



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN

BASES MERCADOLOGICAS PARA LA  
INSTALACION DE UN APIARIO

TRABAJO DE SEMINARIO  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
MEDICA VETERINARIA  
ZOOTECNISTA  
P R E S E N T A:  
DIANA MARGARITA  
CONTRERAS HERNANDEZ

ASESOR: M.V.Z. SERGIO CORTES Y HUERTA

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEX.

1996

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIDA DE  
MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN  
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR  
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES

EXAMENES PROFESIONALES  
SUBCOMITÉ CUAUTITLAN



EXAMENES PROFESIONALES

DR. JAIME KELLER TORRES  
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLAN  
PRESENTE.

ATN: ING. RAFAEL RODRIGUEZ CEBALLOS  
Jefe del Departamento de Exámenes  
Profesionales de la FES-C.

Con base en el art. 51 del Reglamento de Exámenes Profesionales de la FES-Cuautitlán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Mercadotecnia Veterinaria Bases Mercadotecnia para la inatación de un apinario

que presenta la pasante:  Diana Margarita Contreras Hernández  
con número de cuenta:  09599959-0 para obtener el Título de:  
 Medicina Veterinaria Zootecnista

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VISTO BUENO.

ATENTAMENTE.

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Edo. de México, a  26 de  Agosto de  19 96

MODULO:  
de  Mercadotecnia

PROFESOR:  
 M. V. Z Luis Alfonso Fernandez Zorrilla

FIRMA

Productos y servicios  M. V. Z Sergio Cortés y Huerta  
 Planeación estratégica  M. V. Z Carlos de las Casas  
ca

DEP/V00058

## DEDICATORIA

A MI MAMA ROSA POR SER LA PERSONA MÁS IMPORTANTE  
EN MI VIDA, POR ESTAR CONMIGO SIEMPRE.

A MI PAPA MIGUEL POR SU EJEMPLO EN EL ESTUDIO Y EN EL  
TRABAJO, Y POR MOSTRARME LA ALEGRÍA DE LA VIDA Y LA  
TRISTEZA DE SU PARTIDA.

A MIS HERMANOS SILVIA Y SERGIO POR EL AMOR QUE NOS  
UNE.

A TODOS MIS NIÑOS Y NIÑAS QUE TANTO ADORO POR SU  
ALEGRÍA, SU INTELIGENCIA Y SU CARIÑO PARA:  
LA PRINCESA MARIANA, SERGIO, ADRIANITA, ERIKA, LUIS  
CESAR, LUIS EDUARDO, JAVIS Y SEBASTIÁN.

A MIS AMIGOS AUSENTES Y PRESENTES EN ESPECIAL PARA  
ANA Y ELIZABETH POR LA HISTORIA QUE NOS UNE.

A PRAXX POR TODAS ESAS TARDES EN LAS QUE TUVO QUE  
SOPORTAR LA IMPRESORA Y POR SER MI AMIGA.

A JOSÉ LUIS POR LA ALEGRÍA DE SU VOZ .

GRACIAS A TODAS LAS PERSONAS QUE ME AYUDARON A  
TERMINAR LA LICENCIATURA CADA PALABRA CADA  
APORTACIÓN SON AHORA PARTE DE MI HISTORIA PERSONAL  
DENTRO DE ESTA FACULTAD, EMPRENDER ALGO NUEVO SIEMPRE  
SERÁ UN RETO DIFÍCIL DE DESPRECIAR ESTE ES EL TERMINO Y EL  
INICIO DE ALGO INCIERTO PERO SEGURAMENTE HERMOSO.  
ESPECIALMENTE GRACIAS A EL M.V.Z SERGIO CORTES Y HUERTA  
POR SU ASESORÍA Y POR TODOS ESOS MOMENTOS EN QUE  
COMPARTIÓ CON NOSOTROS SUS VALIOSAS EXPERIENCIAS.  
A EL M.V.Z CARLOS DE LAS CASAS Y A LA PSICÓLOGA AMINTA  
POR EL BRILLO QUE DIERON A EL SEMINARIO, Y A MI VIDA.

PARA MI AMIGO EL SR. ALBERTO NAJAR POR HABER  
CONFIADO EN MI CUANDO NI YO LO HACÍA. POR SU AYUDA SU  
CARIÑO Y SU EJEMPLO.

