaciones porcentuales anuales. 2.4 Principales países exportadores.
	3. Mercados de destino de Perú.	3.1 Identificación de las regiones. 3.2 Participación de mercado de cada región. 3.3 Tendencia en un periodo de tiempo.
	4. Factores del entorno.	4.1 Tipo de factores. 4.2 Impacto en los costos.

1.6 Identificación del método de investigación.

La presente investigación tiene dos etapas:

En la primera etapa del estudio es de característica descriptiva, pues se describen las variables que forman el mercado y que influyen en la estructura de costos.

El método consta de observar la cadena de valor de la producción de miel de abeja en Perú y en la región Loreto.

1.7 Marco poblacional y población.

La población para conocer las tendencias del mercado e internacional está formada por el periodo de tiempo desde el 2009 hasta el año 2013.

1.8 Marco muestral y muestra.

La muestra de estudio de la presente investigación se constituye tomando los siguientes criterios:

- a. Periodo de tiempo. Los mercados internacionales y el mercado nacional presentan información de este tramo de tiempo.
- b. Tamaño de la muestra. La selección de los miembros de cinco personas, expertos en el tema, esto es seleccionado por el método intencional y dirigido a expertos.

1.9 Fuente e instrumento de recolección de datos.

- a. **El trabajo de investigación siguió el procedimiento siguiente:**
 - a. **Identificar las personas que tienen significativo conocimiento en el mercado de la miel de abeja.**
 - b. **Establecer las coordinaciones para la toma de la entrevista.**
- b. **La recolección de datos se hizo de diversas instituciones:**
 - **Se observó y analizó la información publicada por la Organización Mundial de Comercio (OMC).**
 - **SUNAT, para conocer el movimiento de mercados de destino de las exportaciones.**
- c. **El instrumento de recolección de datos se señalan en el Anexo 1.**

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes de investigación.

Cruz Aldana (2011), en su tesis *Producción y comercialización de miel de abeja en la aldea Nueva Jerusalén, Municipio de Ixcán, departamento de Quiché*, tiene como objetivo incrementar los ingresos económicos de las familias involucradas en el proyecto de producción y comercialización de miel de abeja.

La muestra de estudio comprendió a 75 personas de quince familias de los asociados, quienes son las que están involucradas directamente en el proyecto de la comunidad.

Las conclusiones señalan que el consumo per cápita de la miel en Guatemala es de 19 gramos por persona al año, teniendo una producción de 11,160 litros de miel a nivel municipal, equivalente a 33,480 libras de miel, con un volumen total en gramos de 15, 400,800. Dado el volumen de producción y la demanda per cápita se tiene una producción, que excede en 161 gramos de miel por persona, para el efecto se tiene el mercado nacional e internacional para la comercialización de la miel.

También, que los meses de mayor producción de la miel son: de diciembre a abril. Una colmena bien manejada puede llegar a producir 100 litros y una colmena mal manejada tiene una producción de 40 litros anuales. Su tamaño será de 10 colmenas por apicultor en el primer año o sea cuando se instale, esto hará un total por todo el proyecto de 150 cajas

García Ruiz y Ramírez Pedroza (2012), en su tesis *Proyecto de inversión para la industrialización de la miel de abeja en el municipio de Cerro de San Pedro, San Luis Potosí*, tienen como objetivo determinar determinar las perspectivas que tiene la comercialización de la miel de abeja industrializada en el mercado nacional o internacional, con el fin de evaluar la factibilidad tecno-económica de la industrialización de la producción de miel.

El estudio se realizó en el grupo de mujeres de Cerro de San Pedro. Concluye que, en la realización de proyectos de inversión, la mayoría de las veces conllevan a la obtención de utilidades o en cierta medida ganancias para quienes

invierten en el proyecto. Salvo en ocasiones donde el proyecto se destine hacia un fin meramente de beneficio social.

Agrega que, para determinar la rentabilidad del proyecto, se realizaron proyecciones de gasto, estados de resultados, proforma y flujo de efectivo, a fin de obtener la Tasa Interna de Retorno (TIR), ya que es una herramienta eficaz en la evaluación de proyectos. En el escenario base de la empresa, determinaron que este negocio es rentable, y que el precio y el costo de la materia prima son económicos y de fácil acceso para las productoras, por lo tanto los ingresos obtenidos son altos en proporción al costo de producción.

Añaden que, la industrialización de la miel de abeja en Cerro de San Pedro, es viable desde el punto de vista comercial, técnico y económico. Es decir, en el Estado de San Luis Potosí, existe mercado para la venta de miel, ya que los productores que llevan a cabo la industrialización del producto son escasos.

También, que la instalación de la planta industrializadora de miel es factible desde el punto de vista tecnológico o técnico, ya que existe en el municipio de Cerro de San Pedro, especialmente los recursos humanos e infraestructura necesaria para el óptimo desempeño, operación y factibilidad técnica para llevar a cabo su realización.

Agrega que, referente a la adquisición de los equipos y la tecnología empleada es posible contar con ella a la brevedad, ya que por parte de los proveedores se cuenta con la maquinaria a disposición inmediata. Existe mano de obra calificada en la localidad ya que se cuenta con la experiencia necesaria para la realización de actividades referentes al proceso productivo. Desde el punto de vista económico resulta conveniente. Pues las utilidades o ganancias que genera a través de su vida económica, proyectan una rentabilidad capaz de satisfacer el costo de producción. La TIR es favorable ya que resulto de 76.64%; por lo tanto a mayor TIR mayor rentabilidad, con pocas probabilidades de fracaso financiero y del proyecto; y con un periodo de recuperación de la inversión aceptable.

2.2 Teorías relacionadas al sector de estudio.

2.2.1 El mercado de miel de abeja.

Es importante conocer el mercado para entender la evolución de los volúmenes de producción, su estructura de costos, las estrategias genéricas, entre otros temas, que deben desarrollarse para competir en ellas. Y todo esto pasa por tener recursos humanos preparados, que entiendan toda la cadena de valor del sector, con mucha imaginación y creatividad.

Schneider (2011) señala que “el ser creativo es considerado un privilegio de pocos: sin embargo, las organizaciones públicas y privadas requieren hoy más que nunca colaboradores con imaginación, tantos como sea posible. Mientras más rápido evoluciona el mercado, las organizaciones necesitan diferenciarse para mantenerse competitivas y la creatividad es la vía para conseguir esto”.

