



**Impacto de estrategias de producto en la competitividad de la miel colombiana
para el sector apícola de Japón**

Yorley Andrea Zapata Diaz

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Aburra Sur (Antioquia)

Programa Tecnología en Mercadeo Internacional

noviembre de 2023

**Impacto de estrategias de producto en la competitividad de la miel colombiana
para el sector apícola de Japón**

Yorley Andrea Zapata Diaz

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Tecnólogo en Mercadeo
Internacional

Asesor(a)

Vladimir Álvarez Rojas

Magister En organizaciones

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Aburra Sur (Antioquia)

Programa Tecnología en Mercadeo Internacional

noviembre de 2023

1. Dedicatoria

Dedico este trabajo de grado a mis padres; a mi madre por su esfuerzo diario para costear mis estudios universitarios y por su apoyo incondicional hacia mí. Y a mi padre por ser un apoyo durante todo mi trayecto por esta carrera.

2. Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a la Universidad Uniminuto que me abrió las puertas para desarrollarme como profesional, me acompañó y me guio en cada proceso. Agradezco a cada uno de los profesores que realmente me enseñaron con amor y con pasión hacia su materia.

A mis pocos compañeros que tuve en diferentes instancias de la carrera, por su amistad y compañerismo, e impulsarme en momentos que me era difícil continuar.

Agradezco a las personas que hicieron posible la pasantía internacional, porque fue una experiencia que marcó un antes y un después en mi vida.

Por último, le agradezco a mi familia que fue la que hizo posible que hoy llegará hasta esto, me abrió el camino hacia un mundo profesional, y me acompañó en cada paso que iba dando. Y no menos importante, me agradezco a mí, porque sin mis ganas, esfuerzo, dedicación, empeño, y responsabilidad hubiera logrado hoy estar presentando este trabajo de grado, que es el último paso para lograr culminar esta etapa de mi vida.

Contenido

1. Dedicatoria.....	3
2. Agradecimientos.....	4
3. Lista de tablas	7
4. Lista de figuras	8
5. Lista de anexos.....	9
6. Resumen	10
7. Abstract.....	11
8. Introducción	12
9. Cuerpo del trabajo.....	13
9.1 Planteamiento del problema.....	13
9.2 Justificación	14
9.3 Objetivos	17
9.4 Marco teórico	17
9.5 Metodología	25
9.6 Diagnóstico.....	30
9.6.1 Descripción del producto	30
9.6.2 Descripción del país a exportar	37
9.6.3 Inteligencia de mercados	38
9.7 Propuesta (plan exportador y posicionamiento internacional)	41
9.7.1 Análisis de la situación.....	41

9.7.2 Aplicación de matrices y diagnóstico empresarial	43
9.7.3 Mezcla de mercadeo.....	46
9.7.4 Estrategias y tácticas.....	48
9.7.5 Cronograma	50
9.7.6 Responsables	50
9.7.7 Recursos y presupuesto	50
9.7.8 Indicadores de seguimiento	50
9.8 Conclusiones y recomendaciones	53
10. Referencias	56
11. Anexos	61

3. Lista de Tablas

Tabla # 1 Procesos plan de negocio pág. 29

Tabla # 2 Competencia Extranjera, lista de los principales exportadores de miel de abeja natural en el 2020 pág. 40

Tabla # 3 Análisis FODA pág. 45

Tabla # 4 Análisis Estructural del Sector Industrial -Cinco Fuerzas de Porter pág. 46

Tabla # 5 Entorno Macro, Análisis Matriz Pestel pág. 47

Tabla # 6 Información de crédito pág. 55

Tabla # 7 Evaluación financiera del proyecto pág. 56

4. Lista de figuras

Figura # 1 Principales importadores de miel natural en el mundo en 2019 pág. 13

Figura # 2. Proceso de la miel pág. 34

Figura # 3 Presentación tipo exportación pág. 35

Figura # 4 Matriz de Análisis del Entorno Competitivo pág. 41

Figura # 5 Partes Interesadas pág. 46

Figura # 5 cronograma pág. 52

Figura # 6 Responsabilidades por áreas pág. 53

5. Lista de anexos

Anexo #1. Autorización de publicación pág. 61

6. Resumen

El presente proyecto describe una ruta de viabilidad para la exportación de miel de abejas colombiana al mercado de Japón, basado en investigaciones actuales del comercio internacional y en el análisis de factores como la demanda, el consumo y la promoción del producto además de la situación actual del sector tanto en el país origen como en el país destino. Se elige Japón ya que es uno de los mayores importadores de miel de abejas a nivel mundial y cuenta con un mercado bastante atractivo.

El sector apícola en Colombia demuestra un crecimiento sostenible por tal motivo el país busca diversificar sus exportaciones gracias al potencial que tienen los negocios de este sector. Sin embargo, el sector de agricultura necesita mayor impulso y apoyo por parte del gobierno nacional con la intención de mejorar sus prácticas de producción, pues la apicultura colombiana “aún es campesina en un 90% “Fabio Diezgranados (presidente de Fedeabejas), de ahí los altos costos de producción y dificultades en su comercio.

Dentro de la metodología del trabajo se utilizó un enfoque mixto, teniendo presente que se han utilizado datos cuantitativos cuando se habla por ejemplo de las estadísticas y los valores en pesos o dólares; para el enfoque cualitativo se describe la información detallada de muchos factores que influyen en el desarrollo del trabajo.

Las teorías principales que se han tenido en cuenta para el desarrollo de la investigación están la teoría del equilibrio del poder y la teoría del costo de oportunidad las cuales se aplican al modelo de negocio planteado para la exportación de miel a Japón.

6.1 Palabras Claves: Ruta de exportación, comercio internacional, ventaja competitiva, exportación, comercializadora internacional, miel de abejas.

7. Abstract

This project describes a feasibility route for the export of Colombian bee honey to the Japanese market, based on current research on international trade and on the analysis of factors such as demand, consumption and promotion of the product in addition to the current situation. of the sector both in the country of origin and in the destination country. Japan is chosen since it is one of the largest importers of bee honey worldwide and has a quite attractive market.

The beekeeping sector in Colombia demonstrates sustainable growth, which is why the country seeks to diversify its exports thanks to the potential that businesses in this sector have. However, the agriculture sector needs greater impetus and support from the national government with the intention of improving its production practices, since Colombian beekeeping “is still 90% peasant” Fabio Diezgranados (president of Fedeabejas), hence the high production costs and difficulties in its trade.

Within the work methodology, a mixed approach was used, keeping in mind that quantitative data has been used when talking, for example, about statistics and values in pesos or dollars; For the qualitative approach, it describes detailed information on many factors that influence the development of the work.

The main theories that have been taken into account for the development of the research are the balance of power theory and the opportunity cost theory which are applied to the business model proposed for the export of honey to Japan.

7.1 Keywords: Export route, international trade, competitive advantage, export plan, international trading, honeycomb.

8. Introducción

El presente proyecto de investigación tiene como objeto proponer un plan de negocios para la creación de una empresa comercializadora internacional de miel de abejas hacia el mercado en japon, este proyecto es fruto del gran potencial que tiene Colombia en materia de producción apícola, ya que si bien es un sector que está en desarrollo constante su potencial de crecimiento es importante, dadas las condiciones naturales propias del territorio (BBVA, 2021).

El plan de negocios propuesto se estructurará a partir del desarrollo metodológico del proyecto que está compuesto de dos fuentes de información principalmente, la teoría que brinda los diferentes conceptos y aspectos a tener en cuenta en cuanto al proceso de diseño de un plan de negocios, así como también con el contacto directo con empresas comercializadoras internacionales a quienes se indagó acerca de la manera en que han estructurado su plan de negocios, para así tener un panorama amplio que permitiera la consecución de los objetivos y diseñar un plan de negocios aterrizado a la realidad de la economía local.

“El enfoque mixto de la investigación nos proporciona la posibilidad de generar un trabajo con más amplitud y desde diferentes factores” (Lavados, 2020) que permiten tener una mirada más profunda de las exportaciones de miel hacia otros países y en especial Japón.

Las teorías fortalecen la investigación y la enriquecen en especial la teoría de costo de la oportunidad de acuerdo con los múltiples factores que pueden generar buenas ganancias para la exportación del producto están el manejo de los costos para que un bien o servicio sea rentable.

9.Cuerpo del trabajo

9.1 Planteamiento del Problema

En Colombia la apicultura ha sufrido grandes transformaciones entre estas se puede nombrar el alto consumo de productos, la necesidad de generar un mejor manejo sanitario de las colmenas, aplicación de estudios genéticos y nutricionales y en general mayor tecnificación de las granjas apícolas.

Colombia cuenta con una amplia floración a lo largo del año, tenemos gran variedad de especies de flores y al tener todos los pisos térmicos se posibilita aún más la obtención del polen; principalmente la miel se da por debajo de los 1000 Msnm; pero puede ser desarrollada a lo largo del territorio nacional, aunque en el momento sigue siendo una actividad agrícola poco potencializada (Agricultura, 2016).

Algunos de los problemas más comunes frente a la comercialización de la miel en el mercado interno es la falsificación de la miel; de acuerdo al portal más Colombia el 70% de la miel que se compra en Colombia es falsa, en este mismo artículo Fabio Diaz Granados Presidente de la Asociación de Apicultores en Colombia (ASOAPICUN) , habla del potencial que tiene el país para la producción de miel y de la necesidad de empezar a conquistar mercados extranjeros (colombia, 2023).

El panorama entonces es de un territorio apto para una producción a gran escala que puede llegar a tener la mejor calidad en el mundo, falta de potencialización de la industria apícola y un mercado extranjero con grandes necesidades de consumo. A su vez el ecosistema se

beneficia ya que tanto el agua como la flora necesitan de la polinización, esta transferencia de polen hace posible la fecundación de las plantas y por lo tanto la producción de frutos y semillas.

