

APÍCOLA MELI-ROZA

1. Descripción y Justificación de la Empresa.

Nuestra empresa es una Sociedad de Producción Rural y esta enfocada más que todo a ofrecer productos alternativos para la salud y promover la cultura del consumo de la miel.

1.1. Descripción de la necesidad y del producto que la satisface.

En el mercado existen diversidad de productos y miel de diferentes marcas pero la mayoría de éstas son adulteradas. Meli-Roza maneja diferentes tipos de miel, como la miel de cítricos, miel multiflora, y miel cristalizada en tres presentaciones: envase de vidrio, de 1,050 kg. De 750gr. Y de ¼ en el Estado de México así como en los municipios de Montemorelos, Monterrey, CD. Victoria y Houston Texas. Son muy bien aceptados y comercializados.

Para nosotros la idea de crear esta empresa fue porque hubo la necesidad de no desaprovechar la miel que solo se exportaba una parte y también de sus derivados como el polen, la jalea real, el propóleos y la cera.

Todos los derivados de la miel se usan en cosméticos como propóleos el cual tiene la propiedad de aclarar la piel y es un cicatrizante, la jalea real es un nutriente que se usa en alimentos y también tiene propiedades terapéuticas así mismo el veneno de abeja se utiliza en linimentos para problemas de las articulaciones. El polen se usa para problemas de debilidad y cansancio y por último la cera de abeja que se usa para depilaciones y masticada blanquea los dientes.

Esta Sociedad se formo con 10 personas 5 hombres y 5 mujeres, ellos apicultores de esas 10 personas solamente quedamos seis, nos hemos capacitado en varios congresos y y hemos tomado varios cursos, también hemos tomado varios cursos de herbolaria, para hacer los extractos, cosméticos y alimentos.

La idea nuestra fue y es satisfacer la demanda que hoy en día hay de productos alternativos para la salud como:

- **Productos de soya que bajan los niveles de colesterol**
- **Productos de nopal que son excelentes para problemas de diabetes**
- **Productos de sábila que son para problemas digestivos.**

Y dentro de estos productos alternos se encuentran:

- **Propóleos**
- **Jalea Real**
- **Polen**
- **Veneno de abeja**
- **Cera**

Primero empezamos con recursos propios, después con apoyos del Gobierno del Estado, Fundación Produce y un crédito que nos otorgo FOCRECE. Meli-Roza actualmente no debe ningún crédito.

La Región Citrícola del Estado de N.L., es reconocida en México por ser la cuna del cultivo de la miel, desde principios del siglo se explota comercialmente por lo que el desarrollo y crecimiento actual de los seis municipios que la integran se debe a esa actividad.

Los municipios que forman parte de esa región; Linares, Hualahuises, Montemorelos, General Terán, Allende y Cadereyta, por lo que si se puede decir que tenemos mucha competencia, ya que la producción de miel se da en abundancia en estas zonas. Se puede decir que la oferta y la demanda son más grandes, ya que habiendo tanta oferta de miel, si la demanda local no es suficiente (ya que hemos encontrado que para México, el consumo per cápita es de 360 gramos aproximadamente, según la SAGARPA en el 2001) tenemos la posibilidad de exportar la producción al extranjero o incluso hacia los estados del sur de la República. Podemos decir que esto es accesible para Meli Roza como productor, ya que tenemos muchas áreas de expansión en el mercado de este producto.

1.2. Fuerzas y debilidades

Fuerzas <ul style="list-style-type: none">• Somos productores apícolas• Manejamos nuestra propia mano de obra• Hemos tenido capacitaciones y apoyos del Gobierno.	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Competencia desleal• (Adulteración de la miel)• Desastres naturales
Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Falta de capital de trabajo• No hemos podido entrar al mercado	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Actualmente el mercado Nacional tiende a consumir lo natural.

--	--

Nuestra empresa actualmente no cuenta con dinero para trabajar al 100% de nuestra capacidad a mediados de este año terminamos de pagar un crédito que nos otorgó FOCRECE

Actualmente estamos elaborando un proyecto para el año entrante.

1.3. Misión

Ofrecer al consumidor productos derivados de la miel con diversidad y calidad, así como también manejar un precio más accesible.

