

PLAN RECTOR DEL SISTEMA PRODUCTO APÍCOLA

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMARECTOR APÍCOLA

1.- DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

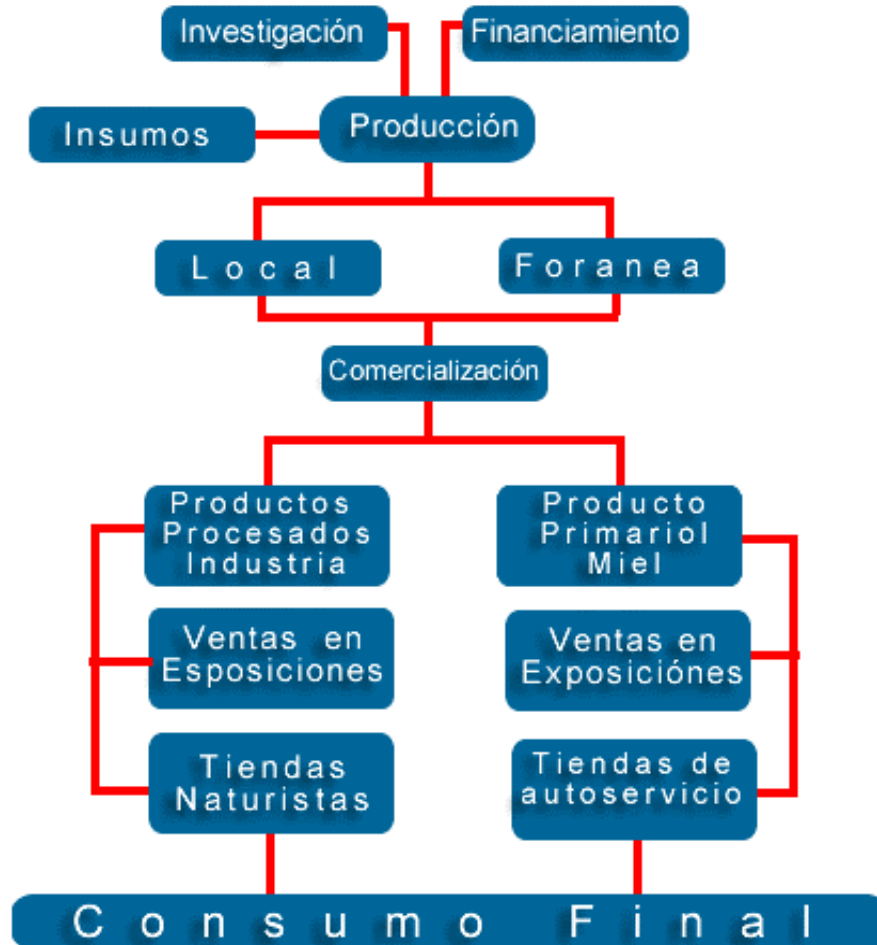
Diversos factores han determinado la conformación de la estructura productiva agropecuaria en el Distrito Federal, entre los mas relevantes podemos mencionar las perdidas de espacios para las actividades agropecuarias, debido al crecimiento de la mancha urbana y los problemas que consigo acarrea, como son deforestación, y contaminación de mantos freáticos, entre otros.

En este sentido la apicultura en el Distrito Federal, ha sido una de las actividades mas afectadas. En los últimos años el aumento de apicultores no ha sido significativo, así como el número de colmenas. Aun cuando existen zonas donde se puede desarrollar esta actividad por las condiciones de floración, sin embargo la invasión de asentamientos irregulares, aún en zonas consideradas como reservas ecológicas por la mancha urbana, ha repercutido negativamente en el desarrollo de la apicultura.

Lo anterior ha limitado enormemente la producción de miel, sin embargo el eslabón de comercialización se ha desarrollado de forma importante, no solo en la venta de miel sino en todos los productos derivados de esta en un mercado tan grande como lo es el Distrito Federal.

Este sistema-producto esta conformado por los siguientes eslabones: insumos, producción, industrialización, comercialización y consumo, además de investigación y financiamiento como agentes que apoyan en la cadena. Ver Mapa sistema-producto apícola en el Distrito Federal.

Mapa del Sistema Producto Apícola en el D. F.



INSUMOS.

El eslabón de insumos para la producción lo constituyen alrededor de nueve empresas dedicadas a la venta de materiales, implementos apícolas y equipos para la producción. Este eslabón está formado por apiarios de producción, comercializadoras, distribuidores, industrias importadoras y tiendas de venta al público.

El equipo para la producción es relativamente sencillo y fácil de obtener. Entre los equipos y materiales que se requieren en el sistema-producto miel de abeja podemos mencionar los siguientes:

Material Biológico: Reina Virgen, Reina Fecundada, Abejas, Zánganos, Núcleo 4 marcos.

Material Apícola: Cera, Piso, Alza, Marco sin alambrear, Marco alambrado sin cera, Marco alambrado con cera, Entretecho, Techo Zinc, Cámara de cría marcos sin cera y listón guarda. Piquera.

Implementos Apícolas: Ahumador Acero Inoxidable, Alza marcos con palanca, Escobilla cerda corrida grande, Tablillas impregnadas control varroa, evaporizadores de ácido fórmico. Agujas de transferencia importadas, Mavrick 30 cc., Fumaglin B (454 gr.) (100 familias), Tubo de marcación Reinas con émbolo importadas, Cajas porta reinas Apiqueen, puzzle Importadas, Desoperculadores en frío, Copas celdas importadas,.

Vestimenta de Protección: Velo espacial, Velo Monjita, Chaqueta con velo, Buzo con Máscara, Guantes Mosquetero.

Sin embargo en el proceso de poscosecha y transformación de miel requiere de infraestructura y equipo costoso y mas sofisticado.

Existen grandes compañías que fabrican estos equipos de extracción, descristalizadores, filtradores y maquinaria para envasado. Como se menciona anteriormente toda esta infraestructura es costosa para los apicultores, por lo que maquilan a través de sus organizaciones, o se agrupan varios de ellos para realizar estas actividades.

Dentro de las principales empresas productoras de insumos se tienen:

Abarca Pineda Víctor Manuel , Apiarios L. D. de R. I. , Dorantes Ligadle José Antonio, Equipo Técnico Especializado Saldaña Roldan Guadalupe, MAGOC, Granja Luchita, Implementos Apícolas de Morelos, Mieles Naturales de Veracruz, Proveedora de Equipo Apícola (PROVEA),

La mayoría de las marcas antes mencionadas tiene sus comercializadoras en varios puntos de la Ciudad de México.

PRODUCCIÓN

Esta actividad se explota en pequeña escala, principalmente en la delegación de Xochimilco y Milpa Alta, aun cuando se localizan colmenas en todas las delegaciones. El número de apicultores registrados en el 2003 es de 182 con 3,480 colmenas en producción. Los productores tienen unidades de producción de aproximadamente 20 cajones. Ver cuadro No. 1

Los apicultores se enfrentan constantemente a la presencia de asentamientos irregulares, que aun cuando, ellos son nativos del lugar y que han realizado esta actividad por años, resulta que si las abejas pican a la población, los apicultores son los responsables. Otros aspectos importantes a los que se enfrentan los apicultores han sido por un lado el cambio de las condiciones climáticas, y la deforestación, que han tenido como consecuencia la disminución de la flora, materia prima para la producción de miel y sus derivados, lo cual implica alimentar con azúcar, por tiempos mas prolongados las colmenas, además de los problemas sanitarios y el ingreso de la abeja africana. Lo anterior ha provocado que los costos de producción se hayan elevado sin poder aumentar la producción por la imposibilidad de crecer.