Formulación del Problema: ¿Qué estrategias DE MARKETING se pueden utilizar para mejorar la competitividad de la miel colombiana en el sector apícola del Japón y de esta manera medir el impacto de futuras exportaciones a este país asiático en el futuro?

9.2 Justificación

El análisis y evaluación de mercados internacionales de la miel natural o miel de abejas pura tiene como objeto clasificar los países con el fin de orientar la internacionalización de los productores de miel natural en Colombia y generar una exportación más eficaz.

Dentro de este análisis la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación), indica que en el año de 2019 los países importadores de miel de abejas son los siguientes:

Figura 1 Principales importadores de miel natural en el mundo en 2019

Área	Elemento	Unidad	Valor
Estados Unidos de América	Importaciones - Cantidad	toneladas	188.882
Alemania	Importaciones - Cantidad	toneladas	81.750
Reino Unido e Irlanda del Norte	Importaciones - Cantidad	toneladas	48.537
Japón	Importaciones - Cantidad	toneladas	44.788
Francia	Importaciones - Cantidad	toneladas	32.777
Polonia	Importaciones - Cantidad	toneladas	29.637
España	Importaciones - Cantidad	toneladas	26.550
Bélgica	Importaciones - Cantidad	toneladas	24.817
Italia	Importaciones - Cantidad	toneladas	24.650
Arabia Saudita	Importaciones - Cantidad	toneladas	17.918

Fuente FAO

La anterior tabla indica que Japón está entre los 4 consumidores de miel más grandes en el mundo con 32.777 toneladas que hoy en día ha potenciado y aumentado en número; esto genera gran expectativa para la proyección de un mercado asiático creciente y con altos índices de importación, los hace entonces un mercado objetivo bastante amplio (Gómez L. M., 2023).

Sobre el concepto de competitividad internacional en los diferentes productos agrícolas difiere grandemente a la competitividad en un mercado extranjero, esto a causa de múltiples factores entre estos la cultura, el cambio de moneda, las exigencias del importador para los productos y el traslado de estos son elementos de gran importancia a la hora de generar estrategias para potencializar la exportación en este caso de la miel de abeja (T., 2023).

La producción de miel de abejas es importante en Colombia por varias razones:

Económicas: La apicultura, que se dedica a la producción de miel y otros productos relacionados con las abejas, puede generar ingresos significativos para los apicultores y contribuir al desarrollo económico de las comunidades rurales. La miel es un producto de alto valor agregado y se puede vender tanto a nivel nacional como internacional.

Alimentación: La miel es un alimento natural y saludable que se consume ampliamente en todo el mundo. Es una fuente de carbohidratos naturales, antioxidantes y otros nutrientes beneficiosos para la salud. Fomentar la producción local de miel puede contribuir a una dieta más equilibrada y nutritiva (agricultura, 2022).

Polinización: Las abejas desempeñan un papel esencial en la polinización de plantas, incluyendo muchos cultivos agrícolas. El aumento de la producción de miel implica un aumento en el número de abejas, lo que a su vez puede mejorar la producción de alimentos en el país. Esto es particularmente importante en la agricultura, ya que se estima que alrededor del 75% de los cultivos que se cultivan para el consumo humano dependen en cierta medida de la polinización por insectos, como las abejas.

Biodiversidad: Promover la apicultura y la producción de miel puede contribuir a la conservación de la biodiversidad. Las abejas desempeñan un papel clave en la polinización de plantas silvestres y en la preservación de ecosistemas naturales (Semana, 2022).

Generación de empleo: La apicultura puede generar empleo en áreas rurales, lo que a su vez puede ayudar a reducir la migración hacia las ciudades y mejorar las condiciones de vida en el campo.

Sostenibilidad: Fomentar prácticas apícolas sostenibles puede ayudar a preservar la salud de las abejas y de los ecosistemas en los que viven. Esto es fundamental para garantizar la continuidad de la producción de miel a largo plazo.

En resumen, la producción de miel de abejas en Colombia es importante tanto desde el punto de vista económico como ambiental y nutricional. Promover esta actividad puede tener beneficios significativos para la sociedad colombiana en general (BBVA, 2021).

9.3 Objetivo General y Específicos

Objetivo General:

Definir estrategias de marketing que desarrollen un verdadero impacto en la competitividad de la miel colombiana en el sector apícola de Japón para potencializar las exportaciones a este país.

Objetivos específicos:

- Analizar los niveles de la producción apícola en Colombia identificando la posibilidad de cubrir con una alta demanda de exportación.
- Identificar estrategias de marketing que permitan mejorar la producción y la tecnificación para mejorar la calidad de la miel de abejas en Colombia.
- Determinar los posibles segmentos que enruten un mercado internacional seguro basándose en datos reales.

9.4 Marco teórico

El equilibrio del poder está sin duda ligado a la (1) **Teoría de las relaciones internacionales** entendiéndose esta teoría como la forma en que se intenta proveer un modelo conceptual sobre el cual sean analizadas las relaciones internacionales, sus implicaciones y la forma en que se estudia y entiende la participación de los actores en este caso Colombia y Japón y la influencia de estos a nivel internacional (Barbé).

En el caso de la implementación de las estrategias Colombia tiene a favor el hecho de que Japón es uno de sus principales socios comerciales, la implementación del TLC y además es un

aliado estratégico para el país, también es consumidor de productos colombianos como las flores, el café y el carbón entre otros (Colombia, 2023).

La teoría ayuda a analizar las relaciones comerciales entre ambos países y a identificar cuáles son las fortalezas en estas relaciones y cuáles son las dificultades dentro de los tratados que se manejan, prometedora para el caso de la producción de abejas ya que al tener buenas relaciones ambos países esto facilita el comercio de nuestros productos con menos restricciones que en otros países del mundo.

(2) La Teoría del equilibrio del poder proviene tanto del concepto político como de la historia diplomática, muy relacionada con la teoría anterior pero que implica tres apartados importantes que son el equilibrio del poder como distribución del poder, política de equilibrio y sistema regulado, cabe analizar para el presente trabajo el sistema regulado como fundamento de las exportaciones puesto que en la normativa jurídica es donde se deben cimentar todas las posibles exportaciones a los diferentes países, al lado de las relaciones diplomáticas y de lo que permite y no permite esta regulación.

Para la exportación de la miel a Japón debe tenerse claro los Tratados de libre comercio y las políticas generales de exportación para el caso de Colombia e importación para el caso de Japón, junto a eso las regulaciones de consumo, empaque, embalaje y tiempos, para estos últimos los contratos y acuerdos deben ser puntuales, claros y cumplibles (Barbé).

(3) La Teoría de la proporción de factores explica de manera clara por qué los países individualmente considerados tienen ventajas comparativas para exportar determinados bienes; relaciona la oferta y la demanda, ya que a medida que el comercio internacional se

desarrolla, la lista de los productos de exportación de un país estaría fuertemente sesgada al comportamiento de los consumidores y las políticas internas del país importador (Lavados, 2020).

La aplicación de la teoría de proporción de factores estaría plenamente identificada en demanda que se tiene en el Japón para el consumo de la miel de abeja y de cómo este impacto puede en realidad beneficiar la exportación desde Colombia.

Además, esto la teoría vislumbra factores primordiales como el costo monetario, la tecnología, el tiempo, los diferentes riesgos que se debe afrontar en el proceso de exportación, la competitividad y la facilidad de abastecimiento en caso de que el producto tenga fuerte acogida en este país, esto ligado a la investigación y conocimiento del mercado ante un eventual envío de los productos mencionados.

(4) La Teoría Ricardiana se basa en la exportación de un bien de un país en el que este es relativamente eficiente y el país receptor importaría un bien en el cual es relativamente ineficiente, para esto utiliza una medida de eficiencia = **producto x unidad de trabajo**. Dada esta definición, y una curva de transformación derivada de funciones de producción con coeficientes fijos, el modelo muestra que la especialización completa constituye la situación más ventajosa para cualquier de los dos países (Lavados, 2020).

Esta teoría aplicada a los mercados modernos donde todo es un gana gana, pero a su vez tanto el importador como exportador pretende tener siempre ventaja, quien compra el producto por su puesto desea que este pueda llegarle en el menos tiempo, con la mejor calidad y a muy bajo costo. Por el contrario, el país exportador podría además de ofrecer lo

que el importador quiere en cuanto a garantías, poder vender sus productos a precios altos de manera que pueda hacer crecer su negocio de manera exponencial.

Frente a la teoría y con la posibilidad de Colombia sea potencia de exportación de miel de abejas, debe entenderse este mercado como la apertura para grandes ganancias no solo para exportadores sino para el gremio, operarios, productores y todos aquellos que intervienen en una gran cadena de valor para que estos productos lleguen a su destino final.

(5) El modelo de Heckscher-Ohlin o la Teoría de las dotaciones de factores

Esta teoría relaciona el comercio internacional directamente con la abundancia relativa de diferentes recursos productivos en diferentes países, esto quiere decir que los países bien dotados de bienes puedan exportar a los que pocos recursos tienen, para el caso del agro es de saber que muchos países no son tan fuertes en el tema agrícola, y para lo que compete el presente proyecto la apicultura no es un trabajo agrícola que abunde en todos los países, puesto que no todos son aptos para realizarla ni poseen la diversidad de flora que poseen países como Colombia (Rodríguez, 2009).

Uno de los aportes que genera esta teoría para el proyecto es que esta teoría se basa en varios supuestos básicos entre estos están que dos países poseen especialización incompleta en la producción, para este caso Japón y Colombia; por lo tanto, la exportación de miel de abejas genera un gran complemento a Japón como país incompleto en esta área y pone a Colombia como su proveedor.

Otra premisa es la diferencia en tecnología, ambos países manejan la tecnología para generar riqueza, trabajo, pero a su vez desarrollo agrario, aunque a nivel tecnológico Japón

tiene mucho más avance, no quiere decir que Colombia no pueda Tecnificar sus proyectos de apicultura con el fin de generar la mejor miel para exportación.