El mercado está formado por consumidores y productores. Respecto a los consumidores, sus necesidades varían de acuerdo a la cultura de cada país y también las prioridades de satisfacción de dichas necesidades

La primera necesidad que busca satisfacer el cliente es la nutricional. La miel constituye un dulce natural, y contiene carbohidratos en su totalidad. La propiedad nutritiva más importante se deriva de los azúcares simples, los que no necesitan ser digeridos, sino que se asimilan directamente por el cuerpo, convirtiéndola en una fuente de energía rápida, producto bueno para complementar la nutrición.

También resuelve las necesidades de endulzar las bebidas, similar a las funciones que cumple la stevia o como ingrediente de medicinas populares (como ungüento para heridas, para controlar infecciones), para hacer bebidas alcohólicas como vino de miel y aguamiel, como cosmético (como champú, cremas para el cuerpo y la cara, labiales, jabones). La cerveza de miel es una bebida tradicional y popular en algunos países de África.

Además de la miel, existen otros productos de la miel que también juegan un importante papel en el mantenimiento de la salud y la prevención y tratamiento de gran número de afecciones, constituyendo así alternativas de diversificación de la

producción. Entre los subproductos de la colmena se pueden mencionar: cera, polen, jalea real y propóleos.

Pero, no todos los consumidores tienen las mismas necesidades, estas varían de acuerdo a la cultura de cada país.

La **Agencia de Cooperación Internacional de Japón – JICA** (2012) señala que los consumidores japoneses priorizan los alimentos seguros y buenos para la salud. Es importante que las características de calidad de los alimentos, tales como el sabor, aroma, textura y apariencia, sean consistentes.

Agrega que, para los japoneses es importante la marca de un producto como una garantía de calidad, seguridad, estilo de vida; pagarán precios altos si las razones justifican dicho precio. Esto los hace disfrutar de los alimentos como si fuese un símbolo de su propio estilo de vida.

En el mercado también encontramos a los productores. Estos definen sus estrategias para competir en el mercado, y estas deben ser construidas.

Ramaswamy (2007) manifiesta que, “para construir sus capacidades de innovación, las empresas típicamente se centran en nuevos productos o en variedades de productos. O persiguen la innovación basada en la demanda, por ser solidarios con los clientes que usan y consumen sus productos y servicios”.

Codex (2012) define la miel como la sustancia dulce natural producida por abejas a partir del néctar de las plantas, de secreciones de partes vivas de éstas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que quedan sobre partes vivas de las mismas y que las abejas recogen, transforman y combinan con sustancias específicas propias, y depositan, deshidratan, almacenan y dejan en el panal para que madure y añeje.

La miel está compuesta mayormente por agua, azúcares, ácidos orgánicos y minerales. El azúcar representa de 95 a 99% de la materia seca. La mayoría de los azúcares son glucosa y fructuosa. El agua es el segundo elemento en importancia y se debe tener siempre en consideración que solo mieles con un contenido inferior a 18% de agua no tienen riesgo de fermentarse.

Las características físicas relevantes de la miel son las siguientes:

- a. Viscosidad. Es un parámetro técnico en el procesamiento, ya que reduce el flujo de ésta durante la extracción, bombeo, reposo, filtrado, mezclado y embotellado
- b. Densidad. La miel es más densa que el agua: a menor contenido de agua mayor la densidad de la miel
- c. Higroscopia (capacidad de absorber o ceder humedad al medio ambiente). Esto representa una ventaja en productos terminados, pero a su vez esto podría ser una desventaja en el almacenamiento. A mayor humedad relativa, mayor será la absorción de agua del ambiente de la miel.
- d. Tensión superficial. Una baja tensión la convierte en un excelente compuesto para productos cosméticos. Esta tensión varía con el origen de la miel, probablemente debido a su carácter coloidal. Una alta viscosidad agregada a una baja tensión superficial generan la característica espumosa de la miel
- e. Propiedades caloríficas.
- f. Color. El color varía desde clara como el agua hasta el color negro. Éste obedece al origen botánico, edad y condiciones de almacenamiento, pero la claridad o transparencia dependen del polen superficial.
- g. Sabor. Depende de las fuentes nectaríferas. Las regiones y los períodos de afluencia de néctar, impacta en el sabor y el color. Una miel más oscura, generalmente, tiene un sabor más fuerte.
- h. Cristalización. Se expresa en cristales mono hidratos de glucosa que varían en tamaño y forma dependiendo de la calidad de la miel. Este último aspecto impacta en la calidad, tema importante en el mercado. La mayoría de las mieles se cristalizan a temperaturas ambientes (la cristalización no ocurre con temperaturas superiores a 25°C y menores de 5°C), tornando más clara la miel debido a la presencia de los cristales de glucosa, de color blanco.

La cristalización no es atractiva para el consumidor, en cuanto la asocian con descomposición de la miel, la perciben como adición de agua y azúcar. Esta apreciación obedece a la falta de conocimiento del consumidor, lo cual puede ser

subsano a través de una campaña publicitaria, que manifieste las bondades y características que debe contener una miel de calidad.

2.2.2 Teorías sobre costo de producción.

La innovación de las cosas que venimos haciendo, es vital para competir en el mercado.

Ciabatti (2011), gerente marketing de ILARIA – Perú, señala que “en las instituciones públicas o empresas modernas, la riqueza y competitividad generalmente no se obtienen del recorte de costos, reestructuraciones, fusiones o adquisiciones o alguna otra conocida práctica gerencial, sino mediante la innovación”.

Para armar una estructura de costos debemos observar la cadena de valor del producto, y en cada uno de ellos observar las actividades con su respectivo cálculo de los costos y ver las posibilidades innovar, lo que impactaría en nuevos costos.

Observamos la cadena de valor de la miel de abeja, y la primera actividad es la fuente de donde se obtiene:

- a. Miel: la que se encuentra en estado líquido, cristalizado o una mezcla de ambas.
- b. Miel en panales: es la almacenada por las abejas en celdas operculadas de panales nuevos, construidos por ellas mismas que no contengan larvas y comercializada en panal entero o secciones de tales panales.
- c. Miel con trozos de panal: aquella que contiene uno o más trozos de panales con miel, exentos de larvas.
- d. Miel cristalizada o granulada: tipo de miel que ha experimentado un proceso de solidificación como consecuencia de la cristalización de la glucosa que puede ser natural o inducido.
- e. Miel cremosa o cremada: tiene una estructura cristalina fina y que puede haber sido sometida a un proceso físico que le confiera esa estructura y que la haga fácil de untar.