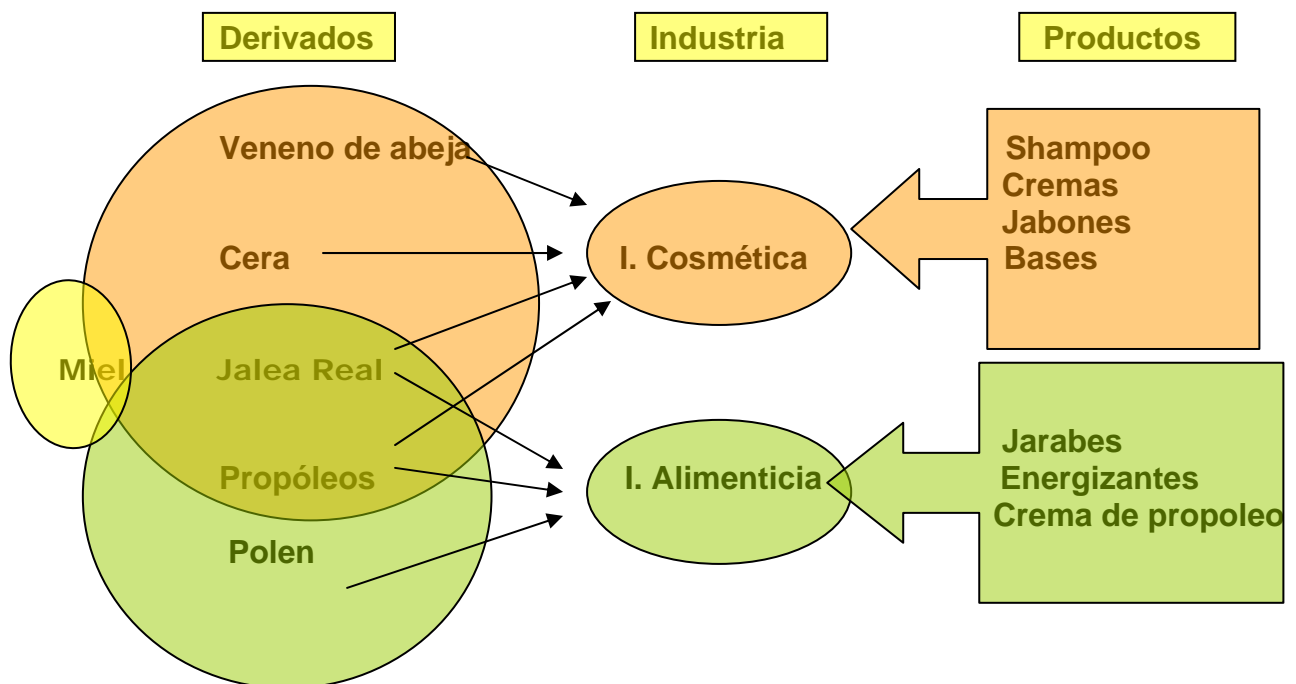
Visión

Que la empresa tenga cobertura a nivel nacional e internacional ofreciendo productos de calidad que satisfagan las necesidades del consumidor, llegando a ser líderes en la distribución y comercialización de productos de miel en el área de la industria cosmética y alimenticia, teniendo mayor cobertura nacional abriendo sucursales en distintas partes de la república con el fin de satisfacer la demanda

1.4. Planteamiento de estrategias y ventajas competitivas.

Para hacer un frente a la competencia, nos hemos dado a la tarea de regalar muestras de los productos, bajar los precios al consumidor, estamos abiertos al público todos los días de la semana y también los domingos, en la compra de dos productos o más regalamos otro, también regalamos información impresa.

Determinación del Modelo de Desarrollo de Negocio (Cadena de Valor)



La cadena de valor nos muestra el flujo de los productos antes, durante y después de su elaboración y nos mide el valor agregado que contiene el producto al provenir de MELIROZA. Vemos en la figura anterior que es una labor en su mayoría manual, por lo cual el valor agregado es mayor que si el producto fuera procesado en serie. Del mismo modo podemos ver que no existen intermediarios entre el almacén de nuestra planta y el consumidor final, lo cual hace que los costos de venta sean más competitivos y el cliente percibe este ahorro como valor agregado también. Podemos ver que los insumos nos permiten una amplia variedad de productos y un mayor aprovechamiento de los mismos.

Ya que todo proviene de las colmenas, sabemos que los insumos obtenidos son utilizados en su totalidad para hacer productos derivados, que igualmente representan valor para la empresa y el cliente.

2. Mercadotecnia

Producción y comercio de miel (en Tons.)

Años	Producción	Importación	Exportación	Balance: CNA
2001	59,069.0	144.8	19,209.0	40,004.8
2002	58,890.0	215.2	28,882.9	30,222.3
2003	57,045.0	173.3	22,161.3	35,057.0
2004	56,917.0	8.6	19,804.5	37,121.1
2005	50,613.4	2.4	18,846.4	31,787.4

Composición porcentual

Producción	Importaciones	Total
99.6	0.4	100%
99.3	0.7	100%
99.5	0.5	100%
100.0	0.0	100%
100.0	0.0	100%

Producción de miel

El Estado de Quintana Roo según cifras estimadas con base a datos de la SAGARPA (2001), para 1999 se ubicaba en el sexto puesto como principal productor de miel en México con un total de 3,164 tons producidas, después de los estados de Yucatán que ocupa la primera posición con 9,980 tons; Guerrero en segundo sitio con 5,899 tons; Veracruz en tercero y Jalisco en cuarto lugar con 5,669 y 5,004 tons, respectivamente; Campeche ocupa la quinta posición con 4,397 tons. (Fig. 2).