(6) La Teoría del Costo de Oportunidad: Haberler en su teoría expone que el costo de una mercancía es la cantidad de una segunda mercancía a la que se debe renunciar para liberar los recursos estrictamente necesarios para producir una unidad adicional de la primera mercancía (Rodríguez, 2009). Esto para un mercado de apicultura indica que el costo de la mercancía no depende exclusivamente de la mano de obra puesto que para el caso de Japón al recibir miel de alta calidad a precios económicos genera un factor de ventaja comparativa sobre otros productores a nivel mundial que comercializan el mismo producto y para Colombia por su puesto esto se traduce en oportunidades.

(7) Economías de escala: La economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir produciendo más a menor coste, es decir, a medida que la producción en una empresa crece (zapatos, chicles, bastones, cajas de cerillas...), sus costes por unidad producida se reducen. Cuanto más produce, menos le cuesta producir cada unidad (Rodríguez, 2009). Se tiene claridad que toda empresa o emprendimiento nace con un capital determinado y que este al igual que la producción va creciendo exponencialmente de acuerdo con muchos factores administrativos y comerciales que se generen en las misma, y esto se traduce en el mismo crecimiento y expansión de la empresa.

Para el caso de la miel de abejas el objetivo inicial es conquistar el mercado asiático de manera que la cantidad de los productos o unidades que se envíen a este país cada vez sean

mayores, y esto con el fin de que la producción sea más económica y las ganancias más altas; tal como lo indica la teoría a mayor producción el coste de los insumos se reduce y el costo por unidad para el caso colombiano se reduce y por consiguiente generará mayor rentabilidad.

Las economías a escala permiten que la producción crezca a un ritmo más rápido que los insumos lo que generaría costes medios o marginales y mayores ganancias.

(8) Teoría de diferenciación del producto: Es lo que hace que un producto o servicio destaque para el público objetivo por encima de otros productos generando mayor aceptación en el mercado; se basa en dos diferenciaciones una es la horizontal es decir en la variedad de atributos que pueda tener el producto como color textura, presentación; y la diferenciación vertical que se refiere a la calidad y esto genera una variación en el precio puesto que a mayor calidad el precio aumenta (Roldán, 2020).

En el caso de la miel de abejas en línea horizontal puede tomarse en cuenta la textura de la miel, que se vea limpia, pura, color y presentación del envase. Al aplicar la línea vertical puede indicarse la miel como alta calidad, pureza y apta para cualquier aplicación adicional o para utilizar pura. Es decir que el distribuidor en Japón y consumidor final puede darle los usos que desee a esta miel por ser tipo exportación y la mejor calidad del mercado.

Es importante el razonamiento vertical y horizontal para el presente proyecto por varios factores adicionales; entre estos es imprescindible conocer el mercado actual, la miel que es exportada de Colombia y de otros países que características tiene para poder generar este elemento diferenciador que es el que debe conquistar ese mercado y hacer que la miel de

abejas de Adrián Barreras sea diferente y muchas más personas quieran consumirla o adquirirla, el elemento diferenciador se obtiene entonces de conocer con profundidad las características que ya se tienen el producto a comercializar y de la investigación del mercado existente que general la competencia.

(9) Teoría de la competitividad y estrategias competitivas: el mercado de las exportaciones como tal ya es competitivo, se está en una carrera por conquistar al importador que acepte los productos que los pague a buen precio, pero ante todo sea constante y es que esta última es la más importante dentro de todas que el consumidor o comprador asiático adquiera la miel de abejas con regularidad.

Para la teoría de la competitividad propuesta por Porter está determinada por varios principios que hacen que la empresa en realidad sea competitiva y frente a esto se genera cuatro etapas; la primera es incipiente y es donde la competitividad es prácticamente nula y de ninguna manera se tiene en cuenta el mercado, la segunda etapa es la aceptable en la que aquí hay muchas oportunidades para la empresa si se tiene un buen equipo de trabajo. La tercera etapa es llamada superior y empieza a ocupar una posición de liderazgo en el mercado, tiene cierto grado de innovación y posee cultura organizacional, en este caso la miel de abejas debe iniciar desde el principio con un visible liderazgo, organización a nivel interno y personas capacitadas para el manejo de cada área.

Por último, tenemos la etapa cuatro que es la sobresaliente donde toda empresa desea y debe estar, por su puesto depende de una ardua labor, de inversión y capital humano adecuado para cada trabajo que se realice; se implementa la tecnología necesaria para

garantizar su posición en el mercado, pero siempre se está en el ojo del huracán por sus competidores (Victoria, 2020).

(10) Teorías de las estrategias: propiamente dichas son las estrategias prácticas para implementar en el emprendimiento y que pueden asegurar que el mercado pueda estar bien enrutado y generar un inicio interesante para la empresa, toda vez que se realicen de manera organizada y adaptadas a las necesidades y las características del producto a exportar.

Las múltiples estrategias para el sector apícola pueden estar enumeradas desde la correcta tecnificación, proceso para la extracción de la miel, pasando por el manejo de salubridad, hasta llegar a las estrategias de marketing y negociaciones con los importadores que en el futuro comprarán el producto.

(11) Teoría del ciclo de vida del producto: Esta teoría establece que el ciclo de vida de los productos tiene tres etapas: nuevo producto, producto de maduración y producto estandarizado; afirma que el nuevo producto se genera en el país de origen de su innovación, para este caso Colombia, la maduración obedece al ciclo en el que el producto inicia una fase de crecimiento en las ventas y empieza a tener reconocimiento, el producto estandarizado es el producto que ya cuenta con un espacio en el consumo y se vuelve necesario e imprescindible para el mercado y los consumidores (Godás, 2020).

La miel de abeja tipo exportación y tomando como país de origen Colombia debe pasar por un proceso de posicionamiento en Japón y el proceso de exportación debe tener también un excelente desenvolvimiento y cumplimiento tal que la miel colombiana por su excelente pureza se convierta en un producto de primera necesidad en este país asiático.

(12) Teoría marxista sobre el comercio internacional: con esta teoría podemos hablar del modelo de Marx del libre comercio; bajo esta situación la teoría marxista explica que a pesar de ser el libre comercio una estrategia capitalista, sí existen motivos para que la clase obrera apoye a ésta y no al proteccionismo y la razón es que de alguna manera el libre comercio permite un mayor desarrollo del propio capitalismo y con este mayor desarrollo se favorece también el crecimiento de la clase obrera (Unam, 2020), En este sentido debe dársele valor al obrero.

9.5 Metodología

La metodología de investigación abordada parte de fuentes estadísticas secundarias confiables, es decir, es de carácter descriptivo, ya que “Se propone este tipo de investigación para la alineación de la información a la que se accederá a lo largo de la investigación, es describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés Transparency International (2021). Por cuanto, el estudio requiere describir las normas, requisitos técnicos, administrativos y financieros para realizar un plan de internacionalización de miel de abeja para Japón.

Tipo de estudio

El presente trabajo tiene un enfoque de investigación mixto, es decir, cualitativo y a su vez cuantitativo. En este sentido, la presente investigación se basará en la observación y el

desarrollo de entrevista para empresas conocidas que operen en el sector apícola. La naturaleza de la información será de carácter cualitativo, ya que “su función puede ser describir o generar teoría a partir de los datos obtenidos” (Lerma, 2001, p. 37), es decir, cada una de las variables expuestas en el análisis del contexto; cabe destacar que la presente investigación adopta la metodología cuantitativa no experimental en tiempo transversal.

Cuantitativo debido a que hace énfasis a un tipo de pensamiento deductivo donde se evalúa la “recolección de datos para probar una hipótesis por medio de una medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones, comportamiento y comprobar teorías (Merita, 2014), lo que permitirá evaluar e identificar la gestión económica y financiera de la proyección de las ventas, unidades y flujos de caja del montaje de la empresa a 5 años.

Definición del tipo de investigación

La investigación realizada es de tipo mixta, es decir que se han tenido en cuenta datos cualitativos y cuantitativos, todo con el fin de recopilar el máximo de información de valor que pueda brindar ideas claras sobre la exportación de miel de abejas de Colombia a Japón y pueda tenerse datos de calidad que vislumbren el camino para trazar la estrategia a realizar.

Recopilación de la información

Las fuentes de información en principio son de orden secundario que están dadas por aquellos referentes teóricos, artículos de investigación y demás que guarden relación con el problema de investigación de este trabajo, las cuales servirán como sustento inicial, para

posteriormente hacer un análisis directo a la realidad empresarial del sector a través del contacto con las empresas Apiario Adrián Barrera y Apícola Lorena que tienen como actividad la producción y comercialización de productos a base de miel a nivel nacional. Agregando también fuentes de internet confiables entre ellas PROCOLOMBIA, las páginas oficiales de las aduanas de los respectivos países, DANE, Trade Map, Legiscoex e información de periódicos.

Proceso para la recolección de información

El referente principal para la ruta de viabilidad de exportación del presente trabajo es Balanko (2007), quien define que los componentes fundamentales para trazar una ruta viable de exportación son:

- Análisis de la industria.
- Análisis del mercado.
- Productos y servicios.
- Descripción del negocio.
- Estrategia de marketing.
- Operaciones y administración.
- Plan financiero.
- Plan de implementación.
- Plan de contingencia.
- Resumen ejecutivo.

Entonces, a partir de estos componentes se estructurará la ruta de exportación, teniendo

como referentes dos elementos fundamentales, la información relacionada a la industria, el mercado y el producto, se nutrirá principalmente de la revisión de antecedentes, referentes teóricos y contextuales, que permitan hacer este análisis particular, mientras que la estructuración de los otros componentes, si bien tiene que ir en coherencia con las características particulares del negocio, se fundamentará en la experiencia práctica que han tenido las empresas seleccionadas en la muestra, para así combinar dos frentes de conocimiento, el teórico y el práctico, que permita estructurar un plan de negocios viable y acertado con la realidad económica actual.