Cuadro No. 1 DISTRIBUCION DE LA APICULTURA EN EL D. F. 2003¹

DELEGACION	No. De COLMENAS	% De PRODUCCION N	PRODUCCION TONELADAS	No. De APICULTORES
XOCHIMILCO	1272	37	30.80	67
MILPA ALTA	1071	30	25.77	50
TLAHUAC	337	9.4	8.42	13
TLALPAN	196	5.5	4.90	16
ALVARO OBREGON	150	4.5	3.75	12
IZTACALCO	148	4.2	3.40	3
G. A. MADERO	94	2.6	2.15	5
IZTAPALAPA	79	2.4	1.97	5
COYOACAN	65	1.8	1.62	4
MAGDALENA CONTRERAS	40	0.88	1	4
CUAJIMALPA	28	0.79	.700	3

La mayoría de los productores utilizan métodos tecnificados para la producción de miel. El tamaño promedio de las unidades de producción es 20 colmenas aproximadamente por productor.

Tenencia de la tierra.

Debido a la ubicación de la zona de producción de miel la cual se localiza en la zona con vegetación es decir en la parte comunal y/o ejidal de las regiones ya mencionadas del Distrito Federal.

Los productos que se obtienen en el Distrito Federal de la apicultura son básicamente miel líquida, miel en panal, en menor cantidad y cera en un porcentaje inferior. Cuadro No. 2

CUADRO No. 2 PRODUCCION APICOLA EN EL D. F. 2003²

PRODUCTO	VOLUMEN(Kg.)
Miel líquida	80,241.75
Miel panal	4,223.25
Cera	2,533.95

Industria

La industria de la miel y sus derivados en el Distrito Federal, esta integrada por dos grupos industrializadores. Un grupo lo conforman marcas como: Vitareal, Carlota, Spart, Graet Value y Gigante, son marcas registradas, con controles de calidad, donde sus ventas las realizan en tiendas de autoservicio, tiendas naturistas y farmacias. Otro grupo esta formado por los apicultores locales, ellos mismos elaboran las diferentes presentaciones de miel y los productos derivados de esta, la comercialización la realizan también ellos de manera directa al consumidor.

¹ Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Subdelegación Agropecuaria. Coordinación Del Programa Nacional para el Control de la Abeja Africana en el Distrito Federal. Diagnóstico Apícola 2003.

² Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Subdelegación Agropecuaria. Coordinación Del Programa Nacional para el Control de la Abeja Africana en el Distrito Federal. Diagnóstico Apícola 2003.

Las técnicas que utilizan los productores para la elaboración de los productos es de manera artesanal.

La producción que realizan los productores de los productos derivados de la miel se basa en los pedidos, que levantan en las ferias o en cualquier otro evento. La mayoría de estas industrias no están bien diferenciadas hacia un solo producto, por lo que su industrialización puede estar bajo la tutela de un solo productor.

Esto indica la forma artesanal de esta industria, por lo que los diferentes procesos de transformación no son del todo automatizados, y utilizan mano de obra para las diferentes fases de la transformación de los productos. De ahí que los productos derivados de la miel se ha ido desarrollando de manera empírica, a través del ensayo y error. Se requiere que los productores cuando no se encuentren aptos en alguna tecnología de transformación de punta, recurran a los apoyos que se les puedan proporcionar.

Por otra parte, no existe una división del trabajo como tal, ya que como se ha de intuir generalmente se trata de empresas familiares, donde la misma persona supervisa el proceso de producción, al igual que sale a vender el producto.

Los productos que procesan con mayor frecuencia son: jarabes los cuales tienen mucha demanda, cremas con miel y jalea real y complementos alimenticios, aunque elaboran también shampoo, granola con miel, licores, cápsulas de polen y jabones.

Comercialización.

En el Distrito Federal la miel y los productos derivados se comercializa, como ya se menciono por las marcas patentadas y por productores locales. En el caso de las marcas patentadas son grandes acopiadores de miel que en su mayoría es traída de otros estados, como Veracruz, Morelos, Puebla, Michoacán, Mérida, Zacatecas y

Chiapas, estas empresas venden en tiendas de autoservicio, tiendas naturistas y farmacias. Los productores, comercializan sus productos directamente a través de

eventos como lo son: expomiel Coyoacan, semana de promoción y degustación de la miel en Xochimilco, Feria Regional de la Miel, Expo Miel de Xochimilco.

La demanda de miel y productos derivados rebasa por mucho la producción local, superando la demanda en muchas ocasiones a la oferta por lo que se ven en la necesidad de comprar miel y otros subproductos de otros estados para satisfacer la demanda local.

Los productos derivados de la miel tienen mayor demanda que la propia miel, toda la producción se vende localmente. Aun existe desconocimientos y poca cultura del consumo de miel y sus derivados, sin embargo la mayoría de estos se venden como suplementos alimenticios, medicamentos y cosméticos. La miel en su forma natural la consumen principalmente las personas adultas. En cuadro No. 3 se observan los diferentes productos industrializados de la miel.

Cuadro N o. 3 PRODUCTOS DERIVADOS DE LA MIEL.

PRESENTACIÓN	COMPONENTES	PRODUCTOS
Sólidos O Pastosos	Polen Sucedáneos de polen Miel industrial Miel en panal Caramelos Preparados comerciales Industria cosmética Industria farmacéutica	Crema, jabón, suplemento alimenticio, granola, cápsulas.
Líquidos	Jarabe de miel Jarabe de azúcar Jarabe de melaza Agua	Jarabe, shampoo.

CONSUMO.

Aún cuando el consumo per cápita de miel se ha incrementado en la ciudad de México, sigue siendo un producto que no se consume popularmente, la tradición del consumo de miel generalmente es en su forma natural y la consumen los adultos mayores, sin embargo en los últimos años el consumo de miel se ha incrementado sobre todo en los

productos derivados, como los suplementos alimenticios o los productos cosmetologicos, son los consumidores es la población joven los que generalmente consumen estos productos.

La miel de abeja tiene varias formas de consumo pero las principales son miel líquida, propóleo, jalea real, polen y cera que adoptan diversas formas y presentaciones en la industria alimentaria, la farmacéutica y la cosmética.. Los datos oficiales reportan que el 42.5% de la venta de miel se consume en su estado natural, 45% restante es materia prima para las industrias mencionadas y el 12.5% es autoconsumo³.

Los consumidores intermedios que utilizan la miel de abeja como su materia prima principal son la industria alimenticia, la farmacéutica y la cosmética. Cada una de estas

industrias utiliza como materia prima la miel, propoleo, polen, cera, veneno por ejemplo la industria alimenticia elabora, granola, miel liquida y dulces; la industria cosmética, lo utiliza en la elaboración de cremas, mascarillas, shampoos; la industria farmacéutica, elabora jarabes, suplementos alimenticios, tónicos, etc.

Cuadro No. 2 Consumo de Miel. Año 2003⁴

Local	Nacional
2,000Ton.	25,000Ton.
\$92,000,000.00	\$1,150,000,000.00

³Fuente: Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Subdelegación Agropecuaria. Coordinación Del Programa Nacional para el Control de la Abeja Africana en el Distrito Federal. Diagnóstico Apícola 2003.