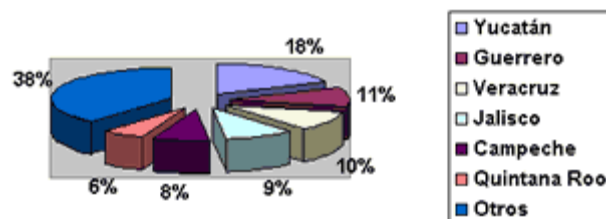


Fig. 2 Participación por estado en la producción nacional de miel 1999

Fuente: Elaborado con base a datos de SAGARPA –CEA 2001

En cuanto a la participación en el inventario nacional de colmenas realizado por SAGARPA-CEA en 1999, del estado de Quintana Roo registra el sexto sitio con un total de 113,530 colmenas que representan el 5% del total nacional, superado en orden de importancia por Yucatán con 271,137 (14%); Jalisco con 243,318 (13%); Campeche con 195,168 (10%); Veracruz con 166,365 (9%) y Guerrero 123,895 (6%). Estos datos oficiales muestran ciertas inconsistencias con la producción (Fig. 3).

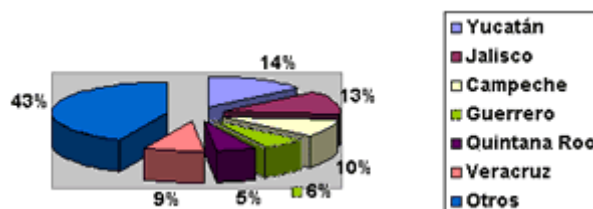


Fig. 3 Participación de Quintana Roo en el inventario apícola nacional de 1999

Fuente: Elaborado con base a datos de SAGARPA-CEA 2001

Consumo de miel en México

El consumo de miel en México se divide en tres grandes categorías: la primera es el consumo directo, la segunda es por medio de productos industrializados donde se emplea la miel como un edulcorante, los principales productos que la ocupan son: leches endulzadas, cereales, yogurt y dulces típicos mexicanos entre otros. Y la tercera categoría es la utilización de miel para cosméticos y opoterápicos.

En México no existen registros, donde pueda obtenerse información confiable de la distribución de este producto en las categorías antes mencionadas. Se estima que la miel, para el consumo directo, representa el 52% del abasto nacional, la industria alimentaria, la industria cosmética y de opoterápicos en conjunto absorben el 48%. (mexicoapicola.org)

Según un artículo de la SAGARPA, para el 2001 el consumo de miel en México es de aproximadamente 360 gramos per cápita. (Sagarpa.gob.mx)

- Principios inmediatos (en gramos cada 100 gramos de miel):
 - Agua 18,7
 - Proteínas 0,7

- Grasas 0
 - Hidratos de carbono:
 - Fructosa 40,4
 - Glucosa 39,9
 - Dextrina 3,4
 - Sacarosa 1,7
 - Minerales:
 - Potasio 0,010
 - Sodio 0,005
 - Calcio 0,006
 - Magnesio 0,006
 - Hierro 0,0009
 - Fósforo 0,016
 - Azufre 0.003
 - Cloro 0,024
 - Manganeso 0,0002
 - Yodo 0,00001
 - Cobre 0,00007
 - Vitaminas:
 - Vitamina C 0,004
 - Vitamina B1 0,00001
 - Vitamina B2 0,00004
 - Vitamina B6 0,00020
 - Vitamina PP 0,00020
 - Ácido pantoténico 0,00060
- pH=5,2

2.1. Determinación del perfil del cliente y el mercado potencial

Nuestros clientes son:

En primer lugar personas de la tercera edad, mujeres, adolescentes, deportistas, Estéticas y personas que consumen productos alternativos. Nuestros clientes particularmente son de Monterrey, y CD. Victoria, Houston Montemorelos y de aquí de Allende Nuevo León y son de clase media, alta y de bajos recursos también.

Produccion y Comercio de Miel en Tons.					Composicion Porcentual		
Año	Producción	Importación	Exportación	Balance CNA	Producción	Importación	Total
2001	59,069.00	144.80	19,209.00	40,004.80	99.60	0.40	100%
2002	58,890.00	215.20	28,882.90	30,222.30	99.30	0.70	100%
2003	57,045.00	173.30	22,161.30	35,057.00	99.50	0.50	100%
2004	56,917.00	8.60	19,804.50	37,121.10	100.00	-	100%
2005	50,613.40	2.40	18,846.40	31,787.40	100.00	-	100%

El estado de Quintana Roo según cifras estimadas con base a datos de la SAGARPA (2001), para 1999 se ubicaba en el sexto puesto como principal productor de miel en México con un total de 3,164 tons. Producidas, después de los estados de Yucatán que ocupa la primera posición con 9,980 tons; Guerrero en segundo sitio con 5,899 tons.; Veracruz en tercero y Jalisco en cuarto lugar con 5,669 y 5,004 tons respectivamente; Campeche ocupa la quinta posición con 4,397 tons.