Proceso de análisis-síntesis y discusión de resultados

A continuación, se relacionarán los objetivos planteados para el proyecto con los diferentes procesos del plan de negocios que se deben seguir para su cumplimiento:

Tabla # 1

Elementos para estructurar una ruta de viabilidad de exportación

La tabla muestra los objetivos clasificados y las actividades por objetivos con el fin de trazar la ruta para alcanzar estos objetivos.

Objetivo	Actividades
----------	-------------

<p>Analizar los niveles de la producción apícola en Colombia identificando la posibilidad de cubrir con una alta demanda de exportación</p>	<p>Descripción del negocio. Estrategia de marketing. Operaciones y administración. Plan de contingencia. Resumen ejecutivo.</p>
<p>Identificar estrategias que permitan mejorar la producción y la tecnificación para mejorar la calidad de la miel de abejas en Colombia.</p>	<p>Análisis de la industria. Análisis del mercado. Productos y servicios. Descripción del negocio. Estrategia de marketing.</p>
<p>Determinar los posibles segmentos que enruten un mercado internacional seguro basándose en datos reales.</p>	<p>Plan financiero. Elementos para la implementación.</p>

Nota: Elaboración propia con información de rutas de exportación.

Para ser consecutivos con lo anterior, La apícola Adrián Barrera se encuentra que la Apícola Lorena se encuentra ubicada en el municipio de la Celia en el departamento de Risaralda mientras que Apiario Lorena se encuentra ubicada cerca de Villavicencio en el departamento del Meta, cabe resaltar que ellos anteriormente se encontraban en el Eje Cafetero pero debido a las prácticas de cultivos existentes (fumigación) tomaron la decisión de trasladarse debido a las cantidades de muertes de abejas que estaban teniendo.

En Apícola Lorena se estima un terreno aproximadamente de una hectárea donde se

pueden encontrar 84 colonias o colmenas de donde se recolectan 10 kilogramos cada 6 meses porcolmena las cuales cada una contiene 5 panales que específicamente arrojan 2 kilogramos por cada panal, lo que daría una suma de 840 kilogramos cada 6 meses y su miel es clasificada como miel es extra. Los apícolas del Meta 500 colmenas con 9 paneles cada uno logrando recolectar 10toneladas de miel de abejas cada 5 meses aproximadamente todo depende del tipo de floración que haya en la región.

Ambas empresas mencionan que la calidad de su miel es extra, la calidad se identifica a través de laboratorios o de los mismos encargados que dan el aval de producción como lo es el ICA. Por último, aclaran que las entregas van dependiendo de la capacidad de los compradores, el clima que se presente en la región y presentan cambios.

9.6 Diagnóstico

9.6.1 Descripción del producto

Para poder realizar una acertada descripción del producto es imprescindible que se comprenda como se produce la miel de abejas en su proceso más básico, para esto tenemos las grandes protagonistas que son las abejas quienes se encargan de realizar todo el trabajo de manera gratuita para el consumo humano (Barrera, 2023).

La miel de abejas se produce a través de un proceso complejo y fascinante que involucra a las abejas obreras, que son las responsables de recolectar el néctar de las flores y convertirlo en miel en la colmena. A continuación, te explico los pasos clave en la producción de miel:

Recolecta de néctar: Las abejas obreras visitan las flores en busca de néctar, que es una solución dulce producida por las flores como atracción para los polinizadores. Las abejas utilizan su probóscide (una especie de lengua tubular) para recoger el néctar de las flores y lo almacenan en su estómago (colombia, 2023).

Almacenamiento en el buche: El néctar recogido se almacena temporalmente en el buche de las abejas obreras. En el buche, el néctar se mezcla con enzimas producidas por las abejas.

Regreso a la colmena: Las abejas obreras regresan a la colmena con el néctar recolectado en sus buches.

Transferencia a abejas receptoras: En la colmena, las abejas obreras regurgitan el néctar en la boca de abejas receptoras, que son abejas jóvenes encargadas de procesar el néctar. Este proceso de regurgitación y transferencia se repite varias veces (Honey, 2021).

Evaporación del agua: Las abejas receptoras almacenan el néctar en las celdas de la colmena, donde se expone al aire y se deshidrata naturalmente. Las abejas ventilan la colmena para acelerar la evaporación del agua del néctar. La reducción del contenido de agua es esencial para que el néctar se convierta en miel, ya que un alto contenido de agua en la miel la haría propensa a la fermentación.

Conversión en miel: A medida que el contenido de agua disminuye, las enzimas en el néctar transforman los azúcares presentes, principalmente glucosa y fructosa, en miel. La

acidez natural de las enzimas y el bajo contenido de agua en la mezcla ayudan a preservar la miel y evitar que se deteriore.

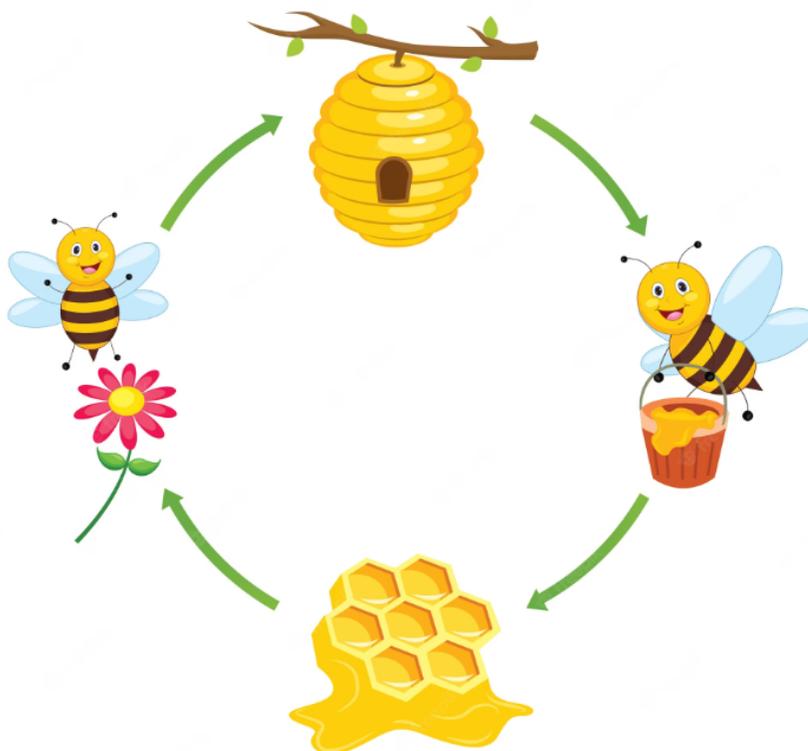
Sellado de las celdas: Una vez que el contenido de agua ha alcanzado un nivel adecuado y la miel está lista, las abejas sellan las celdas de la colmena con cera de abeja para proteger la miel de la humedad y otros elementos.

Recolecta de la miel: Los apicultores recolectan la miel de las colmenas, generalmente utilizando extractores de miel para romper los sellos de cera y extraer el contenido de las celdas (Eurosender, 2020).

Filtrado y envasado: La miel recolectada se filtra para eliminar cualquier partícula sólida o impureza y luego se envasa en recipientes adecuados para su venta y consumo.

Es importante destacar que la producción de miel es un proceso altamente colaborativo dentro de la colmena, donde miles de abejas trabajan juntas para convertir el néctar en miel. También es esencial para la supervivencia de la colonia, ya que la miel es su principal fuente de alimento durante el invierno o en épocas de escasez de néctar y polen.

Figura #2. Proceso de la miel



Fuente: (Freepik)

El **producto** que será exportado es entonces la miel producida por Apiarios Adrián Barrera (Barrera, 2023) quien lleva 6 años en el mercado produciendo miel de excelente calidad y apta para ser exportada, este producto es manejado por el apiario en diferentes presentaciones, pero es la botella de 500 Grs multiflora que se enviará a Japón.

Se considera que la presentación es óptima ya que es segura y tiene el suficiente contenido de miel pura para que pueda ser transformada en el país de destino como mejor lo prefiera; por ejemplo, para cosmética, alimentación, nutrición, medicina entre otros.

Figura #3. Presentación tipo exportación



Fuente: Adrián barrera (Barrera, 2023)

Descripción del producto sobre el envase elegido:

Producto dulce elaborado por las abejas obreras a partir del néctar de las flores o de exudaciones de otras partes vivas de las plantas o presentes en ellas, que dichas abejas recogen, transforman y combinan con sustancias específicas propias, almacenándolo en

pañales donde madura hasta completar su formación.

El uso de la miel tiene sus raíces en los primeros asentamientos humanos que se conocen por registros de descubrimientos arqueológicos que datan de 7000 a.C.

También se sabe que hay mención escrita en tablillas Sumerias (tablillas escritas en la lengua de una antigua ciudad llamada Sumaria), que están fechadas aproximadamente entre los años 2100-2000 a.C. En éstas se menciona el uso que se le daba a este producto por sus características nutricionales como medicinales.

La miel ha sido considerada una de las medicinas más antiguas y en muchas culturas ha sido utilizada como medicamento para curar múltiples afecciones. Su fórmula herbaria funciona como potente bactericida y antibiótico, convirtiendo a este producto en un desinfectante natural de las mucosas, aliviando inflamaciones de laringe, faringe y garganta.

Clasificación:

Origen: Multifloral

Obtención: Cruda.

Usos o Funciones: Edulcorante, Alimentario y Medicinal.

Consumo:

Niños de 2 a 6 años: tomar 2 cucharaditas al día.

Niños de 7 a 10 años: tomar 3 cucharaditas al día.

Niños de 11 a 15 años: tomar 2 cucharadas al día.