Otro dato de la cadena de valor está referido a la forma como se obtiene:

- a. Miel escurrida: su obtención es por escurrimiento de los panales desoperculados.
- b. Miel prensada: es la obtenida por prensado de los panales sin larvas.
- c. Miel centrifugada: obtenida por centrifugación de los panales desoperculados, sin larvas.

Según el proceso de producción, la miel puede tomar varios nombres:

- a. Miel convencional: la obtenida por métodos tradicionales de producción.
- b. Miel ecológica: la procedente de apiarios certificados como amigables con el medio ambiente.
- c. Miel orgánica: la que en toda su fase de producción y procesamiento cumplen los requisitos de certificación orgánica.

En la fase de comercialización, y particularmente hacia el mercado externo, se necesita definir un código arancelario¹ es la estructura numérica asignada para la clasificación de las mercancías.

Otro aspecto importante en la estructura de costos es el nivel tecnológico utilizado en la Apicultura. Este está determinado por los medios y recursos con que se cuenta para el manejo de la unidad de producción. Se distinguen dos tecnologías: tecnología intermedia y alta.

La tecnología intermedia se mantiene usando sólo instrumentos locales de la comunidad. Esta tecnología trabaja con las grandes familias de abejas no venenosas, endémicas de toda la zona tropical de América. Estas abejas producen una miel altamente apreciada. Su nivel de producción está en (5 kilogramos por colonia); no requiere tratamiento sanitario.

Se utilizan colmenas de panal movable. Estas colmenas comprenden cestos con los lados inclinados, y a veces cubiertos con barro. Barras superiores cortadas de un ancho permiten el espacio de tránsito de la abeja entre panales y se colocan en la abertura del cesto. A todo esto se le conoce como la técnica movable. Mayores detalles se explican a continuación:

¹ El código arancelario es la estructura numérica asignada para la clasificación de las mercancías, utilizada con fines de facilitar la identificación de éstas en el comercio internacional.

La clasificación universal de productos para códigos arancelarios abarca una especificidad máxima de seis dígitos. Las descripciones más específicas (hasta diez dígitos) se asignan a nivel de cada país

El distanciamiento de las colmenas dentro del apiario es un tema importante. Las colmenas deben estar separadas lo menos 45 cm. de distancia, e inclinadas un poco hacia la entrada para ayudar que la colonia saque residuos que caen a la base. Esta inclinación también sirve a que se salga el agua de lluvia. La colocación de las colmenas debe permitir que el Apicultor maneje la colonia por detrás de la colmena. Esto provoca menos interferencia con el vuelo de las obreras y permite al apicultor ahumar la colonia antes de que se alerten las abejas guardianas de la entrada.

Esta tecnología utiliza el sistema de cuadros móviles en varias cajas. Este sistema ofrece la fácil manipulación de panales. Tanto los cuadros (que contienen panales) y cajas, pueden intercambiarse sin ninguna dificultad para el manejo. Los cuadros que contienen panal de miel se sacan de la colmena, los opérculos de las celdas se cortan con un cuchillo y la miel se extrae con una máquina centrifugadora. Los panales vacíos se devuelven a la colonia para que las abejas los vuelvan a llenar.

Las abejas necesitan producir ocho kilogramos de miel para producir uno de cera. La producción de miel aumenta cuando los panales o enjambres se devuelven relativamente vacíos, ya que las abejas africanizadas necesitan que se les deje cierta reserva de miel, de otro modo, abandonan el panal.

Como los panales están pegados al cuadro en los cuatro extremos, y el cuadro tiene varios alambres que refuerzan el panal, las colmenas se pueden mover sin riesgo de quebradura. Esta característica de las colmenas de cuadros movibles facilita la apicultura migratoria.

El sistema de cuadros movibles también le ofrece al Apicultor la opción de producir grandes volúmenes de polen, jalea real o abejas reinas.

Los principios de manejo del Apiario son iguales tanto para la apicultura de alta tecnología como para la intermedia. La alta tecnología ofrece más facilidad de manipulaciones para el manejo y más opciones al Apicultor. Pero también requiere más inversión de dinero.

Hay conocimientos básicos que deben de saber los apicultores para la instalación de un apiario; adquisición de enjambres; instalación, mantenimiento y manejo de apiarios y colmenas; prácticas de manejo de colmenas; plagas y enfermedades de las abejas; multiplicación de colmenas y productos de la colmena.

Como es lógico todo lo que se relacione con las colmenas será cuidado, ya que de ello depende la producción de la misma, por ejemplo los bosques, las fuentes de agua cercana, también se plantarán más especies que florezca

2.3 Marco conceptual.

- a. Apiario: En casi todos los lugares de los trópicos es necesario poner las colmenas sobre plataformas, para proteger las abejas de las hormigas y las ranas. Sin embargo, con la llegada de la abeja africanizada, la Apicultura dio un giro tecnológico alentado por la alta demanda de miel en los mercados.

- b. Cadena de valor: A nivel nacional, la cadena típica de la miel está compuesta por cuatro eslabones principales: i. producción, ii. acopio; iii. transformación; iv. comercialización. Esta última, a su vez se divide en dos sub cadenas: a) cadena de valor de miel orgánica (destinada a la exportación), b) cadena de valor de miel convencional (destinada principalmente al consumo nacional).

CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

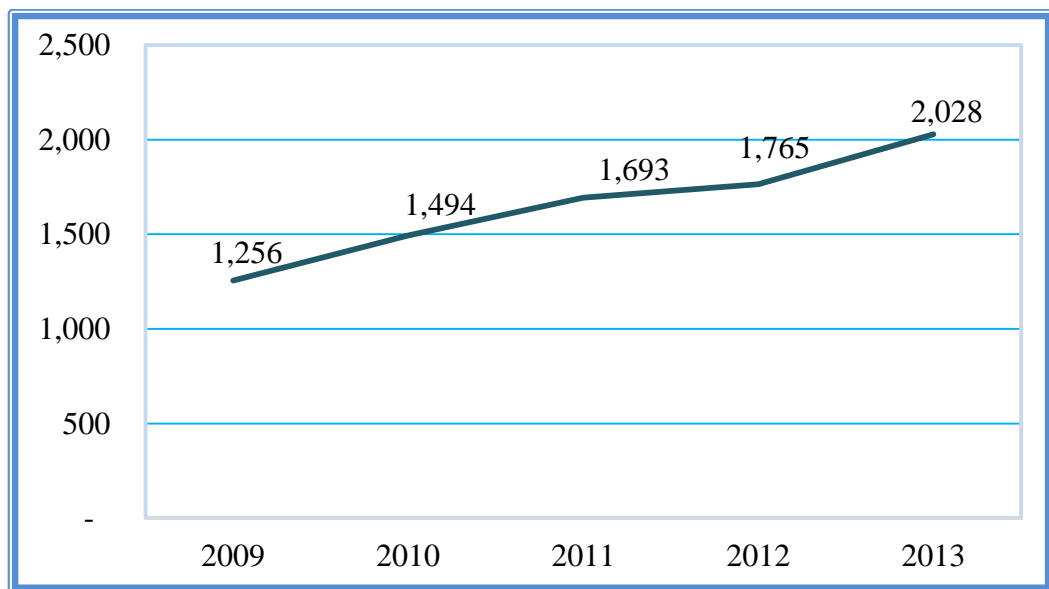
3.1 Mercado de exportación de miel de abeja en el mundo.