El consumo de miel en México se divide en tres grandes categorías: la primera es el consumo directo, la segunda es por medio de productos industrializados donde se emplea la miel como edulcorante, los principales productos que la ocupan son: leches endulzadas, cereales, yogurt y dulces típicos mexicanos entre otros y la tercera categoría es la utilización de miel para cosméticos y apiterapéuticos.

En México no existen registros, donde pueda obtenerse información confiable de la distribución de este producto en las categorías antes mencionadas.

Se que la miel, para el consumo directo, representa el 52% del abasto nacional, la industria alimentaria, la industria cosmética y de apiterapéuticos en conjunto absorben el 48%(mexicoapicola.org)

Según el artículo de la SAGARPA, para el 2001 el consumo de miel en México es de aproximadamente 360 gramos per cápita.(Sagarpa. gob.mx)

2.1.1.1. Los volúmenes de venta de exportación de miel.

Ha sido tradicionalmente el 80% de la producción estatal, en el año 2006 se han exportado a la fecha 100 toneladas de miel de cítricos, sin cosechar la miel de otoño, en el mercado regional se vende un promedio de 30 toneladas anuales y generalmente los volúmenes de venta son de acuerdo a la oferta del producto que se tiene , ya que el mercado internacional es muy demandante de mieles de calidad

2.2 Análisis de competencia: Directa e indirecta

En el mercado regional las presentaciones y calidades son muy semejantes y son las siguientes marcas: Apícola de Allende, Berali, Reina, Santiago, San Felipe y la competencia se basa principalmente en el precio, ya que algunos adulteran la miel para darla mas barata, en algunos mercados se encuentra la Miel Carlota, marca de influencia nacional.

Ventajas de la competencia

Las ventajas en costos de todos los competidores es con relación al volumen de productos elaborados y/o envasados y adulterados, ya que en sí la materia prima tiene el mismo costo, salvo las marcas en el ámbito nacional, las demás son marcas muy regionales salvo las organizaciones que cuentan con áreas de comercialización, son los mismos productores los que efectúan directamente la venta al consumidor.

Con relación a la presentación toda la competencia, casi la mayoría vende sus productos con etiqueta bien hecha (en imprentas y es autoadherible).

2.3 Descripción del Producto o Servicio.

2.3.1 Descripción de las características tangibles

Meliroza maneja, varios productos como: Crema nutritiva para suavizar la piel, crema de propóleos para manchas acné, hongos crema AA para prevenir arrugas, Shampoo para evitar la caída del cabello, shampoo para la caspa, gel capilar, jabón de glicerina y miel, jabón de propóleos, para manchas, acné y hongos, jarabe para la tos con propóleos, un energizante para problemas de cansancio, casi todos los envases son translúcidos con excepción de los envases de las cremas, manejamos los envases de 500ml de 360gr ,de 180gr 70gr. 100gr 50gr, 30ml y para envasar la Jalea real es un envase de 20ml en color ámbar para que no se oxide



2.3.2. Características intangibles.

2.3.3. Aspectos innovadores del producto.

Tecnológicos, medio ambientales, de funcionalidad, etc .Para el proceso productivo y el envasado de miel se utilizan Técnicas básicas de manejo cuyas principales normas a cumplir son. Higiene, exacto manejo de temperaturas para el proceso de los productos así como para el descristalizado y envasado de mieles.

La actividad de producción, así como la extracción, limpieza, colado, sedimentado, el envasado y etiquetado de la miel los productos apícolas en una sala de manejo integral no causa daño alguno al medio ambiente.

De los derivados de la colmena todo se aprovecha desde la miel hasta la cera de abeja debido a que el producto es orgánico y tiene muchos nutrientes que pueden ser aprovechados por los consumidores. Se considera una innovación el total aprovechamiento de los productos de la colmena ya que esto nos ayuda a ser más eficientes en términos de costos. Debido a que no existen costos por mermas o desperdicios. También se considera una innovación el mismo proceso de producción de la miel, ya que es una miel con un sabor único, diferente a las demás mieles del mercado y por lo tanto tiene características nutritivas mayores que otras mieles promedio (o de la competencia).

Debido a que en la actualidad hay muchas leyes para proteger el ambiente, consideramos que el hecho de que no tengamos ningún desperdicio es una ventaja competitiva, ya que nuestro producto protege al medio ambiente y se ajusta a dichas normativas ambientales. Del mismo modo, el proceso también es amigable con el ambiente y está dentro de toda ley ambiental, sea nacional o extranjera.

2.4. Precio

2.4.1 Estrategias de precio (introducción y Operación)

2.4.2 Condiciones comerciales.

Como el producto vale por su calidad y origen natural, los precios varían según el mercado y al público consumidor.

Para cubrir los costos de producción, manejo salario, servicios electricidad mano de obra hemos fijado los precios para poder tener un margen de ganancia también vendemos a crédito, hacemos descuento y damos un poco más barato que las demás tiendas

2.5 Imagen Publicidad, Promoción

La promoción se hace en primer lugar en la etiqueta, en demostraciones y folletos, así como en campañas de degustación de miel, ferias y exposiciones.