⁴ Fuente: Información directa de los apicultores e información obtenida de internet www.ECOALEA.com

3.- Directorio

NOMBRE	CARGO	OCUPACION	DIRECCION	TEL
Lucina Pérez Gómez	Representante no Gubernamental	Productora	Calle Nezahualcoyotl no.19 col. la noria Xochimilco	(0155) 56-53-66-86
Arturo Ávila González	Representante no Gubernamental	Productor	Av.México no.30 santa cruz acalpixca xochimilco	(0155) 21-57-71-81
Patricia Alonso Herrera	Representante no Gubernamental	Productora	Vicente Guerrero no.32 Santa Maria Nativitas	(0155) 21-57-17-25
Miguel Ángel Ansareo Mogollón	Representante Gubernamental de la SAGARPA	Delegado	Carretera Xochimilco Tulyehualco s/n col. Bosques de Nativitas.	(0155) 53-34-02-50 ext. 5001
José Emilio López Cabral	Presidente suplente	Subdelegado Agropecuario	Carretera Xochimilco Tulyehualco s/n col. Bosques de Nativitas	(0155) 53-34-02-50 ext.5043
Luis Ernesto Fuentes Ibarra	Secretario Técnico	Coordinador del Programa para el Control de la Abeja Africana En el Distrito Federal	Carretera Xochimilco Tulyehualco s/n col. Bosques de Nativitas	(0155) 56-76-96-34

CARACTERIZACIÓN DE LA APICULTURA : OFERTA

Cuadro No. 3 Volumen, Precio Medio Rural y Valor de la Producción de miel
años 1993-2003⁵

AÑO	NO. DE COLMENAS	VOLUMEN EN TONELADAS	PRECIO MEDIO RURAL(pesos/Kg.)	VALOR (miles de \$)
1993	4,000	114.00	4.97	556.580
1994	4,000	100.00	5.89	589.00
1995	4,000	70.00	8.49	594.30
1996	4,000	197.00	16.83	3315.51
1997	3,800	113.00	17.52	1979.76
1998	4,200	185.00	18.69	3457.65
1999	4,024	100.00	19.58	1957.65
2000	4,024	100.00	19.60	1960.00
2001	3,500	100.00	21.5	2150.00
2002	3,500	100.00	25.00	2500.00
2003	3,480	84.50	65.00	5492.50

⁵ Fuente: Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera de la SAGARPA en el D.F.

En la grafica No. 1 se observa que el número de colmenas, así como el volumen de producción de miel en los últimos diez años ha disminuido, esto se debe como ya se menciona a la invasión de la población en zonas productoras de miel en el Distrito Federal. Sin embargo en la grafica No. 2 se puede observar que el precio medio rural y el valor de la producción ha tenido una tendencia ascendente en el periodo señalado.

Precios en la producción

Básicamente son dos las variables en los precios de producción.

El primer año al instalar un apiario, el cual tiene una vida útil de aproximadamente tres años. Un apiario esta formado por 25 colmenas.

A partir del segundo año, un mantenimiento anual

Una unidad de miel de abeja tiene una vida de producción tres años, por lo que el primer año son los costos de producción mas elevados, después solamente los costos relacionados con el mantenimiento de la colmena, la cual inicia su producción comercial en las épocas de floración en el Distrito Federal, se presentan dos floraciones al año, por lo que se obtienen dos cosechas anuales de miel.

Cuadro No. 4 Costos de producción de la miel de abeja al año 2003 ⁶

Inversión primer año

Costos segundo año

Concepto	Precio(\$)	Concepto	Precio(\$)
Colmenas (una cámara de cría con cuatro alzas)	800(25)= 20,000.00	Núcleo (una reina y un kilo de obreras)	350(25)= 8,750.00
Núcleo (una reina y un kilo de obreras)	350(25)= 8,750.00	Cera un kilo	75(25)= 1,875.00
Cera un kilo	75(25)= 1,875.00	Alimento un kilo de azúcar por mes	108(25)= 2,700.00
Alimento un kilo de azúcar por mes	108(25)= 2,700.00	Tratamientos (dos veces por año)	1600(25)= 4,000.00
Tratamientos (dos veces por año)	1,600(25)= 4,000.00	Etiquetas (1000)	1000
Equipo de protección	500	Comercialización transporte	300
Operculador y cuña	250	Revisión de colmenas y cosecha	400
Extractor para 25 alzas	8,000		
Tanque de sedimentación	2,500		
Botes de 18 litros (20 botes)	400		
Etiquetas (1000)	1000		
Comercialización transporte	300		
Revisión de colmenas y cosecha	400		
Total	50,675.00		15,425.00

⁶ Fuente: Información directa de los apicultores.

Precios en la comercialización 2003

Los precios de la miel de abeja están en relación a la presentación, para el caso de la miel los primeros compradores son los productores y acopiadores, ambos compran miel a otros estados Ver Cuadro No.5, el precio al cual compran los productores locales varia, menos de 18 litros el precio es de \$40.00 el litro, mas de una tonelada el precio es de \$25.00 por litro.

Segundo comprador. Las tiendas de autoservicio y farmacias que compran a los grandes envasadores y a las industrias que preparan jarabes con los productos de la miel y productos derivados, los consumidores finales también son segundos compradores de miel, cuando compran directamente a los productores locales. Cuadro No.6 y 7.

Cuadro No.5 Estados que abastecen de miel a productores del D. F. año 2003⁷

Concepto	Veracruz	Morelos	Puebla	Michoacán	Mérida	Zacatecas	Chiapas
Ton.	315	70	70	70	70	70	35

⁷ Fuente: productores de miel del D.F. y la coordinación de la PNPCAA, de la SAGARPA en el D.F.

Cuadro No.6 Precios de venta de miel por marcas en tiendas departamentales⁸

TIENDA	MARCA	PRESENTACIÓN(g.)	PRECIO
AURRERA	Vitareal	430	29.60
	Carlota	300	24.80
		500	40.00
		750	58.70
WALK MART	Carlota	1083	83.90
		300	23.60
		500	42.30
		Vitareal	430
	Spart	290	23.00
		740	42.00
		1050	57.30
GIGANTE	Graet Value	730	43.30
	Carlota	380	35.80
		300	26.95
	Vitareal	430	37.00
		290	26.00
Gigante	730	52.90	
	EXPOSICIONES	Varios productores locales	1420

En el cuadro anterior se observa que la miel que se vende por las marcas registradas tiene un precio mas elevado(\$96.37 a \$105.8 por litro) que la miel que venden los productores directamente al consumidor (\$65.00 a \$70.00).

⁸ Fuente: Investigación directa

Cuadro No. 7 Precios de productos derivados de la miel en las exposiciones y ferias.
Año 2003⁹

PRODUCTO	PRESENTACION	PRECIO (\$)
POLEN	UN KILO	120.00
SHAMPOO	500 ML.	85.00
JABON	250 ML.	35.00
GRANOLA	UN KILO	35.00
COMPLEMENTO ALIMENTICIO	250 ML.	45.00
CREMA FACIAL	60 GR.	35.00

DEMANDA.

En el Distrito Federal y zona conurbada, es una región donde la demanda de miel y los productos derivados, es considerable, sin embargo entre los productores no existe contratos de compra-venta y no se tienen información si las marcas registradas tienen contratos de compraventa con las tiendas de autoservicio.

El consumo intermedio lo representa la agroindustria donde la miel es la materia prima para la elaboración de jarabes en la industria farmacéutica. Se elaboran también cosméticos, champúes, cremas, mascarilla y tónicos, ceras, velas y suplementos alimenticios.

Como ya se mencionó anteriormente la industria de los productos procesados de miel en el Distrito Federal se encuentra en una etapa de aprendizaje, con los problemas inherentes a cualquier empresa que inicia, como la adaptación de tecnología específica para la elaboración de los diferentes productos, y como ya se indicó el consumo industrial de la miel representa el 45% de su producción total, como se puede observar en el cuadro No.7

⁹ Fuente: Investigación directa

El proceso de la industria que realizan los productores es manera artesanal tipo casero ya que sus pedidos de productos son derivados de sus compromisos adquiridos en las ferias o en cualquier otro evento los cuales no son en grandes cantidades lo que origina que no sea necesario una infraestructura mayor a la que ya tienen.