A MI MEJOR MAESTRO EL PROFESOR TEODORO PÉREZ POR  
HABERME ENSEÑADO A NUNCA DESISTIR

A LAS ABEJAS INSPIRACIÓN DE MI VIDA

**MIEL GRACIAS.**

A **FABRICIO** POR SER MI MEJOR AMIGO, POR COMPARTIR  
CONMIGO LOS DÍAS DE ESCUELA LOS BUENOS LOS MALOS Y LOS  
MÁS O MENOS, POR HABER SIDO MI MEJOR EQUIPO POR HABER  
CONFIADO Y DESCONFIADO DE MÍ POR HABERME AMADO. CON  
INFINITO AMOR ESTO ES PARA TI.

**ESTO ES POCO PARA DECIRTE GRACIAS**

## INDICE

|                        |    |
|------------------------|----|
| MISION                 | 1  |
| FUNCIONES              | 2  |
| ORGANIGRAMA            | 2  |
| INFORMACION BASICA     | 3  |
| HIPOTESIS              | 6  |
| ANALISIS DEL ENTORNO   | 7  |
| ANALISIS DE LA EMPRESA | 9  |
| OBJETIVOS              | 11 |
| PRESUPUESTOS           | 19 |
| ESTADO DE RESULTADOS   | 24 |
| FLUJO DE EFECTIVO      | 25 |
| PLAN A MEDIANO PLAZO   | 26 |
| GLOSARIO TERMINOS      | 28 |



## MISIÓN

Contribuir a mejorar la salud de nuestros clientes y amigos, ofreciendo todos los derivados que se puedan obtener del apiario, así como asesoría técnica, garantizando la calidad de nuestros productos.



## **FUNCIONES: PRODUCCIÓN DE MIEL PURA DE ABEJA**

### **ORGANIGRAMA**

**Depto. de  
Producción**

**Depto. de  
Administración**

**Depto. de  
Comercialización**

## INFORMACIÓN BÁSICA

La apicultura ocupa un lugar importante dentro de la producción pecuaria en México siendo una importante fuente de divisas, ya que el mercado del producto se encuentra principalmente en Europa, siendo los principales compradores del producto mexicano los alemanes, la miel pura de abeja producida en el país posee el reconocimiento internacional de ser una miel rica, es decir dulce y pura, esto es libre de contaminantes químicos que pudieran alterar sus cualidades naturales.

La apicultura actual se enfrenta a diversos problemas como los cambios climáticos en las zonas de mayor producción nacional, las enfermedades bacterianas, vírales, parasitarias interna y externa y de origen fungal, así como una pobre capacitación en el manejo adecuado del apiario y la poca capacidad de organización de los apicultores pequeños y la falta de conocimiento de la floración del territorio nacional para un mejor y mayor aprovechamiento de nuestros recursos.

Sin embargo el panorama es optimista ya que debido a los problemas reales a los que se enfrenta un productor es cada vez más importante para el mismo organizarse, teniendo mayor interés por capacitarse, por asistir a juntas

locales, seminarios fuera de sus estados de origen e incluso a congresos fuera del país lo que da mayor fuerza y representación a la producción apícola, incrementando el interés del estado por el desarrollo de la misma aportando ayuda para la investigación nacional.

El mercado es muy atractivo, el producto es comprado en dólares generando divisas para el país, existen solo unos cuantos exportadores que se dedican al acopio de miel para revenderla al exportador procurándole una ganancia atractiva a el productor estimulándolo a producir una mayor cantidad. existe una reducción en la producción nacional hemos pasado a ser el cuarto productor y exportador mundial por lo que existe la preocupación de mantener la participación en el mercado con la misma calidad de miel que hasta ahora se ha producido, aumentar la producción mediante la capacitación y la organización.

El presente proyecto muestra debilidades y problemas así como sus posibles soluciones de un apiario real ubicado en el Estado de México en una zona boscosa templada a fría donde predomina la flora silvestre, además de arboles frutales como pera, limón, tejocote, manzana, durazno etc. y áreas de cultivo principalmente: jitomate, tomate y calabaza.