Para satisfacer las necesidades del cliente nos hemos dado a la tarea de regalar muestras, ofertar productos, estamos abiertos al público todos los días de la semana y también los domingos también regalamos publicidad impresa de la miel, polen, jalea real, propóleos. También nos compran por vía Express y también entregamos a domicilio.

Para satisfacer al cliente tenemos diversidad de productos y a muy buen precio, así pretendemos satisfacer las necesidades del consumidor.

2.5.1 Imagen, nombre comercial, logotipo y eslogan

Una abeja con una banda que dice Meli Roza S. P. R. de R. L. y en la mano tiene un bote de miel y en la otra un bote de polen.

Slogan

"Del Colmenar a su Hogar"



2.6 Canal de Distribución

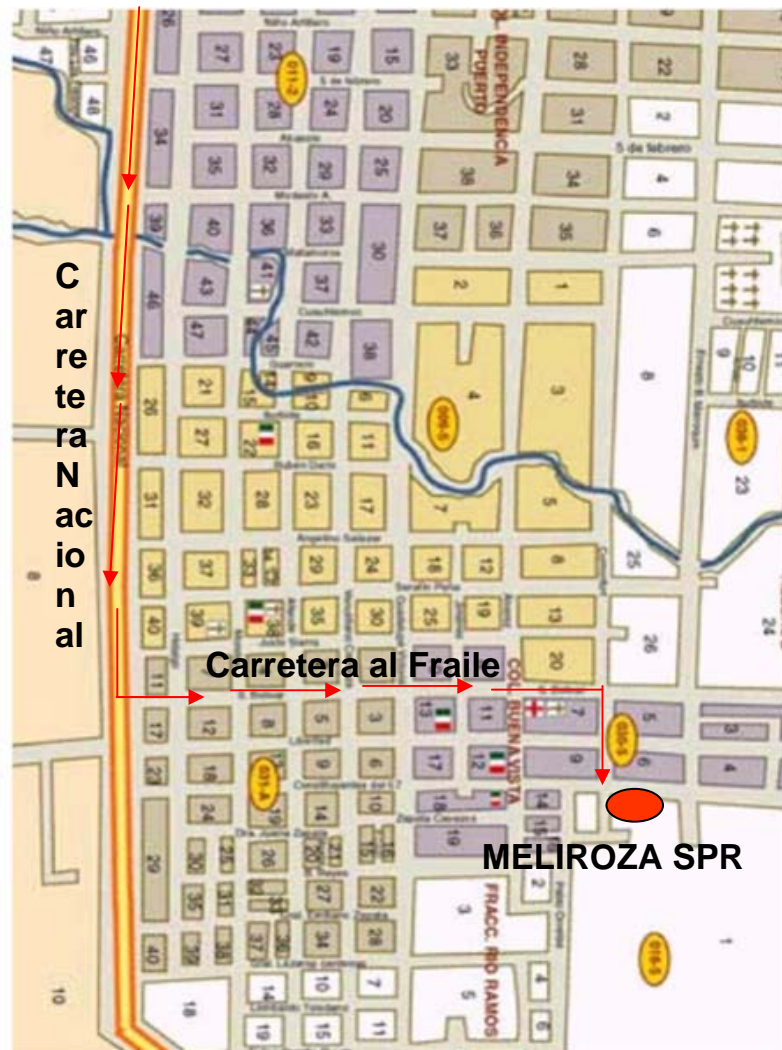
Para la venta esta se hace en forma directa al cliente.

En el mercado local como regional esta se hace en base a la degustación de los productos y de la miel en ferias estatales y regionales así como la atención de la demanda con alta calidad alimentaria también se han difundido las bondades de la miel a través de programas de radio, en el entra toda la población en general ya que es un producto de primera necesidad

2.6.1.2 Ubicación Geográfica de la Empresa.

LOCALIZACION

CONSTITUCION DEL 57 Y
COMONFORT
BUENAVISTA
ALLENDE, NUEVO LEON



2.6.1.3 Cobertura de los productos y servicios.

Zona local (Estado de Nuevo León)

- Allende
- Montemorelos
- Monterrey

Zona Nacional.

- CD. Victoria, Tamaulipas
- Nueva Rosita, Coahuila

Zona Internacional.

- Houston Tx.

3. Proceso de Producción y Ventas (*)

3.1 Abasto- Materia prima y proveedores

3.2 Producción y operaciones (Prestación de servicios)

3.2.1. Maquinaria y/o herramientas de trabajo (especificación, costo y capacidad de producción.

Para la elaboración de todos los productos se usa vasijas de acero inoxidable, Batidora eléctrica Cuchillo y pala de acero inoxidable, bata, cofia, guantes.

Productos Químicos. Proveedores Farmacias París, Chemico Especialidades Químicas ubicadas en México y Guadalajara
Volumen aproximado al año

• Base de Jabón de Glicerina incluido	Vol / año	200 Kg.	Costo por Kg.	40.00 IVA y flete
• Base para Shampoo incluido	"	500 Lt	Costo por Kg	25,00 IVA y flete
• Base para crema incluido	"	300 Kg	Costo por Kg	18,00 IVA y flete
• Tensoactivos incluido	"	25 Lt	Costo por Lt.	150,00 I VA y flete
• Sustancias activas incluido	"	5Lt	Costo por Lt.	380.00 I V A y flete

Productos Naturales:
Volumen / año

Costo:

Miel de abeja
5 Tons.