Adultos: Tomar 3 cucharadas al día.

Conservación: Protéjase de la luz, manténgase bien tapado, no requiere refrigerar.

Precauciones: Su uso no es recomendable para personas alérgicas a la Miel y niños menores de 1 año, salvo indicación médica.

Embalar los tarros de miel de forma correcta es esencial antes de transportar miel ya sea al por mayor o dentro de un paquete. A la hora de exportar o transportar miel de forma segura use materiales resistentes y siga estas instrucciones:

- **Cierre y envuelva cada tarro.** Use plástico de burbujas y cartón y fije el envoltorio con gomas o cinta adhesiva. Coloque cada tarro en una bolsa de plástico individual para evitar filtraciones en caso de rotura.
- **Ponga los tarros de miel envueltos dentro de una caja de cartón.** Añada cartón o más plástico de burbujas entre los tarros para que no se muevan o choquen entre ellos.
- **Cierre la caja y etiquétela (si hace falta)** Cierre todas las solapas y esquinas de la caja con la cinta adhesiva para dar más rigidez a la caja. Pegue la etiqueta si hace falta (Eurosender, 2020).

Las empresas y tiendas con un certificado de apicultura pueden transportar tarros de miel al por mayor. Para hacerlo tienen que cumplir con las normativas de seguridad, embalaje, transporte e aduanas del país de destino. Todas las compañías de transporte y exportación de miel tienen que cumplir con los protocolos de salud y seguridad y los baremos de calidad que indique el mercado correspondiente (Gómez P. J., 2019).

9.6.2 Descripción del país a exportar

Japón es un país conformado por 6852 islas ubicado en el Océano Pacífico, en el este de Asia. Está separado de Rusia, China, Corea del Norte y Corea del Sur por el mar de Japón, que se encuentra hacia el oeste del país. Su organización política es la monarquía constitucional parlamentaria, **la capital de Japón es la ciudad de Tokio** y se encuentra ubicada en la isla de Honshū. Con un área metropolitana de más de 37 millones de habitantes, **se trata de la ciudad más poblada del mundo.**

Características de Japón

Algunas características de este país son:

- Su población es de 125.000.000 de habitantes.
- Tiene una superficie de 377.915 kilómetros cuadrados y una densidad de población de 330,7 habitantes por kilómetro cuadrado.
- Su capital es Tokio, que con más de 37 millones de habitantes es la ciudad más poblada del mundo.
- El clima predominante es el templado oceánico en el norte y el cálido subtropical en el sur.
- El relieve es principalmente montañoso y volcánico.
- Por encontrarse en el Cinturón de Fuego del Pacífico, los terremotos y las erupciones volcánicas son frecuentes.
- El idioma oficial es el japonés y la religión predominante es el sintoísmo.
- Su moneda oficial es el yen japonés.
- Sus principales socios económicos son Estados Unidos, China, Corea del Sur y Australia.

- Sus actividades principales son la industria y los servicios. Algunas de las empresas más importantes del mundo en estos rubros son japonesas: Toyota, Mitsubishi y Sony son algunas de ellas.
- Actualmente cuenta con un crecimiento económico que lo ubica en el tercer puesto a nivel mundial (Humanidades, 2021).

9.6.3 Inteligencia de mercados

Frente al tamaño del mercado, Japón cuenta con 125.000.000 de habitantes, esto quiere decir que es una gran población objetivo para la exportación de miel, dentro de las principales demandas del mercado se encuentra que Japón; al analizar el comportamiento del mercado japonés y entendiéndose que la inteligencia de mercado se trata también de precisar el objetivo del proyecto para que este tenga mejor éxito, Japón es entonces un cliente potencial en la exportación de este producto.

La permanente internacionalización en los hábitos alimenticios de la población japonesa, y la producción escasa de miel que no logra satisfacer su demanda, hacen que desde 2016 Japón sea el tercer importador a nivel mundial de miel de abeja.

Japón es el tercer importador a nivel mundial de miel de abeja ya que su producción doméstica no satisface su demanda; la miel en Japón es utilizada a nivel industrial para numerosas preparaciones de galletas y alimentos. Sin embargo, su consumo en forma natural o acompañado de frutas o cereales es muy importante. Además, es muy utilizada para cocinar (tanto para poner más tiernas las carnes, como para quitar el olor de los pescados).

La miel ha venido ganando popularidad entre los consumidores japoneses, debido a sus cualidades saludables como antioxidantes, propiedades funcionales y para aliviar problemas gastrointestinales. Algunos medios están considerando a la miel dentro de la categoría de los “superalimentos” (López, 2018).

Se estima que el consumo promedio anual por habitante es de 300 gr., es decir 40.000 toneladas anuales en todo el país. Los consumidores japoneses no tienen el hábito de comer alimentos muy dulces, siendo uno de los menores consumidores de azúcar a nivel mundial (Bosques, 2020). El tamaño del mercado japonés para la miel es considerable teniendo en cuenta la cantidad de habitantes, su poder adquisitivo, su creciente consumo de alimentos saludables y el uso industrial de la misma para la elaboración de otros productos (bebidas, golosinas, reposterías).

Ranking de los principales países que exportan miel natural hacia Japón desde año 2019.

* Valores FOB en miles de dólares

Tabla # 2

Competencia Extranjera, *lista de los principales exportadores de miel de abeja natural en el 2020, que generan una idea de cómo es el comportamiento de este producto y cuáles son los países con los cuales se entraría a tener una competencia directa.*

País	Cantidad exportada (Ton)	γ \$ de la exportación(Miles USD)
Nueva Zelanda	14,354	328,641
China	132,469	254,045
Argentina	71,543	170,242
Alemania	29,740	149,758

Fuente Elaboración Propia con datos tomados de Trademap

Figura # 4

Matriz de Análisis del Entorno Competitivo que se genera para para medir y comparar el rendimiento propio y el de los competidores, sus fuerzas y debilidades, sus alternativas y clientes y así tener una mirada más clara del entorno.

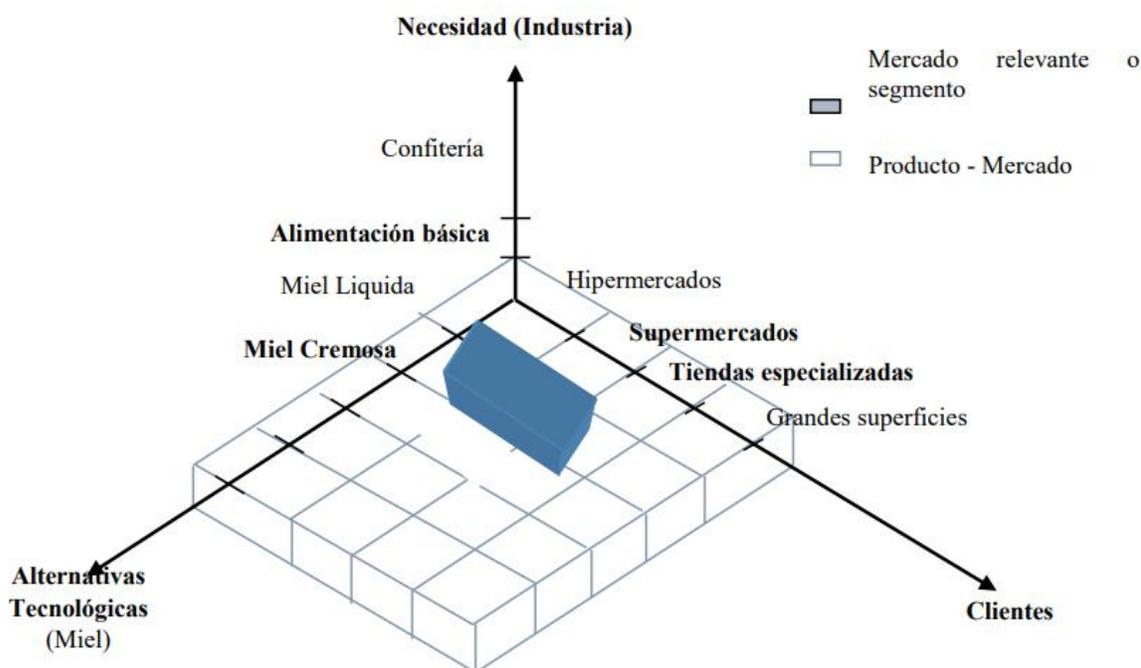


Figura # 5

Partes Interesada es una matriz que permite consultar por procesos y subprocesos institucionales, cuáles son esas organizaciones, grupos, entidades o ciudadanos a los cuales impactamos interna o externamente por las actividades misionales y administrativas de la comercialización de miel para el presente caso.

<i>PARTES INTERESADAS</i>	<i>EXPECTATIVAS Y/O NECESIDADES</i>	<i>REQUISITOS EN EL SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN.</i>
<i>CLIENTES</i>	Productos naturales de excelente calidad. Precios asequibles Atención personalizada Personal certificado y con experiencia	Programas de capacitación Planificación y control operacional Programas de mantenimiento y limpieza Análisis de las necesidades de los clientes
<i>ASOCIACIONES DE APICULTORES</i>	Apoyo financiero y técnico por parte del estado. Mercadeo y publicidad para dar a conocer sus productos	Gestión de recursos por parte del director del proyecto
<i>ENTES GUBERNAMENTALES (ALCALDÍA, SENA)</i>	Capacitaciones y tecnificación por parte del SENA Desarrollo de espacios y ferias para promocionar los productos	Gestión de recursos Certificados de capacitación

Fuente Elaboración propia

9.7 Propuesta (Plan exportador y posicionamiento Internacional)

9.7.1 Análisis de la situación

La Apicultura, de acuerdo con Bradbear (2005), tiene la particularidad de ser una actividad económica que aporta de forma directa a la sostenibilidad de la especie humana sobre la tierra, dado que en sí la actividad comprende la cría de abejas para el aprovechamiento de productos como el polen, la miel y la cera, entre otros derivados. Pero su impacto va mucho más allá, puesto que para el desarrollo de estos animales es necesario de la polinización de

plantas tanto cultivadas como salvajes, lo que significa un aporte esencial para la subsistencia de la vida ya que es a través de este mecanismo natural de polinización que se mantienen activos los ciclos de vida de las plantas que son pieza clave en cualquier ecosistema e incluso para la subsistencia humana.