El apiario cuenta con 30 cajones, el terreno es propio, solo el apiario se encuentra enrejado por seguridad del mismo y por la experiencia de un robo en 1994, se nos presta una camioneta combi para el trabajo en el campo y el transporte del material y la cosecha, además de una casa donde se almacena producción y equipo.

Son padecimientos comunes de la zona las enfermedades bacterianas (Loque), y parasitarias (Acariosis y Varroasis)

El equipo con que contamos es: un cuchillo desoperculador

un extractor adaptado con motor

un ahumador

dos espátulas

bastidores de repuesto

tapa negra

alzes

botas, velos, guantes y overoles

cubetas de 18 litros con tapa

tinas de 20-30 litros.

## HIPÓTESIS

El mercado para la miel seguirá creciendo, aumentando cada día más los consumidores de este delicioso producto.

Con la apertura comercial y la entrada de nueva y avanzada tecnología podremos controlar plagas aumentando la producción de los pequeños productores.

Los pequeños productores tendremos un mercado interno para comercializar nuestros productos.

Debido a la mayor demanda de productos naturales los apicultores podremos producir otros productos apícolas y no solo miel.

Por las pérdidas ocasionadas por las enfermedades, los cambios climáticos la africanización entre otros nos veremos en la necesidad de organizarnos para tener mayor participación en el desarrollo de la apicultura así como para enfrentar problemas de interés general.

El gobierno incrementará los anuncios televisivos y de radio favoreciendo a la presencia del producto en la mente del consumidor mexicano.

El gobierno dará mayor apoyo a la apicultura organizada y favorecerá los proyectos de mejoramiento genético entre otros.

## ANÁLISIS DEL ENTORNO

### OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS

| ÁREA       | OPORTUNIDAD   | PROBLEMA  | PRIORIDAD |
|------------|---|---|-----------|
| Gobierno   | por tener un beneficio económico de esta actividad apoyará proyectos para su crecimiento. | Nos ha restringido el transito, ya no se permiten apiarios cercanos a la población. | 3         |
| Sociedad   | mayor número de personas con preferencia por productos naturales.                         |   | 2         |
| Tecnología | Utilizar genética para disminuir las perdidas por varroa africanización y                 |   | 1         |

|                  |   |   |   |
|------------------|---|---|---|
|                  | aumentar la producción.   |   |   |
| Mercado Producto | Producto de buena calidad, aceptado por el consumidor directo.                |   | 1 |
| Abastecimiento   | Directo por propia producción   |   | 3 |
| Ecología         | Sin ningún problema, ayudan a la polinización de la zona.                     |   | 3 |
| Salud            |   | Enfermedades como Varroasis, acariosis, loque y abeja africana. | 1 |
| Competencia      | La mayoría de la miel ofertada en el valle de México es miel de mala calidad. |   | 3 |



# ANÁLISIS DE LA EMPRESA

## FUERZAS Y DEBILIDADES

| ÁREA                         | FUERZA  | DEBILIDAD   | PRIORIDAD |
|------------------------------|---|---|-----------|
| Mercadeo                     | venta directa,<br>promoción a bajo<br>costo             |   | 3         |
| Costos                       | bajos insumos,<br>material duradero                     |   | 2         |
| Rentabilidad                 | los gastos fijos,<br>inversión y costos<br>son mínimos. |   | 2         |
| Estructura<br>organizacional |   | demasiada gente<br>realizando una<br>misma actividad,<br>desaprovechando<br>la capacidad y<br>tiempo de cada<br>persona | 2         |
| Políticas y                  |   | no existen  | 2         |

|                 |  |  |   |
|-----------------|--|--|---|
| procedimientos  |  |  |   |
| Técnico         |  | hace falta mayor<br>preparación y<br>actualización | 1 |
| Infraestructura | se cuenta con el<br>terreno propio<br>para el crecimiento<br>del apiario |  | 1 |

## OBJETIVOS

### OBJETIVO 1. PRODUCCIÓN

#### ESTRATEGIA

##### 1.1 Controlar la varroa

| ACCIONES  | RESPONSABLE             | TIEMPO      |
|---|-------------------------|-------------|
| 1.1.1 Monitoreo del ácaro mediante pruebas de diagnóstico físicas.  | D.C.H<br>F.R.G          | Todo el año |
| 1.1.2 Establecimiento de calendarios de tratamientos en forma regional.   | D.C.H<br>F.R.G          | Todo el año |
| 1.1.3 Control de movilización de colmenas pobladas y abejas reinas, apoyado con convenios entre productores y autoridades | D.C.H                   | Todo el año |
| 1.1.4 Captura y eliminación de enjambres silvestres que son portadores del ácaro.   | D.C.H<br>F.R.G<br>R.G.F | Todo el año |