20.00 Promedio

Polen
600 Kg.

45,00 /Kg.

Jalea real Natural
10Kg.

1500.00 Kg.

Jalea real liofilizada
6Kg.

2,500.00 Kg.

Propóleos
10,Kg.

1,200.00 Kg.

En la miel somos autosuficientes, en la producción en Jalea Polen Y Propóleos

Hay algunos proveedores en Guadalajara en Toluca y en la CD. De México, como Naturaflor, Juan Pliego Super Bee.

3.2.3 Aspectos de control de calidad

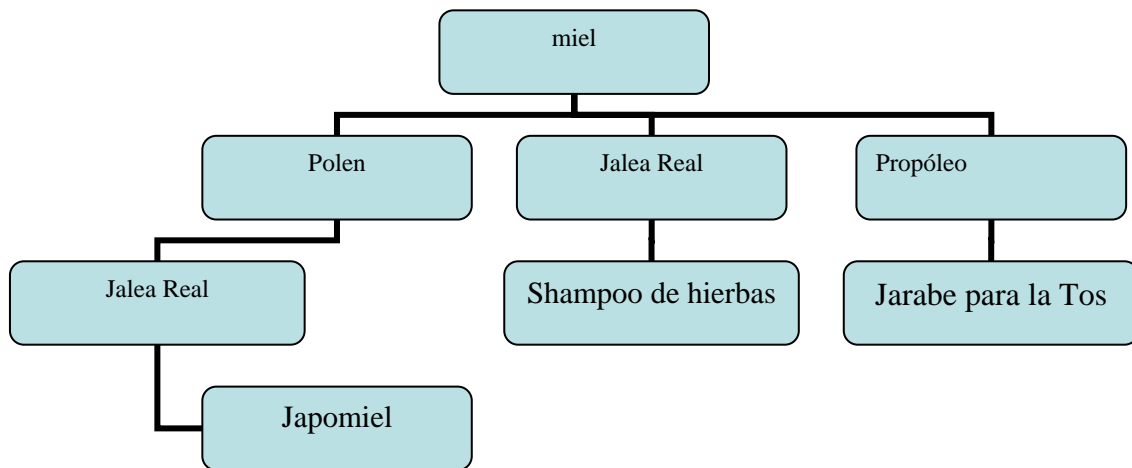
Cumplimos con todos los lineamientos de calidad marcados por la Secretaría de salubridad.

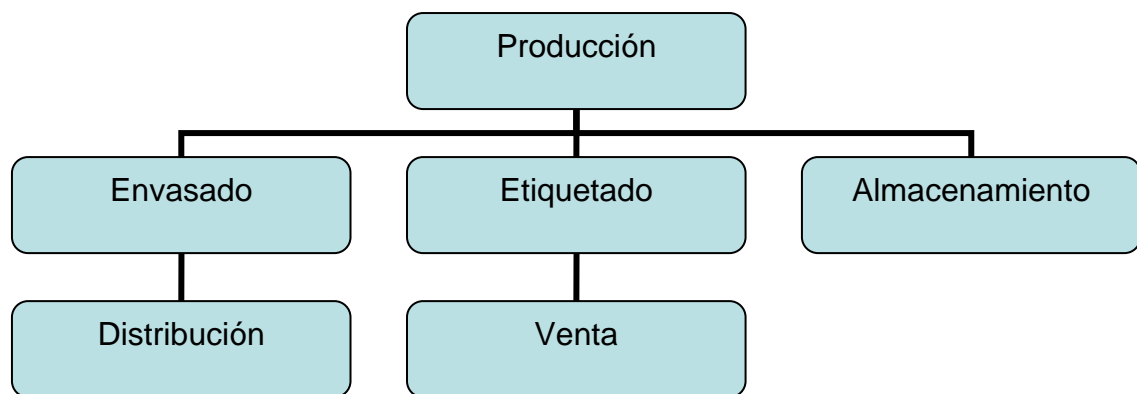
3.3 Distribución y ventas

En cuanto a la distribución, nosotros contamos ya con un almacén, el cual está dentro de nuestras instalaciones. No se incurre en costos por intermediarios, ya que el cliente acude directamente al almacén y se lleva el producto que necesite. En términos técnicos vendemos el producto en forma directa en lo que se conoce como EXW, que significa que el producto está puesto en el almacén del productor.