Con el pasar de los años se encuentra que los países y sus economías están en constante evolución y cambio, ya sea dado por crisis u oportunidades de expandirse tanto interna como externamente. Por su parte se encuentra que a través del mundo se imponen ciertas tendencias en el comercio internacional, como bien puede ser la dinámica del comercio con respecto al producto interno bruto (PIB) mundiales, donde el autor Rosibel Hidalgo Gallo, nos plantea dentro de su artículo que, la tendencia apunta a una relación promedio de 2 a 1 en la que el volumen de comercio ha sido superior a la del PIB mundial (Hidalgo Gallo, Rosibel. 2018).

Las barreras no tarifarias son comunes en Japón, factores como normas exclusivas para japoneses, la importancia de las relaciones personales al hacer negocios y una política regulatoria que da preferencia a los productos nacionales podría inhibir la entrada de productos extranjeros al mercado japonés. Existen cuotas para ciertos productos marítimos, productos químicos orgánicos, explosivos, fármacos, productos médicos, animales y plantas (de conformidad con la Convención de Washington). Una licencia de importación es necesaria para todos los productos sujetos a cuotas, productos considerados peligrosos y bienes perecederos.

Japón es la tercera economía del mundo por volumen de PIB 5.064,87 Millones de US, aunque está altamente expuesta a los impactos externos debido a su fuerte dependencia de las exportaciones. Esta vulnerabilidad se ha mostrado en los últimos años, ya que su economía experimentó períodos de recesión junto con la desaceleración de la economía mundial. Asimismo, la crisis económica global generada por la pandemia de COVID-19 ha tenido un fuerte impacto: el PIB del país cayó en -5,3% en 2020. Uno de los principales factores tras el colapso fue la drástica caída del consumo interno, que representa más de la mitad de la economía japonesa.

9.7.2 Aplicación de matrices y diagnóstico empresarial (Pest, DOFA y 5 Fuerzas de Porter)

Tabla # 3 Análisis FODA

La tabla permite identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la exportación de la miel de abeja en Colombia y la exportación a Japón.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Productos naturales con una grandemanda.	Baja comercialización en el país.
La ubicación geográfica colombianabeneficia la calidad de la miel.	Poco apoyo a los proveedoresnacionales en actividades de comercialización.
Experiencia en los procesos apícolas.	Competitividad en el mercado Internacional.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

Alianzas entre proveedores.	Excesivo uso de pesticidas en cultivos nacionales.
Innovación de productos a base demiel de abeja.	Poco apoyo por parte del gobierno hacia los apicultores.
Negociaciones estratégicas.	
Expansión de MiPymes colombianas.	Cambios en el entorno por lapandemia COVID-19.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla # 4 Análisis Estructural del Sector Industrial -Cinco Fuerzas de Porter

El análisis de las cinco fuerzas de Porter es un modelo estratégico elaborado para negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de nuevos competidores.

Poder de negociación de los proveedores	<p>La producción de miel de abeja se concentra en bajas cantidades(15.000 litros anuales) en muchos productores. Los productores de miel de abeja tienen costos de instalación y producción moderados.</p> <p>La cadena de comercialización en el Colombia de miel de abeja en su mayoría va directo al consumidor final (productor- consumidor final) y muy pocos su cadena de comercialización va a través de los supermercados.</p> <p>El mercado internacional, aunque es competido aún no cubre la demanda.</p>
Poder de negociación de los clientes	<p>Los clientes quieren productos de alta calidad.</p> <p>Los clientes exigen productos de miel de abeja que cumplan estrictas normas sanitarias y con responsabilidad Ambiental.</p> <p>Poseen conocimiento sobre una alimentación sana.</p> <p>Prefieren productos de origen orgánico y de comercio Justo.</p> <p>Japón es un país exigente frente a estándares de importación.</p>

<p>Rivales entre competidores existentes</p>	<p>Los principales competidores y proveedores de miel a Holanda son China, México y Argentina.</p> <p>Los apicultores holandeses poseen una cadena de comercialización en su mayoría directa al consumidor final.</p> <p>Las importaciones de Miel de abeja a Japón son intercomunitarias, terceros países y países en vías de desarrollo.</p> <p>La producción de miel en Japón es escasa.</p>
<p>Amenaza de nuevos competidores</p>	<p>Asociación de Apicultores de Netherland está interesado en que el sector se apicultor del país crezca invirtiendo a través de la investigación científico.</p> <p>Países como China están en un gran nivel de exportación y quieren conquistar cada día más mercados, cuentan con gran tecnología y mano de obra calificada.</p>
<p>Productos sustitutos</p>	<p>Syrup o Sirope dorado que es espesa y de color ámbar del jarabe de azúcar invertido, textura muy similar a la miel</p> <p>Jarabe de maíz que es un edulcorante líquido, creado a partir de almidón o fécula de maíz.</p> <p>Melaza.</p>

Fuente: elaboración propia

Tabla # 5 Entorno Macro, Análisis Matriz PESTel

Es un estudio de mercado únicamente de factores externos que afectan a una empresa, por lo tanto permite identificar pros y contras de la exportación de miel.



Este análisis es subjetivo y nos permitirá a la hora de definir la posición estratégica de la empresa y observando que el análisis del entorno juega un papel fundamental para poder elegir la estrategia a utilizar, teniendo como criterios del análisis positivo (P), muy positivo (MP), neutral (N), muy negativo (MN) y negativo (N).

9.7.3 Mezcla del mercado

De acuerdo con Balanko (2007) una mezcla del mercado se caracteriza por tener diferentes herramientas para cumplir los objetivos de la compañía, por consiguiente se traduce a un plan de negocios que puede definirse como aquel instrumento que tiene como finalidad documentar los planes, estrategias y tácticas relacionadas aun negocio en particular, también señala que un plan de negocios contiene objetivos de carácter estratégico y táctico, así como puede desarrollarse de manera formal o informal.

El autor plantea que un plan de negocios estructurado de manera formal debe contener los siguientes elementos:

- **Análisis de la industria:** Es necesario identificar y analizar las tendencias de la industria en cuestión, cuáles son sus principales actores, sus barreras de acceso, el nivel de tecnología e inversión necesarias, la injerencia del gobierno en el sector y la salud financiera en general de la industria en cuestión.
- **Análisis del mercado:** Posterior al análisis interno del sector en cuestión, es necesario analizar el mercado en donde se pretende estructurar la operación, ya que es de gran importancia conocer el tamaño del mercado, la competencia y su comportamiento, la demanda potencial y las características principales de sus consumidores son factores determinantes para poder estructurar un plan de ventas que pueda tener éxito.
- **Productos y servicios:** Es de gran importancia definir los costos y las ganancias asociadas a los productos y/o servicios, los insumos necesarios para los procesos, el ciclo de vida del producto y/o servicio, así como todas las características generales y los requisitos para la venta de los productos o la prestación de los servicios.
- **Descripción del negocio:** En este paso del proceso de estructuración del plan de negocios es necesario definir cuál será la identidad de la empresa, cuál será la marca que la va a representar y como definirá su visión, misión y los valores que guiarán sus actuaciones, así como también es necesario establecer cuál será la figura legal bajo la cual se constituirá la empresa.
- **Estrategia de marketing:** En este punto es en donde se definen los mecanismos de relacionamiento entre la empresa y el cliente final de sus productos o servicios, se define cuáles serán los canales de distribución, de comunicación, los precios y en general se describe el proceso que se desarrollará a través de la mezcla de mercadeo de acuerdo a las características de la industria y del mercado que previamente han sido definidas.

- **Operaciones y administración:** Es necesario desarrollar la estructura organizacional y administrativa de la empresa, definir los diferentes cargos, sus tareas y responsabilidades, mecanismos de trabajo en equipo, traslado de información y la administración en general del negocio.
- **Plan financiero:** Habiendo definido una demanda potencial y los costos asociados a los productos o servicios a comercializar, es necesario desarrollar proyecciones financieras destinadas a visualizar la viabilidad financiera del plan de negocios a través de la estructuración de un flujo de cada que permita evidenciar la rentabilidad de la iniciativa empresarial.
- **Plan de implementación:** En este punto es en donde se desglosan las diferentes ideas desarrolladas a través del plan de negocios y se estructura el proceso en concreto que seguirá el plan, los diferentes requerimientos como personal, equipos, oficinas, entre otros.
- **Plan de contingencia:** Como en todo negocio, la incertidumbre frente a los resultados que se obtendrán es una constante, por lo cual es indispensable identificar los posibles riesgos que rodean el negocio y así establecer diferentes planes de acción que permitan hacer frente a los diversos riesgos o amenazas que puedan tener lugar en el corto, mediano o largo plazo.
- **Resumen ejecutivo:** Finalmente, habiendo desarrollado todos los procesos para estructurar el plan de negocios, se debe estructurar un resumen ejecutivo que actúa como carta de presentación de lo que será el plan de negocios, siendo en la práctica el primer componente del plan de negocios y se presenta al principio de este.