Los mercados muestran tendencia decreciente, estable o creciente. Su variación obedece a diversos factores como la demanda.

Los países venden (exportan) lo que otros mercados requieren. El mercado de la miel de abeja presenta una tendencia creciente en el tiempo, pues su demanda está asociada al crecimiento poblacional y a nuevas necesidades.

Gráfica 1. Tendencia de las exportaciones totales de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013.

(en millones de US \$)



Fuente: Trade Map

En el periodo de tiempo 2009 - 2013, el mercado mundial de exportaciones ha crecido en 58%, lo que significa 12.7% de crecimiento promedio anual. Esta tasa es superior al crecimiento de otros sectores y también al de importaciones.

Los años de mayor crecimiento han sido 2010 y 2013, el primero con 18.9% y el segundo con 14.9%. Esto se explica por factores climatológicos que en un año son mejores que el año anterior o subsiguiente.

Tabla 1. Comportamiento de las exportaciones totales de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013.

	2009	2010	2011	2012	2013
Exportación (miles US\$)	1,25 6	1,494	1,693	1,76 5	2,028
Índice 2009 = 100	98	116	132	138	158
Variación anual (%)		18.9 %	13.3 %	4.3%	14.9 %

Fuente: Trade Map

Observamos el mercado mundial por principales países productores para conocer el origen de la oferta, el tamaño de cada uno y su tendencia de comportamiento en el tiempo.

En la tabla 2 se presentan a nueve países (Argentina y México, varios países del Asia y de Europa) quienes en el 2013 juntos representaron el 67.8% del consumo mundial de miel de abeja, las dos terceras partes.

Entre estos nueve principales países productores tenemos dos grupos. El primero, integrado por aquellos países con alto nivel de producción, como China y Argentina, quienes juntos representaron 25.9% del consumo en el 2013. Luego, están los otros países, de mediana participación, quienes juntos constituyeron el 41.9% del total mundial.

También se observa cambios en el tiempo. La participación de China es creciente, pasó del 11.8% en el 2009 al 14.0% en el 2013; mientras que, Argentina representaba el 15.0% en el 2009 y se ha reducido al 11.09% en el 2013.

Tabla 2. Comportamiento de las exportaciones totales de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013. (en millones de US \$)

	2009	Participació n	2013	Participació n
China	126	11.8%	247	14.0%
Argentina	160	15.0%	211	11.9%
Nueva Zelandia	59	5.5%	139	7.9%
Alemania	110	10.3%	134	7.6%
México	81	7.6%	112	6.3%
Hungría	61	5.7%	96	5.4%
España	63	5.9%	92	5.2%
Vietnam	32	3.0%	91	5.1%
India	20	1.9%	76	4.3%
Otros países	352	33.1%	570	32.2%
Total	1,064	100.0%	1,768	100.0%

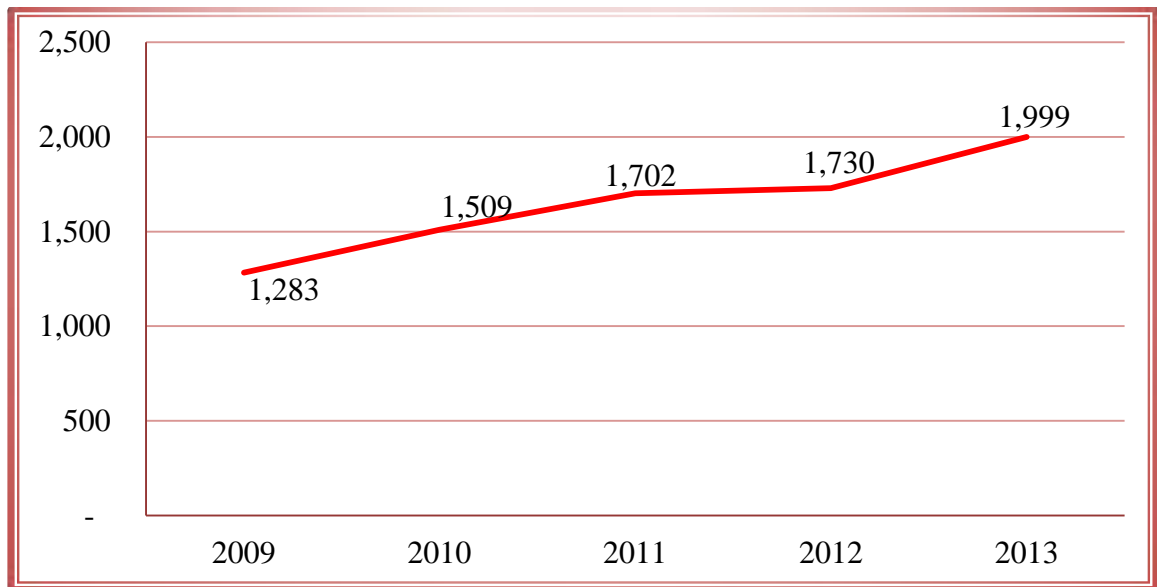
Fuente: Trade Map

3.2 Mercado de consumo de la miel de abeja en el mundo.

La demanda de todo producto se mide en el consumo que hacen las personas y éste se mide en su comportamiento de compra y de uso.

El mercado de miel de abeja presenta una tendencia creciente en el tiempo, sustentado en dos factores: El crecimiento del tamaño poblacional y en nuevos hábitos de consumo que van teniendo las personas.