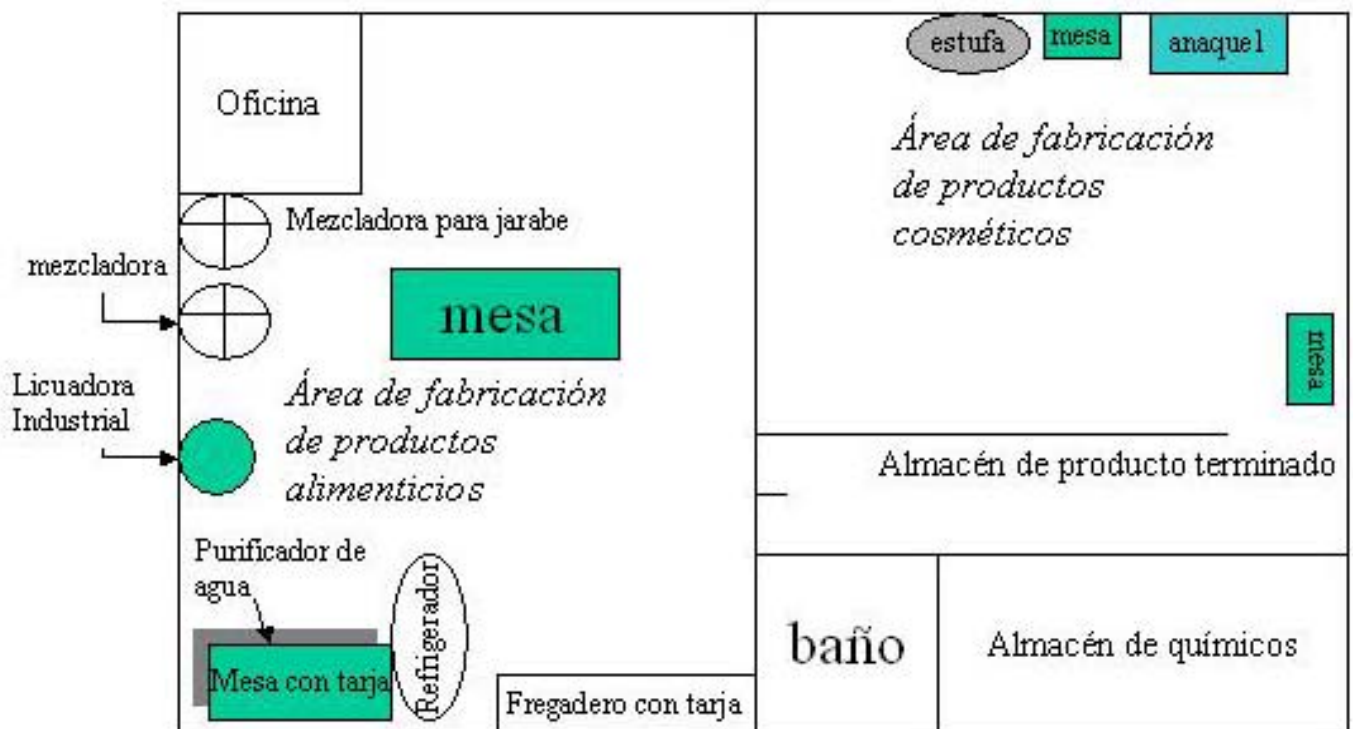
Servicios outsourcing.

Nosotros tenemos subcontratados los servicios de finanzas y contabilidad interna de la empresa solamente.





Esquema de layout de la planta productiva



5. Recursos Humanos

5. Administración de Recursos Humanos

5.1 Responsables del Proyecto.

Profr. Porfirio Carranco Peña

Maestro Desde 1968, estudio la Normal Superior, Maestro de Matemáticas se jubilo hace 9 años tiene más de 20 años de apicultor con varios cursos de apicultura ,cosmetología y elaboración de productos naturales.

Miriam Flores Reyes.

Ama de casa , también con varios cursos de Cosmetología, Herbolaria y Elaboración de Productos Naturales

Prof. Gonzalo Francisco Ramos

Maestro de Apicultura en una Secundaria Técnica, próximo a jubilarse

También con cursos de Elaboración de Productos

Hermila Salazar García

Ama de casa, También con cursos de Elaboración de Productos y de Herbolaria

Oscar Salazar Castro

Apicultor. También con cursos de Apicultura y Elaboración de Productos.