## ESTRATEGIA

### 1.2 Controlar la pérdida de colmenas en temporada de lluvias e invierno

| ACCIONES   | RESPONSABLE    | TIEMPO   |
|--|----------------|----------|
| 1.2.1 Alimentar cada 8 días durante los meses de Julio, Agosto y mitad de Septiembre | D.C.H<br>F.R.G | Julio 96 |
| 1.2.2 Proteger piqueras para evitar pillaje.   | D.C.H<br>F.R.G | Julio 96 |
| 1.2.3 Mantenimiento de los cajones   | D.C.H<br>F.R.G | Julio 96 |

## ESTRATEGIA

### 1.3 Realizar manejo genético

| ACCIONES                       | RESPONSABLE | TIEMPO     |
|--------------------------------|-------------|------------|
| 1.3.1 Comprar reinas mejoradas | D.C.H       | Febrero 97 |

## ESTRATEGIA

### 1.4 Mejorar condiciones del terreno.

| ACCIONES                                  | RESPONSABLE | TIEMPO    |
|---|-------------|-----------|
| 1.4.1 Sembrando más arboles en el terreno | D.C.H       | Agosto 96 |

|  |       |  |
|--|-------|--|
| dedicado a el apiario como: jacarandas y | F.R.G |  |
| zorzamos.                                | R.G.F |  |

## ESTRATEGIA

### 1.5 Capacitación continua del personal

| ACCIONES  | RESPONSABLE | TIEMPO        |
|---|-------------|---------------|
| 1.5.1 Inscripción a la asociación regional      | D.C.H       | Septiembre 96 |
| 1.5.2 Adquisición de publicaciones actualizadas | D.C.H       | Septiembre 96 |

## ESTRATEGIA

1.6 Adquirir equipo necesario para manejar una mayor producción de manera eficiente e higiénica.

| ACCIONES  | RESPONSABLE    | TIEMPO        |
|---|----------------|---------------|
| 1.6.1 Adquirir un tanque de sedimentación y cuchillo desoperculador | D.C.H<br>F.R.G | Septiembre 96 |

## OBJETIVO 2. ADMINISTRACIÓN

Depurar la administración de la empresa por lo menos en reportes trimestrales de costo / beneficio.

### ESTRATEGIA

#### 2.1 Distribuir funciones

| ACCIONES  | RESPONSABLE | TIEMPO    |
|---|-------------|-----------|
| 2.1.1 Una persona capacitada se hará responsable del apiario trabajará en el campo con goce de sueldo y contará con la ayuda de una persona originaria del pueblo a quién no se le pagará transporte ni alimentación. | D.C.H       | Agosto 96 |

### ESTRATEGIA

#### 2.2 Elaborar registros de producción

| ACCIONES  | RESPONSABLE | TIEMPO |
|---|-------------|--------|
| 2.2.1 Elaborar hojas de registro conteniendo los siguientes datos: n° de caja, producción, temporada, enfermedades, tratamientos, alimentación, defensividad, descripción |             |        |

|   |  |  |
|---|--|--|
| detallada de cada uno de estos datos así<br>como el manejo. |  |  |
|---|--|--|

## ESTRATEGIA

### 2.3 Llevar contabilidad

| ACCIONES  | RESPONSABLE | TIEMPO        |
|---|-------------|---------------|
| 2.3.1 Llevar costos gastos y utilidades por escrito abrir una cuenta bancaria y depositar los vendido, controlar las ventas | D.C.H       | Septiembre 96 |

## ESTRATEGIA

### 2.4 Realizar políticas y procedimientos.

| ACCIONES                      | RESPONSABLE | TIEMPO    |
|-------------------------------|-------------|-----------|
| Escribir reglamentos internos | D.C.H       | Agosto 96 |



### OBJETIVO 3. MERCADO

Incrementar participación del mercado para fines de Noviembre.