Gráfica 2. Consumo total de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013.
(en millones de US \$)



Fuente: Trade Map

A continuación se presentan detalles del comportamiento del mercado de las importaciones en un periodo de tiempo para identificar las variaciones, información útil cuando se calculan las ventas, los costos y la rentabilidad. Un mercado de incrementos y disminuciones significa un mercado de alto riesgo comercial y por lo tanto se expresarán en cambios en los costos en que se incurren.

En el periodo de tiempo 2009-2013, el mercado mundial de importaciones ha crecido en 56%, lo que significa 11.7% de crecimiento promedio anual. Esta tasa es superior al crecimiento de otros sectores.

Todos los años la tasa de variación es positiva con altas tasas de crecimiento. Solamente en el año 2012 la tasa de crecimiento es bastante reducida 1.6%.

Tabla 3. Comportamiento de las importaciones totales de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013.

	2009	2010	2011	2012	2013
Importación (millones US\$)	1,283	1,509	1,702	1,730	1,999
Índice 2009 = 100	100	118	133	135	156
Variación anual (%)		17.6 %	12.8 %	1.6%	15.6 %

Fuente: Trade Map

Observamos el mercado mundial por principales países consumidores para conocer la magnitud de su tamaño de consumo y su tendencia de comportamiento en el tiempo.

En la tabla 4 se presentan a nueve países (EE.UU, varios países de Europa, Japón y Arabia Saudita) quienes juntos en el 2013 representaron el 71.5% del consumo mundial de miel de abeja. Hacia ellos debe dirigirse el interés de la producción de Perú.

Entre estos nueve principales países consumidores tenemos tres grupos. El primero integrado por aquellos países con alto nivel de consumo, como EE.UU y Alemania, quienes juntos representan el 41% del consumo en el 2013. Luego, tenemos los países de mediano consumo como Reino Unido, Japón y Francia, quienes juntos constituyen el 17.8% del consumo en el mismo año. Finalmente, un tercer grupo de menor nivel de consumo, integrado por Italia, Bélgica, España y Arabia Saudita, alcanzando juntos el 12.7% del total mundial.

También se observa cambios en el tiempo. La participación de EE.UU. es creciente, pasó del 18.0% en el 2009 al 24.9% en el 2013; mientras que, Alemania representaba el 20.0% en el 2009 y se ha reducido al 16.1% en el 2013.

Estos cambios también ocurren en países de mediana magnitud como Reino Unido, quien alcanzó el 8.3% y luego se redujo al 6.3% en el 2013.

Tabla 4. Comportamiento de las importaciones totales de miel de abeja en el mundo, periodo 2009 – 2013. (en millones de US \$)

País	2009	Participación	2013	Participación
EE.UU.	231	18.0%	498	24.9%
Alemania	256	20.0%	322	16.1%
Reino Unido	107	8.3%	126	6.3%
Japón	87	6.8%	116	5.8%
Francia	85	6.6%	113	5.7%
Italia	52	4.1%	76	3.8%
Bélgica	46	3.6%	68	3.4%
España	37	2.9%	53	2.7%
Arabia Saudita	30	2.3%	57	2.9%
Otros países	352	27.4%	570	28.5%
Total	1,283	100.0%	1,999	100.0%

Fuente: Trade Map

3.3 Mercado de destino de Perú de la miel de abeja.

Ahora, observamos el mercado peruano el cual se ha reducido significativamente en los últimos años.

En los últimos años, la exportación de miel de abeja natural ha visto disminuir de US\$.89 miles de dólares a US\$. 4 miles de dólares.

Esto se explica por los menores volúmenes de producción en las distintas regiones del Perú, a pesar que en el mundo hay grandes crecimientos.

Tabla 5. Comportamiento de las exportaciones totales de miel de abeja natural, desde el Perú, periodo 2011 – 2015.(en US \$)

	2011	2012	2013	2014	2015
Valor FOB	89,678	26,655	3,885	5,482	3,861
Índice 2011 = 100	100	30	4	6	4
Variación anual		-70.3%	85.4 %	41.1 %	29.6 %

Fuente: SUNAT. Varios años. *Reporte de Exportaciones por Subpartida Nacional/País Destino*. Partida arancelaria: 0409009000

Las unidades monetarias de exportación representan la multiplicación de los volúmenes (kilos) y el precio (US\$)

Esta información se muestra en el cuadro siguiente y encontramos un precio unitario entre US\$. 3.01 y US\$. 3.99, considerando que es una materia prima el precio está sujeto a mayores o menores volúmenes de producción.

Tabla 6. Comportamiento de los volúmenes y precios unitarios de las exportaciones totales de miel de abeja natural, desde el Perú, periodo 2011 – 2015.

	2011	2012	2013	2014	2015
Peso neto (kilos)	26,441.82	4,432.34	973.49	1,696.23	1,221.50
Precio unitario Valor FOB (US \$)	3.39	3.01	3.99	3.23	3.16

Fuente: SUNAT. Varios años. *Reporte de Exportaciones por Subpartida Nacional/País Destino*. Pártida arancelaria: 0409009000

Los mercados destino a los cuales se dirige la exportación de miel de abeja desde Perú, está concentrado principalmente en un país: Los Estados Unidos de Norte América, dependemos de las compras de un solo mercado, y y esto es un hecho preocupante.

Tabla 7. Comportamiento de los mercados de destino de las exportaciones totales de miel de abeja natural, desde el Perú, periodo 2011 – 2015.

	2011	2012	2013	2014	2015
EE.UU.	89,678	26,655	3,885	5,482	3,861
Canadá	2,287	648.80	37	1,444	133
Europa	199	678.36	2	173	-
Otros países	72	79	12	205	1
Total	92,237	28,061	3,936	7,304	3,995

Fuente: SUNAT. Varios años. *Reporte de Exportaciones por Subpartida Nacional/País Destino*. Partida arancelaria: 0409009000

Además de la venta en estado natural, la miel de abeja se vende como sucedánea, y ese mercado es mucho más pequeño.

Este mercado sí muestra un crecimiento en el tiempo, pero en niveles bastante reducidos.

Tabla 8. Comportamiento de las exportaciones totales de sucedáneos de la miel de abeja, desde el Perú, periodo 2011 – 2015. (en US \$)

	2011	2012	2013	2014	2015
Valor FOB	955	3,023	515	1,790	3,459
Índice 2011 = 100	100	317	54	187	362
Variación anual		216.7%	83.0%	247.6%	93.3%

Fuente: SUNAT. Varios años. *Reporte de Exportaciones por Subpartida Nacional/País Destino*. Partida arancelaria: 1702901000

Los mercados de sucedáneos comprenden a productos con precios casi similares a la miel de abeja en estado natural.