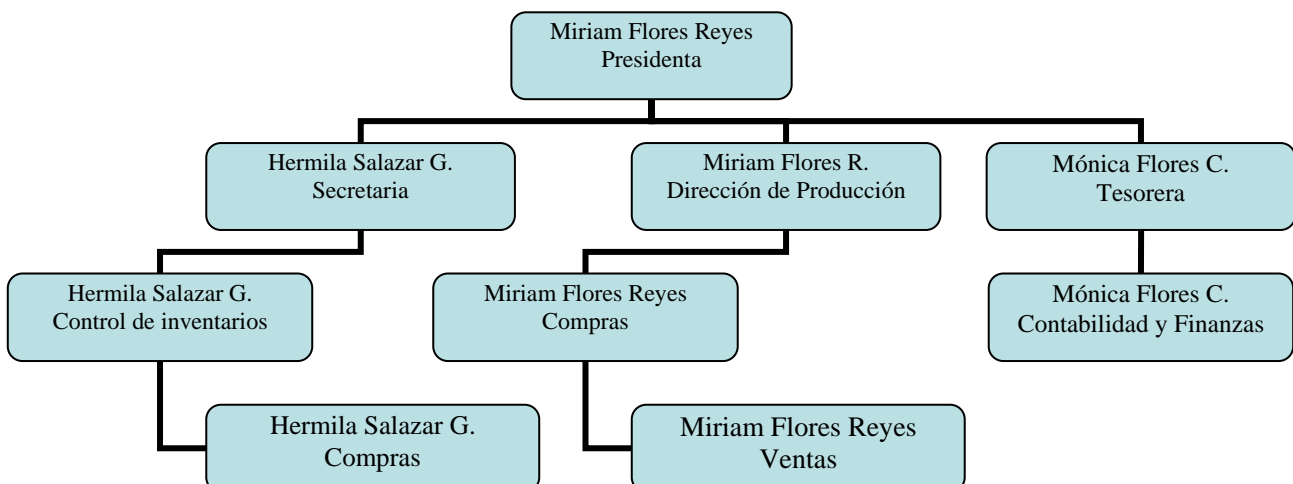
Mónica Flores Cárdenas.

Ama de casa, también con algunos cursos de Elaboración de Productos.

Actualmente no tenemos personal y trabajamos 2 veces a la semana y el costo de la nómina es de 100.00 por día

Actualmente estamos en la Incubadora de Negocios y tenemos asesoría de varios de los maestros que están en Emprendetec.

5.2 Organigrama



5.3 Descripción de puestos.

Presidenta: Administra la empresa en cuanto a decisiones estratégicas fundamentales, se encarga de realizar la planeación y compras y presupuestos para la empresa. Del mismo modo, se ocupa de revisar los progresos de cada período para asegurar el crecimiento de la empresa.

Secretaria: se encarga de la administración de los inventarios, entradas y salidas de insumos y de productos terminados, revisa las ventas.

Tesorera: se encarga de la contabilidad de la empresa, elaborando los cortes correspondientes al final de cada mes, lo que se conoce como los estados financieros de la empresa.

Apicultor: su trabajo gira en torno al cuidado de las abejas y de la recolección de la miel. Se encargan de visitar las colmenas y cuidar la salud de las abejas y de monitorear y ayudar a incrementar la producción de miel. También se encargan de los procesos de manejo y transporte de las colmenas y la recolección de la miel y de sus derivados.

Productor: su trabajo es la elaboración de los productos a partir de la miel y sus derivados, vigilan de cerca el control de calidad de cada uno antes, durante y después del proceso de elaboración de cada producto.

6. Contabilidad y Finanzas.

7. Aspectos Legales.

7.1 Determinación de la personalidad Jurídica (Sociedad Anónima, persona física con actividad empresarial etc.

MELI ROZA S.P.Rde R L.. Está constituida ante Notario Público con el número de folio (1296) en el libro (7).

7.2 Participación de capital de los socios (% de derecho sobre las actividades de la empresa.)

La participación de capital de los socios es igual en acciones es decir que cada socio empezó con 20 acciones de 500.00 c/u

7.3 Trámite o permiso adicional requerido para iniciar actividades-solo si para el tipo de actividad se requiere, trámites adicionales a los regulares para cualquier empresa.

MELI ROZA es una Sociedad de Producción Rural de R. L.

El 11 de Septiembre del 2002 se constituyo la empresa nuestra participación fue de 16,000 x socio se hicieron todos los trámites de Hacienda, también los trámites de Salubridad, de Relaciones Exteriores para la búsqueda de Fonética.

7.5. Patente, Registros, uso de marcas registradas.

Se realizó el trámite del nombre de la empresa y de la marca de un producto.

8. Plan de trabajo en gráfica de Gant.

En base a objetivos, definir todas las actividades, responsables y tiempo para llevar a cabo lo planteado en el plan de negocios, ruta, crítica, etc.

Actividades	2006	2007												Responsables
	Diciembre	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	
Compra de materia prima														Miriam Flores Reyes
alimentar abejas														Porfirio Carranco Peña, Gor
Recolección de miel														Porfirio Carranco Peña, Gor
Producción:														
Miel						2 días								Porfirio Carranco Peña, Gor
Crema (abarca todas)						2horas				2hr				Miriam Flores Reyes
Gel capilar						2 hr.				2hr				Miriam Flores Reyes
Shampoo (incluye todos)						2 días								Porfirio Carranco Peña, Miri
recolección de jalea real														Porfirio Carranco Peña, Gor
jarabe para la tos														Gonzalo Francisco, Hermila
Japomiel	4horas													Porfirio Carranco Peña, Gor
recolección de propóleos														Porfirio Carranco Peña, Gor
Transportación de colmenas														Porfirio Carranco Peña, Gor
Actividades administrativas														
Corte de caja	mensual													Monica Flores Cárdenas
Control de inventarios	mensual													Hermila Salazar García
ventas	mensual													Miriam Flores Reyes, Hermi

ANEXOS