Los productos que procesan con mayor frecuencia son los jarabes los cuales tienen mucha demanda, las cremas con miel y jalea real y complementos alimenticios.

De la miel que producen y compran a otros estados el 42.5% se consume como miel la cual se vende al menudeo el 45 % al procesamiento y el 12.5 al autoconsumo

Cuadro No.8 CONSUMO DE MIEL Y SUS DERIVADOS 1993-2003¹⁰

AÑO	VOLUMEN EN TONELADAS	CONSUMO DE MIEL EN TON.		
		miel	Subproductos	autoconsumo
1993	114	48.50	51.30	14.25
1994	100	42.50	45.00	12.5
1995	70	29.75	31.00	8.75
1996	197	83.72	88.65	24.62
1997	113	48.02	50.85	14.12
1998	185	78.62	83.25	23.12
1999	100	42.50	45.00	12.50
2000	100	42.50	45.00	12.50
2001	100	42.50	45.00	12.50
2002	100	42.50	45.00	12.50
2003	84.50	35.91	38.05	10.56

El Distrito Federal demanda aproximadamente 2,000 toneladas de miel anualmente, la producción nacional es de 65,000 toneladas comparadas con la producción del D. F., representa tan solo el 0.13 %, esta producción satisface tan solo el 4.25%, de la demanda local de los consumidores del D. F.

Como se puede apreciar de los datos anteriores la industria de productos derivados es una actividad que se considera con un gran potencial de desarrollo y de comercialización por ser una de las partes más competitivas de la cadena, no solo en el mercado nacional sino también en el mercado de exportación. Otro dato importante que

¹⁰ Fuente productores de miel del D.F. y la coordinación de la PNPCAA, de la SAGARPA en el D.F. Consumo final.

se observa en el cuadro anterior es la disminución de la producción de miel en los últimos 10 años.

Se presentan a continuación información obtenida de una agroindustria procesadora de algunos productos elaborados a partir de miel o sus derivados miel.

Costos de la elaboración de tres productos más representativos elaborados a base de miel y/o sus derivados.

1. Jarabes con propoleo

Costos totales

Un litro de miel	\$ 60.00
250 ml. de extracto de propoleo	\$ 60.22
200 grs. de glucosa	\$ 2.40
Fascos de 100 mililitros	\$ 1.00
Etiqueta	\$ 1.00
Mano de obra	\$ 15.00
Gastos de venta	\$ 40.00
Gastos indirectos	\$ 20.00
TOTAL	\$ 199.62
Venta 12(\$25.00)	\$ 300.00

De esta mezcla se obtienen alrededor de 12 fascos de 100 ml los cuales tienen un precio de venta a los consumidores de \$ 25.00

2. Crema con jalea real

1 kilo de crema base	\$ 25.00
4grs de Trietolonamina	\$ 11.00
70 grs de vaselina liquida	\$ 1.00
12 grs de ácido esteárico	\$ 2.00
5 grs de lanolina	\$ 9.00
2 grs de cera de abeja	\$ 1.10
1 gr de esencia de rosas	\$ 4.15
0.5 grs de nipagil	\$ 1.15
100 ml de agua destilada	\$ 1.00
3 grs de jalea real	\$ 3.60
5 grs de miel	\$ 3.00
Envase	\$ 0.70
Etiqueta	\$ 1.00
Mano de obra	\$ 30.00
Gastos indirectos	\$ 20.00
Gastos de venta	\$ 40.00
TOTAL	\$ 133.70
Venta 18(\$35.00)	\$630.00

La venta de este derivado de la miel se vende en presentaciones de 60 gramos, de esta mezcla se obtienen 18 productos a razón de \$ 35.00 cada uno.

3. Complemento alimenticio

250 grs de polen triturado	\$ 20.00
850 grs de miel	\$ 51.00
3 grs de jalea real	\$ 3.60
Envase	\$ 3.00
Etiqueta	\$ 1.00
Mano de obra	\$ 120.00
Gastos de venta	\$ 40.00
Gastos indirectos	\$ 20.00
TOTAL	\$ 259.00
Venta 40(\$40.00)	\$1,600.00

La venta de este derivado de la miel se vende a los consumidores en presentaciones de 250 grs. cada uno a un precio de \$40.00 y se obtienen 40 frascos de las cantidades anteriores.

Consumo final nacional

EL consumo final de miel en el Distrito Federal fue de 2,000 toneladas en año 2003, de esta cantidad los productores de miel locales aportan con su producción el 4.25 %,

abasteciéndose de otros estados con 700 toneladas para como comercialización, se menciono anteriormente. El resto de la demanda, 1,909.6 toneladas son cubiertas por otros estados productores de miel la cual la introducen por medio de miel envasada y otras formas, con marcas propias tales como “Miel Carlota”, “Miel Abarca”, “Vitareal” “Miel Veracruz” los cuales en conjunto cubren el 95.48%(1, 909.6 ton) restante de la demanda.

El consumo nacional en el 2003 de miel fue de 25,000 toneladas, en términos generales el consumo interno de miel en los últimos años ha tenido un considerable aumento, debido a una mayor disponibilidad de miel para consumo interno, ya que las exportaciones en los últimos años han decrecido considerablemente. Sin embargo aún el consumo per cápita (250-300gr. Por año), esta por debajo de consumidores como Alemania donde el consumo per cápita es de 2 kilos por año. Aproximadamente el 48% de la miel es absorbido por la industria alimenticia, cosmetológica o tabacalera y el 52% restante se destina al consumo directo o autoconsumo.⁶

RENTABILIDAD

RENTABILIDAD DE MIEL año 2003.

RENTABILIDAD DEL PRODUCTOR AL MERCADO EL PRIMER AÑO

La rentabilidad es una relación beneficio-costos

Para obtener la rentabilidad en la miel tenemos que saber el Beneficio Bruto, el cual se obtiene restándole al valor de la producción, los costos totales.

Costos totales por unidad de producción en el primer año \$50,675.00 segundo año mantenimiento \$15,425.00

Una unidad de producción (25 cajones) produce 675 litros de miel al año, el precio por litro es de \$70.00.

675 litros(\$70.00)= \$47,250.00

CALCULOS DE RENTABILIDAD

⁶ Situación Actual y Perspectiva de la producción Apícola en México 2000. Elaborado por el Centro de Estadística Agropecuaria y la Dirección General de Ganadería, Con apoyo del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América(USDA)

Benéfico Bruto por una unidad de producción

valor de la producción \$47,250.00

$\$50,675.00 - \$47,250.00 = \$3,425.00$

Beneficio bruto = \$3,425.00

Razón Beneficio costos:

Beneficio bruto/Costo total

$\$3,425.00/\$50,675.00 = 6.7\%$

RAZON BENÉFICO COSTOS 6.7%

Razón benéfico Ventas:

Beneficio/valor de la producción

$\$3,425.00/\$47,250.00 = 7.2\%$

RAZON BENEFICIO VENTAS 7.2%

RENTABILIDAD DEL PRODUCTOR SEGUNDO AÑO

Costos totales por unidad de producción en el segundo año, mantenimiento \$15,425.00

Una unidad de producción (25 cajones) produce 675 litros de miel al año, el precio por litro es de \$70.00.