9.7.4 Estrategias y tácticas

Un plan exportador, según Puerta & Paniagua (2021), consiste en el planteamiento estratégico de una solución a la iniciativa de exportar un determinado producto, su elaboración está dada por cinco fases principales, las cuales están dadas de la siguiente manera:

- **Diagnóstico integral:** A través de este proceso se busca conocer la situación actual de la iniciativa exportadora frente a su entorno, el cual está dado por sus competidores, proveedores, clientes, al igual que factores externos, por lo que se recomienda adelantar procesos como análisis DOFA, PESTEL, EFE, entre otros, que permitan conocer la forma en que las diferentes variables afectan el negocio y así establecer un panorama claro desde el principio, que permita tomar las decisiones necesarias para sacar adelante la iniciativa.
- **Exposición del diagnóstico integral:** Habiendo hecho un análisis profundo de las diferentes variables que convergen entorno a la iniciativa exportadora, es necesario realizar una interpretación de dicho diagnóstico por parte de las directivas y de esta manera plantear los lineamientos necesarios para estructurar la propuesta exportadora.
- **Propuesta solución estratégica para la estructuración de internacionalización:** Con base en lo que se evidenció a través del desarrollo del diagnóstico integral, es necesario diseñar lo que será la estrategia de exportación del producto en cuestión, es de gran importancia tener en cuenta los datos obtenidos a través del diagnóstico, ya que de este modo se garantizará que las acciones que se adelanten sean coherentes con las condiciones establecidas por el mercado.
- **Evaluación financiera de la propuesta:** Es necesario evaluar el costo financiero de la propuesta de internacionalización, para así evaluar de forma integral la rentabilidad de la iniciativa a través de realizar proyecciones de los posibles flujos de caja obtenidos con el negocio y de esta manera conocer si es o no viable, dadas las condiciones planteadas, seguir adelante con la iniciativa.
- **Sensibilización del plan estratégico de internacionalización:** Habiendo cumplido con las diferentes fases del proceso, es necesario concluir con un informe final a través del cual se puede realizar una exposición final de la estrategia de internacionalización y de esta manera dar a conocer las diferentes acciones que se requiere desarrollar, los objetivos planteados y los resultados esperados.

9.7.5 – 9.7.8 Cronograma de ejecución del proyecto

(Cronograma, responsables, recursos, indicadores de seguimiento)

Figura 5 cronograma

El cronograma de trabajo está basado en las actividades de campo directa con la producción de miel

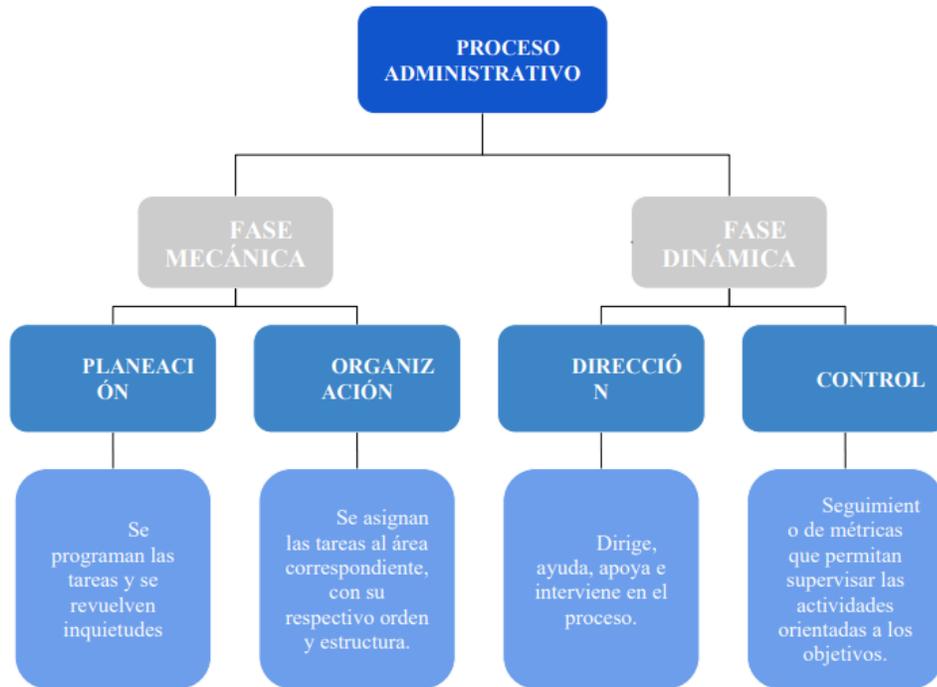
Elaboración y gestión del proyecto	X						
Trámite del registro sanitario	X	X					
Actualización del inventario de los apiarios integrados	X						
Adquisición de materiales para la elaboración de cajas y cuadros	X	X	X				
Construcción de colmenas y Cuadros	X	X	X	X			
Construcción de trampas de polen y propóleos	X	X	X	X	X		
Fundición de cera e incrustación en los panales	X	X	X	X	X	X	X
Revisión de colmenas		X	X	X	X	X	X
Construcción de remolques	X	X	X	X	X	X	X
Construcción o adquisición de la sala rodante de extracción	X						
Trashumancia de colmenas	X	X	X	X	X	X	X
Creación de la página Web		X					
Organización de la Comercialización		X	X	X	X	X	X
Cosechas y extracción de la miel	X	X	X	X	X	X	X
Recolección y secado del polen	X	X	X	X	X	X	
Evaluación del proyecto		X	X	X	X	X	
Recolección y congelado de propóleos	X	X	X	X	X	X	

Fuente: elaboración propia

Responsables

Figura 6 Responsabilidades por áreas

El cuadro de responsabilidades por áreas está determinado por sectores principales de la empresa y claves que pueden generar un buen manejo operativo y producir grandes resultados, cada área tiene metas evaluables.



Fuente Elaboración propia

Recursos

La internacionalización de empresas es el resultado de la adopción de una serie de estrategias en las que se consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno. La internacionalización de empresas consiste en el proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización, es decir, la forma en que la empresa proyecta sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional y genera flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre distintos países. (Araya, 2009, pág. 1)

Costos de Producción del Producto

La miel de abeja tiene un costo de 13.000 COP el kilogramo. Precio unitario= $1\text{kg} * \$13.000 = \13.000 COP.

Precio 1.2 toneladas= $1200\text{ kg} * \$13.000 = \$15'600.000$ COP (Bustamante, 2020).

Determinar el Código del Sistema Armonizado para su producto

Con la ayuda de Muisca DIAN se determina la posición arancelaria de la miel de abejas la cual es 0409.00.10.00.

Beneficio tangible para la empresa

La empresa Adrián Barrera decide centrarse en la exportación de productos colombianos con el fin de apoyar y contribuir de manera diferenciada a los proveedores, comprando sus productos un poco más altos que la competencia con el fin de contribuir a la calidad de vida de los productores. Esto conlleva a que la comercializadora tenga beneficio de desarrollo tecnológico que le permite automatizar sus procesos operacionales y tener optimización de tiempo y dinero.

9.8 Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Inicialmente es necesario concluir que Colombia posee una deficiencia exportadora de productos como la miel de abeja, pese a su enfoque agroindustrial y ser considerado como país exportador de

commodities, esta industria no se encuentra muy desarrollada y aún posee diversidad de factores críticos a analizar y potenciar para ejecutar acciones en pro de la internacionalización de la miel de abeja de origen nacional.

Con respecto a las regulaciones, la estructura organizacional y características técnicas requeridas para la creación de la comercializadora internacional de miel de abeja, se logra identificar que las regulaciones para la comercializadora de miel de abeja se aplican en el capítulo 5 del decreto 1165 del 2019 modificado por el Decreto 360 del 2021, (Sistema Único de Información Normativa, 2019) ante MINCOMERCIO, realizar registro ante cámara de comercio, diligencias con la DIAN y RUT.

Desde la parte organizacional, se puede concluir que la empresa requiere de un equipo de trabajo altamente capacitado para cumplir con su misión que básicamente consta la comercialización y venta de productos de diferentes sectores colombianos para satisfacer las necesidades de los mercados tanto nacional como internacional y así contribuir al desarrollo de las Mi Pymes del país.

Por su parte, la ruta de exportación de miel de abeja colombiana al mercado de Japón es posible concluir que las preferencias arancelarias de los países de Aruba, Estados Unidos y Emiratos Árabe son de 0% para los dos primeros y 5% para el último, al igual que la documentación requerida para los trámites de acceso son básicos (licencia de importación, factura comercial, póliza, etc), y también tener en cuenta que se debe contar con la ley contra bioterrorismo, notificación previa de importación a la FDA y el límite máximo de residuos.

Lo anterior, facilita y hace más viable para realizar una negociación de exportación al país de Japón, dado el nivel de importaciones, de corrupción, y el indicador de Doing business donde está en el puesto número 6. Además, su aspecto geográfico, presenta ventaja por estar en el continente asiático y el producto se adapta fácilmente a la diversidad climática.

Finalmente, con base al presupuesto económico y estudio financiero del proyecto es posible

concluir que este plan de negocio es viable en la medida que se cuenta con el capital suficiente para producir y comercializar la demanda de miel de abeja al país de Japón, por tanto, es indispensable cumplir con los pronósticos de ventas, con el fin de obtener la rentabilidad esperada, para este se sugiere aplicar las estrategias comerciales allí descritas, las cuales buscan optimizar el proceso y brindar un valor agregado a los clientes al momento de adquirir el producto con la empresa.

Recomendaciones

Inicialmente se recomienda a la empresa seguir este plan de negocio internacional como una guía para iniciar con procesos de internacionalización hacia el país de Japón, pues es importante tener en cuenta los conceptos aquí descritos, también las normas referentes y las necesidades del mercado de este país en cuanto a la miel de abeja.

Así mismo, se recomienda aplicar las estrategias concertadas en el estudio, pues estas se basan en un estudio técnico, organizacional y financiero elaborado como base para proyectar la rentabilidad del negocio.

Por último, se recomienda a la universidad estimular estos procesos de investigación con la finalidad que los estudiantes puedan generar nuevos conocimientos para la disciplina y la academia en general. También se recomienda a la universidad mantener con el personal idóneo para el asesoramiento de estos procesos, pues el acompañamiento que se nos ha brindado ha sido fundamental para el desarrollo óptimo del estudio presentado.