El precio se mueve en un mayor margen, entre US\$.2.80 y US\$.3.5

Tabla 9. Comportamiento de los volúmenes y precios unitarios de las exportaciones totales de sucedáneos de la miel de abeja, desde el Perú, periodo 2011 – 2015.

	2011	2012	2013	2014	2015
Peso neto (kilos)	340.30	1,056.72	160.00	287.10	987.90
Precio unitario valor FOB (US \$)	2.80	2.86	3.22	3.23	3.50

Fuente: SUNAT. Varios años. *Reporte de Exportaciones por Subpartida Nacional/País Destino*. Partida arancelaria: 1702901000

Los mercados a los cuales se dirigen los sucedáneos también están concentrados en un solo mercado. Estados Unidos es un mercado al cual se le abastece todos los años pero en volúmenes muy reducidos. Este mercado es poco relevante para buscar mayor información.

Tabla 10. Comportamiento de los mercados de destino de las exportaciones totales de sucedáneos de la miel de abeja, desde el Perú, periodo 2011 – 2015.

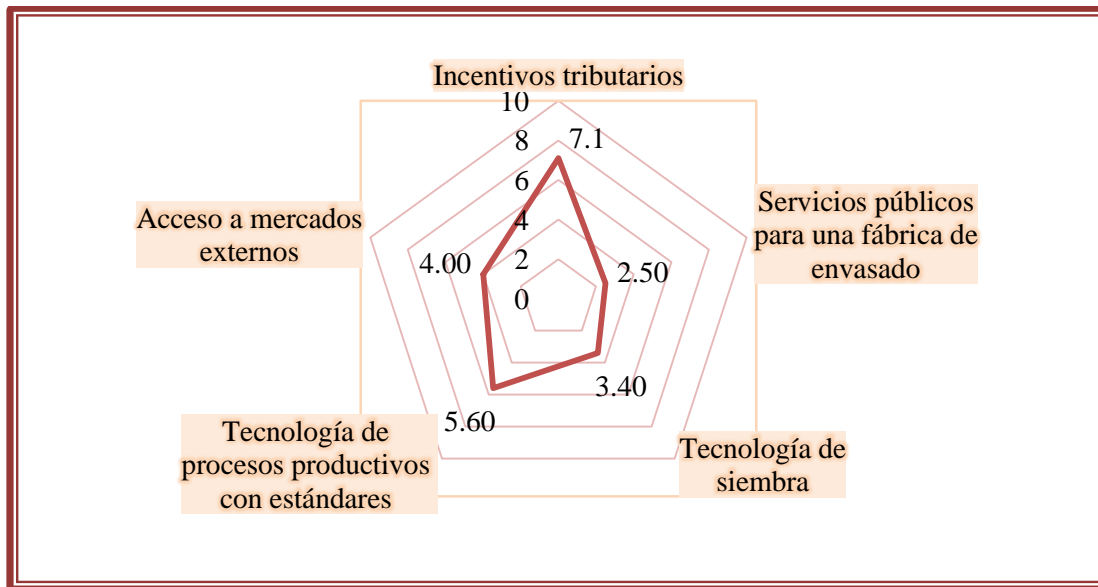
	2011	2012	2013	2014	2015
EE.UU.	955	3,011	515	779	2,310
Canadá	-	0.00	-	-	-
Europa	-	0.00	-	-	500
Otros países	-	12	-	1,011	649
	955	3,023	515	1,790	3,459

Fuente: SUNAT. Varios años. *Reporte de Exportaciones por Subpartida Nacional/País Destino*. Pártida arancelaria: 1702901000

La competitividad se observa en varios aspectos que deben servir a las empresas, y estas son brindadas por el Estado.

En una escala de 5 a 10, de los cinco factores estudiados, cuatro de ellos presentan un bajo performance; lo que significa que los servicios públicos son pésimos, hay poca tecnología de siembre y de procesos productivos. Finalmente, es baja la posibilidad de acceder a los mercados externos.

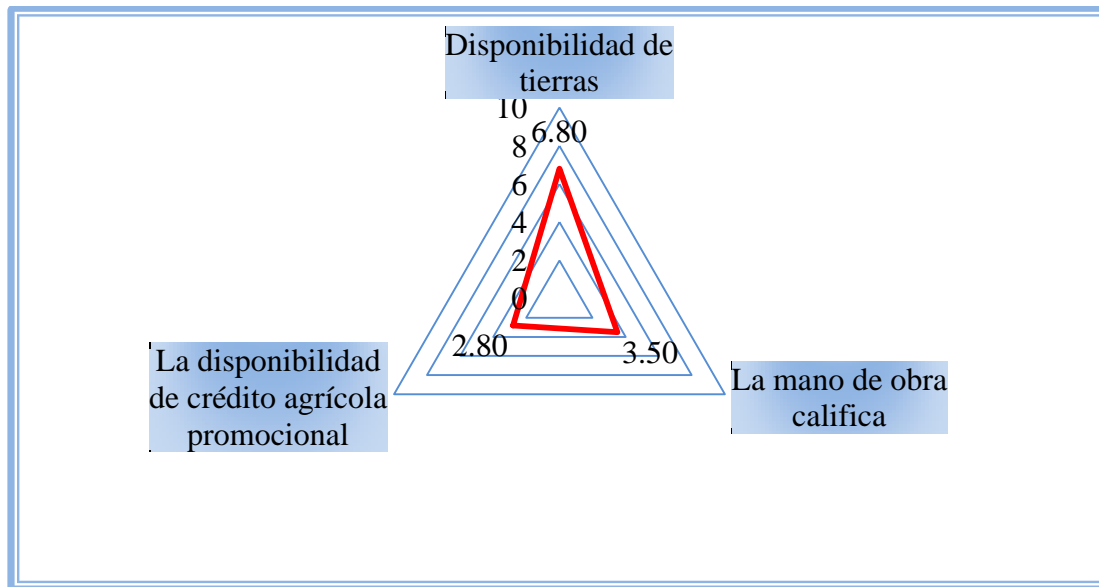
Gráfica 3. Competitividad de los factores del entorno para la producción apícola en Loreto, año 2016



Existen otros factores del entorno en los cuales se tiene casi ninguna competitividad. Como que existe escasa mano de obra calificada para trabajar en la siembra, producción y cosecha en esta actividad.