$675 \text{ litros}(\$70.00) = \$47,250.00$

CALCULOS DE RENTABILIDAD

Benéfico Bruto por una unidad de producción

valor de la producción \$47,250.00

$\$15,425.00 - \$47,250.00 = \$31,825.00$

Beneficio bruto = \$31,825.00

Razón Beneficio costos:

Beneficio bruto/Costo total

$\$31,825.00/\$47,250.00 = 67.5\%$

RAZON BENÉFICO COSTOS 67.5%

Razón benéfico Ventas:

Beneficio/valor de la producción

$\$31,825.00/\$15,425.00 = 206\%$

RAZON BENEFICIO VENTAS 206%

RENTABILIDAD DE JARABE AÑO 2003.

RENTABILIDAD DEL PRODUCTOR AL MERCADO

La rentabilidad es una relación beneficio-costos

Para obtener la rentabilidad en los jarabes

Los costos totales de 12 frascos de 100 ml. \$ 199.62

Precio de venta: \$25.00/frasco

Total de ventas de 12 frascos de 100 ml. De jarabe.

$12(\$25) = \300.00

CALCULOS DE RENTABILIDAD

Beneficio Bruto

$\$199.62 - \$300.00 = \$121.00$

Beneficio bruto = \$100.38

Razón Beneficio costos:

Beneficio bruto/Costo total

$\$100.38/\$199.62 = 50.23\%$

RAZON BENEFICIO COSTOS 50.2%

Razón beneficio Ventas:

Beneficio/valor de la producción

$\$100.38/\$300.00 = 33.5\%$

RAZON BENEFICIO VENTAS 33.5%

RENTABILIDAD DE CREMA FACIAL año 2003.

La rentabilidad es una relación beneficio-costos

Para obtener la rentabilidad en el CREMA FACIAL tenemos que saber el Beneficio Bruto, el cual se obtiene restandole al precio de venta, los costos totales.

Costos Totales de la producción de 18 frascos de crema facial con jalea real de 60 gr.
\$133.70

Producción de 18 frascos de 60 gr. De crema de jalea real.

Precio de venta: \$35.00/frasco

Venta total 18(\$35.00) = \$630.00

CALCULOS DE RENTABILIDAD

Benéfico Bruto

\$133.70 - \$630.00 = \$496.30

Beneficio bruto = \$496.30

Razón Beneficio costos:

Beneficio bruto/Costo total

\$496.30/\$133.70 =371.2%

RAZON BENÉFICO COSTOS 371.2%

Razón benéfico Ventas:

Beneficio/valor de la producción

\$496.30.00/ \$630.00 =79 %

RAZON BENEFICIO VENTAS 79%

RENTABILIDAD DE SUPLEMENTO ALIMENTICIO 2003.

Costos Totales de suplemento alimenticio

Costos totales de 40 frascos de 250 grs. \$259.00

Precio de venta \$40.00/frasco

Venta total: 40 (\$40.00) = \$1,600.00

CALCULOS DE RENTABILIDAD

Benéfico Bruto

\$259.00.00- \$1,600.00=\$1,341.00

Beneficio bruto =\$1,341.00

Razón Beneficio costos:

Beneficio bruto/Costo total

\$1,341.00 /\$259.00= 518%

RAZON BENÉFICO COSTOS 518%

Razón benéfico Ventas:

Beneficio/valor de la producción

\$1,341.00/ \$1,600.00 = 84%

RAZON BENEFICIO VENTAS 84%

Cuadro No. 9 RENTABILIDAD (%) DE LOS DIFERENTES MERCADOS
DE MIEL Y PRODUCTOS DERIVADOS 2003.

MIEL NATURAL PRIMER AÑO	MIEL NATURAL SEGUNDO AÑO	JARABE	CREMA FACIAL	SUPLEMENTO ALIMENTICIO
6.7%	206%	33.5%	79%	84%

DEMANDA

Consumidores Finales.

Los consumidores finales son los habitantes del D. F., la zona conurbada.

DEMANDA ACTUAL

CONSUMO FINAL EN EL 2003

El consumo final es igual a la producción estatal menos la exportación estatal. No se exporta ninguno de los productos locales a otros países. Sin embargo como se indico anteriormente los registros señalan que el consumo de miel de miel fue de 2,000 toneladas.

DEMANDA POTENCIAL

Estimación de la demanda que es factible incorporar al estado.

CONSUMO LOCAL ESTATAL

Es la producción estatal menos la venta a otro estado mas la compra a otro estado.

No se vende a otro estado.

CONSUMO LOCAL PER CÁPITA

El consumo local percápita que se obtiene es 100 gr.

CONSUMO POTENCIAL

La proyección de la población de CONAPO.

Cuadro 13. PROYECCIÓN DE LA POBLACION DE CONAPO

AÑO	POBLACION
2005	28,400,457
2010	29,586,365

Cuadro No. 14. PROYECCION DEL CONSUMO PER CÁPITA

AÑO	CONSUMO/TON.
2005	2,840.04
2019	2,958.6

INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA.

Los centros de investigación han tenido ingerencia en este sistema, sobre todo en el eslabón de la producción, principalmente en el control de la abeja africana y el control de enfermedades. Sin embargo se considera necesario incrementar la capacitan para la aplicación de nuevas técnicas de producción. Además de la asistencia técnica privada y de instituciones, que proporcionen profesionistas especializados en el ramo de los productos industrializados y en mercadotecnia.

las condiciones específicas de la región, ha obligado a los apicultores ha buscar nuevas formas de producción y presentación del productos, tratando de adaptarse a un mercado como el de la ciudad de México, donde la moda, lo novedoso y excéntrico dirigen el mercado.

El sistema Apícola en el Distrito Federal ha sido apoyado tanto en la asesoría como en la implementación de varios programas relacionados con el sistema incluyendo la comercialización a través del Programa Nacional para el Control de la Abeja Africana en el Distrito Federal, Subdelegación Agropecuaria SAGARPA.

Ha sido apoyado también por Alianza contigo, para la adquisición de equipo, de las demás instituciones descritas a continuación no han obtenido apoyos significativos.

FINANCIAMIENTO

PROGRAMAS RELACIONADOS CON SAGARPA QUE TIENEN INCIDENCIA EN EL SISTEMA PRODUCTO NOPAL VERDURA

1.- ALIANZA PARA EL CAMPO

Apoya programas para el desarrollo rural, se divide en tres subprogramas:

Subprograma de Apoyo a los Proyectos de Inversión Rural (PAPIR)

Este subprograma a apoyado a los productores en la adquisición de equipos e infraestructura.

Funciona de la siguiente manera: apoya a grupos de trabajo (6 a 8 personas), o empresas constituidas, subsidia de 60% a 70% jóvenes y adultos, en el caso de grupos de mujeres el subsidio es hasta de 90%. El tiempo de respuesta esta estipulado en 30 días, sin embargo hay solicitudes desde hace cuatro meses y no se les ha dado respuesta. La mayoría de los usuarios se quejan de la tardanza en la entrega de los proyectos debido a que esto impacta de forma considerable en los precios de los productos.

Subprograma de Desarrollo de Capacidades en el Medio Rural (PRODESCA).

A poya en la capacitación y asesoría técnica, a través del pago de honorarios a consultores o Prestadores de Servicios Profesionales, apoya también el pago de honorarios para la elaboración de proyectos productivos.

Funciona con grupos de 20 personas, el subprograma paga al técnico los honorarios por la elaboración del proyecto, cabe señalar que muchas veces no se implementan los proyectos a los productores, el beneficio es solo para el que elabora el proyecto.

Subprograma de Fortalecimiento de Empresas y Organización Rural (PROFEMOR)

Este subprograma apoya la consolidación de microempresas, pagando los honorarios a personas que asesoran o prestan sus servicios en cuestiones administrativas y de organización.