#### ESTRATEGIA

3.1 Elaborar publicidad y promoción

3.2 Identificar a personas con preferencia por el producto

| ACCIONES   | RESPONSABLE        | TIEMPO   |
|--|--------------------|----------|
| 3.1.1 y 3.2.1 Elaborar volantes llamativos con el logotipo características del producto, datos del centro de distribución así como ofrecer venta por teléfono y entrega a domicilio.<br><br>Estos volantes serán colocados en gimnasios centros de yoga, escuelas de naturismo. Visitar a clientes para recordarles el producto. | D.C.H<br><br>F.R.G | Julio 96 |

## ESTRATEGIA

### 3.3 Exhibición del producto

| ACCIONES  | RESPONSABLE    | TIEMPO   |
|---|----------------|----------|
| 3.3.1 Elaborar exhibidores en forma de hexágono para cada uno de los consultorios | D.C.H<br>F.R.G | Junio 96 |

## ESTRATEGIA

### 3.4 Mejorar la presentación del producto

| ACCIONES   | RESPONSABLE    | TIEMPO        |
|--|----------------|---------------|
| 3.4.1 Registrar el producto, diseñar el logotipo cambiar el envase de vidrio por pvc, ofrecer un mielero a clientes, para altos consumidores ofrecer la presentación en cubeta de 3lts. elaborar una etiqueta. | D.C.H<br>F.R.G | Septiembre 96 |

#### OBJETIVO 4. CAPACITACIÓN

Promover asesoría técnica en producciones de la zona.

#### ESTRATEGIA

4.1 Formar parte de las organizaciones ya establecidas.

| ACCIONES   | RESPONSABLE    | TIEMPO     |
|--|----------------|------------|
| 4.1.1 Pedir información en las organizaciones ya establecidas, para poder pertenecer a las mismas. | D.C.H<br>F.R.G | Octubre 96 |

#### ESTRATEGIA

4.2 Formar una organización regional apícola

| ACCIONES   | RESPONSABLE             | TIEMPO   |
|--|-------------------------|----------|
| 4.2.1 Crecer internamente capacitarnos adecuadamente y solo entonces ofrecer servicio técnico. conocer a los apicultores de la zona. | D.C.H<br>F.R.G<br>R.G.F | Enero 98 |

## PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

| TIEMPO           | UNIDAD   | VALOR     |
|------------------|--|-----------|
| 30 septiembre 96 | 1 tanque de sedimentación de 1.5x1.5 acero inoxidable con tapa y llave de guillotina | \$2000.00 |
| 20 octubre 96    | 1 cuchillo desoperculador con termostato y mango de madera                           | \$400.00  |
| 20 octubre 96    | 2 cuñas ligeras  | \$90.00   |
| Agosto 96        | 16 arbustos zarzamoras   | \$320.00  |
| Agosto 96        | 10 arboles jacarandas  | \$100.00  |
| Junio 96         | 50 alimentadores   | \$175.00  |
| Junio 96         | 50 frascos para alimentar  | \$30.00   |
|                  | TOTAL  | \$3,115   |

## CALENDARIO DE INVERSIONES

| Producto                | Junio           | Agosto          | Septiembre       | Octubre         |
|-------------------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|
| tanque de sedimentación |                 |                 | \$2000.00        |                 |
| cuchillo desoperculador |                 |                 |                  | \$400.00        |
| cuñas                   |                 |                 |                  | \$90.00         |
| zarzamoras              |                 | \$320.00        |                  |                 |
| jacarandas              |                 | \$100.00        |                  |                 |
| alimentadores           | \$175.00        |                 |                  |                 |
| frascos alimentadores   | \$30.00         |                 |                  |                 |
| <b>TOTAL</b>            | <b>\$210.00</b> | <b>\$420.00</b> | <b>\$2000.00</b> | <b>\$490.00</b> |