Similar hecho ocurre con la disponibilidad de crédito para financiar el crecimiento de las pequeñas empresas.

Gráfica 4. Competitividad de los factores del entorno para la producción apícola en Loreto, año 2016



3.4 EMPRESAS DE APICULTURA A NIVEL NACIONAL

- Tres Caminos E.I.R.L.
- Granja Amanda S.A
- Comunidad Campesina De Haparquilla
- Agropecuaria Paraíso S.A.C
- Incubadora Pachacamac S.R.Ltda
- Granja De Porcinos Lechoncito De Amaybamba Sociedad Comercial De Responsabilidad Limitada
- Inversiones Cocoroco E.I.R.L.
- Granja Angélica S.A
- Granja San Nicolás S.A
- Asociación De Cunicultores Perla De Los Andes Vilavila Lampa Puno
- Sociedad Peruana De Criadores De Alpacas Y Llamas Del Distrito De Ajoyani
- Agropecuaria Blanca Arena S.A.C.
- Empresa Pecuarios Heroicos Del Sur S.R.L.
- Rojas Agro Export. S.C.R.L.
- Granja Concordia E.I.R.L.

Cabe señalar que no se ha encontrado empresas apícolas en la región Loreto, pues recién se encuentra en etapa de introducción. Esto significa un mercado a descubrir y por lo tanto un gran potencial de crecimiento.

3.5 COSTOS DE PRODUCCIÓN

3.5.1 Introducción

El trabajo del apicultor, o empresario de una unidad apícola, debe ser compensado; por ello, la venta de un producto o servicio deberá ser por mayor cantidad de dinero de lo que cuesta producirlo.

El precio del producto o servicio debe permitir cubrir los costos totales y tener una utilidad. Por tanto, deben conocerse los costos y gastos y a partir de ello definir el precio de venta, muchas veces los precios de venta se establecen a partir de los precios de competidores.

3.5.2 Concepto de Costo

El costo es entendido desde diferentes enfoques; desde el punto de vista del cliente y desde el punto de vista de empresa.

La presente investigación tomo en segundo enfoque, es decir entender los costos que se incurren en el interior de la empresa: costos de producción, gastos de apoyo administrativo y comercial y los gastos de distribución.

No se considera los gastos financieros. Es decir las utilidades operativas respecto de los activos utilizados. En la actualidad apícola las empresas trabajan mucho con este concepto por ser pequeñas empresas y muchas veces informales, no tienen posibilidades de acceder a financiamiento que otorga las entidades financieras.

3.5.3 Objetivos del empresario

Lograr rentabilidad económica, es decir que la empresa gane sin considerar las fuentes de financiamiento.

Por el margen de utilidad, el micro o pequeño empresario apícola, se establece el objetivo a reinvertir en mayores activos fijos o como capital de trabajo.

3.5.4 Tipos de costo.

A. Costo de Producción

Gastos que incurren en el inventario inicial:

- Compra de terreno
- Compra de los panales de abejas
- Adquisición de pequeños canastillos
- Compra de vestuario para personal

B. Costos operativos

- Mantenimiento de panales
- Personal obrero que realizan el mantenimiento.
- Compra de frascos para la miel
- Compra de procesador y refrigerador
- Costos médicos Anti-plagas de abejas.

C. Gastos Administrativos

- Pago al guardián – trabajo nocturno a fin de evitar robos.
- Pago energía eléctrica
- Alquiler de local
- Servicio público (internet, cable, agua, etc.)

D. Gastos de Distribución

- Compra de embalajes
- Compra de etiquetas
- Compra frascos de diferentes tamaños
- Cintas de seguridad y otros.

CONCLUSIONES

1. **La exportación mundial de miel de abeja es creciente, lo que hace atractivo a este sector para nuevas inversiones en los países, especialmente en Perú, y particularmente en Loreto.**
2. **Este sector presenta distintos resultados en cada año, todos son crecientes pero en diferente intensidad, explicado por mejores condiciones climatológicas en un año respecto al año anterior.**
3. **La participación de los países en la estructura porcentual mundial se mueve permanentemente. China es un país que ha visto crecer significativamente su participación, mientras que otro país como Argentina, se está reduciendo. Esto se explica por las nuevas tecnologías que está utilizando China, lo que se refleja en mayor productividad.**
4. **Nuevas condiciones de la demanda están empujando a un crecimiento del mercado de consumo de la miel de abeja. Este mercado crece continuamente y esto significa un mercado atractivo para las inversiones.**
5. **El mercado de importaciones tiene un comportamiento creciente en el tiempo, similar a lo observado en el mercado de las exportaciones, casi en los mismos porcentajes.**
6. **Nueve países en el mundo explican el comportamiento de la demanda de la miel de abeja. Hacia ellos deben dirigirse los ojos de los productores peruanos.**
7. **El mercado peruano de exportación de miel de abeja se está reduciendo, pero esto no se debe a condiciones del consumo sino a problemas de la producción nacional.**
8. **El precio de venta por kilo (valor FOB) se mueve entre US\$.3.01 y US\$. 3.99, fluctuaciones que obedecen a factores de menor o mayor oferta en los países del mundo.**
9. **El mercado de los sucedáneos tiene dimensiones pequeñas y concentradas en un solo mercado, los Estados Unidos. Es poco relevante para conocer mayores detalles de este mercado.**

RECOMENDACIONES

1. **Se sugiere que las inversiones que deben realizarse en cualquier actividad, requieren observar la tendencia que muestra el mercado elegido.**
2. **Es importante considerar que un buen resultado en los volúmenes de exportación en un año no obedece a un crecimiento significativo de la demanda, Si no a mejoras climatológicas en un año respecto al anterior.**
3. **Se recomienda que los apicultores aprendan de las experiencias de otros mercados, como es el caso de China, para lograr mayores volúmenes de producción.**
4. **Es necesario observar los factores que están impactando en los hábitos de consumo de las personas, pues es un factor importante en el tamaño del consumo.**
5. **Se recomienda que los mercados de importación deben ser observados desde su perspectiva en el tiempo y por cada año para determinar los factores que han impactado en sus variaciones.**
6. **Se recomienda aprender de las costumbres de los mercados que tienen gran importancia en la demanda mundial. Factores como la cultura de gastronomía y de la salud.**
7. **Se recomienda estudiar con mayor profundidad los hechos ocurridos en los lugares de producción de miel de abeja en el Perú, los riesgos ocurridos y que pueden ocurrir en el tiempo.**
8. **La variabilidad de los precios debe incorporarse en el flujo de caja que realice toda empresa. Debe considerar que los precios no se mantienen fijos en el tiempo.**
9. **No se observa una escala comercial en los productos sucedáneos de la miel de abeja, por lo que es irrelevante profundizar su estudio, debe continuarse con la miel de abeja natural.**