2.- PROGRAMA DE SANIDAD VEGETAL

Con recursos provenientes del Programa Alianza Contigo se apoya la operación de campañas fitosanitarias a través del Comité de Sanidad Vegetal y la Junta Local de Sanidad Vegetal, la autogestión y autofinanciamiento de las actividades en esta materia deben ser objeto de atención estratégica para los propios productores de nopal.

3.-INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA

También con recursos provenientes de Alianza Contigo se financian proyectos de investigación y transferencia de tecnología, los recursos son administrados y aplicados por conducto de la Fundación PRODUCE, que es una organización de productores, se han realizado proyectos de investigación en materia de producción, control de plagas y enfermedades, manejo poscosecha, etc., sin embargo se reconoce que en este aspecto los trabajos no han sido orientados y aplicados adecuadamente para la supervisión de los problemas a lo que se enfrentan los propios productores.

4.- FOMENTO A LA INVERSION Y CAPITALIZACION

Para el Distrito Federal se incorpora este programa que tiene por objeto impulsar la inversión y capitalización mediante el otorgamiento de apoyos económicos para la adquisición de bienes de capital, que permita a los productores hacer eficientes y sustentables sus procesos de producción.

PROGRAMAS DE OTRAS SECRETARIAS

5.- SECRETARIA DEL MEDIO AMBIENTE

PROGRAMA DE FONDOS COMUNITARIOS DE DESARROLLO RURAL (FOCOMDES)

Otorga subsidios a fondo perdido, en la elaboración de proyectos productivos. El dinero se les da en efectivo y en ministraciones siempre y cuando justifique las acciones, el

plazo de entrega es relativamente ágil. Apoya para equipamiento y construcción de invernaderos. No han tenido apoyo de esta institución a pesar que han tratado de implementar vario proyectos productivos, el año pasado no les aprobaron ninguno de los proyectos propuestos.

6.- PROGRAMA EMPLEO SOCIAL (PIES)

Este programa subsidia la contratación de mano de obra para dar atención al mejoramiento de las áreas rurales, es dinero en efectivo que se otorga a las comunidades por realizar trabajos de mejora en su localidad.

7.- PROCURADURIA AGRARIA

PROGRAMA PARA LA MUJER (PROMUSAG)

Este programa inicio su funcionamiento a partir del año pasado, están apoyando a grupos de mujeres en actividades agropecuarias, ordenamiento ecológico y en las artesanías, subsidian hasta con el 90% los proyectos relacionados con las actividades anteriores.

8.- PROGRAMA NACIONAL DE APOYO A EMPRESAS DE SOLIDARIDAD (FONAES)

Este programa también tiene ingerencia en la zona, apoya el pago de proyecto productivos, aunque aquí ellos tienen sus técnicos quienes realizan los proyectos, el pago de estos proyectos se carga al monto solicitado por el productor, por lo cual a veces no logra tener el impacto esperado.

9.- COMISION NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDIGENAS (CNDPI)

Esta institución ha apoyado en la adquisición de maquinaria, en la industria procesadora, apoya también en actividades artesanales, el apoyo es vía crédito el cual tienen que devolver, solo en caso de siniestros es condonado el pago.

10.- FIDEICOMISO DE RIESGO COMPARTIDO (FIRCO).

Con el Programa Fomento a los Agronegocios se ha apoyado la industria del nopal y esta dirigido principalmente a proyectos que agreguen valor a la producción primaria, con el Programa de microcuencas también es factible contribuir con apoyos para mejoras territoriales, sobre todo de conservación de suelos en las zonas productoras de nopal.

PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO QUE PUEDEN TENER INCIDENCIA

11.- DELEGACIÓN POLÍTICA DEL DISTRITO FEDERAL

A través de La Secretaría de Desarrollo Económico (CEDECO) del Distrito Federal, con el programa de fondo de garantía. Funciona en tres niveles otorgando microcréditos y créditos, para apoyar en lugares de venta.

12.- SECRETARIA DE ECONOMIA

Apoyo a la Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)

13.- FINANCIERA RURAL

Conjuntamente con Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural (FOSIR) esta dando financiamiento para el desarrollo, fortalecimiento y consolidación de empresas rurales. A través de capacitación, e infraestructura.

CONCLUSIONES

INSUMOS

En este eslabón existen dos tipos de negocios, las pequeñas empresas locales y grandes fabricas que venden equipo y material. se podría apoyar a la producción y a la industria trabajando conjuntamente con la parte de Investigación y transferencia de tecnología en lo que concierne a la búsqueda de material biológico, equipos, maquinaria e insumos adecuados para ser mas competitivo al sistema.

PRODUCCION

Las características que presenta la apicultura el día de hoy en el Distrito Federal con respecto a este eslabón son: reducción del área de producción, contaminación de los dos insumos mas importantes para la producción (agua y flora), presencia prácticamente en todos los apiarios de abeja africana, introducción de nuevas enfermedades. Cuadro No. 3

Lo anterior ha tenido como resultado baja producción de miel y nula producción de otros productos tales como polen, propóleos y cera, los cuales son prácticamente incosteable su producción, por lo reducido de las unidades de producción.

Esta situación a estimulado a los apicultores a buscar nuevas técnicas de manejo en los apiarios, incluyendo la práctica de sacar los apiarios a los estados aledaños, sin embargo además de aumentar considerablemente los costos de producción, muchas veces pierden los apiarios porque las personas lo saquean o se los roban. Otra búsqueda de nuevas opciones ha sido dar un valor agregado a la materia prima para poder sostenerse en el mercado.

Si bien es cierto pensar en incrementar las áreas de producción en la ciudad de México sería difícil, si se considera viable conservar las zonas ya existentes y utilizar de manera organizada y coordinada las zonas ecológicas que existen en la ciudad y zona conurbada. Además de seguir impulsando la reforestación y el control de la mancha urbana.

COMERCIALIZACION

Si se observa la rentabilidad de los diferentes productos ofertados directamente por los apicultores, en el mercado de la ciudad de México (cuadro No.9) se puede apreciar que el primer año en la producción de miel es de inversión, sin embargo a partir del segundo año se logran rentabilidades de 206% en el caso de la miel, 33.5% Jarabe, 79% crema facial de jalea real y 84% suplemento alimenticio. Las cifras anteriores muestran que la miel y su transformación en diferentes productos es realmente rentable y se considera

la gran fortaleza en el sistema apícola del Distrito Federal, sin embargo en la actualidad esta rentabilidad no se refleja en los niveles de vida de los nacientes empresarios esto se debe básicamente a dos causas: la industrialización de los productos se encuentra poco desarrollada y la falta de cultura del consumo de los productos.

Por lo que es necesario enfocarla la transformación de los productos hacia una industria moderna de miel, lo que implica consolidar la transformación de materia prima local y sobre todo de otros estados, a través de centro de acopio para la compra de materia prima de otros estados, desarrollar infraestructura y técnicas adecuadas para la elaboración de los diferentes productos derivados de la miel.

Con respecto a incremento en el consumo, es imprescindible campañas de publicidad y aplicar técnicas de mercadotecnia.

No fue posible obtener información de la rentabilidad de las diferentes marcas registradas que venden miel en los diferentes centros comerciales, sin embargo se puede apreciar en el cuadro No. 6 que cualquiera de esas marcas venden el producto mas caro que los apicultores. La mayoría de estas empresas solo acopiadores, por lo que se induce que ellos pueden alcanzar mayores rentabilidades que las calculadas en este trabajo.

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO META

En una primera etapa se pretende seguir consolidando el mercado local, considerado aún con mucho potencial de ventas.