## PRESUPUESTO DE VENTAS 1997

### PRODUCTO: MIEL PURA DE ABEJA

| MES          | PIEZAS       |              | KILOS      | PRECIO VENTA |      | \$ VENTA      |              | TOTAL         |
|--------------|--------------|--------------|------------|--------------|------|---------------|--------------|---------------|
|              | 1300g        | 325g         |            | 1300g        | 325g | 1300g         | 325g         |               |
| Enero        | 50           | 15.3         | 70         | 25           | 8    | 1.250         | 122.4        | 1.372         |
| Febrero      | 50           | 15.3         | 70         | 25           | 8    | 1.250         | 122.4        | 1.372         |
| Marzo        | 30.7         | 15.3         | 45         | 25           | 8    | 767.5         | 122.4        | 889.9         |
| Abril        | 30.7         | 15.3         | 45         | 25           | 8    | 767.5         | 122.4        | 889.9         |
| Mayo         | 34.6         | 15.3         | 50         | 25           | 8    | 865           | 122.4        | 987.4         |
| Junio        | 34.6         | 15.3         | 50         | 25           | 8    | 865           | 122.4        | 987.4         |
| Julio        | 34.6         | 15.3         | 50         | 25           | 8    | 865           | 122.4        | 987.4         |
| Agosto       | 34.6         | 30.7         | 60         | 25           | 8    | 865           | 245.6        | 1.110         |
| Septiembre   | 34.6         | 30.7         | 60         | 25           | 8    | 865           | 245.6        | 1.110         |
| Octubre      | 42.3         | 42.3         | 60         | 25           | 8    | 1057          | 122.4        | 1.179         |
| Noviembre    | 50           | 50           | 70         | 25           | 8    | 1250          | 122.4        | 1.372         |
| Diciembre    | 46.1         | 46.1         | 70         | 25           | 8    | 1152          | 245.6        | 1.397         |
| <b>TOTAL</b> | <b>472.8</b> | <b>229.8</b> | <b>700</b> |              |      | <b>11.819</b> | <b>1.838</b> | <b>13.654</b> |

## GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

| Concepto                | Enero      | Febrero    | Marzo      | Abril      | Mayo       | Junio      | Julio      | Agosto     | Sept.      | Octubre    | Noviembre | Diciembre |
|-------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|
| Jornalero               |            | 100        | 100        | 100        | 50         | 50         | 200        | 200        | 200        | 200        |           |           |
| Luz                     |            |            |            | 30         |            |            | 40         |            |            | 50         |           |           |
| Gasolina/<br>peaje      |            | 168        | 168        | 168        | 72         | 72         | 336        | 336        | 336        | 336        |           |           |
| Comida                  |            | 60         | 60         | 60         | 30         | 30         | 120        | 120        | 120        | 120        |           |           |
| Papeleria               | 200        |            |            |            |            |            |            | 150        |            |            |           |           |
| Reposición<br>de equipo |            |            |            |            |            | 280        |            |            |            |            |           |           |
| Terramicina             |            |            |            |            |            |            | 10         | 10         | 10         |            |           |           |
| Copal                   |            |            |            |            |            |            | 60         |            |            |            |           |           |
| Tabaco                  |            |            |            |            |            |            | 30         |            |            |            |           |           |
| <b>TOTAL</b>            | <b>200</b> | <b>328</b> | <b>328</b> | <b>358</b> | <b>152</b> | <b>432</b> | <b>796</b> | <b>816</b> | <b>666</b> | <b>706</b> |           |           |



## PRESUPUESTO DE COSTOS

| Concepto          | Enero      | Febrero | Marzo | Abril     | Mayo       | Junio      | Julio      | Agosto         | Septiembre | Octubre | Noviembre | Dic. |
|-------------------|------------|---------|-------|-----------|------------|------------|------------|----------------|------------|---------|-----------|------|
| Alimento<br>(1)   |            |         |       |           | 408        | 408        | 408        |                |            |         |           |      |
| Cera<br>estampada |            |         |       | 60        |            |            |            |                |            |         |           |      |
| Envase<br>1lt.    |            |         |       |           |            |            |            | 1.418          |            |         |           |      |
| Envase<br>1/4     |            |         |       |           |            |            |            | 344.7          |            |         |           |      |
| Tapa              |            |         |       |           |            |            |            | 350            |            |         |           |      |
| Etiqueta          | 200        |         |       |           |            |            |            |                |            |         |           |      |
| <b>TOTAL</b>      | <b>200</b> |         |       | <b>60</b> | <b>408</b> | <b>408</b> | <b>408</b> | <b>2.112.7</b> |            |         |           |      |

TOTAL: 3.596.7

(1) azúcar y barredura de azúcar.