10. Referencias

- agricultura, A. e. (2022). *LA APICULTURA CRECE EN COLOMBIA*. Obtenido de <https://abejasenagricultura.org/la-apicultura-crece-en-colombia/>
- Agricultura, M. D. (2016). *Plan Estratégico*. Obtenido de <Https://Www.Minagricultura.Gov.Co/Paginas/Default.aspx>
- Arango, D. (2009). Los diez pilares del mercadeo: Cuando las 4 p se quedan cortas. Soluciones de Postgrado EIA, 161 - 176.
- Araya, L. A. (2009). El Proceso de internacionalización de empresas. TEC Empresarial, 3(3). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/3202468.pdf>
- Barbé, E. (s.f.). *El equilibrio del poder en la Teoría de las relaciones internacionales*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/39007513.pdf>
- Barrera, A. (2023). *Miel Cruda Multifloral en Colombia*. Obtenido de <https://www.apiariosadrianbarrera.com/>
- BBVA. (2021). *El cultivo de abejas, clave en la seguridad alimentaria de Colombia*. Obtenido de <https://www.>
- Betancur y Castro (2020). EVALUACIÓN COMPETITIVA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE SERVICIOS ADUANEROS EN LA EMPRESA TRANSPORTADORA DE CARGA SAS. Recuperado el 21 de febrero de 2021 de: [https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/758/Servicios%20aduaneros.pdf?sequence=1&isAllowed=y.](https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/758/Servicios%20aduaneros.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

bbva.com/es/co/el-cultivo-de-abejas-clave-en-la-seguridad-alimentaria-de-colombia/

Bosques, C. d. (2020). *Ficha Técnica de japon*. Obtenido de

https://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/docs/F_Japon.pdf

Colombia, E. d. (2023). *Relaciones Comerciales*. Obtenido de [https://www.colombia.emb-](https://www.colombia.emb-japan.go.jp/ESP/bilateral/comercial.htm#:~:text=Los%20principales%20productos%20de%20exportaci%C3%B3n,autopartes%2C%20productos%20qu%C3%ADmicos%20y%20alimentos.)

[japan.go.jp/ESP/bilateral/comercial.htm#:~:text=Los%20principales%20productos%20de%20exportaci%C3%B3n,autopartes%2C%20productos%20qu%C3%ADmicos%20y%20alimentos.](https://www.colombia.emb-japan.go.jp/ESP/bilateral/comercial.htm#:~:text=Los%20principales%20productos%20de%20exportaci%C3%B3n,autopartes%2C%20productos%20qu%C3%ADmicos%20y%20alimentos.)

colombia, m. (23 de Enero de 2023). *¿Cuál es la importancia de las abejas y de la apicultura en los*

ecosistemas? Obtenido de <https://mascolombia.com/70-de-la-miel-que-se-compra-en-colombia-es-falsa-experto/>

Eurosender. (2020). *Transportar tarros de miel*. Obtenido de

<https://www.eurosender.com/es/empacar-enviar/miel>

Freepik. (s.f.). Obtenido de [https://www.freepik.es/vector-premium/abeja-que-produce-](https://www.freepik.es/vector-premium/abeja-que-produce-miel_2527397.htm)

[miel_2527397.htm](https://www.freepik.es/vector-premium/abeja-que-produce-miel_2527397.htm)

Godás, L. (2020). *El ciclo de vida del producto*. Obtenido de [https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-](https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-el-ciclo-vida-del-producto-13094134)

[4-articulo-el-ciclo-vida-del-producto-13094134](https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-el-ciclo-vida-del-producto-13094134)

Gómez, L. M. (2023). *Análisis y evaluación de mercados internacionales de la miel natural*. Obtenido

de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-30532022000200201

Gómez, P. J. (2019). *PLAN DE NEGOCIOS DE LA EXPORTACIÓN DE MIEL DE ABEJAS A ALEMANIA*.

Obtenido de <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7460/1/408877-2019-II-NIIE.pdf>

Honey, M. (2021). *El proceso de elaboración de la miel*. Obtenido de

<https://www.maeshoney.com/proceso-de-elaboracion-miel/>

Humanidades, E. (2021). *Japón*. Obtenido de <https://humanidades.com/japon/>

Lavados, H. (2020). *Teorías del Comercio Internacional. Modelos y algunas evidencias empíricas: una*

revisión bibliográfica. Obtenido de [https://econ.uchile.cl/uploads/publicacion/8413c598-](https://econ.uchile.cl/uploads/publicacion/8413c598-8d47-406f-aa23-bf6c195d057d.pdf)

[8d47-406f-aa23-bf6c195d057d.pdf](https://econ.uchile.cl/uploads/publicacion/8413c598-8d47-406f-aa23-bf6c195d057d.pdf)

López, J. d. (2018). *Proyecto miel de abeja para Japón*. Obtenido de

<https://www.uv.mx/eace/files/2020/02/Miel-de-abeja-organica-a-Japon.pdf>

Merita, B (2018), Análisis de viabilidad de un proyecto de inversión sobre el desarrollo de un negocio

turístico. Recuperado el 15 de Marzo 2021 de:

[https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/107005/MERITA%20-](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/107005/MERITA%20-%20An%C3%A1lisis%20de%20viabilidad%20de%20un%20proyecto%20de%20inversi%C3%B3n%20sobre%20el%20desarrollo%20de%20un%20negocio%20tur)

[%20An%C3%A1lisis%20de%20viabilidad%20de%20un%20proyecto%20de%20inversi](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/107005/MERITA%20-%20An%C3%A1lisis%20de%20viabilidad%20de%20un%20proyecto%20de%20inversi%C3%B3n%20sobre%20el%20desarrollo%20de%20un%20negocio%20tur)

[%C3%B3n%20sobre%20el%20desarrollo%20de%20un%20negocio%20tur](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/107005/MERITA%20-%20An%C3%A1lisis%20de%20viabilidad%20de%20un%20proyecto%20de%20inversi%C3%B3n%20sobre%20el%20desarrollo%20de%20un%20negocio%20tur) pdf?sequen

ce=1&isAllowed=y

Peñalosa, M. (2005). El Mix de Marketing: Una herramienta para servir al cliente. *Actualidad Contable*

Faces, 8(10), 71-81.

Portafolio. (2022). Dólar llega a su precio más bajo en nueve meses. Obtenido de Portafolio:

[https://www.portafolio.co/economia/finanzas/dolar-llega-a-su-precio-mas-bajo-en-nueve-](https://www.portafolio.co/economia/finanzas/dolar-llega-a-su-precio-mas-bajo-en-nueve-meses-562741)

[meses-562741](https://www.portafolio.co/economia/finanzas/dolar-llega-a-su-precio-mas-bajo-en-nueve-meses-562741)

ProColombia (2019), En un año, 185 proyectos de inversión extranjera llegaron a Colombia.

Recuperado el 19 de Marzo de: <https://procolombia.co/noticias/en-un-ano-185-proyectos-de-inversion-extranjera-llegaron-colombia>

Procolombia. (2020). Emiratos Árabes Unidos- Requisitos para Importaciones de Alimentos.

Retrieved from Procolombia: <https://colombiaexpodubai.com/wp-content/uploads/2021/07/Emiratos-Árabes-Unidos-Requisitos-para-importaciones-alimentos.pdf>.

Prom Perú. (2015). Servicios al exportador. Retrieved from Guía de Requisitos de Acceso de Alimentos a los Estados Unidos: <https://recursos.exportemos.pe/guia-requisitos-acceso-alimentos-estados-unidos-2015.pdf>.

Puerta, A., & Paniagua, E. (2021). Diagnóstico y plan exportador para agroesco s.a.s. institución universitaria esumer

Sánchez Moreno, Karem Elizabeth, Monroy Pisco, Alfredo Alonso (2019). Análisis de los contratos de distribución comercial internacional y su incidencia en el Comercio Exterior Ecuatoriano.

Semana. (2020). El sector apícola crece en el país. Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/el-campo-nos-fortalece/articulo/produccion-de-miel-y-abejas-crece/665821/>

Svante Andersson (2006). Journal of Euromarketing vol 15. International Growth Strategies in Consumer and Business-to-Business Markets in Manufacturing and Service Sectors.

Recuperado de Revista <https://www.tandfonline.com/toc/wjem20/15/3>

Rodríguez, S. (2009). *TEORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL GRUPO 5*. Obtenido de

<https://www.comerciointernacional.blogspot.com/2009/04/tema-2.html>

Roldán, P. N. (2020). *Diferenciación de producto*. Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/diferenciacion-de-producto.html>

Semana. (2022). *La apicultura crece en Colombia*. Obtenido de [https://www.semana.com/medio-](https://www.semana.com/medio-ambiente/articulo/en-colombia-no-desaparecen-las-abejas-crece-su-produccion/44098/)

[ambiente/articulo/en-colombia-no-desaparecen-las-abejas-crece-su-produccion/44098/](https://www.semana.com/medio-ambiente/articulo/en-colombia-no-desaparecen-las-abejas-crece-su-produccion/44098/)

T., D. K. (2023). *La importancia de la apicultura en el sector agro, según Fedeebejas*. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/sector-agro-la-importancia-de-la-apicultura-fedeebejas-responde-577169>

Transparency International. (2021). Corruption Perceptions Index.

<https://www.transparency.org/en/cpi/2021>.

Unam, E. (2020). Obtenido de PRINCIPALES TEORÍAS SOBRE COMERCIO INTERNACIONAL.:

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/1.pdf>

Victoria, E. N. (2020). *Teoría de la competitividad y estrategias competitivas*. Obtenido de

<https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-competitividad-y-estrategias-competitivas/>

Zimon, G (2016). *Accounting tools vs. Logistics costs control in a trading company*.

11. Anexos

Anexo #1. Autorización de publicación