COMPETITIVIDAD EN EL PRECIO

Los productos que ofertan los productores directos son mas baratos que los productos que ofertan las marcas ya registradas. Comparando la miel con productos como mermeladas, cajeta y jaleas, los precios son muy similares a estos productos. En el caso de los productos como jarabes, tinturas de propoleo, polen, etc. Son mas baratos que los medicamentos que cumplen la misma función. Para el caso de los productos

para la cosmetología estos son mucho mas baratos que otros productos elaborados para los mismos fines.

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO GLOBAL.

La producción de miel del Distrito Federal tiene futuro en un mercado global solamente como productos derivados de miel.

La comercialización y desarrollo de esta actividad se puede lograr aplicando técnicas modernas donde se mejore la calidad y presentación de los productos.

CONSUMO

Los consumidores no tiene la cultura de consumir miel , no se tiene el conocimiento de las bondades de este producto, solo se consume cuando se tiene algún malestar como medicamento o por una población muy reducida como los deportistas.

Consumir localmente 100gr. Percápita, cuando la población alemana consume de 2 a 3 kilogramos percápita. Nos indica la gran necesidad de campañas publicitarias dirigidas a la población que acerquen la miel y sus productos a los consumidores.

FINACIAMIENTO

Como se puede observar existen varias instituciones que apoyan con subsidios y prestamos a través de diversos programas, sin embargo la pregunta que viene de inmediato es por que razón los productores de la cadena se encuentra descapitalizados. Esto se debe básicamente por la falta de cohesión de las Instituciones, y la tardanza en dar los recursos lo cual hace inefectivos los resultados, además la falta de un espíritu empresarial, marcado por un fuerte individualismo y escasa organización para la producción y comercialización.

Sistema Producto Apícola

LINEAS ESTRATEGICAS

1.- EN LA PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN.

La miel y sus derivados ofrece múltiples posibilidades para los productores en el mercado nacional, tanto por su consumo en fresco y procesado para la alimentación en humanos, como en la industria farmacéutica y cosmetologica, como auxiliar para la prevención y combate de algunas enfermedades lo que contribuye en una mejor calidad de vida.

Los aspectos de trabajo más apremiantes en este rubro son:

Líneas estratégicas	Atención
▪ La organización formal para la generación de empresas	Corto Plazo
▪ Conservación de las áreas de producción	Corto Plazo
▪ Reforestación en la zonas de producción	Corto Plazo
▪ Capacitación en la producción.	Mediano plazo
▪ Normalizar la apicultura en el Distrito Federal	Mediano plazo
▪ Mejorar la producción y productividad para la zona productora de miel.	Largo Plazo

Sistema Producto Apícola

LINEAS ESTRATEGICAS

2.- EN LA INDUSTRIALIZACIÓN.

El 45% del consumo de miel en el Distrito Federal es a través de los productos industrializado, por lo que ésta alternativa es la que ofrece mayores posibilidades para agregar valor a la producción; además existe un gran potencial en el mercado nacional (a corto plazo) e internacional (a futuro) de los productos procesados ya sea para alimento o como producto dirigido a la salud y cosmetología.

En este sentido la Tecnología apropiada, la modernización de la infraestructura y la asesoría especializada son elementos indispensables para garantizar una consolidación del desarrollo agroindustrial, la sustentabilidad y rentabilidad de esta actividad.

Las vertientes de trabajo en este aspecto se dirigen a:

Líneas estratégicas	Atención
▪ Infraestructura adecuada para la industrialización	Corto Plazo
▪ Elaboración de normas de calidad para la obtención de etiqueta.	Corto Plazo
▪ Promover la integración de pequeñas unidades de transformación existentes en figuras organizativas sólidas y evitar la competencia entre sí.	Mediano Plazo
▪ Clasificación de la materia a granel por origen floral.	Mediano plazo
▪ Asesoría y capacitación especializada para la estandarización de patrones de calidad	Largo plazo

Sistema Producto Apícola

LINEAS ESTRATEGICAS

3.- EN LA COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

La comercialización de los productos derivados de la miel posee grandes posibilidades de desarrollo nacional, sobre todo en el Distrito Federal, donde la población toma mas conciencia de la calidad de vida, obligado por el estilo de vida de la gran ciudad.

Demandando cada vez mas lo natural y saludable en la vida cotidiana, esta tendencia en las preferencias de consumo de alimentos naturales. Son oportunidades que deben aprovecharse.

También deben considerarse otras opciones como el mercado nacional, la exploración de estos nuevos mercados puede ofrecer altas ventajas en el mediano plazo.

Los temas de análisis y desarrollo específico en este rubro son:

Líneas estratégicas	Atención
▪ Fortalecer la comercialización, a través de reforzar la publicidad de los productos, localizar nuevos nichos de mercado.	Corto Plazo
▪ Desarrollo de un plan de mercadotecnia Local y nacional.	Corto Plazo
▪ Asesoría y capacitación especializada.	Mediano plazo
▪ Infraestructura y equipamiento para la venta de productos.	Mediano plazo

Sistema Producto Apícola

LINEAS ESTRATEGICAS

4.- EN INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA.

La investigación debe dirigirse a los temas de mayor impacto inmediato en la rentabilidad de la actividad, la producción de alguna forma está asegurada, es un recurso que existe y por consecuencia la priorización de proyectos en esta materia es estratégicamente importante.

Hacer rentable la actividad no necesariamente debe basarse en incrementos en la producción, valorar la productividad por unidad de superficie y sus costos es realmente la mejor forma de medir la inversión y la redituabilidad.

La tecnología en la producción, transformación y comercialización de la miel y los productos que se derivan de esta, son sin duda pilares fundamentales para el despegue comercial del producto, los planes estratégicos en estos temas no deben ser un simple programa de acciones por realizar, un plan empresarial compromete un seguimiento y valoración permanente, con futuro progresivo de las unidades de producción.

Líneas estratégicas	Atención
▪ Uso y aplicación de manejo adecuado del material biológico.	Corto Plazo
▪ Investigar la aplicación de tecnologías avanzadas para la elaboración de los diferentes productos.	Corto Plazo
▪ Desarrollo agroindustrial de la miel y los productos apícolas.	Mediano plazo
▪ Investigación aplicada y mejoramiento genético	Largo plazo
▪ Capacitación y asesoría especializada para la adopción de tecnología y manejo adecuado en el proceso de transformación de los productos apícolas	Mediano Plazo

Sistema Producto Apícola

LINEAS ESTRATEGICAS

5.- EN FINANCIAMIENTO

El financiamiento en el cultivo, transformación, procesamiento y comercialización de la miel y sus derivados prácticamente no existe, se dan casos aislados o personales de quienes recurren a fuentes de financiamiento bancario con el consecuente costo que ello implica; las instituciones públicas que pueden ofrecer esquemas de organización para el crédito y financiamiento, fondos de autoaseguramiento y para capital de trabajo han tenido poca incursión.

No se tienen consolidados proyectos de esta naturaleza a pesar de ser un producto que su comercialización se vislumbra alentadora en el distrito Federal, con creciente demanda y un mercado aún sin explotar y mucho menos sin cubrirse.

En este aspecto no existe gran variabilidad de líneas estratégicas, pues simplemente se trata de promocionar el mercado financiero y lograr su vinculación y consolidación con la cadena productiva de miel.