## ESTADO DE RESULTADOS

| Concepto                            | Enero | Feb.      | Marz      | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto  | Sep.   | Oct.  | Nov.  | Dic.  | TOTA   |
|-------------------------------------|-------|-----------|-----------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|-------|-------|-------|--------|
| Ventas/<br>Servicios                | 1.372 | 1.372     | \$89.9    | \$89.9 | 987.4  | 987.4  | 987.4  | 1.110   | 1.110  | 1.179 | 1.372 | 1.397 | 13.654 |
| MENOS                               |       |           |           |        |        |        |        |         |        |       |       |       |        |
| Costo de<br>vtas/serv               | 200   |           |           | 60     | 408    | 408    | 408    | 2.112.7 |        |       |       |       | 3596.7 |
| Resultado<br>bruto                  | 1.172 | 1372      | \$89.9    | \$29.9 | 579.4  | 579.4  | 579.4  | -1002.7 | 1110   | 1179  | 1372  | 1397  | 10057  |
| Porcentaje<br>sobre venta           | 85.4% | 100%      | 100%      | 93.25% | 58.63% | 58.63% | 58.63% | 58.63%  | -90.3% | 100%  | 100%  | 100%  |        |
| MENOS                               |       |           |           |        |        |        |        |         |        |       |       |       |        |
| Gastos de<br>administra<br>ción     | 200   | 328       | 328       | 358    | 152    | 432    | 796    | 816     | 666    | 706   |       |       | 4.782  |
| SUMA                                |       |           |           |        |        |        |        |         |        |       |       |       |        |
| Resultado<br>de<br>operaciones      | 972   | 1.044     | 561.9     | 471.9  | 427.4  | 147.4  | -217.4 | -186.7  | 444    | 473   | 1.372 | 1.397 | 6.906. |
| Porcentaje<br>sobre venta           | 70.8% | 76.0<br>% | 63.1<br>% | 53.0%  | 47.8%  | 14.9%  | -22%   | -16.8%  | 4%     | 40%   | 100%  | 100%  |        |
| Resultados<br>antes de<br>impuestos | 972   | 1.044     | 561.9     | 471.9  | 427.4  | 147.4  | -217.4 | -186.7  | 444    | 473   | 1.372 | 1.397 | 6.906. |

## FLUJO DE EFECTIVO

| Concepto        | Enero | Febrero | Marzo   | Abril  | Mayo   | Junio  | Julio  | Agosto  | Sep    | Oct    | Nov    | Dic    | TOTAL    |
|-----------------|-------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|----------|
| Saldo inicial   | 3000  | 3.972   | 5016    | 5577.9 | 6049.8 | 6477.2 | 6419.6 | 6203    | 3964.3 | 2408.3 | 2391.3 | 3763.3 |          |
| Ingresos        |       |         |         |        |        |        |        |         |        |        |        |        |          |
| Cobranzas       | 1372  | 1372    | 889.9   | 889.9  | 987.4  | 987.4  | 987.4  | 1110    | 1110   | 1.179  | 1.372  | 1.372  | 13.654   |
| Suma ingresos   | 4372  | 5344    | 5905.9  | 6467.8 | 7037.2 | 7464.6 | 7407   | 7313    | 5074.3 | 3587.3 | 3763.3 | 5160.3 |          |
| Egresos         |       |         |         |        |        |        |        |         |        |        |        |        |          |
| Inversiones     |       |         |         |        |        | 205    |        | 420     | 2000   | 490    |        |        | 3.115    |
| Gastos          | 200   | 328     | 328     | 358    | 152    | 432    | 796    | 816     | 666    | 706    |        |        | 4.782    |
| Costos          | 200   |         |         | 60     | 408    | 408    | 408    | 2.112.7 |        |        |        |        | 3.596.7  |
| Suma de egresos | 400   | 328     | 328     | 418    | 560    | 1.045  | 1.204  | 3.348.7 | 2.666  | 1.196  |        |        | 11.493.7 |
| Saldo           | 3.972 | 5016    | 5.577.9 | 6049.8 | 6477.2 | 6419.6 | 6203   | 3964.3  | 2408.3 | 2391.3 | 3763.3 | 5160.3 |          |

## PLAN A MEDIANO PLAZO

Para el año 1998 aumentaremos la producción de miel a 900kg. obteniendo los beneficios de las reinas mejoradas lograremos controlar los problemas por enfermedades actuales, iniciaremos la planeación para la producción de otros productos apícolas. La capacitación será constante, asistiendo a los eventos de mayor relevancia de la organización apícola nacional y regional, tendremos un mercado cada vez más competido.