BIBLIOGRAFÍA

- Cruz Aldana, E. D. 2011. Tesis *Producción y comercialización de miel de abeja en la aldea Nueva Jerusalén, Municipio de Ixcán, departamento de Quiché*, para optar el grado de técnico universitario en gerencia para el desarrollo sostenible, Facultad de Economía, Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Agencia de Cooperación Internacional de Japón – JICA. 2012. Estudio de miel de abeja, mercado de Japón. Centro de Exportaciones e Inversiones de Nicaragua.
- Ciabatti, B. 2011. Innovemos pensando a largo plazo. En: revista *Economía & Negocios*, 12 de febrero del 2011.
- COMTRADE (2009). División de las Naciones Unidas.
- García Ruiz, L. M., y Ramírez Pedroza. R. 2012. Tesis *Proyecto de inversión para la industrialización de la miel de abeja en el municipio de Cerro de San Pedro, San Luis Potosí*. Para optar el título de licenciado en economía, Facultad de Economía, Universidad Autónoma de San Luis de Potosí.
- TradeMap, www.trademap.org Publicación del Banco Mundial.
- Ramaswamy, V. 2007. *Crear innovación no es sólo analizar la demanda*. En: diario *Gestión*, 28 de noviembre del 2007.
- Schneider, B. 2011. Creatividad inducida. En: revista *Economía & Negocios*, 9 de julio del 2011.
- Jorge Murakami Uchida, Guía de costos de producción, comercialización y producción de miel orgánica.. Lima, Agosto 2011.

ANEXO 1: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Instrucciones: revise la data histórica y registre.

1. Observe los cuadros del comportamiento de la exportación de miel de abeja en Perú, y exprese su comentario:

	2011	2012	2013	2014	2015
En millones US\$					
Índice 2011 = 100					
Variación anual (%)					

2. Observe los cuadros del comportamiento de la importación de miel de abeja en Perú, y exprese su comentario:

	2011	2012	2013	2014	2015
En millones US\$					
Índice 2011 = 100					
Variación anual (%)					

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Instrucciones: La universidad promueve el estudio de los sectores empresariales. Por ello, agradecemos a usted responder a los siguientes pedidos de su calificación.

Expresar su percepción sobre la competitividad de diversos factores del entorno para apoyar la actividad apícola en Loreto:	Mala		Algo malo		Regular		Buena		Muy buena	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Incentivos tributarios	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Servicios públicos para una fábrica de envasado.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Tecnología de siembra.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Tecnología de procesos productivos con estándares	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Acceso a mercados externos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Expresar su percepción sobre la competitividad de diversos factores del entorno para apoyar la actividad apícola en Loreto:	Mala		Algo malo		Regular		Buena		Muy buena	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Disponibilidad de tierras.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. Mano de obra calificada para trabajar en los procesos.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Disponibilidad de crédito financiero.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ANEXO III



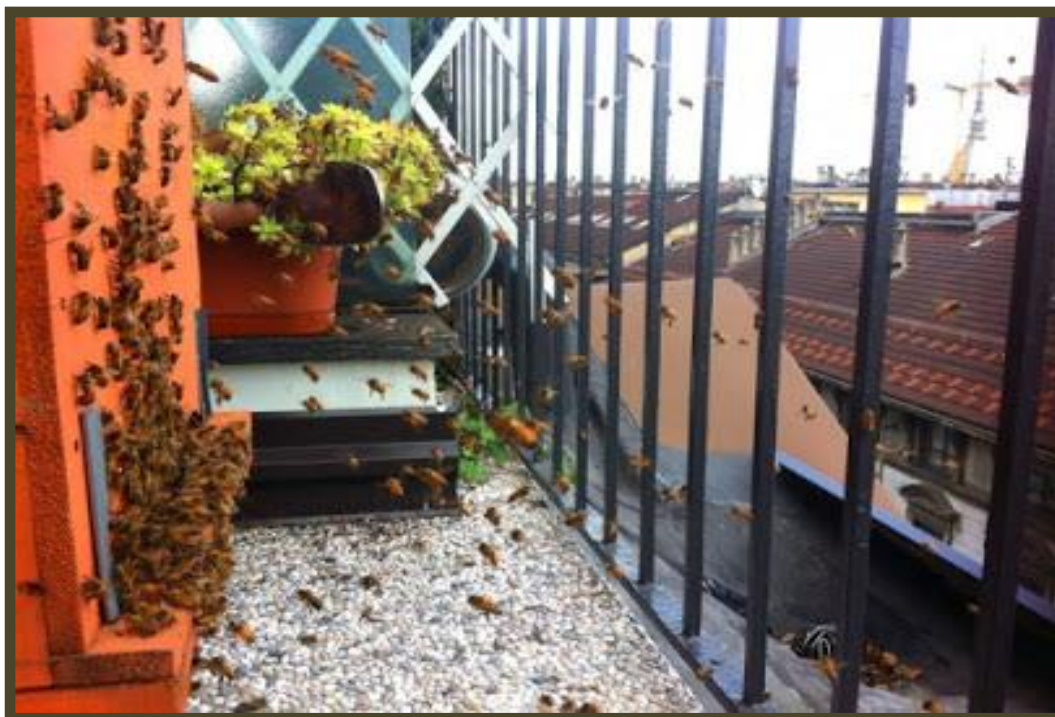
- **Panales De Acumulación De Miel De Abejas**



- **Incrementar El Número De Colmenas**



- **Vecinos Que Tengan El Visto Bueno Para Instalar Panales En Su Azotea.**



- **Garantizar La Supervivencia De La Colonia**



- **Las Abejas Son Los Polinizadores Más Importantes De Las Magnoliófitas.**



- **La Miel Urbana Es De Mayor Calidad**



- **Apicultura Urbana**



- **Polinización De Abejas**



- Miel de Elvish, Turquía – 5.000 euros/kg



- Productos Elaborados de miel de abeja.