Líneas estratégicas	Atención
▪ Promoción de la organización para la conformación de agentes financieros.	Corto Plazo
▪ Solidez para afianzar capitales de trabajo	Mediano Plazo
▪ Promover y acompañar la culturización de seguros por siniestros.	Largo Plazo

Sistema Producto Apícola

PROYECTOS

1. Conservación de las áreas de producción

Objetivo: Permanencia del sector productivo en el Distrito Federal

Objetivos específicos: Fortalecer la actividad productiva en la región

- Subsistencia de las personas que obtienen ingresos de esta actividad

Justificación: La mancha urbana a desplazado de forma alarmante las zonas de producción de miel en el Distrito Federal, inclusive en áreas de reserva ecológica, por lo que es mas que apremiante implementar acciones que detengan esta tendencia. Si bien es cierto, plantear un gran crecimiento de esta actividad en la ciudad es casi imposible, se considera factible conservar la zona productora y consolidarla a través de acciones que logren una mayor eficiencia en el proceso de producción. Por lo cual en la medida que cada uno de los agentes involucrados realicen su tarea contribuirá al fortalecimiento de la zonas productoras.

En este sentido se plantea implementar un programa de áreas de producción de miel en coordinación con las instituciones encargadas de las zonas de conservación ecológicas (Colegio Militar, Ciudad Universitaria, San Andrés y San Francisco)

Esto influirá de manera positiva en el sistema de producción, ya que al insumo principal para la elaboración de miel es la vegetación.

Resultados: Permanencia del eslabón de producción en el Distrito Federal y fortalecimiento de una actividad productiva con potencial en la ciudad de México.

Recursos: Secretaria del Medio Ambiente, SAGARPA, Universidad Nacional Autónoma de México, Colegio Militar, Delegación Política.

2. Asesoría y Capacitación en la producción primaria y en la elaboración de productos derivados de la miel.

Objetivo: Promover el desarrollo de la apicultura en el Distrito Federal

Objetivos específicos: Incrementar los ingresos de los productores

- incrementar la productividad de toda la cadena.

Justificación: La apicultura Ciudadina es una de las actividades mas amenazadas por las condiciones en las que se encuentra inmersa, algunos de los principales problemas a los que se han enfrentado los apicultores son los siguientes: la alteración de las condiciones climáticas (presencia de fenómenos naturales como sequía y heladas), la africanización de las zonas de producción, la aparición de enfermedades que antes no existían, la restricción al espacio para poder crecer, la poca costumbre de consumir la miel en su estado natural. La problemática anterior a empujado a los productores a buscar nuevas formas de manejo y nuevas formas de vender el producto, así como nuevas formas de comercializarlo, en este sentido es una necesidad la preparación técnica en todas las ramas de la actividad, para lo cual se plantea un programa de capacitación continua a los productores.

Resultados: Mejorar el manejo de producción y poscosecha de la miel y los productos derivados. Obtener mejor calidad de los productos

Recursos: Alianza contigo, FOCOMDES, México calidad suprema.

3. Centro de Acopio

Objetivo: Disponibilidad de materia prima para la elaboración de productos procesados.

Objetivo específico: Homogenizar la materia prima y mejorar la calidad

Justificación: La producción de miel y otros productos obtenidos de los apiarios es insuficiente para abastecer el mercado local, por lo que se compra de otros estados miel, polen y propoleo, cera y jalea real. Que sirven de materia prima para la preparación de los diferentes productos que se elaboran. Sin embargo no se tienen controles de calidad sobre la materia prima que se adquiere y su compra es de manera

individual por los apicultores, Por lo que se contempla la posibilidad de tener un centro de acopio organizado por los mismos apicultores de tal manera que compren en conjunto, lo cual permitiría abaratar costos, implementar controles de calidad y aplicar una logística adecuada para el acopio.

Resultados: Mayor eficiencia en la cadena productiva, mejores controles de calidad de los productos.

Recursos: Alianza Contigo, FOCOMDES.

4. Normas de calidad

Objetivo: Mejorar la calidad de la materia prima y los productos derivados

Objetivos específicos: lograr credibilidad y confianza en el consumidor de los productos derivados.

-incrementar las ventas y los ingresos de los apicultores.

Justificación: La carencia de normas de calidad de los productos derivados de la miel, ha ocasionado falta de seriedad de los oferentes de productos derivados de la miel, como es el caso de los jarabes y mieles adulteradas que provocan desconfianza en el consumidor. Los apicultores del Distrito Federal se encuentran en la fase de desarrollo de los productos industrializados derivados de la miel, por lo que no existe aun estándares de calidad en cada producto. Se cuenta con la existencia de una etiqueta, que desafortunadamente no se encuentra regida bajo ninguna norma de calidad, lo que ha provocado que se haga un “negocio” de la venta de esta etiqueta sin que su presencia en el envasé, garantice un producto de calidad.

Resultados: Obtención de estándares de calidad para la miel y los productos derivados, recuperar la confianza de los consumidores al contar con un producto que tiene todas las normas de calidad para su consumo.

Recursos: Alianza contigo, México calidad suprema. FOCOMDES.

5. Modernización de la tecnología para la elaboración de los diferentes productos apícolas.

Objetivo: Mejorar el procesos de producción de los productos procesados de la miel.

Objetivos particulares: Control de calidad de los productos derivados de la miel.

- Optimizar el proceso productivo

Justificación: La industrialización de los productos derivados de la miel en el Distrito Federal, se realiza de manera casera y artesanal, por lo que los controles de calidad y productividad de los procesos tienen que ser mejorados para obtener mejores productos y lograr mejor lugar en el mercado. Para lo cual se debe contar con el equipo necesario, como con la capacitación para el control de los procesos. Se requiere de infraestructura para la realización de los procesos de transformación, como de laboratorios equipados, para realizar los análisis necesarios en el manejo tanto de la producción, como en la fase de poscosecha y en la transformación de los productos. Los procesos se pueden realizar de manera conjunta entre los apicultores. En este sentido se tiene previsto entre otras acciones convenir con la SAGARPA la posibilidad de utilizar las instalaciones que se localizan en Cuemanco, las cuales se pueden acondicionar para laboratorio y algunas áreas que apoyen en procesos como son la poscosecha, el embasado y procesos de control de calidad.

Resultados: Mejorar los procesos de transformación de los productos derivados de la miel, mejorar la calidad de los productos.

Recursos: SAGARPA, alianza contigo, Instituto Politécnico Nacional, Universidad Nacional Autónoma de México, Chapingo, FOCOMDES.

Fortalecer las exposiciones de venta

Objetivo: Incrementar las ventas vía las exposiciones de degustación que se realizan en diferentes sitios de la ciudad.

Justificación: La comercialización la realizan los productores del Distrito Federal directamente al consumidor a través de ferias y exposiciones de degustación, esta forma de comercialización ha tenido éxito, sin embargo se debe buscar nuevos nichos de demostraciones para incrementar las ventas, así como apoyo para que los propio apicultores cuenten con la infraestructura necesaria para la instalación de sus exposiciones, como es el caso de una carpa para la venta de los productos apícolas.

Resultados: Incrementar las ventas de los productos derivados de la miel y bajar costos de comercialización.

Recursos: Alianza contigo.

6. Desarrollo de un plan de mercadotecnia Local y nacional

Objetivo: Mejorar los ingresos del sistema-producto apícola

Justificación: la falta de difusión de las bondades de la miel y sus derivados, representa un verdadero freno al desarrollo de la comercialización de estos productos, por lo que una de las tareas apremiantes para incrementar la costumbre en la población del consumo de miel y sus derivados es una fuerte campaña publicitaria, como la búsqueda de nuevos mercados en el Distrito Federal y Nacional. Cabe señalar que con respecto a este rubro se visualiza el mayor potencial del sistema-producto apícola del Distrito Federal, por lo que se considera conveniente concentrar esfuerzos en esta actividad.

Resultados: Incrementar la competitividad del sistema producto apícola en el Distrito Federal.

Recursos. FONAES, FOCOMDES, Alianza Contigo.