Para el año 1999 continuaremos aumentando la producción de miel, reforzaremos el control sanitario para el control y prevención de enfermedades nuevas en el país, produciremos propoleo y compraremos el de los productores de la zona para vendérselo a la industria, produciremos polen, iniciaremos la rotación de campos por el crecimiento controlado del apiario, así como la asesoría a los productores del Estado de México, tendremos que exportar nuestra producción.

Para el año 2000 una caída en el mercado interno propiciará la exportación de la miel iniciaremos el envasado de los productos como polen y propoleo e iniciaremos la planeación para producir jalea real, sin crecer en número de cajones. Buscaremos nuevas oportunidades de mercado, nos mantendremos siempre bien informados, para continuar asesorando a los productores de la zona, mantendremos las medidas sanitarias o incluso las reforzaremos.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**ADMINISTRACIÓN.** Trabajo técnico y de gerencia que se lleva acabo para lograr el resultado deseado. se refiere a la totalidad del trabajo del gerente y es un termino más amplio que actividad gerencial.

**ANÁLISIS.** El estudio de un conjunto completo y la separación e identificación de sus partes constituyentes y de la relación que existe entre unas y otras. El análisis generalmente no se limita a identificar los componentes de la cosa que se estudia sino que trata de comprender la forma en que encajan entre sí, y el porque de la configuración en que se encuentran.

**ASESORAMIENTO.** Ayudar a las personas a entender sus propios problemas y a desarrollar medidas eficaces.

**COMPETENCIA.** La capacidad de desempeñar trabajo especializado con una habilidad reconocida.

**CONTABILIDAD.** Trabajo técnico especializado que se lleva acabo para registrar, analizar, almacenar, y realizar informes y auditorias sobre las transacciones financieras de una empresa.

**DEFICIENCIA.** Puntos debiles en el rendimiento que obstaculizan el logro de un objetivo critico.



**DESARROLLO DE PROCEDIMIENTOS.** Es el trabajo que realizan los gerentes para estandarizar las tareas que deben llevarse a cabo uniformemente.

**DIVISIÓN DE FUNCIONES.** La agrupación de tipos de trabajo relacionados que constituyen un componente de la organización.

**ESTRATEGIA.** Es el enfoque general que debe seguirse para lograr un objetivo.

**LOGOTIPO.** La parte no legible de una marca (símbolo o diseño).

**MARCA.** Nombre, término, símbolo o diseño especial (o combinación de éstos) que permite distinguir el producto o servicio de un oferente.

**MARCA REGISTRADA.** Aquella marca que ha obtenido el registro de la autoridad correspondiente en cada país donde se pretenda usar.

**MISIÓN.** Filosofía de una empresa sustentada en sus valores, la cual constituye una guía cotidiana que orienta y motiva a sus integrantes.

**OBJETIVO.** Un resultado por lograr, un objetivo se alcanza comprometiendo gente, material e instalaciones.

**ORGANIGRAMA.** Representación gráfica de la manera en que se ordena y relaciona el trabajo para que la gente pueda desempeñarlo.



**PLAN DE ACCIÓN.** Un plan que debe completarse dentro de los límites de un período definido.

**PLANEACIÓN.** El trabajo que realizan los gerentes para predeterminar sus acciones. Esta es una de las cuatro funciones de la gerencia profesional.

**PROBLEMA.** Asunto o situación no solucionados o una necesidad insatisfecha que requiere una respuesta, decisión o solución.

**PROPORCIONAR.** Dar la información a los servicios necesarios.

**PUBLICIDAD.** Trabajo técnico especializado en crear diseñar producir y distribuir comunicados con el fin de influir sobre las personas.

**REGLAMENTO.** Una decisión permanente que se aplica a asuntos y problemas recurrentes de interés solamente para un componente de la empresa.

**SINERGICO.** Diferentes partes actúan juntas de tal manera que el todo es mayor que la suma de sus partes.